



21世纪高职高专特色课程规划教材

旅游景区服务与管理

李 婍 王丽萍 主编

曾亚玲 古 屹 杨春梅 副主编



经济科学出版社

21 世纪高职高专特色课程规划教材

旅游景区服务与管理

李 媪 王丽萍 主 编
曾亚玲 古 屹 杨春梅 副主编

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游景区服务与管理/李媪, 王丽萍主编. —北京:
经济科学出版社, 2008. 5

21 世纪高职高专特色课程规划教材

ISBN 978 - 7 - 5058 - 7164 - 9

I. 旅… II. ①李…②王… III. ①旅游点 - 商业服务 -
高等学校: 技术学校 - 教材②旅游点 - 经济管理 - 高等学校:
技术学校 - 教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 060384 号

前 言

进入 21 世纪, 随着我国旅游业的飞速发展, 培养旅游业专门人才的院校也越来越多。从学校的性质来看, 由于高等职业院校的学生定位准确、技能扎实, 符合社会实际需要, 就业供不应求, 使高职教育受到了全社会的共同关注。可是, 作为一线教师, 在授课中却深有感触。目前, 我国高职教育有许多教材多借用本科教材体系, 其内容偏多、理论偏深、实践性内容严重不足, 给教学带来一定困难, 严重影响了教学质量。此外, 有一些教材不能及时反映新技能和新观点, 更缺少相应的实例为理论内容做说明。

为突出本书的特色, 作为《旅游景区服务与管理》一书的主编, 走访了多家旅游景区, 经过调研后, 在教材中设置了小贴士、补充资料、案例分析、复习题等环节, 本着通俗易懂的原则基础上, 使同学们开拓视野, 增广见闻, 通过真实案例及大量实事的辅助说明, 使理论的内容生动起来。此外, 本教材也可适用于旅游景区工作人员的培训用书。

本教材由李婵、王丽萍担任主编, 曾亚玲、古屹、杨春梅任副主编。全书分工如下: 李婵 (第二章、第三章、第四章、第六章); 曾亚玲 (第一章、第五章、第七章); 王丽萍、古屹、唐晓鸥、杨春梅 (第八章)。

全书在编写过程中, 文晓玲教授对全书的内容进行了审阅。由于作者水平有限, 在教材整理过程中, 我们借鉴了许多网站、报纸、书籍, 吸收了国内外学者的最新研究成果, 在此表示衷心的感谢。我们衷心希望广大读者提出宝贵意见, 对不足和疏漏之处进行批评指正, 我们将不胜感激!

编 者
2008 年 5 月

目 录

第一章 旅游景区概述	1
第一节 旅游景区的发展历程和类型	1
第二节 旅游景区的发展	10
第三节 旅游景区的作用及未来趋势	19
本章小结	23
案例分析	24
复习与思考	26
第二章 旅游景区部门与职能管理	27
第一节 旅游景区部门管理概述	27
第二节 旅游景区部门管理的形式和手段	29
第三节 旅游景区的职能管理	33
本章小结	44
案例分析	44
复习与思考	45
第三章 景区营销管理	46
第一节 景区营销管理概述	46
第二节 旅游景区营销市场定位	48
第三节 旅游景区营销组合	55
第四节 旅游景区节事活动营销	69
本章小结	73
案例分析	73
复习与思考	76

第四章 旅游景区服务管理	77
第一节 旅游景区服务管理概述	77
第二节 旅游景区导游服务管理	81
第三节 旅游景区项目服务管理	87
第四节 旅游景区游客行为管理	94
本章小结	103
案例分析	103
复习与思考	104
第五章 旅游景区人力资源管理	105
第一节 旅游景区人力资源管理概述	105
第二节 旅游景区的员工招聘	113
第三节 旅游景区的员工培训	119
第四节 旅游景区员工激励与惩罚	125
本章小结	131
案例分析	131
复习与思考	133
第六章 旅游景区安全管理	134
第一节 旅游景区安全管理概述	135
第二节 旅游景区安全管理	139
第三节 旅游景区设施设备的安全管理	142
第四节 景区常见安全事故处理及提示	151
本章小结	155
案例分析	155
复习与思考	156
第七章 旅游景区规划与开发	157
第一节 旅游景区规划与开发的基础	157
第二节 旅游景区规划与开发的程序	163
第三节 旅游景点设计	169
第四节 旅游景区规划与开发的问题及发展趋势	174
本章小结	180
案例分析	180

复习与思考	183
第八章 旅游景区案例	184
【案例1】 开发错位 凤凰古城变“游乐场”引非议	184
【案例2】 保护景区幽雅环境 青岛八大关下旅游季节逐车令	186
【案例3】 河南省第一个旅游景区从业人员服务规范出台	187
【案例4】 西安兵马俑等景区“体贴入微式”服务感动游客	188
【案例5】 导演先上“环保课”核心景区禁止拍摄活动	189
【案例6】 统一嘉园为何衰落	190
附录1：中华人民共和国国家标准——GB/T17775 - 2003 旅游区（点）质量等级的划分与评定	195
附录2：风景名胜区条例	211
参考文献	219

第一章 旅游景区概述

■ 知识要求

通过本章的学习,使学生掌握旅游景区的类型和管理经营体制;掌握旅游景区现状和存在问题;了解旅游景区的作用及发展趋势。

■ 关键术语

类型 体制 趋势 现状

第一节 旅游景区的发展历程和类型

旅游景区是旅游业发展的基础,也是旅游业发展的主体。旅游景区能够激发旅游动机,是旅游产品的核心,没有旅游景区,其他的旅游服务也就失去了存在的意义,没有旅游景区的旅游是不存在的。它是一个国家和地区人文资源、自然景观的精华所在,就像一个窗口,旅游者透过窗口认识和了解这个国家或者地区。旅游景区在旅游发展过程中地位始终是非常重要的,而且越来越重要。

一、我国旅游景区的发展历程

旅游景区是指具有参观游览、休闲度假、康乐健身等功能,具备相应旅游服务设施并提供相应旅游服务的独立的管理区。包括风景区、文博场馆、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、游乐园、动物园、植物园及工业、农业、经贸、科教、军事、体育、文化艺术等各类旅游区。具体地说,凡是符合以下要求的具有较为明确的环境空间界限、有相应经营管理部门的经营实体,称为旅游景区:

(1) 拥有吸引性的旅游资源,以吸引游客为目的。旅游资源有一定规模且已经被开发利用。

(2) 具备旅游基础设施,尽可能满足游客在游览过程中的“食、住、行、游、

购、娱”以及安全等多方面需求。

(3) 为游客提供一种观赏、游览、度假的方式,提供一种探索、审美、学习和体验。

我国旅游景区的发展经历了三个阶段。

(一) 从古代园林起源的初级发展阶段

我国旅游景区起源于传统园林,其功能与最初的园囿和宫苑相似,都以自然风景观光为主,因此大体上属于同类型的园林。普通百姓没有观光园林的权利和机会,只有达官贵人才能欣赏。随着时代的进步和发展,旅游景区的类型有了较大程度的变化,除了传统园林外,出现了供大众游玩的公园。1868年在上海诞生了我国最早的公园“公花园”(现在的黄埔公园)。这些公园在功能上丰富了许多,开始建有大面积的空地,供人们开展各种球类活动和其他体育运动,有的公园还建造了一些基础性的游憩设施,已经具备现代旅游景区的雏形。新中国成立后,老百姓享有观赏游览园林或名山大川的权利,由于当时的经济条件所限,景区的发展是缓慢的。

(二) 旅游景区起步发展阶段

旅游景区在改革开放以后开始兴起和发展,为了迎接国内外的游客,我国许多旅游景区都快速发展起来,得以全面构建,建立了各项旅游接待相关设施。这一时期观光旅游为主要形式,所以最初以开发自然景区为主,风景名胜游客云集。由于旅游景区缺乏科学有效的规划,严重破坏了大多数景区的旅游资源。旅游景区的主要目标是追求最大经济利益,经济效益虽然短时期得到快速提高,却严重影响了旅游景区的生态效益和社会效益。在市场营销方面工作不够深入,没有细致地研究旅游者需求,还处于买方市场阶段。

(三) 现代旅游景区快速发展阶段

随着旅游业全面快速发展,旅游者的需求也越来越多样化,促使旅游景区朝着产品多样化、特色化发展。出现了体育旅游、乡村旅游、红色旅游、节事旅游等,景区类型逐渐增多。景区产品不断创新,增加了许多互动节目,提供给游客快乐的体验。各个旅游景区非常重视规划开发工作,使得景区朝着规范化发展。旅游景区环境优化,无论从服务管理等软件到接待设施等硬件设备都发展完善,开始注重与周边社区居民的和谐共处,尽量做到既保护环境,又促进经济增长。旅游景区已逐渐重视形象建设和市场定位,开展深层次的市场营销,努力开展品牌塑造、品牌维护以及品牌提升,提高市场占有率。

这是中国旅游景区的大致发展过程,在这一过程中,发展并不均衡,一些地

区在经历了起步发展阶段后，已经进入了快速发展阶段；有的景区则仍然处于起步发展阶段。随着国民经济的大发展，带动旅游业，旅游景区作为旅游业的核心组成部分无论在数量上还是在质量上都会有所提高。

【小贴士】

在产品形式上，华侨城实现了从静态产品到动态产品、从单一产品形式到混合产品形式的全方位演变过程，是中国旅游产品进化的“活标本”。

——刘平春（华侨城集团副总裁、控股公司董事长）

旅游是知识之路，让大家都来参加旅游，周游世界，敞开自己的广阔胸怀，世界将成为人类更美好和乐园。

——罗伯特·麦金托什

二、旅游景区的类型

（一）根据旅游景区的形成特征分类

根据旅游景区吸引力的要素和形成特征，将旅游景区划分为三种类型，即自然景观类、人文景观类、人造景观类。这是旅游景区的基本类型。

1. 自然景观类

自然景观类景区是指以自然环境的特色为基础的景区。如有特色的山水风景、气象气候、植物动物等。这类景区的特征是：国家是其所有者、以自然景观为其吸引力本源、自然环境优美、通常空间范围较大，游客的主要活动是观光游览。这类景区的威胁主要来自旅游对其生态环境的破坏，一旦破坏，资源就会消失了，景区也将不复存在。如森林公园、地质公园、自然保护区等都属于这一类景区。

2. 人文景观类

人文景观类景区是人类生产、生活活动的艺术成就和文化结晶，是指由以社会文化事物为吸引力本源的建筑物（群）和场所以及其中的活动构成的景区。这些建筑物（群）和场所，起初并不是为了吸引游客而建造的，其中的活动也不是专门为游客的体验而开展的。这类景区一般年代较久远，知识、文化内涵深厚，吸引着大量的游客前来参观访问，游客前来主要是为了游览和增长见识。如古代人类遗址、古代建筑、雕塑、壁画、文学艺术、伟大工程、帝王陵寝、名人故居等。

3. 人造景观类

人造景观类景区是专门为吸引游客并满足其要求而修筑建造的景区。人造景区主要由现代建造的房屋或建筑群、场所以及其中专为游客设计的活动构成。游客到这类景区主要进行康体、休闲娱乐等活动。如主题公园、游乐园等。

（二）根据旅游景区的旅游活动功能分类

按照旅游景区的旅游活动功能，结合旅游景区旅游资源的特色分为七类。

1. 观光游览类旅游景区

这类旅游景区具备独特、优美的自然景观和人工景物，有较高的美学价值，主要以江、河、湖、海、山、林、瀑布、岩溶、气候、气象变化等为主要景观，如我国广西桂林山水，四川的九寨沟，云南昆明石林、滇池，安徽黄山等；国外如美国的黄石公园、日本的富士山等。

2. 历史古迹类旅游景区

历史古迹是人类留下的遗迹和遗物，形象地记录着人类的历史，能引发人们对历史的回顾。历史古迹种类繁多，包括：早期人类遗址，如北京猿人遗址；庙坛，如北京天坛；皇陵，如明代十三陵；古都城，如云南丽江古城、意大利庞贝古城；寺观佛塔，如浙江杭州灵隐寺、云南大理三塔、埃及金字塔；古园林，如苏州拙政园、留园；名人遗迹、碑帖、雕像、礼乐、乐器、陶俑、古玩等。

3. 民俗风情类旅游景区

民俗风情类旅游景区指的是民族集居地、民族独特的生活习惯及生活方式，包括民族的衣着服饰、民居建筑、饮食特色、娱乐方式、婚恋习俗、节庆、礼仪、丧葬、生产交通、村落等方面所特有的风情、风尚、传统和禁忌，结合当地的自然景观，形成独特的人文景观。如云南省西双版纳傣族村寨、大理白族村、丽江纳西族村，西藏藏族村，广西壮族村，贵州苗族寨等景区。旅游者通过到当地参加各项民族活动，体验和感受其独特的民族风情。

4. 文学艺术类旅游景区

这类旅游景区以文化为中心为旅游者创造一种特定的文化氛围，使游人在旅游过程中增长学识和艺术修养，如美国的好莱坞、奥地利的维也纳、我国无锡影视城等。

5. 娱乐游憩类旅游景区

娱乐游憩类旅游景区是指以优美的旅游度假环境或者以人造景观为背景建设现代娱乐休闲设施为主的旅游景区，供旅游者开展观赏、康体疗养、运动健身、娱乐和消闲等旅游活动项目。如温泉疗养：重庆南北温泉、陕西骊山温泉；避暑疗养：河北承德、江西庐山；滑雪运动：云南丽江的玉龙雪山、黑龙江亚布力滑雪度假区、欧洲著名的阿尔卑斯山度假区；娱乐休闲：大型的休闲中心、动物园及闻名世界的迪斯尼乐园等。

6. 科考探险类旅游景区

科考探险类旅游景区是指以自然资源为主构成，并且有科学研究价值的景区，如雅鲁藏布江大峡谷、金华水下溶洞、湖北神农架等。

7. 综合类旅游景区

这类景区不仅有优美的自然风光，且有大量的名胜古迹，是自然旅游资源与人文旅游资源有机结合的旅游景区，这类景区我们称之为综合类旅游景区，如北京风景名胜、大理风景名胜等。

（三）根据旅游景区的质量等级分类

按照旅游景区的质量等级可分为五类：根据国家标准《旅游区（点）质量等级的划分与评定》（GB/T 17775-2003）的规定，将旅游景区划分为五类，分别是5A、4A、3A、2A、1A级，主要是从旅游交通（145分）、游览（210分）、旅游安全（80分）、卫生（140分）、邮电服务（30分）、旅游购物（50分）、综合管理（190分）、资源与环境保护（155分）等8个方面对旅游景区进行评分的，全部项目满分为1000分。5A级景区需达到950分，4A级景区需达到850分，3A级景区需达到750分，2A级景区需达到600分，1A级景区需达到500分。

【补充资料】

国家5A级旅游景区名录

66家国家5A级旅游景区名单（按行政区划排列）

- 北京：故宫博物院、天坛公园、颐和园、八达岭长城。
- 天津：天津古文化街旅游区（津门故里）、天津盘山风景名胜。
- 河北：秦皇岛市山海关景区、保定市安新白洋淀景区、承德避暑山庄及周围寺庙景区。
- 山西：大同市云冈石窟、忻州市五台山风景名胜。
- 辽宁：沈阳市植物园、大连老虎滩海洋公园、老虎滩极地馆。
- 吉林：长春市伪满皇宫博物院、长白山景区。
- 黑龙江：哈尔滨市太阳岛景区。
- 上海：上海东方明珠广播电视塔、上海野生动物园。
- 江苏：南京市钟山风景名胜区—中山陵园风景区、中央电视台无锡影视基地三国水景区、苏州市拙政园、苏州市周庄古镇景区。
- 浙江：杭州市西湖风景名胜、温州市雁荡山风景名胜、舟山市普陀山风景名胜。
- 安徽：黄山市黄山风景区、池州市九华山风景区。
- 福建：厦门市鼓浪屿风景名胜、南平市武夷山风景名胜。
- 江西：江西省庐山风景名胜、吉安市井冈山风景旅游区。
- 山东：烟台市蓬莱阁旅游区、济宁市曲阜明故城（三孔）旅游区、泰安市泰山景区。
- 河南：登封市嵩山少林景区、洛阳市龙门石窟景区、焦作市云台山风景名胜。
- 湖南：衡阳市南岳衡山旅游区、张家界武陵源旅游区。

湖北：武汉市黄鹤楼公园、宜昌市三峡大坝旅游区。

广东：广州市长隆旅游度假区、深圳华侨城旅游度假区。

广西：桂林市漓江景区、桂林市乐满地度假世界。

海南：三亚市南山文化旅游区、三亚市南山大小洞天旅游区。

重庆：重庆大足石刻景区、重庆巫山小三峡—小小三峡。

四川：成都市青城山—都江堰旅游景区、乐山市峨眉山景区、阿坝藏族羌族自治州九寨沟旅游景区。

贵州：安顺市黄果树大瀑布景区、安顺市龙宫景区。

云南：昆明市石林风景区、丽江市玉龙雪山景区。

陕西：西安市秦始皇兵马俑博物馆、西安市华清池景区、延安市黄帝陵景区。

甘肃：嘉峪关市嘉峪关文物景区、平凉市崆峒山风景名胜區。

宁夏：石嘴山市沙湖旅游景区、中卫市沙坡头旅游景区。

新疆：新疆天山天池风景名胜區、吐鲁番市葡萄沟风景区、阿勒泰地区喀纳斯景区。

资料来源：中国旅游景区协会官方网站，2007年10月21日。

旅游景区的分类可以有多种方法，随着旅游者需求的增多和景区产品的创新完善，分类方法将会发生一定的变化，景区资源性质和类别归属也会随着景区的发展而改变。本书把旅游景区分为五大类（见图1-1）。

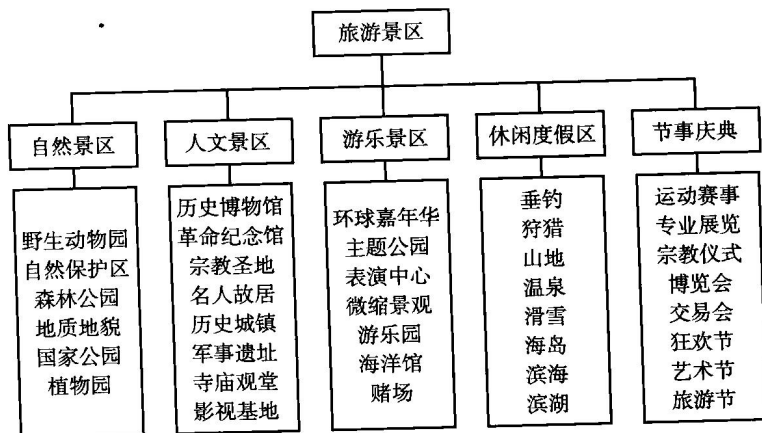


图 1-1 按资源属性划分的旅游景区

三、我国旅游景区的管理经营体制

目前，我国旅游景区的管理经营体制可归纳为三种模式。

（一）政府专营的管理经营模式

这种模式是由政府成立的机构对景区进行经营管理，实行财政统收统支。旅游景区除一般功能外，还承担保护、科研等职能。这种模式比较适用旅游业开发初期或旅游业极度发达的地区，优点是政府主导能促使旅游业的快速发展，景区收入成为政府财政收入重要来源。缺点是政府包揽一切，容易导致人浮于事，管理成本高，效益低下。旅游景区由所在地的县、市政府直接进行管理，如龙虎山风景区由鹰潭市市政府、井冈山风景区由吉安市市政府成立的机构统一管理，能全面负责整个风景区的规划、开发和管理。

（二）租赁、承包或卖断的模式

这种模式的优点是方法简单、易于操作，政府在经营管理方面不需花太多的精力，卖断方式一次性收入可以缓解政府当前的财政困难，政府可能不需要通过太多努力就可以收到比自己经营还要多的收入。缺点是可能导致景区的掠夺性开发和经营上的短期行为，造成景区贬值或被破坏。如 2001 年年初华侨城以每年 3000 万元买下三孔经营权就属于这种形式，但没有预想的效果好，由于经营不善等多种复杂原因，经过短短三年，2004 年就“撤出曲阜，作别三孔”，当然这种景区经营体制大多数都在成功实施着。

（三）用现代企业制度经营景区模式

随着经济改革和转型的深入以及地方旅游经济意识的增强，旅游景区的产权制度改革必将进一步展开，企业化经营势在必行。这种模式的做法是：景区以经营性资产入股，吸收其他经营成分，组成多元化经济成分的股份公司，用现代企业制度对景区进行经营。这种模式目前被广泛采用，如武夷山景区和绍兴、奉化等地的景区，也是一些旅游管理部门实地考察后，极力推崇的一种管理模式。这里还包括由股份制经营模式基础上发展起来的上市公司经营模式，能在较短的时间募集大量社会资金为旅游景区经营管理所用。如桂林旅游（000978）、峨眉山 A（000888）、张家界（000430）、西安旅游（000610）、北京旅游（000802）、黄山旅游（600054）、大连圣亚（600593）等。深圳华侨城控股股份有限公司〔华侨城 A（000069）〕由国务院国资委直属的华侨城集团有限公司在 1997 年独家发起募集设立，目前华侨城集团持有公司 55.9% 的股份。1997 年公司 5000 万社会公众股在深圳证券交易所挂牌上市，募集约 10 亿元资金，支持公司健康、快速的发展。经过九年不断的努力，公司的资产规模已从上市之初的 8.2 亿元总资产、5.8 亿元净资产，发展到现在的 68 亿元总资产、26 亿元净资产。2006 年 7 月，在由《证券市场周刊》举办的“2006 最佳成长上市公司”评选中，荣获最佳成长上市公司 50 强

称号。

从实践看，现代企业制度经营景区模式有利于旅游开发和资源保护，将景区管理与经营职能分开，负有管理职能的管委会，将不必为经营效益操心，因而可以实行严格的管理，有利于景区的健康发展。

【阅读资料1】

3000 万华丰启动全天候冰峪



图 1-2 冰峪沟的标志性景点之一中流砥柱

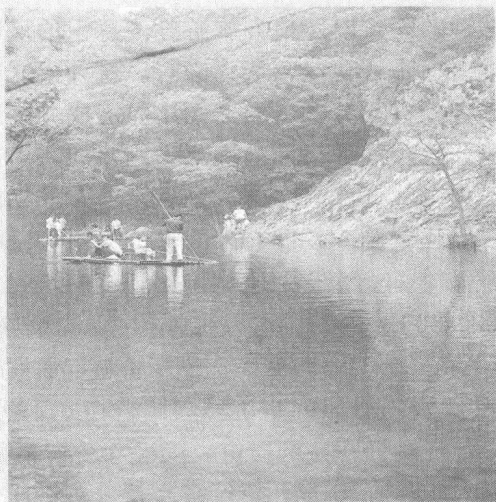


图 1-3 景区新增的项目—竹筏（游客自己撑杆）

冰峪沟4A级国家风景名胜区原来的经营权和所有权一直是庄河市政府，当地政府在当初开发和初期经营冰峪沟时，发挥了巨大的作用，随着景区进一步向更高更知名的旅游度假区发展时，所有权和经营权共存的弊端就显现出来。冰峪沟的南区域权属上归冰峪沟自然保护区，而东区则归属于冰峪沟管理委员会，这两个部门等于把整个冰峪沟人为地“分割”开，不利于整个景区做大做强，协调性也差。两个区的门票管理和景区开发程度也无法统一。如果一个有实力的投资方介入，将会使冰峪沟发展得更好，经营和宣传力度都将得到加强。景区一位负责人介绍。很多年来体制原因一直制约着冰峪沟发展。为了打破原有体制的束缚，最大限度发掘旅游资源潜能，尽快把旅游资源优势转为经济优势，2004年，通过拍卖的方式，大连华丰家具以2.6亿元从庄河市政府买下了冰峪沟30年的经营权。

华丰家具全面装备冰峪沟

事实上，在经营权易主2年之后，冰峪沟给人的总体感觉依然是山水依旧，不论是让很多游客跃跃欲试的射击场，还是增强了景区设施立体感和刺激性的空中滑索，给人的感觉是在景区总体格局中都很自然，是浑然一体而不是突兀别出。以景区内新增的一批旨在加强与游客互动性的游乐项目为突出标志，从景区软硬件的打磨到市场营销的展开，“华丰时代”正在冰峪留下清晰的烙印。

华丰投入了约3000万元资金，进行了地下设施改造、新增游乐设施建设以及景区内客房的全面改造。即使由于景区内潮湿度很大，而使得很多刚在不久前焕然一新的客房的顶棚再次出现起皮或裂缝。尤其令人印象深刻的是，景区内的300多套中高档客房已经全部装备华丰家具，这是华丰为冰峪景区的游客所出示的最新注册商标。

“华丰时代”的市场路线图

在华丰接手的2年中，在旅游旺季大规模的广告攻势以外，冰峪景区在外地开设的办事处由过去的3个增加到5个，加强市场营销力度的举措一目了然，而且新增的重点开发东北市场的哈尔滨办事处和重点开发河北市场的锦州办事处作用已经显现出来，过去来自哈尔滨和河北、天津等外地市场的游客微乎其微，现在则占到景区游客的一半以上。同时冰峪沟景区的全部运营人员削减了一半，景区运行成本大幅度降低。

最能体现冰峪沟易主后市场营销特点的，就是华丰家具以其遍布国内的30多个销售分公司以及近300家专卖店的通力合作支持。孙才华告诉记者，现在华丰整个的销售网络都承担起冰峪景区市场推广的义务。华丰的市场网络曾实行过向客户按华丰家具的销售额度馈赠冰峪门票的举措，而现在的重点则是面向华丰家具市场大客户的市场攻关，从大客户高层的考察观光开始，逐步导入大客户公司团队的夏季旅游的目的地。

5亿元投资瞄准“处女地”

华丰接手2年来，冰峪景区的游客人数和景区经营收入一直保持在20%的年增长幅度，团队明显增加，特别是2日游的团队和散客比例提高。应该说，这是一个不错的业绩报告，同时更呈现出一种良好的发展态势。但从华丰2.6亿元投入的市场回报预期，这个开始也许只能算差强人意。而如果要使这个大投入获得可观回报，对冰峪景区的大规模改造就势在必行。

华丰以 3000 万元投入拉开了景区改造的序幕，而按照华丰的构想，整个冰峪景区的改造资金将高达 5 亿元，在整个景区总体改造方案正式出台前，资金投放方向显然构成一大悬念。

事实上，限于游客的旅游时间，以及景区已建成的规模，绝大多数来过冰峪沟的游客只是游历过整个冰峪沟的一小部分，这同时也为冰峪沟的未来发展预留了巨大的空间，这也将成为华丰预计 5 亿元改造资金的最大释放端口。最新的消息是，华丰正有意将冰峪景区建成全气候条件景区，开发冬季旅游资源正作为重要议题加以研讨论证，并开始前期勘测。据透露，如果在冰峪沟能够开发并建设温泉项目，将成为冬季旅游项目提纲挈领之作，以此为依托，冰峪沟将建设冬季滑雪、滑草、狩猎场等一批配套项目，这样，冰峪的旅游市场局面将别开天地。

资料来源：

1. 原家强：《大连庄河欲拍卖冰峪沟》，载于《华商晨报》2004 年 4 月 13 日。
2. 董升：《3000 万华丰启动全天候冰峪》，载于《新商报》2006 年 7 月 12 日。

第二节 旅游景区的发展

一、我国旅游景区的发展现状

（一）发展规模不断扩大

据国家旅游局《2005 中国旅游景区发展报告》显示，全国县级以上的各类景区约 2 万家，而全国星级酒店不过是 1.2 万多家，旅行社 1.7 万家，旅游景区已经形成我国旅游业的半壁江山。截至 2006 年年底，全国共有 A 级景区 2342 个，其中：1A 级景区 130 个，2A 级景区 927 个，3A 级景区 511 个，4A 级景区 774 个（见表 1-1）。全国旅游景区质量等级评定委员会在 2007 年 5 月又公布了 66 个 5A 级景区。此外，我国还有国家重点风景名胜区 187 个，国家自然保护区 2395 个，国家森林公园 627 个（我国共建立各类森林公园 1928 处，其中国家级森林公园 627 处），国家地质公园 138 个，工农业旅游示范点 500 多家；已有 35 处文化遗址和自然景观列入《世界遗产名录》，其中文化遗产 24 项，自然遗产 6 项，文化和自然双重遗产 4 项，文化景观 1 项（见表 1-2）。旅游景区的发展规模不断扩大，但相对于我国广袤的土地和庞大的人口，优质景区资源仍然显得非常稀少。