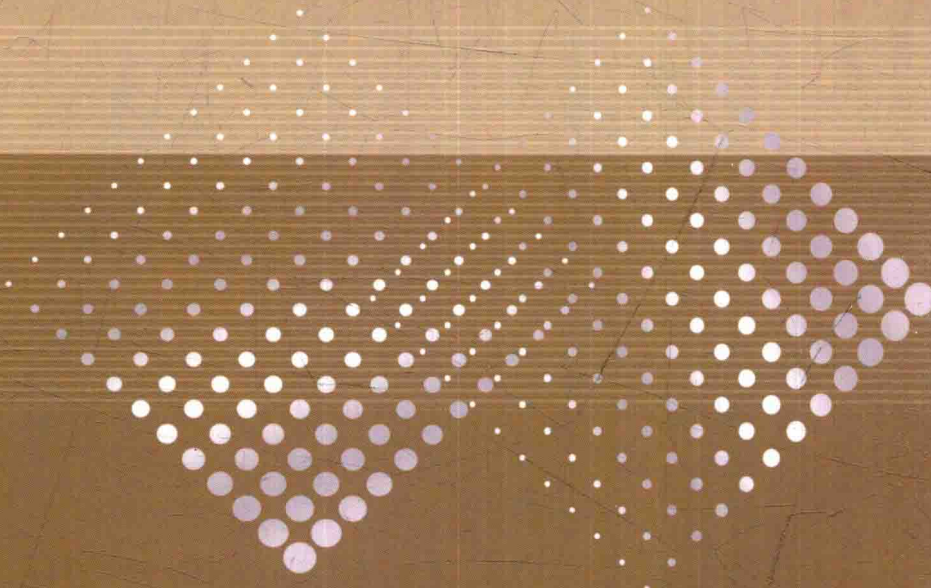


旅游景区服务质量管理 及其实证研究

◎陆霖 著



北京交通大学出版社
<http://www.bjtup.com.cn>

旅游景区服务质量管理 及其实证研究

陆 霖 著

北京交通大学出版社
· 北京 ·

内 容 简 介

本书针对目前国内在旅游景区服务质量管理方面的理论研究起步较晚、基础较薄弱、实践经验较少的现实情况,结合我国旅游景区的发展现状并借鉴旅游业发展较好的国家之经验,逐步完善我国旅游景区在服务质量管理方面的理论与实践。本书运用多个不同类型景区在服务质量管理方面的真实案例,通过作者问卷调查、实地考察等多种调查方法相结合的方式,试图找出不同类型旅游景区在服务质量管理方面的共性,总结普遍问题,并且提出改进策略,争取找到一条适合我国旅游景区服务质量管理切实可行的发展道路。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区服务质量管理及其实证研究 / 陆霖著. —北京:北京交通大学出版社, 2016. 8

ISBN 978-7-5121-2962-7

I. ① 旅… II. ① 陆… III. ① 旅游区-商业服务-服务质量-质量管理-研究-中国 IV. ① F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 184587 号

旅游景区服务质量管理及其实证研究

LÜYOU JINGQU FUWU ZHILIANG GUANLI JI QI SHIZHENG YANJIU

策划编辑: 吴嫦娥 责任编辑: 郭东青 助理编辑: 崔 明

出版发行: 北京交通大学出版社 电话: 010-51686414 <http://www.bjtu.cn>

地 址: 北京市海淀区高粱桥斜街 44 号 邮编: 100044

印 刷 者: 北京艺堂印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170 mm×235 mm 印张: 8.75 字数: 181 千字

版 次: 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5121-2962-7/F·1633

印 数: 1~1 000 册 定价: 25.00 元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。
投诉电话: 010-51686043, 51686008; 传真: 010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

前言

进入 21 世纪以来,随着我国旅游业的飞速发展,旅游产业的不断升级,对于旅游景区服务质量的要求也在不断提高。旅游景区一直是旅游业发展的基础,是旅游活动的核心,是旅游产品最主要的组成部分,而服务质量正是旅游景区服务管理的核心所在。但是,由于旅游业本身的复杂性和特殊性以及其他各种原因,无论从理论还是实践上来说,我国对于旅游景区服务质量的研究相对比较滞后。随着我国《旅游法》的出台以及人们对旅游质量的要求逐渐提高,旅游景区的服务质量问题将会成为未来我国旅游业研究的热点和重点。

目前国内关于旅游景区的研究大都着重于宏观方向的服务与管理上,缺乏对旅游景区服务质量方面的详细研究。本书对旅游景区服务质量管理的各个方面进行详细论述,明确旅游景区服务质量管理的基本理念,在此基础上,全面阐述我国旅游景区服务质量管理当中存在的问题,并且借鉴国外旅游景区服务质量管理的先进经验。最后,有针对性地提出旅游景区服务质量管理的基本策略。本书对我国旅游景区服务质量管理进行的相关实证研究,使理论联系实际,试图找到能够提高我国旅游景区服务质量的有效途径。

由于作者水平有限,在本书的整理过程中,借鉴了许多网站信息、报纸和书籍,吸收了国内外学者的研究成果,对此表示衷心感谢。希望广大读者提出宝贵意见,对本书的不足之处进行批评指正,作者将不胜感激!

陆霖

2016 年 6 月

目 录

第 1 章 导论	1
1.1 研究背景和研究内容	1
1.2 相关理论研究	2
1.3 旅游景区服务质量管理研究综述	20
第 2 章 旅游景区服务质量实证研究	28
2.1 主题乐园类景区	28
2.2 山岳类景区	38
2.3 温泉度假类景区	50
2.4 历史古迹类景区	61
第 3 章 我国景区服务质量存在的问题	72
3.1 宏观分析	72
3.2 微观分析	81
3.3 产生原因分析	86
第 4 章 国外景区服务质量管理经验借鉴	93
4.1 美国的经验	93
4.2 英国的经验	97
4.3 日本的经验	106
第 5 章 提升旅游景区服务质量策略	114
5.1 提升服务人员的服务质量	114

5.2 提升对游客期望的管理.....119

5.3 提升景区其他方面服务质量..... 122

参考文献..... 129

后记..... 131

导论

1.1 研究背景和研究内容

1. 研究背景

2014 年我国旅游业实现新跨越，全年旅游总收入约 3.25 万亿元。从三大旅游市场的具体情况来看，国内游依然保持超高热度，出境游也在平稳增长，入境游在上半年呈现下降趋势，但是从下半年开始出现回暖。旅游业发展总体向好，其在国民经济中发挥的作用也越来越大。目前国际旅游业市场持续增长，亚太地区的旅游发展前景尤为广阔。在良好的国际大背景环境下，我国政府出台的一系列激励政策，免签地区的增多以及人们旅游观念的转变等，构成了我国旅游业 2014 年总体发展不错的推动因素。

但不容忽视的是，我国旅游业在快速发展的同时也隐藏着一些急需解决的问题，例如旅游基础设施不完善，不同区域旅游资源开发程度相差较大，破坏性开发旅游景区等。旅游景区的服务质量问题日益成为了人们关注的焦点之一。因为随着经济的发展和人们生活水平的提高，传统的旅游方式已经无法满足现代人们的需求，“体验式”旅游的时代已经来临。此时人们已经不仅仅满足于观赏自然风光或者是历史遗迹，而是更加注重对于服务的体验。所以在现代旅游产业当中，旅游景区服务质量的好坏直接影响着游客们的旅游体验，进而影响着旅游业的长远发展。

2. 研究内容

鉴于旅游行业本身的复杂性和特殊性,以及旅游作为一门应用性学科的基本特点,本书将运用管理学、市场营销学、经济学等相关基础学科的理论,以发现问题、分析问题、解决问题为基本研究思路,对有关旅游景区服务质量管理的基本概念、相关理论做探究性的研究。具体研究内容如下。

第一,对旅游景区服务质量管理的相关理论和概念的研究。鉴于目前旅游学术界对于旅游景区和景区服务质量等基础性概念的认识各不相同,观点十分不统一,以及为了使本研究更加具有针对性,本研究首先将对这些概念进行清晰明确的界定和辨析,为对旅游景区服务质量管理的研究提供理论依据。

第二,对旅游景区服务质量管理问题的实证研究。旅游是一门应用性的综合学科,只有把基础理论和实际相结合才能真实地发现问题和解决问题。随着我国旅游业的快速发展,景区服务质量问题也越来越多地暴露了出来。这一部分内容将采取案例分析的方法,通过对一些景区的实地考察和调查问卷收集到的资料,分析并且归纳出我国旅游景区存在的普遍问题。

第三,学习国外旅游景区服务质量管理的先进经验,以提升我国旅游景区服务质量管理的策略研究。这一部分将首先对国外旅游景区服务质量管理的先进经验进行分析和总结,借鉴其中适合我国旅游景区发展的部分,然后结合我国旅游景区的实际情况,提出提升我国旅游景区服务质量的策略,探索出一条适合我国旅游业发展的道路。

第四,鉴于景区服务质量管理方面的文献和资料较为匮乏,本书除了采用文献查阅法,还采用了实证研究的方法,包括问卷调查和实地考察等方法,并且对所收集的数据进行分析和归纳,力求能真实地反映旅游景区服务质量的实际情况,从而使实际与理论更好地结合。

1.2 相关理论研究

1.2.1 旅游景区相关理论

旅游景区是旅游业的核心要素,是旅游产品的主体成分,是旅游产业链的

中心环节,是旅游消费的吸引中心,是旅游产业面的辐射中心。旅游景区也是游客完成旅游体验活动的重要场所,景区旅游的体验效果决定着游客整体旅游体验的质量。旅游景区同样是一个国家或地区人文资源、自然景观的精华所在,它就像是一个窗口,旅游者透过窗口认识和了解这个国家或者地区。旅游景区在旅游发展过程中的地位始终是非常重要的并将会越来越重要。

1. 旅游景区的基本概念

关于旅游景区的概念,学术界有很多种不同的看法,国内和国外的许多学者都对此进行了有益的探索和尝试。下面将分别以国外学者具有代表性的概念和国内学者具有代表性的概念,对旅游景区的概念进行整理。

(1) 国外学者具有代表性的概念

旅游景区这个词语在英语中的用词也存在一定的争议,一般最常见的为 tourist attraction 或者 visitor attraction。下面列举一些国外学者比较具有代表性的关于旅游景区的概念或者定义。

① 苏格兰旅游委员会在 1991 年对旅游景区下的定义是“一个长久性的游览目的地,其主要目的是让公众得到消遣的机会,做感兴趣的事情,或者受到教育,而不应该仅是一个零售店、体育竞赛场地、一场演出或放部电影。游览地点在其开放期间,应不需要预订,公众可随时进入。游览地点不仅应该能够吸引旅游者、一日游者,而且要对当地居民具有吸引力”。

② 英国学者约翰·斯沃布鲁克(John Swarbrooke)在 1995 年提出:“旅游景点应该是一个独立的单位、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到这里做短时访问。景点应该是能够界定、能够经营的实体。”

③ 英国学者克里斯·库伯(Chris Cooper)等提出:“旅游景区可以由自然馈赠和人工建造两部分组成。前者包括景观、气候、植被、森林和野生动物,后者包括历史和文化,但还包括诸如主题公园之类的人造游乐设施。”

④ 英国著名的旅游市场学家米德尔顿教授(Middleton)1998 年在其专著中提出“有管理的景区”是“一个为游客提供游览、消遣、娱乐和受教育的,专门指定和专人经营管理的、长久性的地点”。

⑤ 美国学者冈恩(C. Gunn)以研究旅游规划而著称,他认为:“旅游景区

可以是地球上任何一个独具特色的地方,这些地方的形成既可能是自然力量使然,也可能是人类活动的结果。”

⑥ 美国著名学者朱卓仁(Chuck Y. Gee)等提出:“景区是因天气、风景、文化或活动而满足一个特定顾客群和市场欲望和喜爱的一个区域。”

通过以上对国外学者关于旅游景区概念的例举,我们不难看出国外学者们对于旅游景区概念的理解是不同的,有的学者偏重于旅游景区功能的描述,有的学者偏重于景区的特殊性,有的学者则偏重于景区的市场导向性。学者们都从自己认为合理的角度给出了定义,没能在理论上达到统一。

(2) 国内学者具有代表性的概念

我国旅游界对于理论的研究起步较晚,与国外的旅游理论界一样,也没有对旅游景区的概念达成统一的认识,甚至在一些方面远远落后于国外理论界,比如对“旅游景区”这个统一的称谓都存在不同的声音。但是我国从事旅游理论研究的学者们根据多年的理论与实践相结合的经验,也提出了一些非常值得借鉴的关于旅游景区的概念,在这里和大家做一下介绍。

① 我国旅游界通常所说的旅游区其实指的就是旅游景区。在2003年2月24日国家质量监督检验检疫总局发布的中华人民共和国国家标准《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T 17775—2003)中,将“旅游区”定义为“具有参观游览、休闲度假、康乐健身等功能,具有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区(点)”。这也是最常见也最权威的定义。

此外,我国其他学者也提出了一些具有代表性的定义。

② 辛建荣认为:“旅游区是人们普遍习惯使用的关于旅游空间环境的称谓,为较大的旅游空间环境或旅游地。一般在旅游区内要有一定数量和品味的旅游点,拥有一定质量的旅游内容、项目或节目,并拥有多个档次和功能的旅游设施,接待能力较强,其空间范围要能够满足旅游者在此地逗留一定的时间。”

③ 傅文伟认为:“旅游区应是指具有一定风景资源基础,拥有相当游览、

休憩设施和内容,以旅游开发为主要目的,并能提供综合旅游服务的专门地域单位。”

④ 保继刚、楚一方认为:“旅游区是指含有若干共性特征的旅游景点与旅游接待设施组成的地域综合体,它不仅包括旅游资源,也含有为旅游者实现旅游目的而不可缺少的各种基础设施。”

⑤ 王德刚提出:“旅游景区是以旅游资源或一定的景观、娱乐设施为主体,开展参观游览、娱乐休闲、康体健身、科学考察、文化教育等活动和服务的一切场所和设施。”

⑥ 张凌云提出:“旅游景区是以吸引游客为目的,根据旅游接待情况进行管理,为游客提供一种快乐、愉悦和审美的体验并开发潜在市场需求,提供相应设施和服务,有较明确范围边界和一定空间尺度的场所、设施或活动项目。”

通过以上国内学者对于旅游景区概念的例举,可以看出我国学者对于旅游景区概念的侧重点也有所不同,有的学者侧重于景区存在的目的,有的学者侧重于景区空间功能,有的学者侧重于景区的基础设施。但是也没能使旅游景区的概念得到统一。

从以上国内外学者对于旅游景区概念的分析来看,旅游景区的定义可以这样阐述:所谓旅游景区,是指在一定地域内,具有能够吸引并且满足不同游客需求的、人工或自然的旅游资源,并且在该地域内拥有统一的管理机构和必要的服务设施。

2. 旅游景区的类型

1) 根据旅游景区吸引力特征分类

根据旅游景区的吸引力特征和主要因素,我们可以把旅游景区分成三种最基本的类型,即自然类景区、文化类景区和人造类景区。

(1) 自然类景区

自然类景区是指以自然环境的特色为主要基础的景区,包括山川、河流、植物动物、气象气候等。例如九寨沟、黄龙、长白山天池以及黄果树瀑布等。

(2) 文化类景区

文化类景区是指以人类活动为基础,起初并非为吸引游客而建造的房屋、建筑和场所,而现在却吸引着大量游客前来参观、休闲的景区,包括历史遗

迹、宗教场所、古代建筑与设施等。例如故宫、八达岭长城、明十三陵以及兵马俑等。

(3) 人造类景区

人造类景区是指专门为吸引游客而人工建造的旅游景区,它主要以现代建造的建筑或场所为主,专门针对游客需求设计相应的旅游活动。包括主题乐园、游乐园等。例如迪士尼乐园、深圳世界之窗等。

2) 根据旅游景区资源类型分类

按照旅游景区资源的类型,我们可以把旅游景区分为以下六大类型。

(1) 文化古迹类

文化古迹类旅游景区主要指古代时期就已经存在,至今仍然存在的典型遗迹,以具有一定的文化价值或历史价值的文物古迹为主的景区。文化古迹类景区是人们学习历史、了解历史以及教育当代人的良好场所。例如北京故宫、长城、天坛、颐和园、云冈石窟、沈阳故宫、莫高窟、秦始皇帝陵、周口店北京猿人遗迹、承德避暑山庄、曲阜孔庙、平遥古城、丽江古城、龙门石窟、五台山、殷墟、大足石刻、苏州园林、福建土楼、凤凰古城等被列入世界文化遗产的地方。

(2) 风景名胜类

风景名胜类旅游景区是指具有独特的风光、景物以及古迹,同时也包括有独特的人文习俗的景区。风景名胜是人们休闲、学习、放松心情的好去处。例如北岳恒山、云台山、鸡公山、青城山、峨眉山、崂山、棋盘山、荔波樟江风景名胜区、花萼山国家级自然保护区等。

(3) 自然风光类

自然风光类景区是以当地独特、优美的自然环境为主,当地旅游部门精心开发而成的景区。适合于休闲、养生等。例如桂林、九寨沟、漓江、大同土林、张家界等。

(4) 红色旅游类

红色旅游(red tourism)是把红色人文景观和绿色自然景观结合起来,把革命传统教育与促进旅游产业发展结合起来的一种新型的主题旅游形式。其打造的红色旅游线路和经典景区,如万源战史陈列馆、鱼泉山风景区既可以观光

赏景,也可以了解革命历史,增长革命斗争知识,学习革命斗争精神,培育新的时代精神,并使之成为一种文化。

(5) 黑色旅游类

黑色旅游(dark tourism)指人们到死亡、灾难、痛苦、恐怖事件或悲剧发生地旅游的一种现象。黑色旅游是近年来国外,特别是北美地区旅游学界新兴的热点研究领域,也是一个颇具争议的领域。例如南京大屠杀纪念馆、汶川大地震遗址等。

(6) 生态旅游类

近年来我国开始流行生态旅游。生态旅游由国际自然保护联盟于1983年首次提出。这一概念包括两个要点:第一,生态旅游的物件是自然景物;第二,生态旅游的物件不应受到损害。1993年国际生态旅游协会把生态旅游定义为:“具有保护自然环境和维护当地人民生活双重责任的旅游活动。”生态旅游的内涵更强调的是对自然景观的保护,是可持续发展的旅游。

3) 根据旅游景区质量等级分类

根据国家标准《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T 17775—2003)的规定,将旅游景区划分为五类,即5A、4A、3A、2A、1A级景区,主要从旅游交通(145分)、游览(210分)、旅游安全(80分)、卫生(140分)、邮电服务(30分)、旅游购物(50分)、综合管理(190分)、资源与环境保护(155分)8个方面对旅游景区进行评分,全部项目满分为1000分。其中,5A级景区须达到950分,4A级景区须达到850分,3A级景区须达到750分,2A级景区须达到600分,1A级景区须达到500分。

补充资料

2007年5月22日,中华人民共和国国家旅游局(National Tourism Administration)在其官方网站发布通知公告,经全国旅游景区质量等级评定委员会委派的评定小组现场验收,全国旅游景区质量等级评定委员会审核批准,决定批准北京市故宫博物院等66家景区为国家5A级旅游景区。各省级旅游景区评定机构在指定期限内向国家旅游局推荐的5A级旅游景区创建试点单位数量达到106家,在最后评定中,有66家成为5A级旅游景区。截至2015年

10月,国家旅游局共确定了213家国家5A级旅游风景区。

创建目的 国家旅游局开展5A创建工作,目的就是促使各地方政府加大投资力度以改善硬件设施,强化管理以提升软件水平,并在全中国现有的671家4A级旅游景区中筛选出一批质量过硬、满足境内外游客需求、在国际上有竞争力的景点,使其在国内成为真正具有标杆意义的旅游精品、“绝品”景区。

创建要求 5A是一套规范性、标准化的质量等级评定体系,是国家旅游局组织设立的全国旅游景区质量等级评定委员会从4A级旅游景区中组织评定,而后产生的旅游景区质量等级。是目前全国旅游景区(点)最高评定标准。标准较4A级旅游景区更加注重人性化 and 细节化,更能反映出游客对旅游景区的普遍心理需求,突出以游客为中心,强调以人为本。

创建作用 国家旅游局将会为5A级旅游景区,建立资料库,编制科学的旅游线路、宣传手册、光碟等。通过国家旅游局及其驻外机构这个大平台,在境内外宣传促销,广泛推介,组织中国5A级旅游景区精品巡回展等。可以说,谁拥有5A金字招牌,谁就拥有更多的境内外客源市场份额,使之既有社会效益,更有直接的经济效益,改变以往“创建”只有社会效益,没有直接经济效益的现象。

创建特点

1. 顶级品质性。如果说,4A级景区代表国家级标准风景区的话(如微山湖风景名胜区),5A级景区则代表了世界级的品质。在硬件的要求上,5A标准与4A标准相比只是从细节上、质量上要求更高、更明确,而最本质的差别主要体现在对文化性和特色性的要求上,即将“以人为本”的服务宗旨贯穿于5A准则之中。5A级景区更注重景区的人性化和细节化,围绕为游客营造舒适优美的旅游环境,标准制订了许多细则。

2. 特色性。游客公共休息设施要求特色突出,有艺术感和文化气息。对于具体的硬件设施要求很明确,如停车场绿化美观、路面特色突出、水体航道清澈。对于景区标识牌、公共信息图形符号、公共休息设施、景区垃圾箱以及景区建筑外观造型均要求突出地方特色。

3. 文化性。文化性是在5A标准中出现的另一个新增词汇,主要包括两方面内容:一是对景区整体文化程度的提升;二是对地方特色文化氛围的营造。

4. 以人为本。以人为本的理念是贯穿 5A 标准的精髓。正是得益于这种理念上的提升, 5A 才上升到国际的高度, 才能使中国旅游业上升到一个新的台阶。例如, 黄山在创 5A 的过程中, 一项重要的工作内容是公共厕所的合理布局 and 改造, 必须全部达到三星级宾馆公共区域卫生间的标准。其内部设计与外观坚持“以人为本”、与周围景观相协调的两大原则, 不片面追求豪华, 注重厕所的方便实用。厕所内一律配置热水器、冲洗器、安全扶手等装置, 设置背景音乐, 摆放绿色的盆栽, 增加残疾人设施。同时, 所有公厕都建成节水型健康厕所, 注重生态环保。改造后, 游人在入厕的同时不仅能欣赏到美妙的轻音乐, 还可以从专门设置的视屏上观看到黄山风光片和旅游信息。

国家 5A 级旅游景区名单 (截至 2015 年 10 月)

北京市 (7 家): 故宫博物院、天坛公园、颐和园、八达岭—慕田峪长城旅游区、明十三陵景区 (神路、定陵、长陵、昭陵)、恭王府景区、北京奥林匹克公园 (鸟巢、水立方、中国科技馆、国家奥林匹克森林公园)

天津市 (2 家): 天津古文化街旅游区 (津门故里)、天津蓟县盘山风景名胜区

河北省 (6 家): 承德避暑山庄及周围寺庙景区 (普陀宗乘、须弥福寺、普宁寺、普佑寺)、保定安新白洋淀景区 (文化苑、大观园、鸳鸯岛、元妃荷园、嘎子印象、渔人乐园)、保定涞水县野三坡景区 (百里峡、白草畔、鱼谷洞、龙门天关)、石家庄平山县西柏坡景区、唐山市遵化市清东陵景区、邯郸市娲皇宫景区

山西省 (6 家): 大同云冈石窟、忻州五台山风景名胜区、晋城阳城县皇城相府生态文化旅游区、晋中市介休市绵山风景名胜区、晋中市乔家大院文化园区、晋中市平遥县平遥古城景区

内蒙古自治区 (2 家): 鄂尔多斯达拉特旗响沙湾旅游景区、鄂尔多斯伊金霍洛旗成吉思汗陵旅游区

辽宁省 (4 家): 沈阳植物园、大连老虎滩海洋公园—老虎滩极地馆、大连金石滩景区 (地质公园、发现王国、蜡像馆、文化博览广场)、本溪市本溪水洞景区

吉林省(5家):长白山景区、长春伪满皇宫博物馆、长春净月潭景区、长春市长影世纪城景区、敦化市六鼎山文化旅游区

黑龙江省(5家):哈尔滨太阳岛景区、黑河五大连池景区、牡丹江宁安市镜泊湖景区、伊春市汤旺河林海奇石景区、大兴安岭地区漠河北极村旅游景区

上海市(3家):东方明珠广播电视塔、上海野生动物园、上海科技馆

江苏省(20家):苏州园林(拙政园、留园、虎丘山)、苏州昆山周庄古镇景区、南京钟山-中山陵风景名胜区(明孝陵、音乐台、灵谷寺、梅花山、紫金山天文台)、中央电视台无锡影视基地三国水浒城景区、无锡灵山大佛景区、苏州吴江同里古镇景区、南京夫子庙-秦淮河风光带(江南贡院、白鹭洲、中华门、瞻园、王谢故居)、常州环球恐龙城景区(中华恐龙园、恐龙谷温泉、恐龙城大剧院)、扬州瘦西湖风景区、南通市濠河风景区、泰州姜堰区溱湖国家湿地公园、苏州市金鸡湖国家商务旅游示范区、镇江三山风景名胜区(金山、北固山、焦山)、无锡鼋头渚景区、苏州吴中太湖旅游区(旺山、穹窿山、东山)、苏州常熟沙家浜-虞山尚湖旅游区、常州溧阳市天目湖景区(天目湖、南山竹海、御水温泉)、镇江句容茅山景区、淮安市周恩来故里旅游景区、盐城市大丰中华麋鹿园景区

浙江省(14家):杭州西湖风景区、温州乐清市雁荡山风景区、舟山普陀山风景区、杭州淳安千岛湖风景区、嘉兴桐乡乌镇古镇旅游区、宁波奉化溪口-滕头旅游景区、金华东阳横店影视城景区、嘉兴南湖旅游区、杭州西溪湿地旅游区、绍兴市鲁迅故里-沈园景区、衢州市开化根宫佛国文化旅游区、湖州市南浔区南浔古镇景区、台州市天台山景区、台州市神仙居景区

安徽省(9家):黄山市黄山风景区、池州青阳县九华山风景区、安庆潜山县天柱山风景区、黄山市黟县皖南古村落-西递宏村、六安市金寨县天堂寨旅游景区、宣城市绩溪县龙川景区、阜阳市颍上县八里河风景区、黄山市古徽州文化旅游区(徽州古城、牌坊群鲍家花园、唐模、潜口民宅、呈坎)、合肥市三河古镇景区

福建省(9家):厦门鼓浪屿风景名胜区、南平武夷山风景名胜区、三明泰宁风景旅游区、福建土楼(永定、南靖)旅游景区、宁德屏南(白水洋、鸳鸯溪)旅游景区、泉州市清源山风景名胜区、宁德市福鼎太姥山旅游区、福州市

三坊七巷景区、龙岩市古田旅游区

江西省(8家):九江庐山风景名胜区、吉安井冈山风景旅游区、上饶三清山旅游景区、鹰潭市贵溪龙虎山风景名胜区、上饶婺源县江湾景区、景德镇古窑民俗博览区、赣州市瑞金市共和国摇篮景区、宜春市明月山旅游区

山东省(9家):泰安泰山景区、烟台蓬莱阁-三仙山-八仙过海旅游区、济宁曲阜明故城三孔旅游区、青岛崂山景区、威海刘公岛景区、烟台龙口南山景区、枣庄台儿庄古城景区、济南天下第一泉景区(趵突泉、大明湖、五龙潭、环城公园、黑虎泉)、山东沂蒙山旅游区(沂山景区、龟蒙景区、云蒙景区)

河南省(10家):郑州登封嵩山少林景区、洛阳龙门石窟景区、焦作(云台山、神农山、青天河)风景区、安阳殷墟景区、洛阳嵩县白云山景区、开封清明上河园景区、平顶山鲁山县尧山-中原大佛景区、洛阳栾川县老君山-鸡冠洞旅游区、洛阳新安县龙潭大峡谷景区、南阳西峡伏牛山老界岭-恐龙遗址园旅游区

湖北省(11家):武汉黄鹤楼公园、宜昌三峡大坝旅游区、宜昌三峡人家风景区、十堰丹江口市武当山风景区、恩施土家族苗族自治州巴东神龙溪纤夫文化旅游区、神农架生态旅游区、宜昌长阳县清江画廊景区、武汉市东湖景区、宜昌秭归县屈原故里文化旅游区、武汉市黄陂木兰文化生态旅游区、恩施土家族苗族自治州恩施大峡谷景区

湖南省(7家):张家界武陵源-天门山旅游区、衡阳南岳衡山旅游区、湘潭韶山旅游区、岳阳市岳阳楼-君山岛景区、长沙岳麓山-橘子洲旅游区、长沙市宁乡县花明楼景区、郴州市东江湖旅游区

广东省(11家):广州长隆旅游度假区、深圳华侨城旅游度假区、广州白云山景区、梅州市梅县区雁南飞茶田景区、深圳观澜湖休闲旅游区、清远连州地下河旅游景区、韶关仁化丹霞山景区、佛山西樵山景区、惠州市罗浮山景区、佛山市顺德区长鹿旅游休博园、阳江市海陵岛大角湾海上丝路旅游区

广西壮族自治区(4家):桂林漓江风景区、桂林兴安县乐满地度假世界、桂林独秀峰-靖江王城景区、南宁市青秀山旅游区

海南省(5家):三亚南山文化旅游区、三亚南山大小洞天旅游区、保亭县呀诺达雨林文化旅游区、陵水县分界洲岛旅游区、保亭县海南槟榔谷黎苗文化