



高职高专旅游管理专业规划教材

旅游景区管理

李洪波 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



高职高专旅游管理专业规划教材

旅游景区管理

主 编 李洪波

参 编 蒋 艳 田晓霞 蒋长春
陈金华 黄安民



机械工业出版社

“旅游景区管理”在我国旅游高等教育中还是一门较新的课程。本教材是在作者几年的教学积累的基础上合作而成的，共分十一章。作者在编写过程中没有按照传统的功能管理部门进行景区管理范畴的划分，而是以两个系统，即旅游景区系统和旅游景区环境系统为主要思路，且辅之以旅游景区营销管理（第七章）、旅游景区的标准化（第十章）以及景区信息系统管理（第十一章）进行编写的。教材运用了一些现代管理学的基本观点，强调对与景区相关的人群的管理是景区管理工作的最主要的部分。在第八章中引入了“三种生产理论”、“冲突与和协理论”等新的理论思想。

本书可作为高等学校旅游类专业的教科书及旅游景区管理培训班教材，也可供社会读者阅读。

图书在版编目（CIP）数据

旅游景区管理/李洪波主编. —北京：机械工业出版社，2004.5

高职高专旅游管理专业规划教材

ISBN 7-111-14488-0

I. 旅… II. 李… III. 旅游点-管理-高等学校：技术学校-教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2004）第 045142 号

机械工业出版社（北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037）

策划编辑：曹俊玲 责任编辑：孔文梅 吴柏青

责任印制：李 妍

北京蓝海印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2004 年 7 月第 1 版·第 1 次印刷

1000mm×1400mm B5·10.25 印张·375 千字

定价：25.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换
本社购书热线电话（010）68993821、88379646

封面无防伪标均为盗版

高职高专旅游管理示范 专业教材编审委员会

顾问 杜江 卢昌崇 赵黎明 田里 李昕

主任委员 郑向敏

副主任委员 (以姓氏笔画为序)

刁宗广 范黎光 罗金铭 单凤儒 钱理文

曹俊玲

秘书 黄安民
委员 (以姓氏笔画为序)

石强 石建辉 田金霞 刘力 陈雪琼

陈玉峰 李祝舜 李洪波 沈时仁 汪京强

张利民 宝胜 林江珠 周凤杰 柳素芬

袁正新 蒋长春 舒惠芳 蔡宗和

前 言

旅游景区是旅游业发展的基础之一。旅游业的发展从一定意义上说就是进行旅游景区的开发和建设。我国的旅游业发展势头迅猛，旅游景区大型化、商业化、体制多样化趋势明显。为了适应市场的需求，许多著名的风景名胜区已经实现了集团化。外资也开始渗透到我国的旅游景区建设当中。

然而，迅猛的发展不可否认地带来了许多问题：过度开发，超量、超时接待，旅游质量下降等问题日趋明显。旅游景区体制也处在转型期，如何界定旅游景区，应采取什么样的经营管理模式，所有制改革的问题等都已经摆在我们的面前。

过去，行政手段是我国对旅游景区的主要管理方法。旅游景区管理体制与管理方法并没有引起人们的足够重视。而这方面的研究也是近几年才受到学者们的关注。

前些年，我国高等学校旅游教育主要以旅游经济管理，旅游企业管理及旅游开发、规划等课程为主。旅游景区只是其中的一部分，并未形成一门独立的课程。从这个意义上说，作为一门独立的课程，“旅游景区管理”还是一门新课。

《旅游景区管理》一书就是在这样的背景下编写而成的。本书的主要内容包括：旅游景区的基本概念、旅游景区管理概述、旅游景区的游客行为管理、旅游景区管理者的管理、旅游景区经营行为及开发管理、旅游景区与当地居民的关系、旅游景区营销管理、旅游景区的环境管理、旅游景区的安全管理等。本书的主要特点，其一是以旅游景区系统和旅游景区环境系统为主要思路，将旅游景区营销管理、信息管理等作为旅游景区管理的辅助内容，而传统的方法则是按企业管理的部门或功能进行论述的。其二是强调对景区内相关人群的管理，因为在旅游景区中人是活跃的因素，对景区发展变化产生的影响最大。其三是在旅游景区环境管理中，作者引入了一些较新的理论知识：①“三种生产理论”，即物质生产、人口生产和环境生产；②界面活动控制论；③冲突协同理论。试图将这些理论运用于旅游景区环境管理中，使学生能够掌握一些较新的理论知识。

管理类教材中的一些常见内容，如财务管理、战略管理等在本书中基本没有阐述。我们认为这些知识是通用的，学生在学习《管理学》课程中是可以学习到的。还有一些内容，如环境评价的具体内容和方法，在书中也没有展开论述。这是由于，具体的环境评价内容和方法，国家有明确的规定，教师在教学过程中可以参考相关法律和法规等。

本书的第一、二、七、八、九章由华侨大学李洪波执笔；第三、六两章由浙江教育学院蒋艳执笔；第四、五两章由南开大学国际商学院田晓霞执笔；第十章由莆田学院蒋长春执笔；第十一章由华侨大学陈金华执笔；华侨大学黄安民参与了第七、九两章的编写。全书由李洪波统一修改定稿。华侨大学旅游系娄军、陈隆、周爱民等同学也做了大量的辅助工作。

由于我们的水平有限，书中错误与不足难免，敬请各位专家、学者批评指正。

编 者

目 录

前言

第一章 关于旅游景区.....1

第一节 旅游景区的基本概念.....1

第二节 旅游景区的构成要素.....5

第三节 旅游景区系统.....9

第四节 旅游景区的发展和变化.....12

思考题.....14

第二章 旅游景区管理概述.....15

第一节 旅游景区管理的理论 基础.....15

第二节 旅游景区管理的基本 内容.....17

第三节 旅游景区管理目标 及机构设置.....19

第四节 旅游景区管理的 基本程序.....24

思考题.....27

第三章 旅游景区的游客 行为管理.....28

第一节 旅游景区内游客 行为分析.....28

第二节 游客的管理方法.....31

第三节 正确引导游客的行为.....33

第四节 游客与管理者 关系的分析.....38

思考题.....41

第四章 旅游景区管理者的管理.....43

第一节 旅游景区管理者队伍 的素质要求.....43

第二节 人力资源管理.....45

第三节 旅游景区服务质量管理.....55

思考题.....58

第五章 旅游景区经营行为及 开发管理.....59

第一节 旅游景区开发与 保护的关系.....59

第二节 关于风景名胜区管理 主体的问题.....61

第三节 旅游景区经营行为管理.....63

第四节 旅游景区旅游资源管理.....65

思考题.....67

第六章 旅游景区与当地 居民的关系.....68

第一节 当地居民在旅游景区的 地位分析.....68

第二节 当地居民与游客的文化 冲突与融合.....70

第三节 旅游景区中当地居民的 权利与利益.....73

第四节 旅游景区中当地居民的 行为管理.....79

思考题.....83

第七章 旅游景区营销管理.....84

第一节 旅游景区营销管理的 基本理论.....84

第二节 旅游景区市场调查 与分析.....86

第三节 旅游景区市场分析.....99

第四节	旅游景区市场的细分 与定位	103
第五节	旅游景区市场的 预测方法	107
第六节	旅游景区产品的 创新开发	126
第七节	旅游景区主题 产品策划	132
	思考题	134
第八章	旅游景区的环境管理	135
第一节	旅游景区环境系统	135
第二节	环境管理中的 基本理论	144
第三节	旅游环境管理的对象、 内容与手段	152
第四节	旅游环境管理的技术 支持和保证	157
第五节	旅游景区环境评价 概述	171
第六节	可持续发展的基本 理论	179
第七节	旅游景区的可持续 发展	182
	思考题	200
第九章	旅游景区的安全管理	201
第一节	旅游景区安全范畴	201
第二节	灾害防治与管理	204
	思考题	216
第十章	旅游景区的	

	标准化管理	217
第一节	旅游景区标准化管理工 作的背景与基本内容	217
第二节	旅游区标准化工作 现状及发展趋势	223
第三节	国际标准质量认证体 系 ISO9000 和 ISO14000	225
第四节	旅游景区的国际 标准化管理	228
	思考题	233
第十一章	景区信息系统管理	234
第一节	景区信息系统管理 概况	234
第二节	地理信息系统在景区 管理中的应用	240
第三节	景区地理信息系统的 设计与建立	244
第四节	案例分析——基于 SuperMap2000 的旅游 信息系统开发与实践	247
	思考题	252
附录		253
附录 A	旅游区(点)质量等级评 定有关文件	253
附录 B	旅游景区服务质量标准 与操作规范	284
附录 C	风景名胜区管理 有关文件	311

第一章 关于旅游景区

学习目标 通过本章的学习,了解旅游景区的基本概念和特征;了解旅游景区的构成要素及基本特征;掌握旅游景区的发展变化及生命周期。

主要内容

1. 旅游景区的基本概念
2. 国内外旅游景区比较
3. 旅游景区的构成要素
4. 旅游景区系统

第一节 旅游景区的基本概念

一、国外旅游景区的基本概念

目前,只能完全确定一点,即旅游景区是旅游业中一个主要的复杂的组成部分。但对于什么是旅游景区却很难达成共识,论述也不多,界定范畴存在一定的困难。苏格兰旅游委员会认为景区是“一个长久性的旅游目的地。其主要目的是让公众得到消遣的机会,做感兴趣的事情,或受到教育,而不仅仅是一个零售点、一处体育竞赛场地、一场演出或一部电影。游览地点在其开放期间,应不需要预订,公众可随时进入。游览地点不仅能够吸引旅游者和一日游者,而且要对当地居民有吸引力”。梅得尔敦(Middleton, 1988)的定义是:一个指定的长久性的,由专人管理经营的,为出游者提供享受、消遣、娱乐、受教育机会的地方。而史蒂文斯(Stevens, 1990)认为景区应该是有特色活动的地点、场所或集中地,应该具备以下特点:

- (1) 吸引旅游者和当地居民来游览,并为此而经营。
- (2) 为顾客提供获得轻松经历的机会和消遣的方式,使他们度过闲暇时间。
- (3) 尽量发挥其潜在能力。
- (4) 按旅游需求进行管理,使顾客得以满足。
- (5) 按游客的要求、需要和兴趣,提供相应水准的设施和服务。

从实际情况看,在国外旅游研究中很少使用“旅游景区”这一概念,而更

多的是用“旅游目的地”来表达。所以,从某种意义上说,国际上的“旅游景区”和“旅游目的地”是有重叠的。

二、国内旅游景区的基本概念

在国内旅游研究中,有如下几个相关概念:旅游目的地;风景名胜区;旅游区(点)等。

1. 旅游目的地

“旅游目的地”这一概念虽然常常被使用,但目前在国内尚无完整的定义。英国学者D·布哈利斯认为:“旅游目的地是一个特定的地理区域,被旅游者公认为是一个完整的整体,有统一的旅游业管理与规划的政策,司法框架,也就是说由统一的目的地管理机构进行管理的区域”。而C·G霍洛韦则是这样界定旅游目的地的:“一个目的地可以是一个具体的风景名胜区,或者是一个城镇,一个国家内某个地区,整个国家,甚至是地球上一片更大的地方。”

不难看出,旅游目的地具有如下特点:①旅游目的地是一个大尺度的地理区域概念;②旅游目的地包括了旅游业发展所需要的各要素。如资源、设施及服务;③旅游目的地多依附于一定的城市(镇)而城市(镇)也往往成为旅游吸引物的一部分;④旅游目的地不具有完全的旅游规定性,即,其资源、设施及服务不一定专为旅客所使用,当地居民同样有权享用。

旅游目的地可分为城市型旅游目的地和景点型旅游目的地。

2. 风景名胜区

1985年我国国务院颁布的《风景名胜区管理暂行条例》中规定:“风景名胜区系指具有欣赏、文化或科学价值,自然景观、人文景观比较集中,环境优美,具有一定规模和范围,可供人们游览、休息或进行科学、文化活动的地域”。

风景名胜区应具有如下特点:①优美的环境;②自然景观与人文景观较集中;③自然景观与人文景观具有游览、科学、文化及历史价值;④有可供游客游览、休息或进行科学文化活动的空间及设施;⑤有法定的空间范围。

3. 旅游区

中华人民共和国国家标准《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T17775—1999)中规定:旅游区是经县级以上(含县级)行政管理部门批准成立,有统一管理机构,范围明确,具有参观、游览、度假、康乐、求知等功能,并提供相应旅游服务设施的独立单位。

因此,旅游区应具有如下特点:①具有较集中的旅游吸引物;②具有较完善的旅游服务设施、设备;③具有完善的公共设施;④具有完全的旅游规定性;⑤具有一定的空间尺度;⑥具有一定的经营功能。

三、旅游景区的概念、条件、类型及特征

1. 旅游景区的概念

从以上分析可以看出,旅游目的地、旅游区、风景名胜区之间既有区别,又有相似之处。

从范畴上说,旅游目的地最为广泛,其次是旅游区,最后是风景名胜区,依次包含。

本章所讨论的旅游景区,是指以自然景观和人文景观等公共资源为依托的自然景观类旅游景区和人文景观类旅游景区,不包括城市(镇)中的中心花园、小型公园、人造景区等主题公园。

2. 旅游景区应当具备的条件

(1) 具有统一的管理机构。即每个旅游景区,有且仅有一个管理主体,对景区内的资源开发,经营服务进行统一的管理。它是旅游景区经营的主体,服务的提供者。它可能是政府机构,或是具有部分政府职能的事业单位,也可能是独立的法人企业。由于政府机构不能进行商业运作,所以,以政府机构为主体的旅游景区必须以一种变通的形式进行,而政府主要以宏观调控为主。管理主体与经营主体是有区别的。

(2) 空间或地域范围确定,有固定的经营服务场所。空间范围明确,服务空间常表现为其门票范围。

(3) 旅游景区应具有吸引游客的吸引物和资源基础,游客可以以各种不同的形式进行旅游,如:参观、游览、教育、求知等。

(4) 旅游景区必须具有必要的旅游设施,提供相应的旅游服务。资源设施与服务构成旅游景区产品,也是景区旅游功能的载体。没有旅游设施与服务,旅游活动就不可能实现。

(5) 旅游景区在旅游经营上应该是一个独立的单位,即,既包括空间场所的独立,也包括职能的独立。也就是说,旅游景区要有专门的人、财、物、场所为景区经营服务。

3. 旅游景区类型

旅游景区类型多种多样,分类方法也很多,如按资源类型、经营类型、旅游功能等。但任何一种分类都是不严密的,不具备实际运用价值。本文中讨论的旅游景区可能会是不同级别的风景区、风景名胜、森林公园、自然保护区、世界自然及遗产地等等,但不包括诸如人造的城市公园、花园等。

4. 旅游景区特征

(1) 综合性。多数旅游景区都是由不同要素构成的,这些要素在旅游行为

发生前就已经到位。这些要素在不同类型的旅游景区,不同的文化、经济、环境背景下相互组合构成旅游景区。

综合性还有一个重要内涵,这就是构成旅游景区的每一个要素的质量都必须是相一致的,任何一个要素质量的低劣,都会破坏旅客的旅游质量,造成低质量的旅游活动。

(2) 不可分性。旅游活动发生的同时也发生了消费行为,这是旅游活动的特征之一。对于旅游景区而言亦是如此。旅游景区是旅游行为发生的场所,也是消费行为发生的地方。也就是说游客必须亲身经历,才能形成真正意义上的旅游行为,这与其他许多商品及服务是不同的。

一般而言,旅游多发生在具有独特性及环境脆弱的区域,旅游景区容易受到来自旅游发展造成的压力所产生的损害。另外,由于旅游的季节性,使得旅游景区的压力强度更大。

此外,有一些旅游景区,由于季节性原因,不可能充分利用其资源,就需要在旅游旺季充分利用设施、设备,获取最大效益,以平衡费用。

(3) 多用途性。旅游景区的设施、设备在整个一年中,不仅为当地居民和工作人员所用,也供游客临时使用。旅游景区的多用途性意味着我们可以通过观察企业是专为游客服务,或专为当地居民服务或兼而有之,来分类目的地服务企业。事实上,除了完全以旅游为目的所建设的风景区(如主题公园)可以被认为是纯粹为旅客服务外,大多数旅游景区都是多用途的,甚至,在有些旅游景区,游客倒成了最不起眼的景区使用者。如,在海岸地带,旅游就是与其他方式共同使用当地资源的(诸如:发电、渔业等),而乡村旅游则是与自然保护、农业及林业共同发展的。在这类旅游景区有时也会出现旅游(者)与其他利用者之间的矛盾。

为了解决这些矛盾就需要认真规划旅游活动:

- 1) 及时调整旅游时间。
- 2) 规划旅游区域。
- 3) 制定管理计划,减轻压力,减少矛盾。
- 4) 了解不同利益群体的需求。
- 5) 进行以社区为基础的旅游规划,以便与社区利益相符。
- 6) 加强与当地居民的沟通。
- 7) 制定游客行为规范。

(4) 动态性。旅游景区的动态性包括了三层含义:第一,游客必然会考虑是否值得花时间和金钱去某个景区旅游,且不同文化背景的人群对景区的认识不同。所以,我们可以认为旅游景区是一种文化认识与评估。第二,旅游景区

可以从无到有,同时还符合产品生命周期的规律。有些区域在过去是些令人恐惧的地方,如原始森林、雪山等,许多都市中建起的公园、游乐场等,都是随着社会、经济的发展逐渐变为旅游景区的。而景区的一些产品也随着人们品味的改变而改变,甚至消失。第三,由于自然条件的限制和影响,不同景区可以开发出具有自身特色的产品。正因为如此,也就造成了许多旅游景区的旅游季节性,因此,旅游景区的经营及管理也处在一种动态中。

第二节 旅游景区的构成要素

一、旅游景区构成的要素分析

通过前面的论述,我们已经知道一个旅游景区的存在是有条件的,一座寺院、一个纪念碑可能吸引人,但却不能被视为旅游景区。这就是说,一个旅游景区是由许多要素构成的,这些要素被有机地组合在一起,形成旅游景区,并且使其正常运作。

旅游景区的构成要素分两类:① 资源要素;② 非资源要素。

二、旅游景区构成要素

1、旅游景区构成的资源要素

旅游景区构成的资源要素是旅游景区的基础,包括:旅游吸引物、旅游设施及旅游服务。

(1) 旅游吸引物。旅游吸引物是指赋存于旅游景区空间范围内、对游客产生吸引力的资源,包括自然类型及人文类型。这些资源经过开发和经营可以转变为旅游产品,供旅游者消费。当然每一个旅游景区都有自己的特点,体现于旅游资源的赋存状况中。

根据我国最新的旅游资源分类及调查与评价标准,旅游景区旅游资源可分为8个主类,如表1-1所示。

表 1-1 旅游资源分类表

主 类	亚 类	基 本 类 型
A 地 文 景 观	AA 地质过程形迹	AAA 断层 AAB 褶曲 AAC 节理 AAD 地层剖面 AAE 生物化石点
	AB 造型山体与石体	ABA 凸峰 ABB 峰林(丛) ABC 独立山石 ABD 造形山 ABE 象形石 ABF 奇特石 ABG 岩与陡崖
	AC 蚀余景观	ACA 石林 ACB 土林 ACC 沟壑地 ACD 丹霞 ACE 雅丹

(续)

主 类	亚 类	基本类型
A 地文 景观	AD 自然灾害遗迹	ADA 滑坡体 ADB 泥石流堆积 ADC 地震遗迹 ADD 山崩堆积 ADE 冰川活动遗迹
	AE 沙石地	AEA 沙丘地 AEB 沙地 AEC 戈壁 AED 沙滩 AEE 砾石滩
	AF 岛礁	AFA 岛屿 AFB 礁
	AG 洞穴	AGA 地下石洞 AGB 堆石洞 AGC 穿洞与天生桥 AGD 落水洞 与竖井 AGE 人工洞穴
B 水域 风光	BA 河段	BAA 峡谷 BAB 宽谷 BAC 河曲
	BB 湖泊与池沼	BBA 湖泊 BBB 沼泽 BBC 潭地
	BC 瀑布	BCA 悬瀑 BCB 跌水
	BD 泉	BDA 单泉 BDB 泉群
	BE 冰雪地	BEA 冰川 BEB 冰盖与冰原 BEC 积雪地
C 生物 景观	CA 树木	CAA 树(森)林 CAB 独树 CAC 丛树(林)
	CB 花卉地	CBA 花卉群落
	CC 草原与草地	CCA 草甸 CCB 草原和草地
	CD 动物栖息地	CDA 水生动物栖息地 CDB 哺乳动物栖息地 CDC 鸟类栖息地 CDD 爬行动物栖息地 CDE 蝶类栖息地
D 自然 景象	DA 天象与气象	DAA 彩虹 DAB 极光 DAC 佛光 DAD 霞光
	DB 天气与气候	DBA 云海 DBB 雾区 DBC 雾凇 DBD 雨凇 DBE 海市蜃楼 DBF 极端气候显示地
	DC 水文现象	DCA 海潮 DCB 波浪
	DD 自然现象与自然事件	DDA 动物活动事件 DDB 植物物候景观 DDC 特殊自然现象 DDD 垂直自然带
E 遗址 遗物	EA 史前人类活动遗址	EAA 文化层 EAB 文物散落地
	EB 历史事件发生地	EBA 事件发生地 EBB 惨案发生地
	EC 居住地遗址	ECA 原始村落或活动地 ECB 洞居遗址 ECC 地穴遗址 ECD 古 崖居
	ED 生产地遗址	EDA 矿址 EDB 窑址 EDC 冶炼场址 EDD 工艺作坊址
	EE 军事遗址	EEA 长城 EEB 城(堡) EEC 烽燧 EED 战场遗址 EEE 地道 遗址
	EF 商贸遗址	EFA 海关遗址 EFB 古会馆 EFC 古商号
	EG 科学教育文化遗址	EGA 古书院学堂 EGB 科教实验场所遗址 EGC 园林遗址
	EH 交通通信遗址	EHA 古驿(邮)道 EHB 废驿(邮)站 EHC 古栈道
	EI 水工遗址	EIA 废港口 EIB 古运河 EIC 古水渠 EID 古井 EIE 古灌区 EIF 废堤坝 EIG 废堤水工程
F 建筑 与设施	FA 军事设防构筑物	FAA 军事指挥所 FAB 地道 FAC 地穴 FAD 军事实验地
	FB 宗教与礼制活动场所	FBA 寺院 FBB 宗祠 FBC 祭坛 FBD 祭祀地
	FC 艺术与附属景观建筑	FCA 塔 FCB 塔形建筑物 FCC 殿、厅(堂) FCD 楼阁 FCE 石窟 FCF 摩崖字画 FCG 雕塑 FCH 牌坊 FCI 戏台 FCJ 碑碣 (林) FCK 阙 FCL 廊 FCM 亭 FCN 榭 FCO 表 FCP 舫 FCQ 影壁 FCR 经幢 FCS 广场 FCT 喷泉 FCU 观景地 FCV 地 方标志性建筑
	FD 归葬	FDA 陵寝陵园 FDB 墓 FDC 悬棺

(续)

主 类	亚 类	基 本 类 型
F 建筑 与设施	FE 交通设施	FE A 桥 FEB 车站 FEC 航空港 FED 港口
	FF 水工设施	FFA 水利枢纽 FFB 运河 FFC 堤坝 FFD 渠道 FFE 灌区 FFF 提水设施
	FG 传统乡土建筑	FGA 特色聚落 FGB 民居 FGC 传统街区
	FH 科学教育文化艺术场	FHA 研究所 FHB 实验基地 FHC 学校 FHD 幼儿园 FHE 图书馆 FHF 展览馆 FHG 博物馆 FHH 文化馆 FHI 书画院 FHJ 科技馆 FHK 纪念地
	FI 工农业生产设施	FIA 厂矿 FIB 作坊 FIC 农场 FID 渔场 FIE 林场 FIF 果园 FIG 牧场 FIH 茶园 FII 花卉园 FIJ 苗圃 FIK 饲养场
	FJ 社会福利设施	FJA 养老院 FJB 福利院
	FK 游憩场所	FKA 主题公园 FKB 动物园 FKC 植物园 FKD 歌舞场所 FKE 影剧院 FKF 游乐园 FKG 狩猎场 FKH 漂流河段 FKI 俱乐部 FKJ 度假村 FKK 疗养院 FKL 洗浴按摩场
	FL 体育健身运动场所	FLA 体育中心 FLB 球场(馆) FLC 棋牌馆 FLD 游泳场(馆) FLE 田径场(馆) FLF 健身房(馆) FLG 雪场 FLH 冰场 FLI 垂钓场(馆) FLJ 水上运动场 FLK 动物竞技场 FLL 极限与探险运动场
	FM 购物场所	FMA 店铺 FMB 市场 FMC 商品街
G 旅游 商品	GA 地方旅游商品	GAA 名优百货 GAB 菜系肴馐 GAC 名点饮品 GAD 海味山珍 GAE 干鲜果品 GAF 名烟名茶 GAG 药材补品 GAH 雕塑制品 GAI 陶瓷漆器 GAJ 编织刺绣 GAK 文房四宝 GAL 美术作品 GAM 纪念制品
H 人文 活动	HA 人事纪录	HAA 人物 HAB 事件
	HB 文艺团体	HBA 剧团 HBB 歌舞团 HBC 曲艺杂技团
	HC 民间习俗	HCA 礼仪 HCB 民间演艺 HCC 特色饮食风俗 HCD 民族节日 HCE 宗教活动与庙会 HCF 民间赛事 HCG 民间集会
	HD 现代活动	HDA 旅游节 HDB 文化节庆活动 HDC 商贸饮食风俗 HDD 体育赛事活动
数量统计		
8 主类	47 亚类	232 基本类型

(2) 旅游设施。旅游设施是游客实现旅游活动的基本条件之一，同时也是旅游景区存在的基础之一。旅游设施的规模，质量及风格对旅游景区的经营产生影响。在某些类型的旅游景区，如海滨度假区、传统民族旅游区等，它可以成为游客的吸引物，为游客提供更丰富的旅游体验。

旅游景区设施包括基础设施和服务设施两大类，如图 1-1 所示。

(3) 旅游服务。旅游景区服务是旅游景区能否使游客满意的最敏感要素。旅游景区只有为游客提供满意的服务才能提高景区的效益，建立景区的形象。良好的服务形象，同样也是旅游景区的吸引力之一。

旅游景区服务包括旅游从业者服务及当地居民的服务。

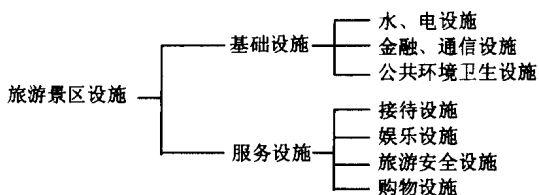


图 1-1 旅游景区设施

2. 旅游景区构成的非资源要素

旅游景区的非资源要素主要指那些存在于旅游景区当中，不一定是旅游景区存在所必须的客体要素，但这些要素却对旅游景区的旅游活动起着重要的作用，或产生积极影响，或产生消极影响。

这些要素包括：旅游者，原居民，当地政府。

(1) 旅游者。旅游者是旅游活动的主体，也是旅游景区的消费者。旅游景区经营效益能否实现，特别是其经济效益能否实现，根本上取决于旅游消费者的满意度和消费的规模结构与水平。因此，向旅游消费者提供满意的旅游景区产品和服务，是景区经营的主要目标。可以说对于旅游景区而言，旅游者的满意意味着旅游景区经营的成功。

(2) 原居民。原居民（或称当地居民）包括生活在旅游景区内和附近的一些居民。在旅游景区中他们起到了三个作用。一是这些原居民的所负载的传统文化、民俗、民风本身就有可能是景区旅游资源的一部分，吸引着旅客。二是他们又是旅游景区的依附者，他们的生活水平的提高，常常依附于旅游景区的经营和发展，希望通过旅游景区的发展带动当地居民的致富。三是，当地居民对旅游的认识和对游客的态度直接影响着旅游景区的经营，同时，他们有时也是旅游经营者，为旅游者提供服务。

(3) 当地政府。旅游景区所在地政府通常被视为旅游景区所有者的实质性代表，在国家政策框架内，行使对景区公共资源的管辖权与处置权，依法享有景区经营收益权。地方政府对旅游景区的利益要求，必须与国家和社会公众对旅游景区的总体利益目标相一致，希望通过旅游景区的开发和经营，带动当地国民经济与社会的发展，实现当地经济、社会、环境的持续、协调发展。为此，地方政府要制定旅游景区开发经营的各项政策，及时有效地协调各有关方面的利益关系，并且采取一系列的各方面措施来推动和促进旅游景区的经营发展。

第三节 旅游景区系统

一、系统的概念

系统的概念源自于人类长期的社会实践，可以说它早已存在于我们的人类社会，或自然界当中。但到目前为止，对系统还没有一个权威性的统一定义。主要有以下几种观点。

《韦氏大辞典》的定义是：“系统是有组织的和被组织化了的整体；结合着的整体所形成的各种概念和原理的综合；由有规则的相互作用、相互依存的形式组成的诸要素的集合体。”在日本的《JIS 工业标准》中，系统被定义为“相互作用的诸要素保持有机的秩序并向同一目的行动的东西”。美国学者 L·V·贝塔朗菲把系统定义为“相互作用的诸要素的综合体”。

上述定义虽然不同，但不难看出，作为一个系统，它应该具有如下一些判别特征：

(1) 一个系统是由一些相互联系和彼此影响着的部件所组成，其中的部件及其结构是系统的基本组成成分。例如，森林、学校和工厂等都可以看作是系统，而学校中的教师和学生或者工厂中的各个车间可以看作是系统的部件。

(2) 一个系统应具有一定的用途，系统的部件及其结构的开发是为了实现该系统的目的，不同的部件及其结构类型可以实现不同的特定目的。例如学校以培养人才为目的，工厂则以生产各种产品为目的。

(3) 一个系统应具有一定的界限，以便能把系统从所处的环境中分离出来，系统通过该界限可以与外界环境发生能量、信息和物质等的交流。上述特征可归纳如图 1-2 所示。

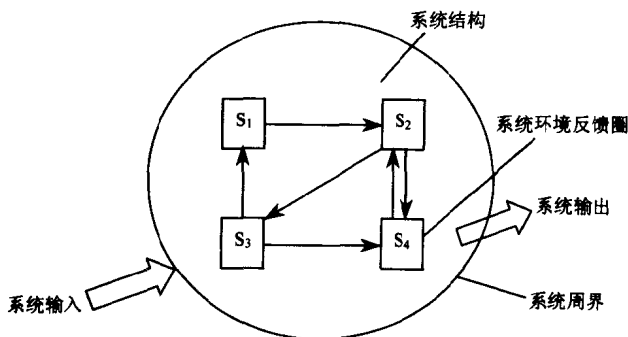


图 1-2 系统的基本概念图

S_1, S_2, S_3, S_4 ——系统部件