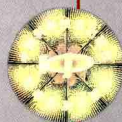


全国高等院校『十一五』旅游专业新创规划教材

旅游景区管理

李洪波 主编



中国科学技术出版社
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材

旅游景区管理

李洪波 主 编

中国科学技术出版社

CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

· 北 京 ·

BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区管理/李洪波主编. —北京:中国科学技术出版社,2009.1

全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材

ISBN 978-7-5046-3746-8

I. 旅… II. 李… III. 旅游点-经济管理-高等学校-教材 IV. F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 189620 号

自 2006 年 4 月起本社图书封面均贴有防伪标志,未贴防伪标志的为盗版图书。

内 容 提 要

随着视觉消费和体验消费的不断发展,中国的旅游景区在 20 世纪 90 年代中后期呈现出飞速发展的态势。旅游景区是整个旅游业的核心组成部分之一,在旅游教育中也越来越显示出其重要性。本教材是在这样一个背景下完成的,全书共分十章,基本涵盖了旅游景区的各个方面。这本教材的基本思路是:其一,以旅游景区中利益主体的构成及地位为主线之一,主要阐述旅游景区这些利益主体的构成、地位、义务和责任等,我们认为,旅游景区管理的主要任务应该是协调各个旅游利益主体之间以及利益主体与景区资源之间的关系。第一章至第五章以上述内容为主;其二,以旅游景区管理中的几个主要方面为第二条主线,主要论述旅游景区的人力资源管理、危机管理、营销管理和环境管理;最后一章则是对国内外不同类型的旅游景区进行了较详细的介绍,使学生能够有一个总体轮廓。本教材的另一个特点是引用了许多新的研究成果。例如,环境管理中的新观点、新理论;还第一次将危机管理的理论和知识引入旅游景区管理中,并且在有些章节中运用学术综述的手法介绍了相关章节的研究状况等。

中国科学技术出版社出版

北京市海淀区中关村南大街 16 号 邮政编码:100081

策划编辑 林 培 孙卫华 责任校对 林 华

责任编辑 孙卫华 责任印制 安利平

发行部电话:010-62103210 编辑部电话:010-62103181

<http://www.kjpbbooks.com.cn>

科学普及出版社发行部发行

北京蓝空印刷厂印刷

*

开本:787 毫米×1092 毫米 1/16 印张:25.25 字数:613 千字

2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5046-3746-8/F·616 定价:40.60 元

(凡购买本社的图书,如有缺页、倒页、
脱页者,本社发行部负责调换)

丛书序

旅游业是一项高经济、高文化、高科技、高艺术、高社会性、高生态性、高开放性、高启动联动性、高综合性、高敏感性的康乐休闲型的和平产业和文明事业。旅游业是集多种产业于一体的功能，又是一宗集多种功能于一体的产业。开发旅游、拓展旅游产业，对于发展地方经济，构建和谐社会，进一步促进物质、政治、经济三个文明建设，实现全面协调可持续发展等既有重要的现实意义，又有深远的社会影响。

诞生于“二战”之后的现代旅游业，在 20 世纪 60 年代得到了迅速发展，成为西方后工业化时代（服务革命时代）发展最快的产业之一。我国旅游业是改革开放的产物，可以说，没有改革开放就没有我国旅游业的发展。改革开放以来，我国旅游业取得了巨大成就，为国民经济和社会发展作出了应有贡献。最为显著的是，我国由旅游资源大国发展成为世界旅游大国，旅游业由外交工作的重要补充发展成为国民经济的增长点。

作为旅游战线上的一名老兵，看到我国旅游业取得如此骄人的成就，我确实感到非常高兴，甚至可以说是兴奋不已。国内现代意义的旅游，一般认为是出现于 20 世纪 80 年代初。当时，我是较早提议开发旅游的倡导者。在此之前，我先后从事植被生态和生态环境资源方面的工作 20 余年。80 年代初，由于长期片面理解和实行“自给自足”、“以粮为纲”的政策，造成山区“毁林开荒，越开越荒”，水土流失严重；圩区“围湖造田”，减少了水面，影响了对雨水的调蓄能力，旱涝灾害频繁。为了解决所造成的生态环境问题，我们大力主张，许多好山好水的地方，何不通过开发旅游，带动交通、住宿、餐饮以及农副产品和地方土特产的增值和销售，并可拉动轻工、通讯、金融等产业，增加就业，提高知名度，促进开放和地方经济的发展。当时提的想法是“以旅游这根金箍棒为杠杆，撬动地方经济的腾飞”，这是我们这一历程的第一步：为了减少对土地、资源、环境的压力，为了保护生态环境，提倡开发旅游。

众所周知，自改革开放以来，我国旅游业取得了突飞猛进的发展，旅游业的增长速度远远高于同期 GDP 和同期第三产业。但是，随着我国旅游业的发展，很快发现旅游并不是“无烟工业”，认识不足，管理不善，旅游开发和旅游活动带来对资源环境的破坏影响，同样令人触目惊心，十分严峻。所以，在 20 世纪 80 年代中期，我就不断呼吁加强风景名胜区、旅游区的生态环境保护，加强旅游生态环境研究，同时明确提出创建旅游生态学。

建设环境友好型社会是我国新时期全面落实科学发展观、实现经济又好又快发展和全面建设小康社会目标的重要战略，也是新时期实现环境保护历史性转变的重要途径。党的十七大报告明确提出新时期建设生态文明的目标，指出“必须把建设资源节约型、环境友好型社会放在工业化、现代化发展战略的突出位置，落实到每个单位、每个家庭”，并首次将“建设资源节约型和环境友好型社会”写进了党章，这充分表明党中央对环保工作的高度重视。

旅游一向被认为是资源节约型、环境友好型的产业，但具备这种可能性和潜在性，并不等于就有这种必然性和现实性。近年来，因开发不当所造成的环境破坏并不鲜见，但更值得关注的是由于经济社会发展导致的旅游资源消亡。因此，为了实现旅游业的可持续发展，必须充分认识旅游资源保护形势的严峻性，全面提高旅游资源的识别和保护意识。

进入 21 世纪，我国旅游业面临的形势和任务有了明显变化。概括地说，旅游业正处于一个黄金发展期、产业转型期、战略提升期、矛盾凸显期。尽快把我国建设成为世界旅游强国，把旅游业培育成为国民经济的重要产业，成为时代赋予旅游业的光荣使命和历史重任。

旅游是个大概念，包括旅游者、旅游地、旅游产业、旅游产品、旅游事业等。我们在旅游方面不必一味与世界比现代和资金财富，我们可以用独特的自然风光和古老的传统文化为资本，剑走偏锋、另辟蹊径，因地制宜，因势利导策划和设计。用《孙子兵法》中所说的“以正合，以奇胜，奇正相生”的思想来制订我们的策略和战略，我坚信，我国旅游业一定会取得健康、可持续的发展。

值此《全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材》丛书出版之际，匆匆写出自己的粗浅感想，是为序。

中国生态学会旅游生态专业委员会：韩也良

2008 年 6 月

丛书引言

经过几十位编著者的辛勤劳动，这一套面向全国旅游管理专业本科生的系列教材即将陆续展现在广大师生和相关读者的面前，作为系列教材的主编，我倍感欣慰，同时也深感压力巨大。在我国旅游业蓬勃发展的今天，各种各样的旅游教材层出不穷，要出版一本优秀的旅游教材已是一件不太容易的事情，更何况是一套系列教材，要能够真正获得方方面面的认可确实是一项非常艰难的任务。其实，出版这套系列教材最早的动议始于2003年，在海南召开的一次全国性学术会议上，中国科学技术出版社就邀请与会的来自全国各个高等院校旅游专业的专任教师商谈出版教材的事情。2004年在四川雅安碧峰峡召开的另一次全国生态旅游学术会议上，出版社和相关教师确定了该套教材的具体编写细节，从而正式开始了教材的编著工作。

这套系列教材的最大特点就是“力求创新，注重实践”。具体体现在以下几个方面：

一是所有编著者都是教学第一线的老师，承担的编写内容都是自己长期教学的内容，经过了长期教学实践的检验；

二是吸收了现有教材的精华，并将自己的旅游实践成果充分地反映在教材当中；

三是把握学科发展的前沿动态，尽可能将国内外旅游发展的新理论、新成果编入到教材当中；

四是教材体系和内容编排方面都力求创新。

这套系列教材与其他旅游系列教材的另外一个明显的不同，就是编著者有不少是财经学院、农学院旅游专业的老师，他们能够从不同的视角来诠释旅游的内涵，或许会给读者带来新的启迪、新的思索、新的收获。

当然，由于时间和能力的限制，该套系列教材仍然存在这样或者那样的不足，恳请广大读者批评指正。

在此，对参与本套教材的所有编著者所付出的辛勤劳动，对中国科学技术出版社为教材出版付出的努力与大力支持，对该套教材的编著和出版曾经给予支持和帮助的所有的专家学者，表示我最衷心的感谢！

张光生

2008年6月于江南大学（原无锡轻工业大学）

全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材 指导委员会

主 任	韩也良	中国生态学会旅游生态专业委员会
副主任	杨桂华	云南大学
	章家恩	华南农业大学
委 员	(按姓氏拼音排序)	
	达良俊	华南师范大学
	冯学纲	华东师范大学
	高 峻	上海师范大学
	黄羊山	东南大学
	陆 林	安徽师范大学
	孙玉军	北京林业大学
	万绪才	南京财经大学
	吴承照	同济大学
	严力蛟	浙江大学
	钟林生	中国科学院地理与资源研究所

全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材 编写委员会

主 编	张光生	江南大学
副主编	李洪波	华侨大学
	李 梅	四川农业大学
委 员	(按姓氏拼音排序)	
	陈秋华	福建农林大学
	杜 炜	华北电力大学
	郭盛晖	番禺职业技术学院
	侯志强	华侨大学
	李胜芬	燕山大学
	鲁 峰	安徽财经大学
	逯宝峰	燕山大学
	徐文燕	南京财经大学
	许南埂	云南财经大学
	喻江平	燕山大学
	赵艳辉	辽东学院
	郑辽吉	辽东学院
	郑群明	湖南师范大学

《旅游景区管理》编委会

主 编	李洪波
副 主 编	蒋 艳
编 委	黄安民 陈秋萍 陈 飙

前 言

可以说旅游资源是整个旅游业的落脚点，而旅游业中游客的主要活动都发生在旅游景区当中，因此，旅游景区也就毫无疑问地成为旅游业的支柱。又由于旅游景区的类型繁杂，因此也是整个旅游业管理中最复杂、最不容易研究和论述的一部分。目前中国的旅游景区管理呈现多元化的趋势，有承包租赁的，有完全国有化的，有股份制的，等等。如何讨论中国旅游景区的管理，应该让旅游管理专业的学生掌握一些什么样的知识，可以使他们毕业后胜任相关的工作，是高等旅游教育迫切需要解决的问题。因为传统的管理学知识不能够完全地、直接地用于旅游景区的管理中。旅游景区的基本知识框架是什么，这是本教材努力的方向。

在编写《旅游景区管理》的过程中，我们坚持两条主线。其一，理清旅游景区中不同利益主体的存在情况，他们的地位，在旅游景区中他们应该承担的义务和责任，以及各个利益主体之间的利益关系和利益诉求。其二，根据旅游景区的特点，有选择性地对与旅游景区非常重要的部分进行了论述，以此构成旅游景区管理的基本知识构架。

我们认为，在旅游景区中一般存在这样几个利益主体：旅游者、旅游经营者（旅游提供者）、当地居民和旅游景区政府或其派出机构。这些利益主体在旅游景区中都有着不同的利益诉求，同时也有不同的义务和责任以及地位。这些利益主体以旅游景区资源为中心而发生利益关系。因此，要想对旅游景区进行管理，首先必须理清这些利益主体之间的关系，以及他们与旅游景区资源间的关系。管理的对象虽然有人、财和物，在旅游景区中对人的管理是第一位的，这是因为在旅游景区中本身存在着不同的管理主体，这样就不可能像一般企业管理学那样来进行旅游景区管理的知识构建。在旅游景区中如何和谐不同利益主体的关系是其管理工作的重点，同样，也就成为旅游景区管理中必须掌握的知识。

无论是作为一种产品还是作为一种企业形式，旅游景区的管理与其他一般生产性企业有许多区别，这也就是为什么在旅游景区管理中的有些内容在一般的管理学中并不涉及，例如，环境管理，尤其是自然环境的管理，对于旅游景区而言环境是其生存的基本条件，也是景区旅游资源的赋存条件，环境和资源是一个事物的两个方面，这一点在其他企业中就不会被提到如此高的位置。基于此，教材中我们除了前面提到的内容外，还安排了旅游景区人力资源管理、旅游景区环境管理、旅游景区危机管理及旅游景区营销管理等内容。其中旅游景区危机管理是目前同类教材中首次出现的内容。

在编写过程中我们有意地引用了许多关于旅游景区新的研究成果，这在其他同类教材中也是不多见的。虽然，有一条不成文的规定，就是在教材编写中尽量避免使用有争议的知识点，但我们认为，现代社会中知识更新很快，让学生能够了解一些学术前沿，未必

是坏事，因此在教材的有些章节中运用了学术综述的方法介绍了相应章节的研究进展和成果，这些成果可能不太成熟但却是对现有知识很好的补充。

本教材由几所高校教师参与编写，这些教师都是工作在教学第一线，有一定的实践和理论功底，具体安排如下：浙江教育学院的蒋艳编写第三章和第五章，华侨大学的陈秋萍编写第六章，云南大学的陈飙编写第十章，华侨大学李洪波编写第一，第二，第四，第七，第八，第九章，华侨大学黄安民参与了第七章的编写。编写过程中研究生李玲协助完成了许多工作，在此表示感谢。特别感谢安辉老师同意将其译著《旅游业危机管理》中的部分内容编入本书中。感谢云南大学杨桂华教授在编写过程中给予的指导和帮助。

由于我们的水平有限，不妥之处望读者不吝赐教。

李洪波

2008年3月28日

目 录

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	8
第三节 旅游景区系统	15
第四节 旅游景区的发展变化	17
第二章 旅游景区管理概述	20
第一节 旅游景区管理的知识基础	20
第二节 旅游景区管理的基本内容	22
第三节 旅游景区管理目标及机构设置	24
第四节 旅游景区管理的基本程序	33
第三章 旅游景区的游客管理	36
第一节 旅游景区内游客行为及其利益分析	36
第二节 旅游景区中游客与管理者关系分析	52
第三节 旅游景区游客管理方法	55
第四章 旅游景区经营行为及资源开发管理	76
第一节 关于旅游景区管理主体其权利问题	76
第二节 关于商业伦理和旅游伦理	78
第三节 旅游景区经营者的管理	95
第四节 旅游景区资源开发管理	98
第五章 旅游景区与当地居民的关系	103
第一节 作为利益主体的当地居民分析	103
第二节 当地居民对旅游发展的感知与态度	110
第三节 关于社区旅游	126
第四节 旅游景区中当地居民的行为管理	138
第五节 国内外社区旅游及社区参与旅游经验借鉴	141
第六章 旅游景区人力资源管理	152
第一节 旅游景区管理者的素质要求	152
第二节 旅游景区人力资源结构	155
第三节 旅游景区人力资源配置	159
第四节 旅游景区人力资源绩效评估	164
第五节 旅游景区人力资源培训	171
第七章 旅游景区营销管理	180
第一节 旅游景区营销管理的基本理论	180
第二节 旅游景区市场调查与分析	182

第三节	旅游景区市场分析	192
第四节	旅游景区市场的细分与定位	195
第五节	旅游景区市场预测的方法	200
第六节	旅游景区产品的创新开发	215
第七节	旅游景区主题产品策划	221
第八章	旅游景区的环境管理	223
第一节	旅游景区环境系统	223
第二节	环境管理中的基本理论	230
第三节	旅游环境管理的对象、内容与手段	236
第四节	旅游环境管理的技术支持和保证	240
第五节	旅游景区环境评价概述	253
第六节	可持续发展的基本理论	260
第七节	旅游景区的可持续发展	263
第九章	旅游景区危机管理	278
第一节	危机管理概述	278
第二节	危机分析及预测的方法	283
第三节	旅游景区安全事故管理	297
第四节	旅游景区应急管理的方法	310
第十章	国内外旅游景区管理详解	336
第一节	世界遗产地的管理	336
第二节	国外国家公园管理	355
第三节	我国国家级景区管理	369
参考文献		385

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
5. 旅游景区利益主体的构成

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。

(一) 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。

(二) 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。

(三) 旅游区

《中华人民共和国国家标准旅游区(点)质量等级的划分与设定(GB/17775—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

(一) 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,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。

（二）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，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。

（三）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，本书中主要讨论的旅游区可能会是不同级别的风景区，风景名胜区，森林公园，自然保护区，世界自然及文化遗产地等等。但不包括诸如人造的城市公园、花园等。

下面从景区资源，旅游功能以及管理主体三方面介绍旅游景区的分类。

1. 按资源类型分类

该景区分类系统的主要依据是其旅游资源（或景观）的属性特征，不同的学者分类的结果不同，总结起来有“三类系统”、“五类系统”、“六类系统”和“九类系统”，具体如下表1-1所示。

表 1-1 景区的资源属性分类系统

分类系统名称	分类依据	分类结果		资料来源
		一级系统	二级系统	
三类系统	旅游资源性质	自然景区	以自然山川风景为主的景区	陈瑛 《旅游风景区管理》 陕西旅游出版社 1997
			以湖泊风景为主的岳区	
			以海滨风景为主的景区	
			以森林风景为主的景区	
		人文景区	以石林溶洞瀑布为主的风景区	
			以历史古迹名胜为主的景区	
			以宗教名胜为主的景区	
			革命历史纪念地型	

续表

分类系统名称	分类依据	分类结果		资料来源
		一级系统	二级系统	
三类系统	旅游资源性质		复合型景区 自然景点景区 人文景点景区 人造景点景区	禹贡 胡丽芳 《旅游景区景点营销》 旅游教育出版社 2005
五类系统	主要旅游资源类型		自然类旅游景区 人文类旅游景区 复合类旅游景区 主题公园类旅游景区 社会类旅游景区	马勇 李玺 《旅游景区管理》 中国旅游出版社 2006
六类系统	国家标准《旅游资源分类分级系统简表》（1997年版）		地文景观类景区 水文景观类景区 生物景观类景区 历史遗产景区 现代人文吸引物景区 抽象人文吸引物景区	王昆欣 《旅游景区管理》 东北财经大学出版社 2003
九类系统	主要景观类型		山岳型风景名胜区 洞穴型风景名胜区 水域型风景名胜区 山水型风景名胜区 古迹型风景名胜区 休养型风景名胜区 纪念型风景名胜区 工程型风景名胜区 保护型风景名胜区	马勇立 谈俊忠 《风景名胜区管理学》 中国旅游出版社 2003

2. 按旅游功能分类

该景区分类系统的主要依据是其旅游资源（或景观）的功能特征，不同的学者分类的结果不同，总结起来有“三类系统”、“四类系统”、“五类系统”和“七类系统”，具体如表1-2所示。

表1-2 景区的功能分类系统

分类系统名称	分类依据	分类结果		资料来源
		一级系统	二级系统	
三类系统	功能 + 旅游资源特色	观光体验型景区	观光游览型 古迹寻访型	岳怀仁 《风景旅游区经营与管理》

续表

分类系统名称	分类依据	分类结果			资料来源
		一级系统		二级系统	
三类系统	功能 + 旅游资源 特色	观光体验型 景区	文化修学型 风情体验型 科考探险型		云南大学出版社 1998
		度假休闲型 景区	康体疗养型 运动健身型 娱乐消闲型		
		综合型景区			
	景观的价值	科学价值主导型风景名胜 历史文化主导型风景名胜			马勇立 谈俊忠 《风景名胜区管理学》
		观光价值 主导 型风景 名胜区	自然类 风景名 胜区	美学观赏型风景名胜 季节度假型风景名胜 矿泉疗养型风景名胜 体育运动型风景名胜	中国旅游出版社 2003
			民族风情游览风景名胜 现代工程游览类风景名胜 娱乐休憩类风景名胜		
五类系统	功能	供参观、游览的旅游风景 供科研、学习的旅游风景 供休假、疗养的旅游风景 供探险、猎奇、从事体育运动的旅游风景 供娱乐、游玩的旅游风景			陈瑛 《旅游风景管理》 陕西旅游出版社 1997
七类系统	功能 + 旅游 资源特色	观光型游览旅游景区			姜若愚 《旅游景区服务与管理》 东北财经大学出版社 2004
		历史古迹旅游景区			
		民俗风情类旅游景区 文学艺术类旅游景区			
		娱乐游憩旅游景区	康体疗养型旅游景区 运动健身型旅游景区 娱乐休闲型旅游景区		
		科考探险类旅游景区 综合型旅游景区			

3. 按管理主体分类

该景区分类系统是我国特有的，我国的景区管理是多主体的，以景区的管理部门作为分类依据形成了景区管理主体分类系统，具体如表 1-3 所示。