

2014 年中国旅游 景区发展报告

China Tourist Attraction
Development Report 2014

国家旅游局规划财务司

中国旅游出版社

2014 年中国旅游 景区发展报告

China Tourist Attraction
Development Report 2014

国家旅游局规划财务司

中国旅游出版社

责任编辑： 洁

责任印制：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

2014年中国旅游景区发展报告 / 国家旅游局规划财

务司编. -- 北京：中国旅游出版社, 2016.1

ISBN 978-7-5032-5489-5

I. ①2… II. ①国… III. ①旅游区—经济发展—研
究报告—中国—2014 IV. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第289038号

书 名：2014年中国旅游景区发展报告

主 编：国家旅游局规划财务司

出版发行：中国旅游出版社（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

版式设计：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京金吉士印刷有限责任公司

版 次：2016年1月第1版 2016年1月第1次印刷

印刷开本：889毫米×1194毫米 1/16

印 张：17.75

字 数：273千

定 价：230.00元

I S B N 978-7-5032-5489-5

版权所有翻版必究如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

《2014 年中国旅游景区发展报告》编委会

主 编：吴文学

副主编：彭德成 郭长增 张树民

编 委：方 言 何 燕 张 飞 郭 磊



目录 Contents

2014 年中国 A 级旅游景区发展报告	001
----------------------	-----

2014 年中国 A 级旅游景区经营管理统计报告	015
--------------------------	-----

A 级旅游景区名录	205
-----------	-----

5A 级旅游景区	207
----------	-----

4A 级旅游景区	215
----------	-----

3A 级旅游景区	235
----------	-----

2A、1A 级旅游景区	255
-------------	-----

2014 年中国 A 级旅游景区 发展报告



一、2014 年 A 级旅游景区的总体情况

截至 2014 年年底，全国共有 A 级旅游景区 8026 家，较 2013 年增加 755 家，其中 5A 级旅游景区 184 家，4A 级旅游景区 2617 家（此数据为实际数据，但本年度报告将以完成经营数据填报的 7359 家景区为统计基准）。2014 年，全国 A 级旅游景区共接待游客 31.88 亿人次，其中政策性免票游客接待量为 11.62 亿人次；实现旅游总收入 3158.97 亿元，景区建设投资 2278.98 亿元，吸纳固定就业 121.54 万人。

（一）全国 A 级旅游景区数量情况

2014 年全国 A 级旅游景区保持快速发展，年末总量达 7359 家，较上年增加 755 家，增长 11.43%。从等级和类型看，4A 级和度假休闲类景区增长最快，分别增加 357 家和 186 家，分别占新增景区总量的 47.42% 和 24.64%。

A 级旅游景区橄榄形等级结构更加凸显，4A、3A 和 2A 三个等级旅游景区数量共计 7055 家，占总量的 95.87%，占比较 2013 年增加 0.29%。类型结构仍以自然景观类、历史文化类和度假休闲类为主，三类景区共计 4780 家，占总量的 64.96%，但占比较 2013 年下降 1.03%。

各区域景区数量仍不均衡，但差距进一步缩小，华东地区景区数量最多，西南地区增速最快。华东地区 A 级旅游景区总量为 2558 家，占全国 A 级旅游景区总量比例达 34.76%；西南地区 A 级旅游景区总量为 829 家，年度新增 142 家，占全国 A 级旅游景区总量比例达 11.26%，较上年增加 20.67%。

（二）全国 A 级旅游景区游客接待量情况

2014 年全国 A 级旅游景区游客接待量有所增加，共计 31.88 亿人次，较上年增加 2.99 亿人次，增长 10.35%。其中政策性免票游客接待量为 11.62 亿人次，较上年增加 1.20 亿人次，增长 11.52%。

4A 级和自然景观类景区的游客接待量最高，分别为 15.43 亿人次和 9.98 亿人次，占 A 级旅游景区游客接待总量比重分别达 48.40% 和 31.32%；科技教育类景区的游客接待量增长最快，较上年增长 33.33%。

A 级旅游景区平均游客接待量为 43.32 万人次 / 景区，较上年减少 0.42 万人次 / 景区。5A 级和历史文化类景区的平均游客接待量最高，分别为 393.28 万人次 / 景区和 59.89 万人次 / 景区；4A 级和博物馆类景区的平均游客接待量下降较为明显，分别较上年下降 1.81 万人次 / 景区和 4.32 万人次 / 景区。

地域分区上华东地区游客接待量最多，为 13.89 亿人次，占 A 级旅游景区游客接待总量的 43.56%；景区平均游客接待量最高，为 54.28 万人次 / 景区。西南地区增速最快，较上年增长 16.96%，达 4.12 亿人次。

（三）全国 A 级旅游景区旅游收入情况

2014 年，全国 A 级旅游景区实现旅游总收入 3158.97 亿元，较上年增加 169.86 亿元，增长 5.68%；实现平均收入 4292.67 万元 / 景区，较上年减少 654.55 万元 / 景区，下降 13.23%。

等级结构中 4A 级旅游景区旅游收入最高，为 1399.96 亿元，占 A 级旅游景区总收入的 44.32%；5A 级旅游景区平均收入最高，为 6.5 亿元 / 景区。

类型主体中自然景观类景区旅游收入最高，为 1132.48 亿元，占 A 级旅游景区旅游总收入的 35.85%；工业旅游类景区增长最快，较上年增长 371.68%；主题游乐类景区平均收入最高，为 5682.14 万元 / 景区。

地域分区上华东地区旅游收入最高，为 1460.42 亿元，占 A 级旅游景区总收入的 46.23%；西南地区增长最快，较上年增长 40.05%，达 49584 亿元；西南地区平均收入最高，为 5981.22 万元 / 景区。

收入构成上门票收入为 755.77 亿元，较上年大幅下降，总量减少 93.43 亿元，占比从上年的 28.41% 下降为 23.92%；餐饮收入增量最大，为 742.07 亿元，较上年增加 85.06 亿元。

（四）全国 A 级旅游景区就业情况

2014 年，全国 A 级旅游景区吸纳固定就业 121.54 万人，较上年增加 3.32 万人，增长 2.81%。景区平均固定就业人数 165 人，较上年下降 14 人 / 景区。

等级结构上 4A 级旅游景区固定就业总量最高，为 59.61 万人，占 A 级旅游景区固定就业总量的 49.05%；5A 级旅游景区平均固定就业量最大，为 1225 人 / 景区。

类型主体上度假休闲类景区固定就业总量最高，为 29.03 万人，占 A 级旅游景区固定就业总量的 23.88%。中南地区固定就业总量和景区平均固定就业量均最高，分别为 35.72 万人和 275 人 / 景区。

（五）全国 A 级旅游景区建设投资情况

2014 年，全国 A 级旅游景区共筹集资金 2364.56 亿元，较上年增加 364.42 亿元，增长 18.22%；其中用于建设投资 2278.98 亿元，较上年增加 308.04 亿元，增长 15.63%。

等级结构上 4A 级旅游景区建设投资总额最高且增长最快，总额为 1261.83 亿元，占 A 级旅游景区建设投资总额的 55.37%，较上年增长 36.91%；5A 级旅游景区平均建设投资最高，为 1.45 亿元 / 景区。

类型主体上度假休闲类景区建设投资总额和平均额均最高，总额为 743.79 亿元，占 A 级旅游景区建设投资总额的 29.09%，平均建设投资为 6042.16 万元 / 景区；科技教育类增长最快，较上年增长 54.56%。

地域分区上华东地区建设投资总额最高，为 895.33 亿元，占 A 级旅游景区建设投资总额的 39.29%；东北地区增长最快且景区平均建设投资最高，建设投资总额较上年增长 61.27%，平均建设投资为 4895.49 万元 / 景区。

二、2014 年 A 级旅游景区的发展特征

（一）社会投资景区积极性增强

2014 年 A 级旅游景区建设投资持续上升，自筹资金成为景区投资的主要来源，度假类景区成为社会投资首选，景区投资建设和经营日趋市场化。

自筹资金成为景区建设的重要来源。2014 年，我国 A 级景区自筹资金 1289.98 亿元，占筹集资金总额的 54.56%，贷款和拨款则分别仅占筹集资金总额的 27.66% 和 17.78%，分别比上年增加 0.05 个百分点和减少 3.34 个百分点。

度假休闲类景区受社会资本青睐。2014 年度假休闲类景区数量为 1231 家，较上年增加 186 家；投资额为 743.79 亿元，占年度 A 级旅游景区自筹资金总额的 29.09%。

景区管理运营主体企业化程度提高。2014 年，企业型经营管理主体的景区共计 4990 家，占全国 A 级旅游景区的 67.81%；行政性经营管理主体 169 家，占比降为 2.30%。

（二）“门票经济”现象进一步缓解

2014 年门票收入仍是景区总收入的最大来源项，但占比降至 23.92%，较上年下降 4.49 个百分点。说明全国 A 级旅游景区收入来源更加多样化，景区对门票收入的依赖性进一步下降。随着博物馆类、科技教育类、红色旅游类景区免费开放和政策性门票减免政策的持续实施，2014 年 A 级旅游景区门票收入占比继续降低，游客门票福利进一步释放。

一方面政策性免票游客接待量大幅增长。2014 年，全国 A 级旅游景区政策性免票游客接待量为 11.62 亿人次，较上年增加 1.20 亿人次，占总接待量的 36.45%，较上年增加 0.38 个百分点。另一方面，人均门票负担显著下降。2014 年购票游客的人均票价为 37.30 元 / 人次，较上年下降 8.60 元 / 人次；所有游客（包括购票和未购票游客）的人均票价仅为 23.71 元 / 人次，比上年下降 5.65 元 / 人次。

此外，新型旅游景区逐步摆脱“门票依赖”。虽然自然景观和历史文化类景区门票收入占比仍达 26.10% 和 23.63%，但乡村旅游、工业旅游、红色旅游和度假休闲等新型景区逐步摆脱“门票依赖”，其餐饮、住宿、商品等非门票收入占比进一步提高，平均占比分别达 26.07%、16.88% 和 36.17%。而门票收入比重进一步降为 2.12%、3.77%、12.79% 和 18.00%，较上年分别下降 40.58、7.82、24.85 和 11.04 个百分点。

（三）景区平均收入有所下滑

2014 年 A 级旅游景区总收入较上年增长 5.68%，同期景区数量增长 11.43%，景区收入增速明显低于景区数量增速。景区平均收入为 4292.67 万元，较上年下降 654.55 万元，其中 5A 级旅游景区平均收入下降最多，较上年下降 8806.26 万元，4A、3A 和 2A 级旅游景区分别较上年下降 731.71 万元、569.41 万元和 248.23 万元。

（四）科普类景区发展迅速

2014 年，以工业旅游和科技教育类为代表的科普类 A 级旅游景区在景区数量、游客接待量、旅游总收入和建设投资等方面增长迅速，成为旅游景区发展的新增长点。一是景区数量增速居前。工业旅游类景区继续保持数量增长的首位，较上年增长 33.05%，科技教育类景区数量也较上年增长 22.20%。二是景区接待量增速高于平均水平。科技教育和工业旅游两类景区的游客接待量增长速度位列前两位，分别较上年增长 33.33% 和 23.81%，高于全国所有类型景区增长的平均水平。三是景区收入增长加速。工业旅游类景区的旅游收入以 371.68% 的增速居首。四是景区投资增速加快。科技教育类和博物馆类景区成为建设投资增速最快的两类景区，分别较上年增长 54.56% 和 49.01%，远高于全国 15.63% 的平均水平。

（五）闽、蒙、黔、青成景区发展新热点

2014 年，福建省、内蒙古自治区、青海省、贵州省等省区在全国 A 级旅游景区的数量、游客接待量、旅游总收入以及建设投资等方面综合增长迅速，成为 2014

年旅游发展热点地区。

福建省 A 级旅游景区数量增速全国第一，青海省和内蒙古自治区位列第二位和第五位。2014 年全国 A 级旅游景区数量各省平均增长率为 11.43%，福建省、青海省和内蒙古自治区增长率分别达 51.35%、41.07% 和 23.26%。

内蒙古自治区 A 级旅游景区游客接待量增速全国第一，青海省、贵州省和福建省位列第二位、第四位和第五位。2014 年全国 A 级旅游景区游客接待量各省平均增长率为 10.35%，内蒙古自治区、青海省、贵州省和福建省增长率分别达 56.85%、55.29%、46.10% 和 29.78%。

贵州省 A 级旅游景区旅游收入增速全国第一，青海省和福建省位列第五位和第六位。2014 年，全国 A 级旅游景区总收入各省平均增长率为 5.68%，贵州省、青海省和福建省增长率分别为 118.33%、36.50% 和 34.51%。

青海省 A 级旅游景区建设投资增速全国第一，贵州省和福建省位列第二位和第三位。2014 年，全国 A 级旅游景区投资各省平均增长率为 15.63%，青海省、贵州省和福建省增长率分别为 226.13%、100.11% 和 83.42%。

三、2014 年 A 级旅游景区存在的主要问题

（一）景区门票价格再受热议

2014 年我国旅游景区门票收入占比虽较 2013 年有所下降，但高 A 级景区平均门票价格仍处于较高水平，其中 5A 和 4A 级旅游景区平均门票价格分别为 116 元和 53 元。5A 级旅游景区门票价格在 100 元以上的景区数量为 106 家，占 5A 级旅游景区总数的 56.71%；三分之一的 4A 级旅游景区门票价格在 50—99 元。

景区门票价格问题，有地方政府和景区追求高收益的主观原因，同时也存在建设投资、经营成本增加等客观因素和政策、体制、机制原因等。一是由于景区设施与环境的提升，短期内建设投资量较大，导致成本大幅增加；二是部分“全民资源”性景区的开发建设、资源保护体制不顺，资金来源过度依赖景区经营收入，财政补贴不足；三是门票价格形成机制、调整机制等不完善；四是景区管理经营水平

与效能偏低。

（二）景区安全事故仍无法杜绝

近年来景区安全事故总体处于下降趋势，2014 年景区安全事故主要为三种类型。一是古城古镇、古村古寨等文物古建类景区火灾事故，从 1 月 3 日起的云南省巍山古城拱辰楼大火开始，贵州、山西、上海、浙江等地古镇古村相继发生火灾，景区居民和经营户用火用电不慎引发火灾已成为全国文物古建类景区安全事故中的“第一大险情”。二是雾霾、沙尘、塌方及“威马逊”超强台风、四川暴雨、云南鲁甸县地震、四川康定地震、贵州和重庆大雾等不可抗力的自然灾害，对当地旅游安全产生了巨大的影响。三是山地运动、“野游”、涉水等事故也是今年旅游事故高发类型。

（三）不文明旅游行为频发

中央文明办、国家旅游局早于 2006 年 10 月 02 日就公布了《中国公民国内旅游文明行为公约》，2014 年“亚航事件”后，国家旅游局首次将两名涉事游客纳入《全国游客旅游不文明记录》，采用新手段治理不文明旅游行为。但时至今日，旅游中的不文明现象仍然频发。旅游景区不文明现象主要是两类：一是游客的不文明旅游行为；二是景区管理者的不文明服务行为。

游客在景区旅游时的不文明行为主要表现为：“乱刻乱画”“攀爬文物景点”“折枝摘花”等损坏旅游资源行为和“乱停乱放”“插队”“乱扔乱丢”等破坏环境和秩序行为。游客的不文明旅游行为不仅损害了景区旅游资源和环境秩序，同时也增加了景区的管理难度和成本。

景区管理服务的不文明行为也时有发生。2014 年在我国两个知名景区发生的导游辱骂游客的不文明事件广受热议，其一是因游客在旅行途中不购物而引发的导游辱骂行为，其二是因老年人优惠门票退票费事宜上意见不一致引发的导游与当事游客互相辱骂的过激行为。虽然两次事件的涉事导游均是带队旅行社安排的导游，但反映了一些景区存在管理服务程序不规范、员工素质和服务水平不高等问题，也暴

露出部分旅行社依靠旅游购物获利这一经营模式的弊端。

（四）假日旅游矛盾仍突出

2014 年国庆黄金周，国内多个传统热门景区的游客接待量呈现明显下降的态势。如九寨沟国庆节首日游客接待量仅为 8000 多人次，较上年下降了近 50%，推迟两天才达到最大容量；故宫 10 月 2 日接待游客相比去年同日少了 3 万多人次；西湖景区国庆 4 天的游客总和才与上年国庆两天游客接待量接近。千岛湖、黄山、五台山、峨眉山等知名景区游客人数相比上年国庆都有 2~4 成的下降。

虽然游客出游选择日趋理性，但假日旅游矛盾仍突出。由于职工带薪休假制度执行面不宽，使得全民放假时间集中，加之高速公路免费的政策利好，假日旅游人次井喷，整体上假日旅游矛盾仍突出。统计显示，2014 年国庆“黄金周”期间，全国游客出行达 4.8 亿人次，比上年增加约 13%。出现了如杭州西湖“断桥沦陷”、济南大明湖“人海漫堤”、南京夫子庙游人如织、上海外滩被游客挤爆等诸多人潮拥挤的场面。通过主要景区接待量测算发现，黄金周一日的平均游客接待量占全年景区总接待量的 3% 左右，是除“十一”黄金周外日平均接待量的 5 倍左右。景区环境承载量、设施服务容量和管理服务能力等无法匹配数倍的接待量，致使游客旅游体验质量下降。

（五）部分景区服务质量下降

国家旅游行政主管部门为了规范和提升旅游景区的服务质量，在 2005 年 1 月 1 日起实施《旅游景区质量等级的划分与评定》（GB/T17775-2003），实施 10 年来，我国旅游景区的游览设施体系不断完善、游览服务质量大幅度提升，A 级旅游景区成为旅游景区的发展标杆和服务行业的“国家品牌”。但部分景区在 A 级评定后，认识出现松懈，设施老化后更新不及时，管理服务人员的职业培训不足，管理制度执行不严，导致部分景区旅游服务质量下降。

一是基础设施老化，维护不及时。旅游道路、停车场、厕所、供水供电、垃圾污水处理、安防消防等基础设施建设相对落后，其中以厕所为代表的旅游基础服务

设施不完善问题最为突出，数量少、容量低，游客的如厕需求无法得到有效满足；环境乱、卫生差，严重影响景区环境与形象；位置偏、标志不明显，游客不易找到，耽误时间。二是旅游产品老化，更新换代滞后，与快速发展变化的市场需求不相适应；三是游览信息服务不健全。主要表现为旅游咨询服务不到位；指示牌与讲解牌数量不足，设置不合理，降低游客游览效率和信息获取率。四是服务意识提升缓慢，服务水平与质量与游客要求有差距。主要表现为景区存在价格欺骗；讲解员数量不足和素质不高；基层服务人员态度生硬和服务技巧欠缺等。

四、2015 年 A 级旅游景区的发展建议

（一）多举推动“错峰”休假

2014 年国务院出台的《关于促进旅游业改革发展的若干意见》提出，切实落实职工带薪休假制度，特别强调要把带薪休假的落实，纳入各地政府的议事日程。各地带薪休假制度逐步推进，如辽宁省公布了《辽宁省旅游条例（修订草案）》、上海市制定了《上海国民休闲旅游发展纲要》、山东省在机关事业单位推行颇具“强制性色彩”的年度带薪休假制度等。2014 年，全国 A 级旅游景区的假日游客分布虽有所均衡，但景区拥挤现象仍然十分突出。

在加快制定带薪休假的实施细则并加大其法定执行力度的同时，建议针对当前带薪休假制度落实缓慢、旅游供需时空错配、假日景区超负荷运营等问题，加速带薪休假和既有节假日的合理融合，鼓励弹性和错峰休假，施行灵活变通的休假模式。如为保障旅游客流的通畅，并结合南北方气候特点，建议南北方省份“错区”休假；基于人文关怀，针对不同人群，建议施行“错人”休假；鼓励各地根据地方民俗和传统节日，实施“错时”休假等。

（二）积极推动门票价格改革

自 2004 年以来，我国旅游景区，特别是公共资源类旅游景区门票价格呈现大幅上涨的趋势，引起社会的广泛关注。为确保景区门票价格市场的正常秩序，实现

景区增收和游客满意的双赢局面，建议积极推动门票价格改革。

一是建议相关部门联合规范景区门票管理秩序。按照《旅游法》的有关规定，旅游、价格、工商等部门联合对现有景区进行清理整顿，明确门票收入主体资格和收取方式，实施门票价格“旺季限高、淡季不限低”的限制措施，推广门票预约和优惠措施。二是推动第三方参与，完善价格形成和审批制度。在分类管理基础上，规范资源保护投入，建立旅游资源保护补偿机制；聘请第三方专业机构评估、制定和调整门票价格；完善跨区域听证制度，严格执行审批前后公示制度。三是扩大门票相关惠民政策。严格落实门票减免政策，鼓励市场定价，景区对部分特殊人群实行门票减免；在全面免费开放红色旅游、博物馆等景区类型的基础上，适时免费开放宗教场所、公益性城市公园、遗址遗迹等类型的景区；鼓励条件具备的地区制定相关政策，完善财政补偿机制，免费开放动物园、植物园、科技馆、乡村旅游、工业旅游等科普类型景区。

同时，鼓励景区多样化经营，拓宽收入渠道，改变门票收入为主导的单一经营模式；广开渠道，多方融资，如可通过财政拨款、捐赠基金、企业合作、发行彩票等多种手段共同支持景区运营和资源维护费用；提升精细化管理水平，提高景区的盈利能力。

（三）完善景区安全管理机制

景区应尽快建立并完善安全保障体系。加快建立紧急救援体系，配备专业的医疗和救援队伍；加强对消防安全隐患的防控和预警，定期排查安全隐患；完善旅游安全服务规范，旅游从业人员上岗前要进行安全风险防范及应急救助技能培训；强化对景区旅游道路特别是桥梁、隧道等交通安全，索道、大型游乐设施等设备安全以及食品安全、气象安全等方面的监督检查，对参与高风险旅游项目的旅游者进行风险提示；在已有商业机构推广旅游意外险的基础上，探索旅游景区责任险联合投保，搭建统一平台，通过平台承担景区管理单位的经营风险，进一步提升景区风险应对能力和风险管理水平，有效完善意外事故救援体系。制定切实可行的重大突发性旅游安全事故的应急预案，按照属地管理原则，建立健全旅游景区突发事件、高

峰期大客流应对处置机制和旅游安全预警信息发布制度，将其纳入当地统一的应急体系。

科学核定景区的最大承载量。2013年出台的《旅游法》第四十五条明确规定“全国各景区接待旅游者不得超过景区主管部门核定的最大承载量”。景区应依据相关法律法规积极进行最大承载量的科学核定工作，保障旅游者的旅游安全，减少景区安全隐患。严格执行《旅游法》和相关法律法规对旅游景区及公共场所的安全规定，建立健全客流监测预警系统，制定高峰期大客流应对处置的应急预案。

（四）深化景区文明旅游建设

文明旅游既是景区的责任、游客的义务，也是景区保护旅游资源、降低运行成本和优化旅游环境的重要途径。

一是要加强对游客文明旅游的宣传引导工作。景区应充分依托景区网站、提示牌、电子屏幕、微博、微信等平台大力宣传文明公约、文明旅游提醒语以及文明旅游典型案例，在醒目位置张贴《文明旅游倡议书》等文明旅游宣传资料。做好文明告知、文明提醒、文明规劝工作。建立文明督导员制度，对游客进行宣传引导、劝导、提醒等，对不文明行为进行制止，引导广大游客文明出游。

二是要提升景区文明旅游服务水平。立足“环境教育人”的理念，深化文明旅游景区的创建。全面整治景区环境卫生，提升景区内游览、餐饮、住宿、娱乐、购物、停车等各场所的卫生水平；改善硬件环境，配套完善服务设施，推动旅游厕所革命；加强景区服务人员的职业技能、文明礼仪和道德行为规范教育，提升服务人员的业务水平，为游客提供安全、文明、舒适、便利的服务。

三是完善游客不文明行为的监督管理。建立游客不文明旅游行为“黑名单”制度，量化和细化游客不文明行为的执行标准和实施细则；对重大不文明行为游客要记录并向社会曝光。必要时向公安、海关、边检、交通、人民银行征信机构等部门通报游客不文明行为记录，形成联动的“信用体系”，以此来惩戒游客的不文明旅游行为，保障景区文明旅游环境。