



旅游区（点） 标准化管理

许琰 编著

中国工商出版社

旅游区(点)标准化管理

许 琰 编著

中国工商出版社

责任编辑:袁 泉

封面设计:王宏燕

图书在版编目(CIP)数据

旅游区(点)标准化管理/许 琰编著. —北京:中国工商出版社,2007. 10
ISBN 978 - 7 - 80215 - 199 - 4

I. 旅… II. 许… III. 旅游 - 标准化管理 IV. F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 157288 号

书名/旅游区(点)标准化管理

编著/许 琰

出版·发行/中国工商出版社

经销/新华书店

印刷/河南豫统印刷有限公司

开本/890 × 1240 毫米 1/32 印张/13 字数/368 千字

版本/2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

社址/北京市丰台区花乡育芳园东里 23 号(100070)

电话/(010)63730074,63748686 电子邮箱/zggschs@263.net

出版声明/版权所有,侵权必究

书号:ISBN 978 - 7 - 80215 - 199 - 4/F · 611

定价:38.00 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

前 言

中国旅游业在改革开放中崛起。经过短短 20 多年的历程,已在国际上形成了旅游大国的鲜明形象,在国内确立了国民经济新的增长点产业地位。旅游业的产业规模不断壮大,产业范围不断扩张,产业素质不断提高,产品类型不断丰富,产业结构不断完善,旅游业在国民经济中的地位和作用日益增强,中国作为旅游大国的地位和形象日益突出,正朝着世界旅游强国目标奋进。

21 世纪已经到来。中国旅游业在新世纪,面临一系列新的重大发展机遇,如国民经济新的增长点的机遇,产业结构调整机遇,西部大开发的机遇,假日旅游全面发展的机遇,加入世界贸易组织的机遇,世界旅游业持续发展的机遇等。

在这种形势下,2001 年 1 月,国务院在北京召开了全国旅游发展工作会议。会议全面、系统、深入地提出了新时期我国旅游业发展的总体思路、战略目标、工作任务和政策措施。按照全国旅游发展工作会议的精神,中国旅游发展“十五”计划和 2015 年、2020 年远景目标纲要最终定稿发布。规划提出,我国的旅游资源是任何国家无法比拟的。依托这些旅游资源开发旅游产品,是推动我国旅游业总量规模不断扩大和旅游创汇、创收能力不断提高的基础。加快旅游资源优势向旅游产业优势和经济优势的转化,必须突出以产品开发为中心,这是旅游产品体系建设在“十五”规划中的总体定位。“十五”期间,旅游产品体系建设的主要工作思路是:完善老产品,开发新产品,建设国家级精品,创造世界级产品。主要工作目标:加强民族文化内涵,突出特色化建设,参照国际化标准,达到体系化发展。

对旅游区(点)进行标准化管理是旅游行业的国际惯例,中国旅游

业欲与国际接轨,就需要积极推进标准化进程。作为中国旅游业改革成果之一的《旅游区(点)质量等级的划分与评定》国家标准,已经颁布实施。旅游区(点)的质量是一个特定的概念,它包括旅游资源、旅游规划、旅游交通、旅游购物、旅游安全与卫生等多个方面的质量内容。对旅游区(点)诸要素制定出操作规范并推动旅游区(点)质量等级的提高,建立旅游区(点)科学管理机制,是中国旅游业发展的必然。在中国旅游业发展“十五”计划中,把“推动旅游区(点)质量等级评定工作向广度和深度发展”作为行业管理的重要举措。《旅游区(点)质量等级的划分与评定》这个国家标准是旅游区(点)开发建设的指南,是旅游区(点)进行旅游接待服务的规范。

旅游区(点)的标准化管理是一个新课题,也是一个系统工程,这项工作的开展会使质量等级成为旅游区(点)参与市场竞争的品牌和旅游者选择旅游目的地的航标。认识旅游区(点)标准化管理的战略意义,探索旅游区(点)标准化管理的规律,展示中国旅游区(点)的整体形象,对实现中国旅游业发展“十一五”规划和2015年、2020年远景目标具有重大意义。

根据当前旅游业发展的实际需要,本书打算在中国旅游区(点)的标准化管理方面作一番较为详细的阐述与探讨。

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 经济全球化与国际标准经营	(2)
一、经济全球化与 WTO 多边贸易体制	(2)
二、国际标准经营	(4)
第二节 世界旅游业的发展与标准化	(7)
一、世界旅游业发展趋势	(8)
二、世界性旅游组织与旅游业规则	(9)
三、旅游业国际惯例	(13)
四、GATS 与国际旅游业	(14)
五、旅游业国际标准	(15)
第三节 中国旅游业的发展与标准化	(16)
一、中国旅游业的发展	(16)
二、中国旅游业采用的国际惯例	(20)
三、中国旅游业的标准化进程	(22)
四、加入 WTO 与中国旅游业标准化	(23)
第二章 旅游区(点)质量管理标准	(25)
第一节 旅游区(点)质量等级评定的必然性	(26)
一、旅游区(点)在旅游业中的重要地位	(27)
二、旅游区(点)存在的问题	(28)
三、旅游市场需要旅游区(点)的标准化	(31)
第二节 旅游区(点)质量等级评定的目的和意义	(33)
一、推动旅游业的发展	(33)
二、保护旅游者的权益	(34)

三、发挥旅游行政主管部门的作用	(34)
四、有利于树立地方整体形象	(35)
第三节 旅游区(点)质量等级评定的内容与做法	(36)
一、旅游区(点)质量等级评定的内容	(36)
二、旅游区(点)质量等级评定与创建中国优秀 旅游城市	(37)
三、旅游区(点)质量等级评定的具体做法	(38)
第三章 旅游资源的标准定义与分类	(40)
第一节 旅游资源的标准定义	(40)
第二节 自然旅游资源的标准化分类	(43)
一、地文景观类旅游资源	(44)
二、水域风光类旅游资源	(45)
三、生物景观类旅游资源	(48)
第三节 人文旅游资源的标准化分类	(49)
一、古遗址旅游资源	(49)
二、宗教旅游资源	(52)
三、陵墓旅游资源	(58)
四、工程类旅游资源	(61)
五、园林旅游资源	(62)
六、文化娱乐旅游资源	(64)
第四节 旅游资源评价标准	(65)
第四章 旅游资源与环境保护的标准化	(68)
第一节 保护资源与环境就是保护旅游业	(68)
一、旅游资源遭受破坏的原因	(69)
二、保护旅游资源的对策	(70)
第二节 旅游文物保护的标准化	(72)
一、旅游文物的发现保护	(73)
二、旅游区(点)的日常管理与文物保护	(73)
三、文物的维修	(74)

目 录

四、历史文化名城保护	(74)
五、参展文物保护	(75)
第三节 旅游环境保护的现状与措施	(76)
一、旅游环境问题	(76)
二、旅游环境管理的特点和原则	(77)
三、旅游环境管理的内容和措施	(78)
第四节 旅游资源与环境保护应导入 ISO14000	(79)
一、ISO14000 系列标准的内容	(80)
二、实施 ISO14000 对旅游区(点)的意义	(86)
第五章 旅游区(点)的标准化分类与定义	(90)
第一节 旅游区(点)的类别	(90)
第二节 主题公园	(92)
一、主题公园的分类标准	(93)
二、主题公园的标准特征	(94)
三、主题公园的功能	(99)
四、主题公园的游乐设施	(100)
五、主题公园与旅游业的发展	(103)
第三节 旅游度假区的规范项目与设施	(107)
第四节 自然保护区的标准特征	(110)
第五节 森林公园的标准特征	(113)
一、森林旅游方兴未艾	(113)
二、森林公园的开发	(114)
三、森林公园的功能分区	(116)
第六节 风景名胜旅游区的标准定义与特点	(117)
一、风景名胜区的特点	(118)
二、风景名胜区的保护	(119)
三、风景名胜区的旅游开发利用	(121)
第七节 博物馆标准化的初步探讨	(122)
一、博物馆的类别	(122)

二、中国博物馆离世界水平还有多远	(124)
三、博物馆建筑设计原则	(126)
四、博物馆陈列技术规范	(127)
五、博物馆标准化进程	(134)
第八节 动物园和植物园的标准特征	(135)
一、动物园	(136)
二、植物园	(137)
第六章 旅游区(点)策划与包装	(138)
第一节 旅游区(点)形象策划设计的标准化	(139)
一、设计前	(140)
二、设计中	(141)
三、设计后	(141)
第二节 旅游区(点)的标准形象定位与口号设计	(142)
一、旅游区(点)的标准形象定位	(142)
二、从定位到口号	(143)
第三节 旅游区(点)与人感知形象设计技术规范	(145)
一、旅游区(点)视觉景观的形象设计	(145)
二、旅游区(点)视觉识别符号系统的设计	(147)
三、旅游地视觉形象的区位和空间结构	(149)
四、其它感觉形象设计要素	(150)
第四节 人与人感知形象设计与服务质量标准化	(151)
第七章 旅游区(点)营销的标准化决策与管理	(154)
第一节 旅游区(点)的消费需求	(154)
一、旅游消费需求类型	(155)
二、旅游消费需求的特点	(157)
三、消费需求对旅游市场的影响	(158)
第二节 旅游区(点)市场竞争策略和选择	(162)
一、旅游资源开发和利用中的竞争策略	(162)
二、旅游营销服务中的竞争策略	(164)

目 录

第三节 旅游区(点)营销实务	(166)
一、旅游营销决策	(166)
二、旅游销售	(169)
三、宣传促销	(171)
第八章 旅游交通标准化管理	(176)
第一节 旅游交通的标准特性	(176)
一、游览性	(177)
二、舒适性	(178)
三、季节性	(178)
四、区域性	(179)
五、无形性	(179)
六、不可贮存性	(179)
第二节 可进入性	(180)
一、抵达依托城市的便捷程度	(180)
二、旅游专项交通	(184)
第三节 自配停车场地和内部交通	(186)
一、自配停车场地	(186)
二、内部交通	(187)
第九章 游览活动标准化管理	(189)
第一节 引导标志	(189)
第二节 旅游宣传	(190)
一、宣传资料	(191)
二、通过互联网宣传	(193)
第三节 导游服务	(194)
一、导游人员	(195)
二、持证上岗	(196)
三、导游讲解服务	(198)
四、导游技巧	(199)
第十章 旅游安全标准化管理	(202)

旅游区(点)标准化管理

第一节 安全保护人员	(203)
第二节 安全设施设备	(205)
一、危险地带安全防护设施	(206)
二、消防、防火、救护等设备	(206)
三、游览游乐设施	(208)
第三节 安全制度与指施	(208)
一、高峰期游客安全处置	(209)
二、特殊时段的安全处置	(209)
三、安全巡查	(210)
第四节 医疗及救护服务	(211)
第五节 其他旅游安全问题	(212)
一、安全警告标志标识	(213)
二、特殊旅游项目的安全确认	(213)
三、安全宣传	(214)
第十一章 旅游卫生标准化管理	(215)
第一节 旅游卫生的特点	(215)
第二节 旅游卫生的内容	(216)
一、环境卫生	(217)
二、废弃物处理	(217)
三、垃圾箱(筒)	(218)
四、吸烟区	(218)
五、餐饮卫生	(219)
六、旅游厕所	(219)
第十二章 旅游购物与邮电服务的标准化管理	(220)
第一节 旅游购物	(220)
一、旅游购物与旅游业的发展	(221)
二、旅游商品的基本特点	(222)
三、旅游商品的类型	(224)
四、旅游购物场所	(228)

目 录

五、旅游商品的发展	(228)
第二节 邮电服务	(230)
第十三章 旅游区(点)规划的标准化	(232)
第一节 旅游规划的分类与内容	(232)
一、旅游规划的类型	(232)
二、旅游规划的内容	(234)
第二节 旅游规划编制的原则和成果要求	(237)
一、旅游规划编制的总原则	(237)
二、旅游区(点)规划的原则	(238)
三、旅游规划的成果要求	(239)
第三节 旅游规划的编制程序	(240)
一、规划任务确定	(240)
二、前期准备	(242)
三、规划编制	(243)
四、征求意见	(243)
第四节 旅游规划的评审与报批	(244)
一、规划的评审	(244)
二、规划的报批	(245)
第十四章 综合管理的标准化	(247)
第一节 旅游区(点)质量管理的概念和特征	(248)
一、旅游区(点)的产品质量	(248)
二、旅游区(点)的服务质量	(249)
三、旅游区(点)的全面质量管理	(249)
四、旅游区(点)质量管理的特征	(250)
第二节 旅游区(点)管理机构的标准化	(251)
一、旅游区(点)管理机构的设置原则	(252)
二、规范的领导体制和管理体制	(254)
三、分工明确的部门设置	(254)
第三节 旅游区(点)管理制度的标准化	(258)

旅游区(点)标准化管理

第四节 旅游区(点)应导入 ISO9000	(260)
一、ISO9000 简介	(260)
二、旅游区(点)建立和实施 ISO9000 标准的程序	(263)
附录:	
环境空气质量标准(GB3095 - 1996)	(266)
城市区域环境噪声标准(GB3096 - 1993)	(270)
地表水环境质量标准(GH3096 - 1999)	(272)
导游服务质量(BG/T15971 - 1995)	(285)
导游服务质量附录 A:若干问题处理原则	(294)
旅游区(点)质量等级的划分与评定 (GB/T17775 - 1999)	(296)
旅游区(点)质量等级评定办法	(313)
旅游区(点)质量等级的评定程序	(318)
风景名胜区管理暂行条例	(327)
旅游发展规划管理办法	(331)
旅游安全管理暂行办法	(335)
旅游安全管理暂行办法实施细则	(338)
旅游投诉暂行规定	(343)
创建中国优秀旅游城市工作管理暂行办法	(349)
中国优秀旅游城市检查标准(修订本)	(354)
实施细则国家旅游局创建中国优秀旅游	(370)
主要参考文献	(393)
后记	(394)

第一章 绪 论

人类已进入 21 世纪。在信息技术革命的带动下,发达国家正从工业经济向信息经济转变。信息技术产业迅速扩大,并取代传统产业,在经济中起主导作用。人类正经历着从工业社会向信息社会的变革。在这个变革中,世界贸易、金融、投资、科技、劳动力流动的规模都迅速扩大,世界经济的全球化趋势不断增强。乌拉圭回合协议的达成,世界贸易组织的建立,促进了世界贸易投资的自由化。全球化趋势的加强,则使世界标准经营成为国际贸易中可以操作的规范。

在这个时代,生产力水平的发达,社会生产率的提高,使人们的有效劳动时间缩短,这给世界性的旅游热潮提供了物质基础和时间保证,使旅游活动遍布全球。从本质上讲,旅游业是一个整体市场,它反映了消费者对种类繁多的旅游产品的需求。从目前使用的关于旅游的定义来看,这个整体市场如今是由世界上“最大的产业”(世界旅游理事会)在为它服务。由于这个市场近年的发展 and 目前所具有的规模,由于它进一步发展的潜力,由于它在投资、就业和收支平衡方面的经济贡献,对接待地社会的影响,以及对旅游目的地自然环境的影响等,使它在大多数国家和全球经济中具有较为重要的意义。国际旅游的发展和旅游业全球化趋势的增强,使人们需要制定共同遵守的规则,形成国际惯例,从而最终达到标准化管理与经营。

改革开放以来,中国旅游业得到较快发展。市场经济体制的确立和中国加入 WTO(世界贸易组织),需要旅游业和国内各种产业与国际接轨。所谓接轨就是遵循国际法、国际惯例,达到国际标准。中国旅游业的标准化进程正在加快。对旅游业进行标准化管理是中国旅游业发展的迫切需要,也是与国际接轨的具体体现。

第一节 经济全球化与国际标准经营

冷战结束以后,经济因素在国际关系中的地位和作用更加突出。目前,世界各国都在集中力量促进经济发展,都在实行经济改革和对外开放,加强与他国的经济合作。各国之间的经济联系愈来愈密切,国与国之间经济上的相互依存、相互影响已比过去大大加强。世界经济将成为一个全球化的整体,各国经济都是这个整体的不可分割的组成部分。世界经济的全球化趋势正如不可阻挡的历史潮流一样汹涌而来。

“全球化”一词是 20 世纪 80 年代中期出现的,是指世界各国经济的互相融合日益紧密,形成了全球经济的共同体。推动全球化过程加快的因素:一是信息技术在全球的迅速普及;二是世界各国普遍实行对外开放;三是乌圭国回合协议的达成,世界贸易组织的建立,有助于促进世界贸易投资的自由化。

经济全球化的发展,需要有效的约束规范和价值标准。国际标准经营理念的树立和国际标准化的发展正是经济全球化的必然要求。同时,标准化的发展也将进一步推动经济全球化的进程。这一切,使 21 世纪的世界经济发展与过去相比,将发生深刻的变化。

一、经济全球化与 WTO 多边贸易体制

20 世纪企业活动的特点之一是国际化。这种倾向在第二次世界大战以后尤为明显。在战后美国成为世界霸权国的同时,美国企业开始大举进入了国际社会,这使美国企业迅速得以全球化、庞大化。欧洲、日本的企业活动也顺应了这种变化。企业活动逐渐超越国界,投资主体出现多元化,雇员组成也趋于国际化。这些都是全球化趋势在企业上的表现。

因特网普及的影响是全球化趋势增强的另一个方面。无视因特网

的普及就无法谈论当今的社会现象。邮政制度的建立使通信得以发展,电信电话的发明又加快了通信程度。现在的因特网随着信息技术的高度发展给社会带来出乎预料的影响,今后还会出现何种技术革新,何种技术又会给社会带来戏剧性的变化,这些都是难以预料的。因特网的出现从根本上改变了人们明显存在的“国境”概念。首先,地理上的距离感变得毫无意义。因特网可以和地球上的任何地方随时通信,交换信息,也可以和完全不相识的人轻松交谈。这可以说是通信上的一次革命。因特网超越了地理上的存在,也就是说它创造了一个架空的世界。由此可能会出现一个与现今完全不同的商业世界。如果人们习惯了这个世界,那就会改变现在的社会结构。这些都是全球化在人们心理上的表现。

全球性竞争、投资的多元化是全球化的另一个表现。如果以前人们的竞争是国内的竞争,那么现在人们的竞争是国际竞争。国际金融资本和商业资本更是无孔不钻,刺激各行各业都参与到激烈的国际竞争中去。

企业活动的全球化使人才和劳动力流动也出现全球化。因为国境正在世界的商海中流失,已到了要在全球化中生存必须采用 M&A(企业的合并与收购)和直接投资等国际战略的时代。为推进这一国际战略,就需要有全球的人才战略意识。

WTO(世界贸易组织)多边贸易体制的建立是经济全球化时代来临的重要标志。它的建立也就建立了各国贸易制裁的评审机制和贸易争端的解决机制。

WTO 的前身是 1947 年建立的 GATT(关税贸易总协定)。20 世纪 80 年代中期开始的 GATT 乌拉圭回合多边贸易谈判,标志着国际多边贸易体制改革的正式启动。GATT 规范的多边贸易体制原限于传统的货物贸易领域,通过乌拉圭回合谈判,逐步扩展到人员流动、服务投资各个方面。1993 年 12 月 15 日,GATT 贸易谈判委员会通过的各国部长“关于世界贸易组织对全球经营经济决策更大一致性的贡献的宣言”,展示了一个 WTO 多边贸易体制下十分美好的前景:

第一,乌拉圭回合谈判的结果,保证了有利于所有国家的市场准入的扩大;第二,世界贸易体制有能力为贸易自由化提供一个更加完善的场所;第三,促进更有效的监督和保证多边同意的规则和纪律得以严格遵守。

1995年1月1日,WTO正式建立,负责实施GATT乌拉圭回合谈判的成果。迄今形成的WTO多边贸易规范共有三类:一是货物贸易规范;二是服务贸易总协定;三是知识产权的国际保护体系。其中后两项是乌拉圭回合谈判的成果。旅游业正是服务贸易总协定所规范的范围。

WTO多边贸易体制的确立将使世界经济成为一个大的整体系统,各国经济则是这个大系统的子系统。凡“入世”的国家,均应遵守这个系统的规则。

WTO确立透明原则,在这个原则前提下,又建成了TBT协议,即关于技术规范、标准、符合性合格程序的协议。根据这个协议,各WTO成员要鼓励采用国际标准,避免不必要的技术壁垒。这说明国际贸易离不开标准化,标准化促进了国际贸易发展。

二、国际标准经营

经济全球化和WTO多边贸易体制的形成,使“国际标准经营”成为国内外经济界必须面临的问题,也是经济学界致力研究的一个课题。

经济全球化要求贸易价值观的统一。事实证明,价值观的不同是战争和纠纷之源,全球价值观的统一,则是和平与发展的希望所在。所谓统一价值观,在技术上来说就是持有同一标准。

例如度量衡,某国使用以克和千克为标准的度量衡单位制,而另一国却使用“尺贯法”(长度用尺、重量用贯),如此各行其是也未尝不可,但在国际贸易中,则无法达成契约。在品质上也同样,由于标准不同而使期望难定,成为纷争的火种。

当然,国际标准经营不仅是度量衡的统一,它还有深刻的内涵。具体来说有以下几个方面。