

高职高专旅游类专业精品教材

旅游景区服务与管理

张芳蕊 陈洪宏 主 编

索 虹 周秀芝 徐 秋 副主编



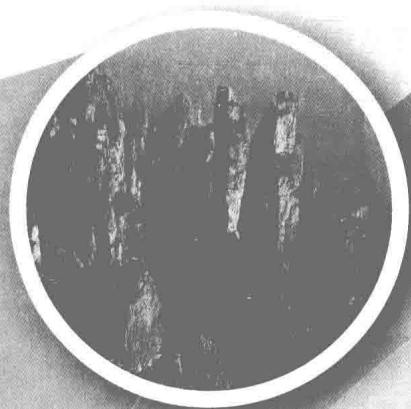
清华大学出版社

高职高专旅游类专业精品教材

旅游景区服务与管理

• 张芳蕊 陈洪宏 主 编

• 索 虹 周秀芝 徐 秋 副主编



内 容 简 介

作为旅游专业的一门应用性课程教材,本书以读者的实际需要和理解能力为出发点,结合旅游景区服务与管理的特点,从旅游景区的基本概念和分类入手,讨论和研究了以下基本内容:旅游景区门区接待服务与管理、旅游景区商业服务与管理、旅游景区营销管理、旅游景区人力资源管理、旅游景区设施设备与安全管理、旅游景区服务质量管理以及旅游景区环境管理。

本书既可作为旅游专业教材和旅游景区员工的岗位培训教材,也可作为旅游景区服务与管理人士的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区服务与管理/张芳蕊,陈洪宏主编. —北京:清华大学出版社,2014

高职高专旅游类专业精品教材

ISBN 978-7-302-34447-6

I. ①旅… II. ①张… ②陈… III. ①旅游区—商业服务—高等职业教育—教材 ②旅游区—经济管理—高等职业教育—教材 IV. ①F590.65

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 270015 号

责任编辑:陈凌云

封面设计:宋 彬

责任校对:袁 芳

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:12.25

字 数:282 千字

版 次:2014 年 1 月第 1 版

印 次:2014 年 1 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:28.00 元

产品编号:050492-01



前言

旅游景区是旅游业的重要组成部分。改革开放以来,我国旅游景区的开发建设、管理保护得到了各级政府和相关部门的重视。截至2011年年底,全国共有各类旅游景区20976家。高质量、高品位、高水平的旅游景区享誉海内外,成为中国旅游业发展的生力军和国家旅游形象的重要体现。旅游景区在给地方带来经济效益的同时,其社会、环境、文化等综合效益也日益显现,特别是在弘扬民族文化、传播现代文明、拉动就业、增加收入、带动服务业发展、帮助传统行业寻求新的增长点等方面发挥着越来越重要的作用。

旅游景区与旅游饭店、旅行社企业相比,其服务与管理的标准化、专业化、职业化起步都较晚。从景区功能设置系统来看,景区是由行、游、住、食、购、娱六大要素构成的综合体,是一个复杂的结合体。基于此认识,本书强化了旅游景区的服务职能,提供了大量鲜活的案例,以供读者参考。

本书在编写过程中,力求达到简洁实用、内容新颖、体例完整、操作性强的目标。具体表现在以下几个方面。

(1) 内容具有鲜明的时代特色,反映旅游行业发展的现状,与旅游景区现实需求接轨,注意运用新思潮、新观点来阐述旅游景区服务与管理的核心内容。

(2) 以提高学生素质为基础,以职业能力为本位,以应用为核心,按照旅游景区典型工作任务设置项目,注重学生实际工作技能的培养。

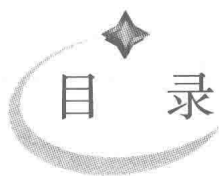
(3) 加大教材的案例化程度,不仅各项目实训均有案例作为支撑,各任务均有案例作为引入,而且每个任务中均设置大量小型案例,案例的题材和范围广泛,针对性强。

本书是秦皇岛职业技术学院与黑龙江职业学院共同合作的成果。其中,项目1由周秀芝、张芳蕊编写,项目2、项目3由索虹、张芳蕊编写,项目4由张芳蕊编写,项目5和项目8由徐秋编写,项目6和项目7由陈洪宏编写。此外,秦皇岛职业技术学院的王雅丽、宋梅两位教师参与了资料收集、案例汇总等工作,在此一并表示衷心的感谢!

本书在撰写过程中参阅了大量的国内外资料,得到了许多旅游景区行业专家的指导和帮助,在此要特别感谢南戴河国际娱乐中心人力资源部经理姜艳萍、北戴河集发观光园景区接待部经理李红英、北戴河联峰山景区运营部经理冯树合。

由于编者水平有限,书中浅陋与不当之处在所难免,敬请专家、学者和广大读者批评、指正,我们将在今后的教学实践中不断改进。

编者
2013年9月



目 录

项目 1 认知旅游景区.....	1
任务 1.1 梳理旅游景区的基本概念	1
1.1.1 旅游景区的概念	2
1.1.2 旅游景区的相关概念	5
任务 1.2 明确旅游景区基本分类	8
1.2.1 旅游景区的类型	9
1.2.2 特殊类景区——世界遗产	16
任务 1.3 认知旅游景区服务与管理	21
1.3.1 旅游景区管理的概念和构成要素	22
1.3.2 旅游景区管理的目标和方向	23
项目实训	26
项目 2 旅游景区门区接待服务与管理	28
任务 2.1 旅游景区票务管理	28
2.1.1 售票前准备工作	29
2.1.2 售票工作流程及注意事项	29
2.1.3 交款及统计	30
任务 2.2 旅游景区门区引导接待服务	31
2.2.1 验票服务	32
2.2.2 排队服务	35
任务 2.3 旅游景区咨询及投诉处理服务	39
2.3.1 游客中心	40
2.3.2 咨询服务	41
2.3.3 投诉处理服务	43
任务 2.4 旅游景区解说服务	46
2.4.1 旅游景区解说服务的功能	47
2.4.2 旅游景区解说服务的构成	47
2.4.3 我国旅游景区解说服务管理的重点	49
2.4.4 旅游景区导游服务的策略	50



项目实训	52
项目3 旅游景区商业服务与管理	54
任务 3.1 旅游景区餐饮服务管理	54
3.1.1 旅游景区餐饮服务的类型	56
3.1.2 旅游景区餐饮服务的特点	56
3.1.3 景区餐饮服务的管理	57
任务 3.2 旅游景区住宿服务管理	58
3.2.1 景区住宿服务的类型	59
3.2.2 景区住宿服务设施的布局与规划	59
3.2.3 景区住宿服务的基本要求	59
任务 3.3 旅游景区购物服务管理	60
3.3.1 旅游商品的类型及特性	61
3.3.2 旅游区商铺布局	61
3.3.3 我国旅游景区购物服务的现状及改进建议	61
3.3.4 游客的购物心理和基本的推销技巧	64
任务 3.4 旅游景区娱乐服务管理	67
3.4.1 旅游景区娱乐服务	69
3.4.2 景区娱乐服务的管理	70
项目实训	71
项目4 旅游景区营销管理	73
任务 4.1 认识旅游景区营销管理	73
4.1.1 旅游景区营销的定义及实质	74
4.1.2 旅游景区营销的重要性	74
4.1.3 旅游景区营销管理过程	75
任务 4.2 进行旅游景区市场定位	76
4.2.1 旅游景区市场调查与预测	76
4.2.2 旅游景区市场细分与目标市场的选择	79
4.2.3 旅游景区营销市场定位	80
任务 4.3 运用旅游景区营销组合	81
4.3.1 旅游景区形象营销	82
4.3.2 旅游景区产品营销	84
4.3.3 旅游景区营销渠道	87
4.3.4 旅游景区促销工具	88
项目实训	90
项目5 旅游景区人力资源管理	92
任务 5.1 旅游景区人力资源管理的重要性	92

5.1.1 景区人力资源管理的含义	93
5.1.2 我国景区人力资源管理现状	94
5.1.3 人力资源管理在景区发展中的地位	95
任务 5.2 旅游景区人力资源管理原则及基本业务	96
5.2.1 旅游景区人力资源管理原则	97
5.2.2 旅游景区人力资源管理基本业务	98
项目实训	102
项目 6 旅游景区设施设备与安全管理	105
任务 6.1 旅游景区设施设备管理	105
6.1.1 旅游景区设施设备的含义	106
6.1.2 旅游景区设施设备的分类	106
6.1.3 旅游景区设施设备的分期管理	117
任务 6.2 旅游景区安全管理	121
6.2.1 旅游安全事故的类型	122
6.2.2 旅游景区安全管理的特点	124
6.2.3 旅游景区安全管理系统	125
6.2.4 旅游景区专项安全管理	130
项目实训	140
项目 7 旅游景区服务质量管理	141
任务 7.1 认识旅游景区服务质量	141
7.1.1 旅游景区服务质量的内涵	142
7.1.2 旅游景区服务质量的内容	142
7.1.3 旅游景区服务质量的特点	143
7.1.4 旅游景区服务质量管理的概念、内容与重要性	144
任务 7.2 旅游景区服务质量管理体系	146
7.2.1 旅游景区服务质量管理的基本要求和原则	147
7.2.2 建立旅游服务质量管理体系	152
项目实训	156
项目 8 旅游景区环境管理	157
任务 8.1 旅游景区环境管理的基本内容	157
8.1.1 旅游景区环境与景区环境管理	159
8.1.2 景区环境管理的内容	159
任务 8.2 旅游活动对景区环境的影响	162
8.2.1 对地表和土壤的影响	162
8.2.2 对景区植物的影响	163



8.2.3 对景区水体环境的影响	163
8.2.4 对景区大气环境的影响	164
8.2.5 对景区环境美学的影响	165
任务 8.3 旅游景区环境管理存在的问题及解决手段	167
8.3.1 影响旅游景区环境质量的因素	167
8.3.2 旅游景区环境管理方面存在的问题	168
8.3.3 景区的保护手段	172
项目实训	173
附录 A 旅游景区服务指南	175
附录 B 旅游景区质量等级管理办法	184
参考文献	188



认知旅游景区



项目摘要

“身未动，心已远”、“有多远，走多远”、“玩转地球，尽享快乐人生”，这些流行的旅游词汇说明旅游已经成为现代人生活的一个重要组成部分，说明旅游成为人们放松心情、陶冶情操、增长知识、提高生活质量的重要途径。旅游景区在旅游活动中起着重要的作用，它是旅游者产生旅游动机的直接因素之一。认知旅游景区，了解旅游景区服务与管理的相关知识，可以为正在或将要从事旅游景区服务与管理工作的人提供专业基础和职业素养。

任务 1.1 梳理旅游景区的基本概念



任务引入

《中华人民共和国旅游法》关于旅游景区的相关条款

《中华人民共和国旅游法》已由中华人民共和国第十二届全国人民代表大会常务委员会第二次会议于 2013 年 4 月 25 日通过，自 2013 年 10 月 1 日起施行。

其中与旅游景区相关的条款摘录如下：

第四十二条 景区开放应当具备下列条件，并听取旅游主管部门的意见：

- (一) 有必要的旅游配套服务和辅助设施；
- (二) 有必要的安全设施及制度，经过安全风险评估，满足安全条件；
- (三) 有必要的环境保护设施和生态保护措施；
- (四) 法律、行政法规规定的其他条件。

第四十五条 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。景区应当



公布景区主管部门核定的最大承载量,制定和实施旅游者流量控制方案,并可以采取门票预约等方式,对景区接待旅游者的数量进行控制。旅游者数量可能达到最大承载量时,景区应当提前公告并同时向当地人民政府报告,景区和当地人民政府应当及时采取疏导、分流等措施。

第一百一十一条 本法下列用语的含义:

(一) 旅游经营者,是指旅行社、景区以及为旅游者提供交通、住宿、餐饮、购物、娱乐等服务的经营者。

(二) 景区,是指为旅游者提供游览服务、有明确的管理界限的场所或者区域。



任务分析

梳理旅游景区的基本概念,能为后续学习奠定知识基础,是从事旅游景区服务与管理工作的职业素养。本部分需要完成的任务有:在了解旅游景区概念的基础上,了解旅游地、旅游区、风景名胜区等相关概念。

1.1.1 旅游景区的概念

一、国外关于旅游景区的概念界定

目前,关于旅游景区的概念还没有达成共识,综述并不很多,界定存在一定的困难。下面梳理一下国际上关于旅游景区概念的代表性的定义。

(1) 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,而不仅仅是零售点、一处体育竞赛场地、一场演出或一部电影。

(2) 美国学者沃尔什·赫伦(Wash Heron)和特里·史蒂文斯(Terry Stevens)在《旅游景区与节事管理》一文中认为,景区(点)是有特色活动的地点、场所或集中地,应该做到以下几点。

- ① 吸引旅游者和当地居民来访,并达到此经营目的;
- ② 为游客提供获得轻松愉快经历的机会和消遣方式,使他们度过闲暇时间;
- ③ 尽量发挥其潜在能力;
- ④ 按景区(点)的特色进行管理,使游客获得满足;
- ⑤ 按游客的要求、需要和兴趣,提供相应水准的设施和服务;
- ⑥ 收取或不收取门票费。

(3) 英国学者约翰·斯沃布鲁克(John Swarbrooke)在《景点开发与管理》一书中将景点描述为:一个独立的单位、一个专门的场所,或者是一个有明确界限的、范围不可太大的区域,交通便利,可以吸引大批的游人闲暇时来这里作短时间的访问。他还强调,景点应该是能够界定、能够经营的实体。

二、国内关于旅游景区的概念界定

(1) 王昆欣编的《旅游景区服务与管理》一书将旅游景区定义为:具有美学、科学和历史价值的各类自然景观和人文景观的地域空间载体,它能够激发人们的旅游兴趣和需求,为人们提供参观、游览、度假、康乐、科研等产品和服务。

(2) 李天元在《旅游学概论》(修订版)中指出:作为旅游业的组成部分,旅游景点是由某一组织或企业对其行使管理的旅游地点,即:“有明确的界限同外界相隔并有固定的出入口,对游人的出入行使有效控制的游览点或参观点。所谓明确的界限是指该景点的区域范围或围以围墙、或设以栅栏、或借助某种天然条件(如河流、山沟等难以逾越的自然屏障)形成的边界,从而使人们不能随便出入。”

(3) 《中华人民共和国旅游法》指出,景区是指为旅游者提供游览服务、有明确的管理界限的场所或者区域。这是我国在国家法律层面第一次对景区给予的权威定义。据此,定义景区的空间范围,不论是封闭式还是开放式景区,都要取决于“明确的管理界限”,遵循这个原则,景区管理者和旅游者都必须关注这个界限,它既是旅游者允许到达、安全和权益受景区保护的界限,也是景区管理者实施管理和对旅游者承担义务的界限。从此,“驴友”在景区范围之外的各类探险行为及其引发的后续问题的仲裁也有了明确的判定依据。

三、本教材对旅游景区概念的界定

本教材借鉴《中华人民共和国旅游法》中关于景区的定义,把旅游景区定义为:由具有某种或多种价值,能够吸引游客前来观光、游览、休闲、度假的自然景物、人文景观以及能够满足游客需要的旅游设施构成的,具有明确具体的空间界线的多元环境空间和经营实体,有明确的管理界限的场所或者区域,并通过对游客进出的管理和提供服务,达到盈利或保护目的的旅行游览场所。

旅游景区一般由以下要素构成。

(1) 具有明确的环境空间界线:形成固定的、范围确定的经营服务场所,有明确的管理界限的场所或者区域。服务空间一般表现为门票范围。

(2) 固定的出入口:游客不能随意进出,通过对出入的管理达到盈利和保护的目的。

(3) 旅游吸引物:能够供人们欣赏、游览或从事娱乐活动。

(4) 旅游接待条件:接待基础设施,旅游配套服务和辅助设施;必要的安全设施及制度,经过安全风险评估,满足安全条件;有必要的环境保护设施和生态保护措施。

(5) 旅游景区经营管理机构:负责景区正常运转和外部联系。

(6) 管理与服务人员:管理景区,服务游客。

小资料

江山如此多娇——晒中国美丽景区

中国是一个旅游资源十分丰富的国家,拥有壮丽的山,秀丽的江、泉、瀑,雄伟的古代



建筑艺术,奇特的动植物和数不尽的名胜古迹,可谓自然景观与人文景观交映生辉。众多的世界自然与文化遗产更是闪烁着中国人民的智慧和勤劳的光芒。身临其境,置身其中,您将感受到从未有过的身心陶醉。欢迎来到中国,您可以从气吞山河的万里长城,气势磅礴的秦始皇陵兵马俑,如诗如画的桂林山水,充满东方神秘的故宫等独具特色的旅游胜景中,领略探索中国的古老与文明。每年的国庆长假,人们戏称“游假”。早在假期开始前,就已认真谋划,“去哪里,看什么”,每个旅游者都想寻找到旅游目的地最美的风景区,都想找品牌景区,来达到娱悦身心、享受服务的目的。去故宫吧,品味北京 600 年的人和事;去九寨沟吧,愉悦在童话世界里;去漓江吧,感悟桂林山水甲天下的神奇(见图 1-1)。心中总是晒出中国那些美丽的景区。我和亿万个旅游者的心情一样,想找一个景色美丽的景区,找一个管理规范,服务完善的景区,来填充自己的精神世界。

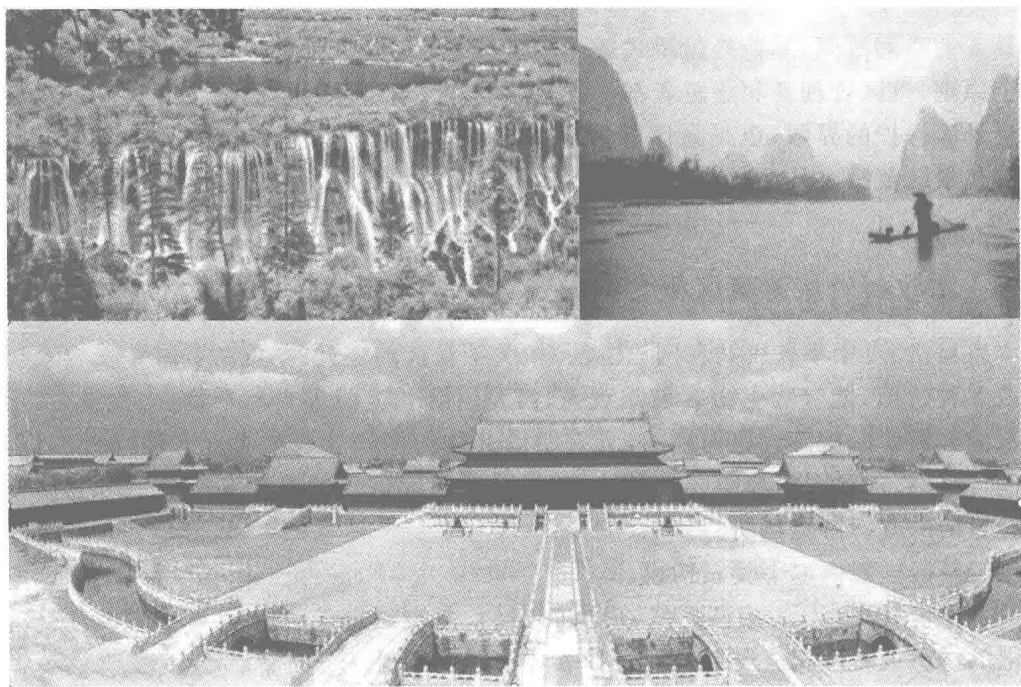


图 1-1 九寨沟、漓江与故宫

九寨沟景区

九寨沟位于四川省阿坝藏族羌族自治州内,是白水沟上游白河的支沟,据说主管草木万物之神比央朵明热巴有九个聪明勇敢、美丽善良的女儿,来自九座雪峰上空,见蛇魔在水中投毒,人畜倒毙。她们打败了蛇魔,留下来与九个藏族男子结婚成家,一起重建家园,以后形成九个部落,分居九个寨寨,因此这里就被称为“九寨沟”。

九寨沟有“童话世界”之称,它与乌镇、丽江古城、水墨婺源、凤凰古城、平遥、敦煌和新疆布尔津白哈巴村共同被评为蜜月必去的中国最美小镇。它的雪峰、彩林、翠海、叠瀑和藏情被称为“五绝”。作为“五绝”之一的雪峰,在蓝天的映衬下放射出耀眼的光辉,像英勇

的武士守候在九寨沟的身旁。站在远处凝望,巍巍雪峰玉柱直指蓝天。茂密的原始森林,主要种有红松、云杉、冷杉、赤桦、领春木、连香树等。森林中栖息着珍贵的大熊猫、白唇鹿、苏门羚、扭角羚、金猫等动物。海子中野鸭成群,天鹅、鸳鸯也常来嬉戏。九寨沟因其独有的原始景观,丰富的动植物资源而被誉为“人间仙境”。

(资料来源:佚名.九寨沟风景名胜区, <http://www.cthy.com>, 中国旅游信息网)

1.1.2 旅游景区的相关概念

旅游景区相关概念包括旅游地、旅游区、风景名胜区。

一、旅游地

1. 旅游地的概念

旅游地就是旅游者前往的目的地,如七彩云南、浪漫海南、文化河南、好客山东、多彩贵州、燕赵河北。旅游地是由旅游资源、旅游服务设施及其他相关旅游条件结合形成的吸引游客前往旅游的区域。它由若干个旅游区组成,各个旅游区之间组成一个地域上不一定相连成片,但服务接待设施配套、管理统一、交通方便、旅游服务条件相对独立的地域。

2. 旅游地需具备的要素

- (1) 旅游业是其所在地区的重要支撑产业,并依靠它获得较好的经济收入和社会效益。
- (2) 对旅游者具有吸引力,可供游人观光、度假、休闲、健身、娱乐、科学考察等。
- (3) 接待条件优越,具有现代性、时尚性和科学性。

小资料

国际旅游岛——海南

国家旅游局将2013年的旅游主题确定为“中国海洋旅游年”。其宣传口号为:美丽中国,海洋之旅! 体验海洋,游览中国! 海洋旅游,精彩无限!

海南海洋旅游主题口号为:美丽中国,幸福海南! 阳光海南,度假天堂! 海南——爱的海岛,情的海洋!

海南作为旅游地,发展海洋旅游的条件得天独厚。海南海域面积全国第一,海水水质优良,海洋生态良好,海水平均温度 $18\sim 28^{\circ}\text{C}$,多数地方风平浪静,海水清澈,沙白如絮,清洁柔软,阳光充足明媚,一年中绝大多数时间可进行海浴、日光浴。

海南是中国陆地面积最小、海域面积最大的省份,也是中国唯一的热带岛屿省份,授权管辖200万平方公里的海域面积,占中国海域面积的 $2/3$,海岸线长1800多公里,约占中国海岸线总长度的 $1/10$ 。近10年来,海南充分利用海洋旅游资源优势大力发展滨海度假旅游,建设了一批有影响的度假区,全省度假酒店尤其是滨海度假酒店在数量和档次上都走在全国前列,国际品牌酒店更是以海南作为中国休闲度假市场的桥头堡。海南推



出的温泉、高尔夫、医疗疗养、冲浪、潜水、邮轮游艇等滨海休闲度假旅游产品在东南亚、欧美等国家和地区已颇具影响,在国内也已成为越来越多高消费档次游客的时尚选择。随着人们生活水平的提高以及向往海洋、探求海洋、享受海洋、体验海洋的愿望越来越强烈,海南将在多年来成功发展“滨”旅游的良好基础上,迈向更广阔海洋,做好“海”旅游的文章,责无旁贷承担起为中国海洋旅游探路的重任。这同时也是进一步完善海南旅游产品体系,实现“山海互动、蓝绿并举”,发挥生态环境综合效应,促进传统滨海度假旅游产品转型升级,助推海洋经济发展,实现富民强岛的重要举措。

(资料来源:佚名. 2013 中国海洋旅游年启动 海南具有得天独厚优势. <http://www.hinews.cn/news/system/2013/01/01/015303633.shtml>,南海网)

二、旅游区

1. 旅游区的概念

中华人民共和国国家标准 GB/T 17775—2003《旅游区(点)质量等级的划分与评定》中指出:旅游区是以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一的空间或地域。本标准中,旅游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管理区。该管理区应有统一的经营管理机构和明确的地域范围,包括风景区、文博馆、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景区。旅游区是旅游活动的客体,是客观存在的事物,它是旅游活动不可或缺的三大因素之一。

2. 旅游区的特征

- (1) 具有供游客参观游览的吸引物,一般分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类;
- (2) 完善的旅游交通服务设施,即具有通往旅游区的交通道路,具有停车(船)场所,具有可供游人参观游览的步道或航道;
- (3) 游览服务设施齐备,具有明显的各种引导标志(入口游览导游图、标牌、景点介绍牌等),能提供导游服务;
- (4) 旅游安全保障有力,即消防、防盗、救护设备齐全,功能完好,管理机制健全,能及时提供安全保卫工作;
- (5) 良好的环境卫生,即景区环境优美、干净卫生。有健全的环卫管理机制,各种卫生设施设备齐全,标示明显;
- (6) 完善的公共设施,如完善的数字旅游系统、完善的购物环境。

三、风景名胜区

1. 风景名胜区的概念

1985 年国务院颁布的《风景名胜区管理暂行条例》规定:风景名胜区是指具有观赏、文化或者科学价值,自然景观、人文景观比较集中,环境优美,可供人们游览或者进行科学、文化活动的区域。风景名胜包括具有观赏、文化或科学价值的山河、湖海、地貌、森林、

动植物、化石、特殊地质、天文气象等自然景物和文物古迹,革命纪念地、历史遗址、园林、建筑、工程设施等人文景物和它们所处的环境以及风土人情等。2006年9月国务院公布的《风景名胜区条例》规定:国家对风景名胜区实行科学规划、统一管理、严格保护、永续利用的原则。

中国地大物博,旅游资源丰富,风景名胜众多。国务院分别于1982年、1988年、1994年、2002年和2004年先后公布了五批国家级风景名胜区,截至2009年12月,中国国家级风景名胜区已达208处,其中22处被列入联合国教科文组织世界遗产名录。

2. 风景名胜区需具备的基本要素

- (1) 有法定的范围和空间;
- (2) 有优美奇特的自然景观,代表性强,并且比较集中;
- (3) 有历史悠久的人文景观,代表性强,并且比较集中;
- (4) 有观赏、文化、科学以及生态价值;
- (5) 有可供游客游览、休息或进行科学、文化活动的空间。

小资料

黄山风景名胜区

黄山位于安徽省南部黄山市境内,南北长约40公里,东西宽约30公里,山脉面积1200平方公里,1985年入选全国十大风景名胜区(见图1-2),1990年12月被联合国教科文组织列入《世界文化与自然遗产名录》,2006年2月入选世界地质公园。黄山是以自然景观为特色的山岳旅游风景区,奇松、怪石、云海、温泉并称黄山“四绝”,令海内外游人叹为观止。黄山有名可数的有72峰,其中天都峰、莲花峰、光明顶是黄山的三大主峰,海拔高度皆在一千八百米以上,并以三大主峰为中心向四周铺展,跌落为深壑幽谷,隆起成峰峦峭壁,呈现出典型的峰林地貌。



图1-2 中国国家级风景名胜区标识

黄山旅游地由12个旅游区构成,即黄山世界遗产风景名胜区、九华山佛教文化名胜区、齐云山道教文化名胜区、歙县古建筑游览区、黟县古民居游览区、太平湖风景区、屯溪



古城游览点、石台溶洞游览区、泾县新四军贵池游览点、清凉山自然保护区、牯牛降保护区、绩溪游览区。

(资料来源:佚名. 黄山概况. <http://www.chinahuangshan.gov.cn>, 中国黄山风景名胜区官网)



任务实施

全班分为若干小组,每组 6~8 人,通过参观当地著名旅游景区,明确旅游景区、旅游地、旅游区、风景名胜区的概念。参观后要求每个小组完成一份书面调研报告。

任务 1.2 明确旅游景区基本分类



任务引入

梵净山的“多栖型”景区建设

梵净山旅游景区位于有“黔东门户”之称的贵州省铜仁市,其旅游资源种类丰富,品位较高,主要表现在以下两方面。

1. 梵净山旅游资源状况

(1) 丰富的生态自然旅游资源。梵净山是中国黄河以南最早从海洋中抬升为陆地的古老地区,拥有 10 亿至 14 亿年前形成的奇特地貌景观,有“武陵正源,天下众名岳之宗”的美誉,1978 年被确定为国家级自然保护区。梵净山的高峻山势形成了“一山有四季,上下不同天”的垂直气候特点和动植物分布带,保存了世界上少有的亚热带原生态系统,并孑遗着 7000 万年前至 200 万年前的古老珍稀物种。此外,这里古老而特有的植物种类繁多,有国家级保护植物 21 种,是中国少有的亚热带动植物基因库。

(2) 历史悠久的佛教文化旅游资源。梵净山得名于“梵天净土”,是全国著名的弥勒道场。梵净山明清时期最为繁荣,建有四大皇庵、四十八脚庵和金顶古庙群,有近百座寺庙,其中以六寺六殿最为著名:承恩寺(俗称上茶殿)、天庆寺、朝天寺(后称镇国寺)、天林寺(又名坝梅寺、承恩堂)、天池寺(又名天池院、清代改称护国寺)、天马寺、九皇殿(又名九皇洞)、三清殿、圆通殿、弥勒殿、释迦殿、通明殿(又名报恩寺)。如今,虽然其中不少庙宇遭到破坏,但还是极具旅游开发潜力。

(3) 多样化的民族文化旅游资源。梵净山旅游景区还包括梵净山周围的三县八乡镇,即江口县太平乡、闵孝镇、德望乡,印江土家族苗族自治县的木黄镇、新业乡、永义乡和松桃苗族自治县的乌罗镇和寨英镇。梵净山旅游景区的民族文化旅游资源具有多样化和珍稀性,为发展文化旅游提供了巨大资源,便于形成多类型、深内涵的旅游产品。

(4) 其他旅游资源。梵净山旅游景区还是古建筑文化、红色文化等文化资源的重要

载体,至今保存有以院道摩崖为代表的摩崖字画,以茶碑殿、赦赐碑为代表的碑碣等。同时,梵净山地区是贵州省革命老区、黔东南革命根据地,周逸群、旷继勋、贺龙等老一辈无产阶级革命家当年在这里从事革命活动,遗留下不少革命纪念资源。

2. “多栖型”旅游景区的概念塑造

以梵净山旅游景区为代表,这种具有多样旅游资源,且至少有两个子类旅游资源的品质较高、具有市场开发潜力的旅游景区,应该被称为“多栖型”旅游景区。

“多栖型”旅游景区的概念是建立在旅游资源的概念基础之上的。旅游景区的旅游资源的品质和市场接轨性,决定了一个旅游景区是否是“多栖型”旅游景区。若一个旅游景区旅游资源种类丰富甚至齐全,但是仅有一个子类旅游资源,品质较高、具有市场开发潜力,则该景区仅仅是“单栖型(单一性)”旅游景区。

“多栖型”旅游景区的概念是建立在旅游市场的实践基础之上的。旅游者进行旅游选择与行动的一个重要原则是追求“利益”最大化,这种利益是指以最小的时间、经济成本获得更多的旅游体验,而“多栖型”旅游景区必然更好地满足了旅游者的这一原则需求。当然,在“单栖型(单一性)”旅游景区中,如果将其中突出的一类旅游资源开发得当,且与其他旅游资源搭配恰当,也能在空间距离、旅游促销等主客观条件的作用下,在一定程度上成为“多栖型”旅游景区的替代品。

(资料来源:陶静.梵净山的“多栖型”景区建设.中国旅游报,2013-05-13)



任务分析

作为未来的旅游工作者,坚持的梦想应该是:我欲无所不知,我欲无所不至,读万卷书,行万里路。我国旅游资源丰富多样,旅游景区类型多样,我们应该了解一下旅游景区的分类,为以后的学习和工作奠定良好的知识基础。本部分需要完成的任务有:掌握旅游景区的分类,了解旅游景区的性质。

1.2.1 旅游景区的类型

一、按照旅游吸引物的要素分类

按照旅游吸引物的要素不同,可以将旅游景区分为以下三类。

1. 天然景观类景区

天然景观类景区亦可称为自然景观类景区。它是在自然环境下天然产生的景区,具有美的欣赏价值和参观乐趣。通常情况下,天然景区拥有怡人的自然环境,山水相映,鸟语花香,展现了一个地区的气候或地貌特点。游客可以在其中深刻感受到大自然的独特魅力,令人心旷神怡、流连忘返。如有特色的山体景观、水体景观、动植物景观、气象气候景观。天然景观类景区包括名山、江河、湖泊、森林、草原、峡谷、瀑布、海岛等,这些景区的特征有:

(1) 景区的吸引力主要是自然风光;