

旅游管理精品课程自主创新系列教材

主编 董观志

景区经营管理

JINGQU JINGYING GUANLI

董观志 主编
傅 轶 副主编



中山大学出版社

ISSN 1671-0244

第11卷第1期

景区经营管理

（中国旅游景区协会会刊）

第11卷第1期
2019年1月



中国旅游景区协会会刊

旅游管理精品课程自主创新系列教材

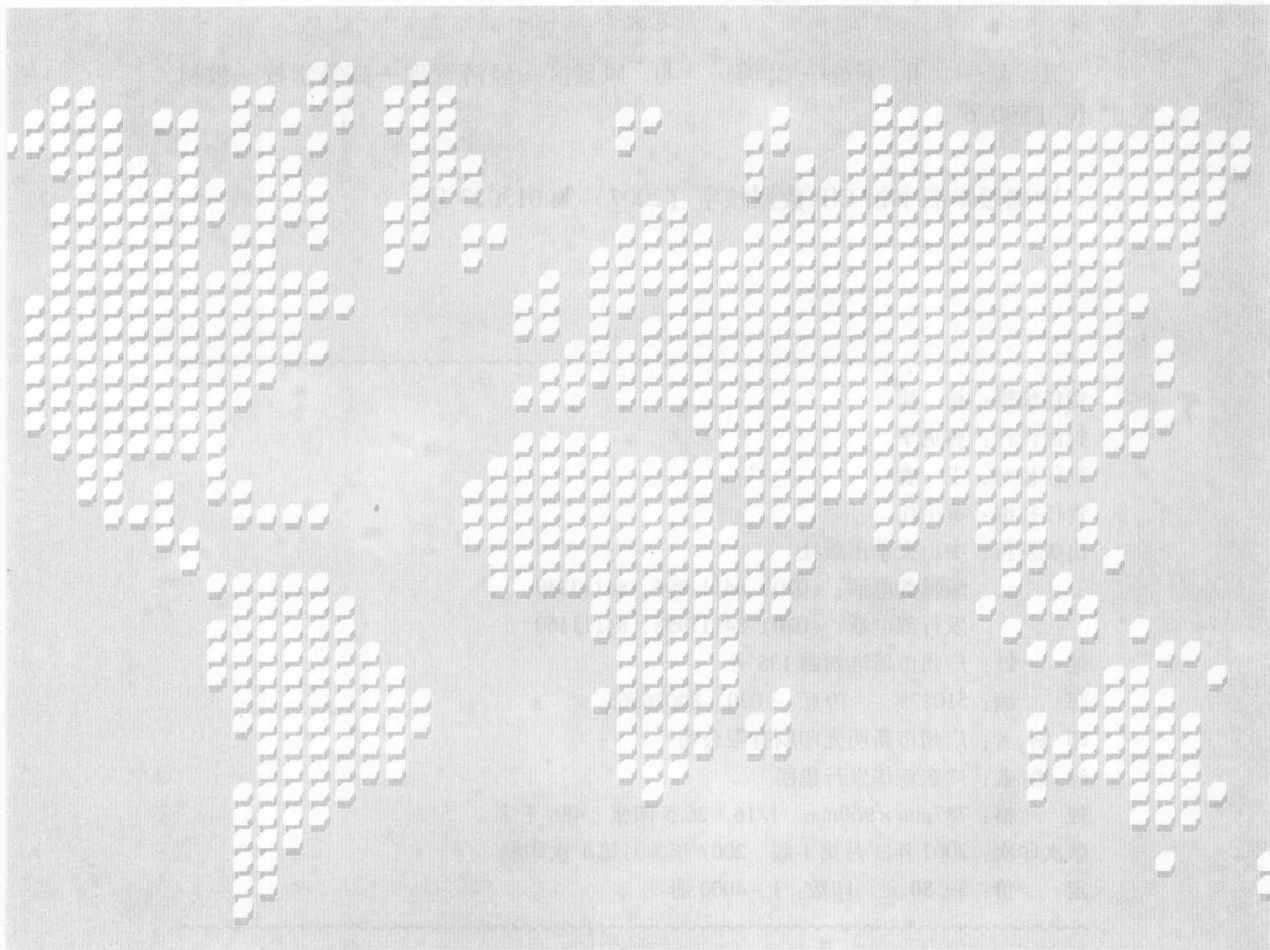
主编 董观志

景区经营管理

· 中山大学出版社

JINGQU JINGYING GUANLI

董观志 主编
傅轶 副主编



本书在编写过程中，参考了国内外有关景区经营管理的文献资料，并得到了中山大学出版社的大力支持，在此表示衷心的感谢。

中山大学出版社
· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

景区经营管理/董观志主编;傅轶副主编. —广州:中山大学出版社,
2007. 3

(旅游管理精品课程自主创新系列教材/董观志主编)

ISBN 978 - 7 - 306 - 02841 - 9

I. 景… II. ①董… ②傅… III. 风景区—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 (2007) 第 013023 号

责任编辑: 杨 捷

封面设计: 曹巩华

责任校对: 王 睿

责任技编: 黄少伟

出版发行: 中山大学出版社

编辑部电话: (020) 84111996, 84113349

发行部电话: (020) 84111998, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传真: (020) 84036565

印 刷 者: 广州市新明光印刷有限公司

经 销 者: 广东新华发行集团

规 格: 787mm×960mm 1/16 26.5 印张 486 千字

版次印次: 2007 年 3 月第 1 版 2007 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 39.80 元 印数: 1 - 4000 册

本书如有印装质量问题影响阅读, 请与承印厂联系调换

内 容 简 介

本书基于系统论和管理学的思想,把景区企业的管理系统划分为理念系统、支持系统、前台系统(直接服务旅游者)、后台系统(保障前台运行)四个子系统,全面地阐述了景区经营管理的基础理论和基本方法。第一个子系统是景区经营管理的理念系统,重点论述了景区的概论界定、发展态势和管理定位。第二个子系统是景区经营管理的支持系统,具体阐明了景区开发筹建管理、景区产品创新管理和景区节庆演艺管理的操作方法。第三个子系统是景区经营管理的前台系统,系统介绍了景区环境卫生管理、景区服务质量管理、景区安全保卫管理、景区现场督导管理的实现技术。第四个子系统是景区经营管理的后台系统,深入探讨了景区设施设备管理、景区市场营销管理、景区效益开发管理、景区人力资源管理、景区信息系统管理、景区经营战略管理的规律性问题。

本书理论联系实际,充分体现了自主创新、引进再创新和集成创新的基本特点,因而不仅适合作为高校旅游管理学科的课程教材,而且适合作为景区经营管理者以及理论研究者的重要参考文献。

总序

伴随着经济全球化、技术现代化和文化多元化的历史进程，大众旅游保持着强劲的发展态势，促使旅游业成为了许多国家和地区的先导产业和支柱产业。世界旅游组织（WTO）预测：到2020年，全球旅游者将达到160亿人次，其中国际旅游者将达到16亿人次。大众化旅游时代的到来，使旅游成为人类社会的一种重要的生活方式，旅游经济成为全球经济中的朝阳产业。生机勃勃的大众旅游展示着现代旅游业的光明前景。

改革开放以来，中国旅游业实现了跨越式发展，完成了从政治型接待事业到服务型经济行业、再到产业化发展的转型升级。进入21世纪，中国接待入境旅游者人次和国际旅游收入的排名进入世界前四位，中国已经是一个名副其实的世界旅游大国！大国的旅游就应该有大国的风范，大国的风范源自大国的理论和大国的人才。更何况，中国已经实施建设旅游强国的战略。实践出真知！在这种时代背景下，中国迫切需要加快旅游学理论建设和人才培养的步伐。因而，高等旅游管理教育必须肩负起这种历史责任和光荣使命。

高等旅游管理教育是我国旅游产业快速发展的历史必然，是我国高等教育深化改革的重要成果。自20世纪80年代以来，我国高等旅游管理教育取得了显著进步和丰硕成果。截至到目前，全国开办高等旅游管理教育的院校发展到了400多所，形成了从高职、大专、本科到硕士、博士层次的完备的教育体系，出现了高等旅游管理教育与旅游产业发展相互促进的可喜局面。教材建设是高等旅游管理教育实现可持续发展的关键基础。尽管这些年全国相继出版了多套高等旅游管理教材，在满足高等旅游管理教育需要方面发挥了重要的保障作用，但面对旅游产业的转型升级、旅游教育的国际交流和人才培养的多元需求，高等旅游管理教育教材还是存在着结构性短缺和成长性更新的问题，迫切需要在发展中解决。

中山大学出版社组织出版“旅游管理精品课程自主创新系列教材”，应该是为我国高等旅游教育做了锦上添花的工作。这套教材由在我国旅游学术界有第三代领军人物之称的暨南大学深圳旅游学院教授董观志博士担任主编，由中山大学、暨南大学、华南理工大学、华南师范大学、广州大学、广东商学院等



几所南方著名大学的资深旅游管理专家、教授担任各分册主编，全国相关高等院校的旅游管理专家、教授加盟编撰。第一批准备陆续出版的教材涵盖了旅游管理专业的核心课程，包括《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅行社经营管理》、《饭店经营管理》、《景区经营管理》、《旅游心理学》、《旅游资源开发与规划》、《旅游市场营销》；第二批将出版旅游管理专业的必修课程教材。

改革开放以来，不论是在接待旅游者人次还是在旅游总收入方面，广东省始终处于全国的领先地位，成为全国旅游业最发达的地区。由广东地区资深旅游管理专家、教授主编的这套“旅游管理精品课程自主创新系列教材”，得天独厚，充分体现了广东人敢为天下先的自主创新精神，反映了广东省旅游业的优先发展水平，集成了旅游管理教材的前期建设成果。显然，这套教材是在全国高等旅游管理教育经历了院校重组、专业调整等高等教育深化改革过程，正在逐步走向规模化和规范化的大背景下出版的，充分说明了我国高等旅游管理教材经过几代人的努力建设，已经走过了翻译引进、模仿和生搬硬套的导入阶段，进入了引进再创新和自主创新的成长阶段，目前正在走向集成创新的成熟阶段。因而，这套“旅游管理精品课程自主创新系列教材”的出版意义是显而易见的。

马 勇 教授

教育部工商管理学科专业教学指导委员会委员

旅游管理学科小组组长

2007年1月28日

前 言

中国经济的快速发展,促进了旅游业的突飞猛进。中国不仅是世界重要的旅游目的地国家,而且是正在崛起的世界旅游客源地国家,并开始从旅游大国向旅游强国转型升级。实践出真知!在这种时代背景下,迫切需要把景区经营管理课程作为高等旅游教育的核心课程进行建设。

为了适应中国景区发展对创新型知识化人才的迫切需要,促进中国景区经营管理的健康发展,我们编写了这本《景区经营管理》。在编写过程中,我们既借鉴了国外景区经营管理研究的理论成果,又结合了国内景区经营管理研究的学术成就,还兼顾了国内同类教材的风格特征,对景区经营管理的理论和方法进行了系统阐述。本书在内容上安排了理念系统、支持系统、前台系统(直接服务旅游者)、后台系统(保障前台运行)四个子系统。理念系统主要介绍了景区管理的概念体系;支持系统主要介绍了景区开发筹建管理、景区产品创新管理、景区节庆演艺管理等三个方面的内容;前台系统主要介绍了景区环境卫生管理、景区服务质量管理、景区安全保卫管理、景区现场督导管理等四个方面的内容;后台系统主要介绍了景区设施设备管理、景区市场营销管理、景区效益开发管理、景区人力资源管理、景区信息系统管理、景区经营战略管理等六个方面的内容。每章中还配套了学习目的、关键概念、思考题以及案例分析题,使本书形成了概念深入浅出、理论通俗易懂、内容结构系统、案例具体实用的特点,较好地体现了“够用、实用、好用”的大学教材编写原则。

本书由暨南大学深圳旅游学院董观志教授担任主编。其中,董观志撰写了第一章,董观志和曹秀玲撰写了第二章,吉林大学珠海学院傅轶撰写了第三章,江汉大学苏甦撰写了第四章和第十二章,深圳锦绣时代投资顾问有限公司颜杨撰写了第五章,暨南大学深圳旅游学院杨凤影、梁萍、赵晋良、唐艳撰写了第六章、第七章和第八章,徐斌撰写了第九章,重庆师范大学张颖撰写了第十章和第十四章,班晓君撰写了第十一章,梅兴莉和余娟撰写了第十三章。全书由董观志和傅轶统稿。

目 录

第一章 景区管理概念体系	(1)
第一节 景区的概念界定	(1)
一、景区的基本概念	(1)
二、景区的基本类型	(5)
三、景区的基本功能	(8)
第二节 景区的发展态势	(9)
一、世界景区的发展历程	(9)
二、中国景区的发展历程	(13)
三、中国景区的发展趋势	(16)
第三节 景区的管理定位	(17)
一、景区管理的基本特征	(17)
二、景区管理的基本任务	(18)
三、景区管理的基本方法	(19)
第二章 景区开发筹建管理	(25)
第一节 景区开发的理论基础	(25)
一、景区选址的理论基础	(25)
二、景区规划的理论基础	(27)
三、景区产品设计的理论基础	(30)
四、景区筹建的理论基础	(33)
第二节 景区规划的系统结构	(35)
一、景区规划的空间结构	(35)
二、景区规划的时间结构	(40)
三、景区规划的要素结构	(42)
四、景区规划的功能结构	(44)
第三节 景区工程的项目管理	(46)

一、景区工程项目的生命周期	(46)
二、景区工程项目的管理	(49)
三、景区工程项目的投资控制	(50)
四、景区工程项目的质量控制	(52)
五、景区工程项目的合同管理	(53)
第四节 景区开业的运行管理	(54)
一、景区开业准备	(54)
二、景区开业典礼	(59)
第三章 景区产品创新管理	(63)
第一节 景区产品开发规划	(63)
一、景区产品的概念界定	(63)
二、景区产品的定位	(65)
三、景区产品的设计	(66)
四、新产品开发	(67)
第二节 景区产品的生命周期	(68)
一、景区产品的生命周期曲线	(68)
二、景区产品的创新	(69)
三、延长景区产品生命周期的策略	(71)
第三节 景区产品组合策略	(71)
一、景区产品的组合战略	(72)
二、市场营销角度的景区产品组合策略	(74)
三、旅游者需求角度的景区产品组合策略	(75)
四、产品组合优化评价	(77)
第四节 景区产品创新策略	(78)
一、景区产品的创新开发	(78)
二、景区产品创新管理的内容	(81)
三、景区产品创新理念	(83)
第四章 景区节庆演艺管理	(86)
第一节 旅游节庆的界定	(86)
一、旅游节庆的概念	(86)
二、旅游节庆的特点	(88)
三、旅游节庆的类型	(89)

四、旅游节庆的意义	(91)
第二节 旅游节庆的策划	(93)
一、旅游节庆策划的原则	(93)
二、旅游节庆策划的定位	(95)
三、旅游节庆活动的策划程序	(96)
四、旅游节庆活动的策划方法	(97)
第三节 旅游节庆的管理	(98)
一、旅游节庆的整合管理	(98)
二、旅游节庆的创新管理	(100)
三、旅游节庆的运作管理	(101)
第四节 景区的演艺活动管理	(102)
一、景区演艺的分类	(103)
二、景区演艺的特点	(104)
三、景区演艺的策划	(105)
四、景区演艺的外包管理	(106)
第五章 景区环境卫生管理	(111)
第一节 景区环境卫生管理任务	(111)
一、景区环境卫生管理的内容	(111)
二、景区环境卫生管理的特点	(117)
三、景区环境卫生管理的要求	(117)
四、景区环境卫生管理的任务	(118)
第二节 景区环境卫生管理标准	(119)
一、制订景区环境卫生标准的原则	(119)
二、制订景区环境卫生标准的依据	(120)
三、景区环境卫生分类标准	(120)
第三节 景区的环境卫生管理方法	(127)
一、ISO14000 标准的建立和实施	(127)
二、ISO14001 与 ISO9001 的结合	(130)
三、全面管理原理在一体化体系中的应用	(133)
四、景区的绿色管理	(133)
第六章 景区服务质量管理	(136)
第一节 景区质量概述	(136)

一、景区产品质量的概念	(136)
二、景区质量管理的内容	(137)
三、景区质量管理的特征和方法	(139)
四、景区质量管理的定位	(141)
第二节 景区质量管理体系	(141)
一、景区质量管理体系的建立与实施	(142)
二、景区质量管理体系结构	(143)
三、景区质量管理基础工作	(144)
四、景区质量管理体系实施要求	(147)
第三节 景区服务的过程管理	(147)
一、景区对客服务的管理	(148)
二、景区展示服务的管理	(150)
三、景区跟进服务的管理	(151)
第四节 景区的质量改进管理	(153)
一、景区质量的评价	(153)
二、景区质量问题分析	(156)
三、景区质量改进	(158)
四、景区质量管理的战略与策略	(159)
第七章 景区安全保卫管理	(166)
第一节 景区安全管理任务	(166)
一、景区安全管理的概念及内容	(166)
二、景区安全管理的特点	(167)
三、景区安全管理的原则	(167)
四、景区安全管理的任务	(168)
第二节 景区安全设施与制度	(169)
一、景区安全设施的重要性	(169)
二、景区安全设施的配备	(169)
三、景区安全管理制度	(172)
第三节 景区安全事故的处理	(173)
一、景区安全事故的表现形态	(173)
二、景区安全事故的特征	(175)
三、景区安全事故的分类	(176)
四、景区安全事故的处理	(177)

第四节 景区保卫管理任务	(181)
一、景区保卫管理	(181)
二、景区保卫管理机构	(182)
三、景区保卫管理的特征	(183)
四、景区保卫管理的任务	(184)
第五节 景区保卫管理标准	(185)
一、景区保卫管理总则	(185)
二、景区保卫管理标准	(186)
第八章 景区现场督导管理	(193)
第一节 景区的现场管理任务	(193)
一、现场管理的概念与要素	(193)
二、现场管理的特点	(194)
三、现场管理的任务	(195)
第二节 景区的督导管理原理	(197)
一、景区督导与督导管理	(197)
二、景区督导管理的基本原则	(198)
三、景区督导管理的目标	(198)
四、景区督导管理者的必备技能	(200)
五、景区督导管理者的自我考核	(200)
第三节 景区的现场督导标准	(202)
一、标准与景区标准化管理	(202)
二、景区标准对现场督导管理的重要性	(203)
三、景区管理的标准化管理体系	(204)
四、景区的现场督导管理标准	(205)
第四节 景区的现场督导方法	(209)
一、目视管理	(209)
二、5S 活动	(211)
三、现场巡视	(214)
第九章 景区设施设备管理	(218)
第一节 景区的设施与设备	(218)
一、景区设施设备的种类	(218)
二、景区设施设备管理的内容	(220)

三、景区设施设备安全的制约因素	(221)
第二节 景区设施设备的前期管理	(225)
一、调查研究	(226)
二、规模预测	(226)
三、项目规划	(229)
四、可行性研究	(231)
五、设施设备投资项目的呈报和审批	(232)
六、投资决策	(232)
七、编制计划方案	(233)
八、设施设备的选购	(233)
九、设施设备的安装与调试	(233)
第三节 景区设施设备的维护与保养	(233)
一、景区设施设备的保证系统	(234)
二、景区设施设备的维护制度	(235)
三、景区设施设备的维护管理	(235)
四、景区设施设备的点检制度	(236)
第四节 景区设施设备的维修与更新	(237)
一、景区设施设备维修	(237)
二、景区设施设备更新与改造	(238)
第十章 景区市场营销管理	(246)
第一节 景区的市场分析技术	(246)
一、旅游者消费行为的模式分析	(246)
二、景区市场调查的程序和方法	(248)
三、景区市场预测的内容和方法	(250)
第二节 景区的市场营销流程	(253)
一、分析景区市场营销机会	(254)
二、研究和选择景区目标市场	(254)
三、制订景区市场营销战略	(256)
四、确定景区市场营销策略	(258)
五、实施和控制景区市场营销计划	(258)
第三节 景区的市场策略选择	(260)
一、景区市场营销组合策略	(260)
二、景区市场拓展战略	(265)

三、景区市场竞争战略	(266)
第十一章 景区效益开发管理	(270)
第一节 景区效益开发任务	(270)
一、景区效益开发的概念	(270)
二、景区效益开发的主要任务	(270)
第二节 景区的财务管理	(275)
一、景区财务管理的概念	(275)
二、景区财务管理的目标	(275)
三、景区财务管理的内容	(277)
四、景区财务管理的方法	(278)
第三节 景区的投资与融资管理	(279)
一、景区投资管理	(279)
二、景区融资管理	(283)
第四节 景区的上市问题	(288)
一、景区上市的现状	(288)
二、景区上市的技术问题	(289)
三、对景区上市有关问题的探讨	(292)
第十二章 景区人力资源管理	(297)
第一节 景区人力资源结构	(297)
一、景区人力资源的特点	(297)
二、景区人力资源的结构	(299)
三、景区人力资源管理的基本任务	(301)
第二节 景区人力资源组织	(302)
一、景区人力资源组织概述	(302)
二、景区人力资源组织的设计原则	(302)
三、景区人力资源的组织模式	(304)
四、景区组织管理的演进方向	(307)
第三节 景区人力资源开发	(309)
一、景区的工作分析	(309)
二、景区员工的定编	(311)
三、景区员工的招聘	(312)
四、景区员工的培训	(314)

第四节 景区人力资源激活	(316)
一、景区员工绩效考核	(316)
二、景区薪酬制度	(319)
三、景区员工激励机制	(322)
第十三章 景区信息系统管理	(326)
第一节 信息技术与景区管理	(326)
一、信息技术的发展	(326)
二、景区的信息化管理	(329)
第二节 景区信息资源系统	(332)
一、市场动态信息系统	(332)
二、游客接待信息系统	(335)
三、门禁票务信息系统	(336)
四、财务会计信息系统	(342)
五、物流资源信息系统	(344)
六、人力资源信息系统	(346)
七、总经理查询信息系统	(347)
第三节 景区信息资源管理	(348)
一、景区信息资源管理的系统目标	(348)
二、景区信息资源管理的结构框架	(350)
三、景区信息资源管理的操作规程	(351)
四、景区信息资源管理的功能实现	(353)
第十四章 景区经营战略管理	(357)
第一节 经营战略与景区管理	(357)
一、战略管理中的关键术语	(357)
二、战略层次和战略管理过程	(360)
三、景区经营管理和景区战略管理	(362)
第二节 景区经营战略的制订	(363)
一、景区经营环境分析	(363)
二、景区经营战略选择	(370)
第三节 景区经营战略实施	(379)
一、景区经营战略的实施基础	(379)
二、景区经营战略的实施过程	(381)