



“换代型”系列·高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系
中国旅游协会旅游优秀教材

旅游景区服务与管理

(第三版)

姜若愚 主 编

李 鹏 副主编



FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press





“换代型”系列·高职高专教育
中国旅游协会旅游优秀教材

旅游景区服务与管理

(第三版)

姜若愚 主 编

李 鹏 副主编



© 姜若愚 2011

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游景区服务与管理 / 姜若愚主编. —3 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2011. 4

(“换代型”系列·高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系)

ISBN 978-7-5654-0312-5

I. 旅… II. 姜… III. ①旅游点-商业服务-高等职业教育-教材②旅游点-经济管理-高等职业教育-教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 034231 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连图腾彩色印刷有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm×240mm

字数: 426 千字

印张: 20 3/4

2011 年 4 月第 3 版

2011 年 4 月第 6 次印刷

责任编辑: 许景行 周 晗

责任校对: 合 力

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978-7-5654-0312-5

定价: 33.00 元

总 序

如今，中国的旅游管理教育已经走过了二十多年的历程。二十多年，对于人生而言，可以说已经走近成熟了。然而，对于一个学科的发展来说，这么短的时间恐怕只能够孕育学科的胚芽。万幸的是，这二十多年不同于历史进程中的一般二十多年。由于我们坚持了改革开放的政策，我们的视野由此而得到扩展，我们的信心由此而得到强化，我们的步伐也由此而得以加快。所以，虽然只有二十多年，但在中国的教育园地和学科家族中，旅游管理经过有效的分化与发展，已经形成了学科体系的基本雏形。如今，旅游管理专业把中等职业教育作为起点，并设有高职高专、普通本科和研究生教育（包括硕士和博士研究生教育）。这样完整的教育层次系统，展示了旅游管理教育发展的历程和成果，同时也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题，其中最重要的一点，就是如何在不同的教育层次和不同的教育类型上对教育目标和教学模式进行准确定位。当旅游管理高等教育领域中开始出现职业教育这种新的教育类型时，这一点就尤其显得突出了。

我国改革开放后得以重建的高等教育体系向来注重的是学科教育，一直没有给高等职业教育以足够的重视。困扰教育家们的问题似乎不是学科教育和职业教育的不关系问题，而是在学科教育体系中如何区别普通专科教育与本科、研究生教育的层次和定位问题。二十多年的教育实践证明，人们在这三个层次上所做出的定位努力没有得到应有的效果。相反，在几乎所有的专业领域，都或多或少地存在着一种倾向，即专科教育仅仅是本科教育的简单压缩，而研究生教育仅仅是本科教育的有限延伸。这种状况导致了人才培养的低效率，也由于人才规格的错位而造成了人才使用上的浪费，甚至引起社会用人单位与教育机构之间在这个问题上的矛盾。

正是由于存在着这种带有普遍性的问题以及解决这种问题的动力，我国高等教育近年来的改革在这方面才有了比较大的突破：高等普通专科教育向高等职业教育转轨。这种转轨使高等职业教育在一定程度上提高了层次，引起了社会的重视，从而使高等职业教育成为高等教育体系中的重要类型。高等职业教育的登堂入室，创造了一种有效的社会氛围，也反过来促使普通专科教育不得不重新审视自己所一贯坚持的教育思想和教学模式，正视自己所面临的问题，并抓住历史的机遇。换言之，普通专科改弦更张的内力和外力都已经具备了。这种转型，是一种全方位的转换，而不是局部的调整。它涉及培养目标的重新定位、教学模式的重新选择和教学

条件的有效变更。从培养目标上看,高等职业教育将更加突出人才规格的专业技能和岗位指向性;从教学模式上看,要着力体现专业设置的职业性、教学内容的实用性和教学过程的养成性;而从教学条件上看,则必须实现教学主体的双元化(即产业部门和教育部门的有效合作)、教师队伍的“双师身份”,并拥有完备的实训手段。只有在以上几个层面实现全面转型,高等职业教育才能培养出合格的人才。在这方面,德国的二元制教学模式、加拿大的以能力培养为中心的 CBE 教学模式、澳大利亚的 TAFE 职业教育模式以及国际劳工组织的 MES(职业技能模块组合)教学模式,都有值得我们借鉴的东西。

然而,比较发达国家的高等职业教育实践,我国的高等职业教育近年来并没有完全摆脱传统的学科教育模式的束缚,有的专业领域的高等职业教育与原来的普通专科教育相比,可谓换汤不换药。目前的旅游管理专业高等职业教育在很大程度上就是这样一种情况。中国在旅游管理专业实行高等职业教育是在全国职业教育工作会议召开后,与其他一些专业同时步入职业教育领域的。由于中国旅游管理专业的普通高等教育二十多年来所追寻的教育模式也一直是学科教育的模式,由于人们对旅游管理高等职业教育的性质认识不清,由于整个社会还不能建立起对旅游高等职业教育的有效支持机制,由于转型后的普通专科院校在实施职业教育时缺乏相应的软件和硬件条件,甚至由于一部分高等职业教育机构的办学动机错位等原因,脱胎于这种背景的职业教育,就自然难以脱离学科教育的定式,难免出现教育的低效率状况。其结果是导致这样一种局面:当前的旅游管理专业的高等职业教育不过是由一些“新生的”或“转型的”教育机构承办的传统的学科教育的翻版。这种翻版在教师的知识背景、教学设计的结构安排、教材的选择和使用以及实验室建设等方面都有所体现。这种教育模式的后果,不仅仅是教育资源的浪费和学生受教育机会的丧失,而且也是旅游产业发展机会的丧失。

解决这个问题,实际上是一个系统性的工程,非一朝一夕之功所能奏效。高等职业教育思想的改变,教师的培养,尤其是全社会的职业教育体制和机制的构建和完善,都需要一个过程。但是,这里也有可以马上做起的工作,那就是教材的建设。

教材是教育实施过程的重要载体之一。尽管教材建设也同样需要有成果的积累,但在一定情况下,教材建设的先进性、前瞻性和科学性是可以实现的。尤其是第二次世界大战以后发达国家在旅游教育领域所积累的经验,如职业教育和普通学科教育间的差别以及实现这种差别教育的制度性建设,在职业教育领域已经取得的多方面成果,在职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面形成的认识,在教材建设中所探索出的先进经验等,这些都可以成为今天我国旅游职业高等教育发展的基本参照和经验宝库。东北财经大学出版社现在推出的这套旅游与饭店管理专业高职高专教材,正是在这种认识和思想主导下完成的一个大动作。这套教材的问世,其意义将不仅仅局限在高职教学过程本身,而且还会产生巨大的牵动和示范效应,将对旅游与饭店管理专业高职教育的健康发展产生积极的推动作用。

推出的这套“高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系”，是在原“高等专科旅游管理专业系列教材”的基础上改版形成的。原专科教材由于定位准确、风格明显、作者队伍精干，已得到全国各大专院校的普遍认可。而为了适应蓬勃兴起的高等职业教育的需要，改版教材无论是在指导思想上还是在内容的组织上，又都做了彻底的调整。这套改版教材的编写，充分体现了全体编者对旅游与饭店高等职业教育规律和特征的认识，对旅游与饭店管理专业高等职业教育的规格、层次、教育对象的特点的把握，对职业教育与普通学科教育的区别的理解，以及对发达国家职业教育的借鉴。同时，这套教材也体现了我国高校教师在感受 20 世纪 90 年代世界范围内兴起的以满足旅游者个性化需求为导向的“新旅游”这一时代脉搏之后所做出的积极反应，从而使这套教材有了更超前的视野。这种独特而新颖的教材编写思路，最终还通过在教材形式建设上颇具匠心的处理而进一步得以体现，使这套教材成为一种能打破传统学科教学模式、适合高职教育的目标和学生特点，同时反映教材编写样式之世界潮流的全新的“换代型”教材。凡此种种，都足以说明这是一套有特殊奉献的高质量教材。坦率地说，这套教材的问世，应该是目前旅游与饭店管理专业高等职业教育领域的一件幸事。

本“新系”作为中国高等职业教育教材改革与创新的阶段性成果，不可避免地有其局限性，恳请广大专家、教师和读者们提出宝贵意见，以便通过修订，使之不断完善。

“高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系”

编写委员会

第三版前言

2007年《旅游景区服务与管理》(第二版)一书出版以后,被全国许多高职高专学校及大学相关专业采用为教材,获得了一定的好评,并在2009年10月中国旅游协会旅游教育分会的“全国首届优秀旅游教材评选”活动中被评为优秀旅游教材,这是对我们工作的一种肯定。同时,也有许多专家和学者就教材的内容和安排都提出了不少建设性的意见。2010年,东北财经大学出版社提出再次修订该书,本书就是在第二版的基础之上修改而成的。

本书沿用了第二版的框架,从景区管理和景区服务的关系以及两者在景区发展中所起的作用入手,主要内容包括景区基础知识、景区服务、景区管理三大部分,共十四章。第一部分讲述景区的相关知识,以及景区管理与景区服务的相互关系;第二部分讲述与景区有关的各种服务,包括解说、接待、娱乐、购物等服务;第三部分讲述景区管理中主要的几个方面,包括营销、财务、人力资源、设施设备、标准化等管理,对于社区管理和安全管理这些近年来景区面临的突出的新问题,本书结合实践工作经验及研究成果进行论述,期待能够有所突破。

为方便教学,本书第三版为主教材配制了PPT电子教学课件和“章后习题参考答案与提示”。使用本教材的任课教师可登录东北财经大学出版社网站(www.dufep.cn)查询或下载这些网上教学资源。

本书的写作基本沿用第二版的原班人马,是集体共同努力的结果,这些人员来自全国各地。本书仍由姜若愚担任主编,李鹏担任副主编。姜若愚、李鹏负责设计全书整体框架、写作大纲、组织编写与最后统稿。各章的具体分工如下:云南旅游规划研究院姜若愚编写第1章;河北旅游职业学院冯春燕编写第2章、第5章和第9章;聊城大学刘建峰编写第3章、第4章和第6章;广西北海市中等职业技术学校徐广辉编写第7章、第8章及综合案例;安徽农业大学张一群编写第10章、第11章;云南大学李鹏编写第12章、第13章、第14章。在第二版的编写过程中,丛宁、郑彪、刘相军、余超参加了部分章节的编写工作和艰苦的资料收集整理、文字校对、排版等工作。在第三版的编写过程中,冯艳滨参与了全书的编写和修改工作。

在本书的编写过程中,参考了大量国内外的文献,在此深表感谢。同时,对东北财经大学出版社许景行编审为本书的出版付出的辛勤劳动,我们特表示诚挚的

谢意。

希望各位专家和读者不吝赐教，以利于我们在以后的修改中进一步完善和改进，使得我们的编写水平和教材编写质量更上一层楼。

编 者

2011 年 2 月于昆明

目 录

第1章 概 论 / 1

□ 学习目标 / 1

1.1 旅游景区概述 / 3

1.2 旅游景区管理 / 8

1.3 旅游景区服务 / 11

1.4 旅游景区管理与服务的关系 / 13

1.5 本书的逻辑框架 / 14

※ 本章小结 / 15

※ 主要概念与观念 / 15

※ 基本训练 / 16

※ 观念应用 / 17

第2章 旅游景区接待服务 / 18

□ 学习目标 / 18

2.1 旅游景区接待服务概述 / 19

2.2 旅游景区入门接待服务 / 23

2.3 游客投诉与抱怨受理服务 / 31

※ 本章小结 / 38

※ 主要概念与观念 / 38

※ 基本训练 / 39

※ 观念应用 / 40

第3章 旅游解说服务 / 42

□ 学习目标 / 42

3.1 旅游解说服务概述 / 43

	3.2 旅游解说服务规划 / 47
	3.3 导游解说服务 / 52
	3.4 自助式解说服务 / 57
※	本章小结 / 64
※	主要概念与观念 / 65
※	基本训练 / 65
※	观念应用 / 66
第4章	旅游景区娱乐服务 / 69
	□ 学习目标 / 69
	4.1 旅游景区娱乐服务概述 / 70
	4.2 旅游景区娱乐服务策划 / 74
	4.3 旅游景区娱乐服务运作 / 79
	4.4 旅游景区娱乐服务管理 / 81
※	本章小结 / 83
※	主要概念与观念 / 84
※	基本训练 / 84
※	观念应用 / 85
第5章	旅游景区购物服务 / 89
	□ 学习目标 / 89
	5.1 旅游景区购物商品概述 / 91
	5.2 旅游景区购物商品销售 / 96
	5.3 旅游景区购物服务策略 / 101
※	本章小结 / 106
※	主要概念与观念 / 106
※	基本训练 / 106
※	观念应用 / 108
第6章	旅游景区辅助服务 / 110
	□ 学习目标 / 110
	6.1 旅游景区交通服务 / 111
	6.2 旅游景区餐饮服务 / 116

	6.3 旅游景区住宿服务 / 122
	6.4 旅游景区其他辅助服务 / 124
※	本章小结 / 126
※	主要概念与观念 / 126
※	基本训练 / 126
※	观念应用 / 127
第7章	旅游景区营销管理 / 130
	□ 学习目标 / 130
	7.1 旅游景区营销环境 / 131
	7.2 旅游景区市场调查与预测 / 133
	7.3 旅游景区市场细分、定位 / 138
	7.4 旅游景区新产品开发 / 141
	7.5 旅游景区营销渠道及促销策略 / 143
	7.6 旅游景区营销创新 / 144
※	本章小结 / 148
※	主要概念与观念 / 148
※	基本训练 / 148
※	观念应用 / 149
第8章	旅游景区人力资源管理 / 151
	□ 学习目标 / 151
	8.1 旅游景区人力资源配置 / 153
	8.2 旅游景区人力资源开发 / 156
	8.3 旅游景区人力资源考核 / 162
	8.4 旅游景区人力资源激励 / 165
※	本章小结 / 168
※	主要概念与观念 / 168
※	基本训练 / 169
※	观念应用 / 170
第9章	旅游景区财务管理 / 171
	□ 学习目标 / 171

	9.1 旅游景区财务管理概述 / 173
	9.2 旅游景区筹资和投资管理 / 175
	9.3 旅游景区资产管理 / 180
	9.4 旅游景区成本费用管理 / 185
	9.5 旅游景区收入和利润管理 / 188
	9.6 旅游景区财务分析 / 192
美	本章小结 / 195
美	主要概念与观念 / 196
美	基本训练 / 196
美	观念应用 / 197
第10章	旅游景区设施设备管理 / 199
	□ 学习目标 / 199
	10.1 旅游景区设施设备管理概述 / 200
	10.2 旅游景区设施的类型及要求 / 202
	10.3 景区设施设备的全过程管理 / 210
美	本章小结 / 215
美	主要概念与观念 / 215
美	基本训练 / 215
美	观念应用 / 216
第11章	旅游景区安全管理 / 218
	□ 学习目标 / 218
	11.1 旅游景区安全管理概述 / 219
	11.2 旅游景区安全事故的表现形态及类型 / 223
	11.3 旅游景区安全的控制与管理 / 229
	11.4 旅游景区常见安全事故的处理 / 241
美	本章小结 / 243
美	主要概念与观念 / 244
美	基本训练 / 244
美	观念应用 / 245

第 12 章	旅游景区资源与环境管理 / 247
	□ 学习目标 / 247
	12.1 概述 / 248
	12.2 旅游景区资源开发管理 / 251
	12.3 旅游景区资源保护管理 / 253
	12.4 旅游景区环境质量管理 / 254
	12.5 旅游景区环境卫生管理 / 259
※	本章小结 / 262
※	主要概念与观念 / 262
※	基本训练 / 262
※	观念应用 / 263
第 13 章	旅游社区管理 / 265
	□ 学习目标 / 265
	13.1 旅游社区管理概述 / 267
	13.2 旅游社区管理主体 / 268
	13.3 旅游社区管理内容 / 274
	13.4 旅游社区管理方式 / 278
※	本章小结 / 280
※	主要概念与观念 / 280
※	基本训练 / 280
※	观念应用 / 282
第 14 章	旅游景区的标准化化管理 / 283
	□ 学习目标 / 283
	14.1 景区标准化化管理概况 / 285
	14.2 景区管理的国际标准体系 / 289
	14.3 我国的景区标准化化管理 / 299
※	本章小结 / 303
※	主要概念与观念 / 303
※	基本训练 / 303
※	观念应用 / 304

综合案例 / 306

主要参考文献 / 313



第1章

概 论

学习目标

通过本章学习，应该达到以下目标：

知识目标：掌握旅游景区的定义、要点、分类及特征；掌握旅游景区服务的概念及要素；理解旅游景区管理与景区服务的关系；了解本书的内容构建思路。

技能目标：能够运用旅游景区的基本知识，对各种旅游景区进行区分，对一个景区内的管理职能和服务进行区分。

能力目标：能够依据本章所介绍的知识，对不同类型景区的管理特点和服务进行比较分析，并能动态分析旅游景区出现的新特点和发展趋势。

引例

中国旅游景区发展趋势

旅游景区逐渐成为中国旅游业的主体，其发展现状和发展趋势对于中国旅游产业的发展具有越来越重要的影响。

1. 旅游景区数量增加，占据旅游产业半壁江山

截止到2006年1月，中国大陆已有各类旅游景区约2.8万个，其中，A级旅游景区1401个，国家重点风景名胜区187个，自然保护区154个，国家森林公园565个，国家地质公园105个，工农业旅游示范点306个，列入《世界遗产名录》的自然文化遗产31个。同时，中国大陆目前有星级酒店约1.2万家，旅行社约1.6万家，从数量上讲，旅游景区已经占据旅游业的半壁江山。

2. 旅游景区投资将超过酒店投资，成为旅游业内最大的投资领域

中国旅游产业规模如下：2006年总投资为27 703亿元人民币，其中直接投资为4 768亿元人民币，资本投资达到10 580亿元人民币，占总投资的9.9%，到2016年总投资将增加到33 294亿元人民币（WTTC数据提供）。其中，旅游景区总量从2003年占投资总量的12%发展到2005年的25%~28%，到2006年超过了30%，旅游景区投资逐渐成为主要的投资领域。一些地区对旅游业投资的测算情况表明，实际旅游投资数额，如果包括为旅游配套的其他投入的话，比例会更大，预计在未来10年内景区投资将超过酒店投资，成为旅游业内最大的投资领域。

3. 旅游景区投资成为具有行业引导性的投资行为

以区域开发和产业经济开发为主要特征,以重点旅游景区景点的开发为龙头,带动旅游景区和其他旅游分支,如基础建设、交通、酒店、娱乐、餐饮等方面,成为近几年来中国大陆各地政府和大型旅游投资开发商主要采取的投资方式。

例如,大连万达集团,在昆明滇池国家旅游区内投入了30多亿元,开发的项目包括大型游乐园、高尔夫球场、园林五星级酒店、风情小镇等在内的兼具第一居所和第二居所功能的大型综合度假休闲社区。天津东方国际游艇会,投资53亿元;天津海滨旅游度假区扩建工程,投资60亿元;“新西湖”国际休闲度假项目,投资25亿元;重庆长江广阳岛国际休闲旅游度假区,投资60亿元等等。诸如此类的项目,涵盖旅游各个要素,往往成为所在地方发展旅游产业、拉动地方经济的重要方式,甚至成为旅游产业的龙头项目,行业引导作用明显。

4. 资本意识对于旅游景区投资影响更加明显

首先是从社会大型基建配套项目和配套资金方面考虑旅游功能和旅游概念,国家支持的项目或者财政支持的旅游开发项目更多是通过旅游景区表现出来,如宁波旅游建设。其次是大型、国家级项目或者活动除核心项目是由政府引导和主持投资外,其他内容由资本决定,而旅游内容逐步成为不可缺少的部分,如沈阳世博会、杭州世界休闲大会、长春亚冬会等,无论在市场推广还是产品设计方面,无不体现资本运作对旅游产业和旅游景区景点的倾向性。

5. 旅游景区利润和经营状况

根据不完全统计,旅游景区景点的平均利润率最高为24%,部分旅游景区净资产回报率达到60%,远高于酒店业8%~10%、旅行社业2%~4%的行业表现。根据国家旅游局发布的《中国旅游投资报告2006》显示,旅游景区在各个财务指标和股市中的表现都好于其他旅游行业,为改善中国大陆地区旅游企业整体财务状况和进行资本运作提供了明显的支持。

6. 综合性投资行为成为旅游产业投资,特别是旅游景区景点投资的重要形式之一

以传统历史文化为基础,以自然山水为背景,融入现代旅游要素,结合农业和农村发展,结合小城镇建设、新农村建设、旅游小镇建设、生态环境建设等方面内容,综合发展区域性旅游产业是近两年来旅游投资,特别是景区投资主要使用的方法。

7. 投资主体多元化

(1) 资本主体多元化

国内主要的大型旅游集团,如国旅、中旅、首旅、青旅、陕旅等,分别成立了景区方向的景区投资公司、景区管理公司和投资总部,并参与了若干大型项目的开发,如长春影视城、海南南山景区、宁夏沙湖等项目,并不断扩大在旅游景区景点的投入。各地纷纷成立了省级的旅游投资开发公司,进行旅游产业的开发,重点同样是旅游景区景点,如云南旅游投资开发公司和吉林旅游投资开发公司。

另一方面,一些不以旅游为主业的企业或集团,如水泥、钢铁、房地产、钾肥、焦炭、烟草、金融等机构和组织,也逐步介入了旅游景区开发,并且已经成为重要的旅游投资开发商。

(2) 资本构成多元化

旅游景区景点的投资,除了自有资金、正常的银行信贷和政府政策性支持外,证券化、项目融资模式、风险基金、金融控股等形式正逐渐成为投资开发的重要资本运作手段。

除国有资本外,国际资本也在介入,并且逐步从酒店业向景区景点延伸。国有和私有资本进行合作,国内和国际资本进行合作,是另一个明显的特征。

8. 政府和社会关注程度提高

中央和地方省市级关于旅游产业发展和旅游行业管理的文件、政策、法规等不断出台,社会发展规划和政府工作报告中关于旅游发展的内容逐渐增多,省市级旅游部门负责人参与地方整体决策过程等,无不显示出各级政府对旅游的关注程度越来越高。

中国旅游投资洽谈会已经连续举办了两年,随会发布的中国旅游投资报告质量不断提升,对于促进旅游投资起到了积极作用。

中国旅游景区自进行等级评定后,首次进行五A级旅游景区评选的试点工作,这意味着一批能够代表中国旅游景区最高水准的景区将呈现在社会面前,也意味着中国旅游投资特别是旅游景区/目的地投资进入了一个新的阶段。

资料来源 叶昊:《中国旅游景区发展趋势》, http://www.zju-polyucenter.org/news_show.asp?id=380, 2007-11-15, 有改动。

上述引例告诉我们,随着旅游业的发展,作为旅游业主要部门的旅游景区也在迅速发展,而且出现了许多新的特点和发展趋势。对旅游景区必须有一个基本认识才能更加深入地理解景区服务与管理。本章主要从宏观视角讨论旅游景区、景区服务、景区管理的基本概念和相关理论。

1.1 旅游景区概述

到目前为止,国内外均没有一个一致认可的景区定义,且不少名词又易于与景区概念混淆。根据这一现状,我们从权威的景区定义入手,分析景区的分类和特点,并阐述景区发展的历程和发展趋势。

1.1.1 景区的概念

1) 景区的定义

到目前为止,国内外对于景区的定义存在很大的争议,没有一个一致认可的景区定义,许多教材和著作都提出了各自的定义。为了便于理解,本书采用国家旅游局与国家技术监督局联合发布的《旅游区(点)质量等级的划分与评定》所提出的定义:景区是以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的空间或地域,具