



蜗牛景区管理系列丛书

# 旅游景区游客中心 规划与管理

徐挺 / 朱虹 著



中国旅游出版社



蜗牛景区管理系列丛书

# 旅游景区游客中心 规划与管理

徐挺 / 著  
朱虹

中国旅游出版社

项目统筹： 洁  
责任编辑： 昱  
责任印制：冯冬青  
封面设计：中文天地

---

图书在版编目 ( C I P ) 数据

旅游景区游客中心规划与管理 / 徐挺, 朱虹著. —  
北京 : 中国旅游出版社, 2017. 1  
(蜗牛景区管理系列丛书)  
ISBN 978-7-5032-5753-7

I. ①旅… II. ①徐… ②朱… III. ①旅游区—经济  
管理 IV. ①F590.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第003471号

---

书 名：旅游景区游客中心规划与管理

---

作 者：徐挺 朱虹  
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@cmta.gov.cn](mailto:cttp@cmta.gov.cn)  
营销中心电话：010-85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司  
经 销：全国各地新华书店  
印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂  
版 次：2017年1月第1版 2017年1月第1次印刷  
开 本：787毫米×1092毫米 1/16  
印 张：14.5  
字 数：376千  
定 价：42.00元  
I S B N 978-7-5032-5753-7

---

版权所有 翻印必究  
如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

## 《蜗牛景区管理》 系列丛书《序

我一直关注旅游景区管理的研究。我在 15 年前出版、5 年前再版的《旅游规划原理》一书中，专门对于旅游景区进行了详细研究。经过中国旅游业多年的发展和我近些年的研究，我认为：

景区是旅游吸引物的最重要的表现形式，是旅游产品的核心价值，是旅游目的地的基本要素。旅游景区是旅游业的重要组成部分。中国的旅游景区容纳了海量的游客。截至 2015 年已有超过 200 个作为最高等级的 5A 级旅游景区，几千个其他 A 级旅游景区。景区的等级、数量、游客规模和经济收入是评价某地旅游业发展水平的主要指标。21 世纪以来，中国的旅游业由观光旅游向休闲度假旅游升级。景区不仅是观光旅游的主要内容，也是度假休闲旅游和商务旅游的重要组成部分。后者在中国人的旅游需求中表现得特别明显，显著区别于外国游客。这也更加凸显景区的重要性。

景区类型复杂多样，分类标准不一而足，但基本上可以分为公共产品和私营产品两大体系。中国的景区，不仅有传统的风景名胜区、博物馆、城市公园、自然保护区、古城古镇古村、文物保护单位、历史街区、水利枢纽等，涉及十多个政府主管部门和几十种称谓，除此之外，还有平地而起的主题公园、游乐园、旅游演艺节目 / 主题园、艺术区 / 画家村、拓展基地、自驾车营地等各种新兴旅游景区。无论是传统还是新兴，无论国有还是民营，基本上都可以按照公共产品和私营产品进行分类。前者应面向全体国

民、降低进入门槛，强化户外锻炼和文明教化的社会功能；后者应允许分层发展，市场调节，增加选择自由与价格自由。在中国，大量公共产品被强加了太多经济赢利目标，又有很多杂糅于公共土地和公共资产之内的私营产品，更加需要厘清和辨别，更有针对性地发展各自的经营模式。

景区管理研究落后于社会需要与行业发展。相关研究涉及多学科、跨行业、多部门。需要立法、政策、技术规范、生活方式等方面全方位改进。中国的传统景区属于十多个政府主管部门，有几十种称谓，这和美国等国家以“国家公园”为主的行政管理体制有极大不同，尤其需要探索建立中国自己的“国家公园”体系，将原有的十多个主管部门和各种旅游资源类型都纳入进来。这是一个庞大的工程，需要长期推进，目前已经有一些试点，正在积极探索管理体制、保护与发展、旅游与本地社区的关系，尤其是“特许经营”的体制。即使是政府主管、属于公共产品的景区，也应当允许适当的商业经营，即确立景区内不同的商业设施进入市场的程序、价格、年限等限制条件。

景区管理一定会遇到旅游资源保护与社区发展的矛盾及冲突。中国旅游景区一个显著特点是景区范围内一般会有大量原住民，与美国为代表的外国国家公园体系形成明显区别。居民生活条件改善和增加就业机会，需要引入多种产业，也需要进行大量基础设施建设。其中第二产业对旅游资源保护的负面影响较大，却能为地方带来较为明显的经济效益。发展旅游为代表的第三产业，没有第二产业的经济效益那么明显和快速，但在保护资源、促进就业上有不可比拟的优势。旅游发展是多种开发方式中对环境及遗产冲击最小的一种利用方式。在这个过程中应当避免的是将资源保护与旅游发展对立割裂的行为——将绝大部分本地居民迁出旅游景区，而是应当互相均衡，共同发展。保护与活化是历史遗产景区最好的模式，保护与解说自然遗产景区最好的模式。“遗产活化”，指将历史遗产的内容保护、整理、完善、提升，将历史遗产以当地居民和外来游客都喜闻乐见的形式表现出来，或是将自然遗产以科学和艺术的解说形式对游客进行科普教育，就能形成最强的旅游吸引力。

中国旅游景区呈现数量级增长，需要专业的旅游景区运营管理，远非以往的政府行政管理能够解决。本系列丛书将组织一批实战经验与理论水平兼具的作者编写。作者致力于旅游景区规划与管理的实际业务多年，积累了丰富经验，也解决了大量实际问题。现在他们能将经验与理论充分结合，编写出这么一系列规划设计和运营管理的宝典，与全国相关人士分享，而非将研究成果私藏，实在难能可贵。

旅游景区管理，越来越专业和细致。不仅涉及整体的项目策划、规划设计、市场研

究、发展战略、财务评估、人力资源、营销推广等内容，还要把各种细节管理到位，包括游客中心、景区内商铺、宾馆酒店，更要注重旅游产品 / 游线策划、解说标识、游径与景观建筑设计、旅游厕所设计与管理等各方面问题，才能提供满意的旅游体验。本丛书作者致力于将景区管理专业化、系统化、模块化。不难想象，他们将为全国的景区管理者和相关人士提供全方位的成熟管理经验。本丛书将成为中国旅游景区管理的宝典。

吴必虎

2014.11.20

# 前言

本书的成书想法已有三年，起源于旅游景区的运营管理中面临的实际问题。游客中心是景区最重要的功能建筑之一，是游客接触景区的第一个空间，是关键点，同时也是很多景区的行政管理场所。游客中心出现的运营过程中的计划、组织实施问题直接影响景区的品质，同时也影响游客对景区的满意度评价。

在对全国大量 5A 级、4A 级旅游景区的现场考察中，也发现了旅游景区游客中心普遍存在利用率低的问题。其到访的人流与整个景区庞大的客流相比微不足道，与其庞大的面积也不匹配。相当多的游客中心甚至在旅游旺季也没有充分利用起来。

通过考察研究国内外优秀旅游景区的游客中心，我们总结了一套游客中心的规划设计和运营管理的经验，希望能分享给大家。

我们试图确立这样的概念：游客中心是一个以人为本、柔性化的旅游公共服务设施，也是一个景区重要的形象展示窗口，需要具备交通组织、游客组织、智能管理（智慧管理）、商业售卖、休闲消费等功能。游客中心不是摆设，有重要的信息咨询和环境教育功能，是一个旅游景区的必备设施，要通过充分利用实现其建设目标，发挥其作用，避免大量投资造成浪费。游客中心是游客对景区的第一印象区，也是景区的门户。游客中心不仅包括一个单体建筑，还和大门/主入口、停车场、交通站点和商业功能紧密结合在一起。管理好游客中心，景区管理就成功了一半。

旅游景区管理将向企业化发展。全国旅游景区数量急剧攀升，从政府行政管理向企

业管理过渡。各大小景区都急需专业的景区管理服务。

旅游景区管理将向模块化发展。景区管理不同于普通的企业管理，在旅游黄金周的旺季管理挑战尤其大。大量景区以户外景观环境为主，功能建筑不多，能够为景区管理机构利用的主要为游客中心、景观建筑和一些自持商业物业。如果有大量村民、市民私人物业，景区管理机构也要提供管理导则。

旅游景区管理将向精致化发展。通过良好的规划设计，为景区管理预先扫清大量障碍，避免各种低级错误。以游客中心为主体构建景区中央指挥系统，进行游客组织、车辆调度、安全监管、资源保护、应急管理，全面实现景区的有效管理。

游客中心是游客对景区的第一印象区，也是景区的门户，因此在旅游景区建设和管理中要重视游客中心的规划和运营管理，通过充分发挥其功能让它们重新焕发生机。

本书将针对旅游景区的游客中心，分别从规划设计、运营管理和优秀案例三个方面进行阐述，为景区管理者提供切实可行、直接可利用的方法宝典。

本书适合的阅读对象包括：旅游景区管理企业、旅游专业本专科生和研究生、旅游规划师、城市规划师、景观设计师、建筑设计师、旅游学者、政府部门旅游行业管理者等。

徐挺、朱虹

2014.11.10

## 致 谢

多位同事、朋友参与了本书的准备和编撰。

感谢厉新建撰写了优秀案例篇中 10 个案例研究的初稿。

感谢李旃整理了一部分案例初稿。

感谢吴佳尧、史云凡、茹意、谷世松撰写了孙子文化园、天台山、澳门和东部华侨城等几个案例的初稿。

感谢刘万松提供了智慧景区管理的部分内容。

感谢赵永忠、周晴提供了太白山案例的照片。

感谢栾振锋提供了九寨沟案例的照片和部分内容。

感谢浙江省旅游局允许本书使用乌镇西栅、鲁迅故里—沈园和雪窦山 3 个案例的一些内部资料。

感谢台州市旅游局允许本书使用天台山的一些内部资料。

感谢南宁市旅游局允许本书使用青秀山的一些内部资料。

感谢武汉市旅游局允许本书使用东湖的一些内部资料。

感谢东营市旅游局允许本书使用孙子文化园的一些内部资料。

感谢蜗牛（北京）景区管理公司、北京大地风景旅游景观规划设计有限公司的鼎力支持。

感谢付蓉、董昱的支持，为我们出版本书及今后出版后续系列丛书打开大门并提出宝贵意见。

# 目 录

旅游景区游客中心规划与管理

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| <b>第一篇 规划设计篇</b>      | <b>1</b>  |
| 一 游客中心的起源             | 3         |
| 二 游客中心研究文献综述          | 10        |
| 三 外国游客中心的设计导则         | 21        |
| 四 中国游客中心的规划和管理        | 24        |
| 五 中国已有国家标准中的游客中心内容的欠缺 | 33        |
| 六 游客中心类型              | 36        |
| 七 游客中心单体的规划设计         | 41        |
| 八 游客中心交通集散功能的规划设计     | 50        |
| <b>第二篇 运营管理篇</b>      | <b>53</b> |
| 一 游客中心定位              | 55        |
| 二 游客中心淡旺季划分           | 57        |
| 三 游客中心内部管理            | 60        |
| 四 游客中心功能设置            | 62        |
| 五 游客中心岗位设置            | 64        |
| 六 游客中心票务管理            | 67        |
| 七 游客中心展陈内容创新          | 70        |
| 八 游客中心交通集散功能管理        | 71        |
| 九 游客中心商业管理            | 73        |
| 十 游客中心智慧旅游管理          | 74        |
| <b>第三篇 优秀案例篇</b>      | <b>83</b> |
| 一 乌镇西栅游客中心            | 85        |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 二 古北水镇游客中心              | 93  |
| 三 鲁迅故里—沈园游客中心           | 101 |
| 四 雪窦山游客中心               | 106 |
| 五 天台山游客中心               | 110 |
| 六 西安大明宫国家遗址公园游客中心       | 116 |
| 七 泰山游客中心                | 123 |
| 八 华山游客中心                | 128 |
| 九 敦煌莫高窟游客中心             | 134 |
| 十 南宁青秀山景区游客中心           | 137 |
| 十一 黄山风景区游客集散中心（新国线）     | 143 |
| 十二 九寨沟景区游客中心            | 145 |
| 十三 太白山景区游客中心            | 148 |
| 十四 东湖风景区游客服务中心          | 150 |
| 十五 东部华侨城咨询服务中心          | 152 |
| 十六 广州长隆旅游度假区游客中心        | 155 |
| 十七 孙子文化园游客服务中心          | 161 |
| 十八 东钱湖游客中心              | 173 |
| 十九 曲阜旅游服务中心             | 175 |
| 二十 深圳市旅游信息中心/华侨城度假区游客中心 | 180 |
| 二十一 台湾宜兰县礁溪温泉会馆游客中心     | 185 |
| 二十二 台湾阿里山森林游乐园游客服务中心    | 188 |
| 二十三 香港湿地公园访客中心          | 190 |
| 二十四 香港迪士尼乐园宾客服务中心       | 196 |
| 二十五 澳门商务旅游中心            | 198 |

#### 第四篇 附录

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 一 美国国家公园“66计划”100个游客中心列表 | 203 |
| 二 中国212个5A级旅游景区          | 206 |

|      |     |
|------|-----|
| 参考文献 | 213 |
|------|-----|

# 第一篇 规划设计篇

景区游客中心起源于美国国家公园“66计划”，勃发于欧美现代景观建筑设计，中国的景区游客中心也在20世纪后开始融入世界潮流。

大量中文和英文的书籍、期刊论文、学位论文、网站和设计杂志等均涉及游客中心的研究，集中在游客中心的规划设计理念和功能研究上。中国国内出台了多项相关国家标准规范景区游客中心的设计和管理，美国国家公园管理局则有专门的设计导则控制国家公园相关设施包括游客中心的建设。

随着时代和技术的发展，中国已有的国家标准相对游客中心的设置出现了欠缺，需要及时弥补。

根据游客中心的类型不同，可以分为客源地型与目的地型、城区型与景区型、集散型与咨询服务型、通过型与退出型、复合型与单一型等不同类型。不同类型的旅游景区，需要不同类型的游客中心。

必须从设计理念上确立游客中心在旅游景区中独一无二的必备地位。游客中心必须至少提供游客咨询服务和环境解说教育两重功能。景区游客中心的规划设计，不仅要从其建筑单体的选址、规模、功能、建筑风格、智慧景区和生态建筑等方面全盘考虑，还要充分衔接交通集散功能。

蜗牛景区管理系列丛书

# 一 游客中心的起源

## 1. 游客中心的出现

游客中心（Visitor Center）是舶来品，起源于美国国家公园 1956 年推出的“66 计划”（Mission 66）。第二次世界大战前，美国国家公园和其他旅游景区并无严格意义上的游客中心。美国国家公园体系内的类似建筑称为“路边博物馆”或是“自然中心”，规模非常小，不足 30 平方米，功能非常简单。第二次世界大战后的和平生活、经济蓬勃发展以及高速公路的贯通使得美国人民蜂拥而至国家公园旅游。美国国家公园局及其他联邦机构（以美国国家公园局为主）管理着总计多达 19 种形式的国家公园。1956 年时共计 180 个，1966 年增长到 258 个。截至 2015 年，美国“国家公园”（National Park, NP）有 59 个，泛“国家公园”则高达 407 个。20 世纪 50 年代的美国国家公园游客规模已经高达 3000 万人次，比国家公园管理局初创时的 1916 年已经增长了 100 倍以上。1966 年，全美国国家公园总游客规模高达 8000 万人次，比 20 世纪 50 年代增长了 1.6 倍。国家公园入口和园内的简陋设施难以满足游客的各种需求。短缺的公园管理人员也难以及时对游客进行环境保护教育，造成国家公园资源被破坏。游客不经意间破坏了黄石、大峡谷和其他国家公园的自然资源。公众爆发出对美国国家公园设施短缺的强烈不满。于是，美国国家公园管理局的局长康拉德·沃斯（Conrad Wirth）在 1956 年提出名为“66 计划”的 10 年提升计划，打破以往每年分别向美国国会申请下一年经费的惯例，向国会提出 10 年筹资 10 亿美元对全国各种国家公园进行全面翻修。该计划在 10 年间总共兴建了 100 余个游客中心，并对公园内的道路、景观和服务设施进行大规模改造，同时也是为了庆祝国家公园管理局成立 50 周年。具有强烈设计感的游客中心成为各个国家公园的标志性建筑，并集中了信息服务和环境教育解说等多重功能，部分还将售票和行政管理功能纳入进来（见图 1-1）。

美国国家公园管理局成立于 1916 年，当时要到访各个国家公园，进行长途旅行，基本上靠火车。没有高速公路体系，飞机航线也才刚刚出现。铁路是提供游客服务的关键要素，很多时候铁路局 / 铁路公司建造并运营公园的游客设施。

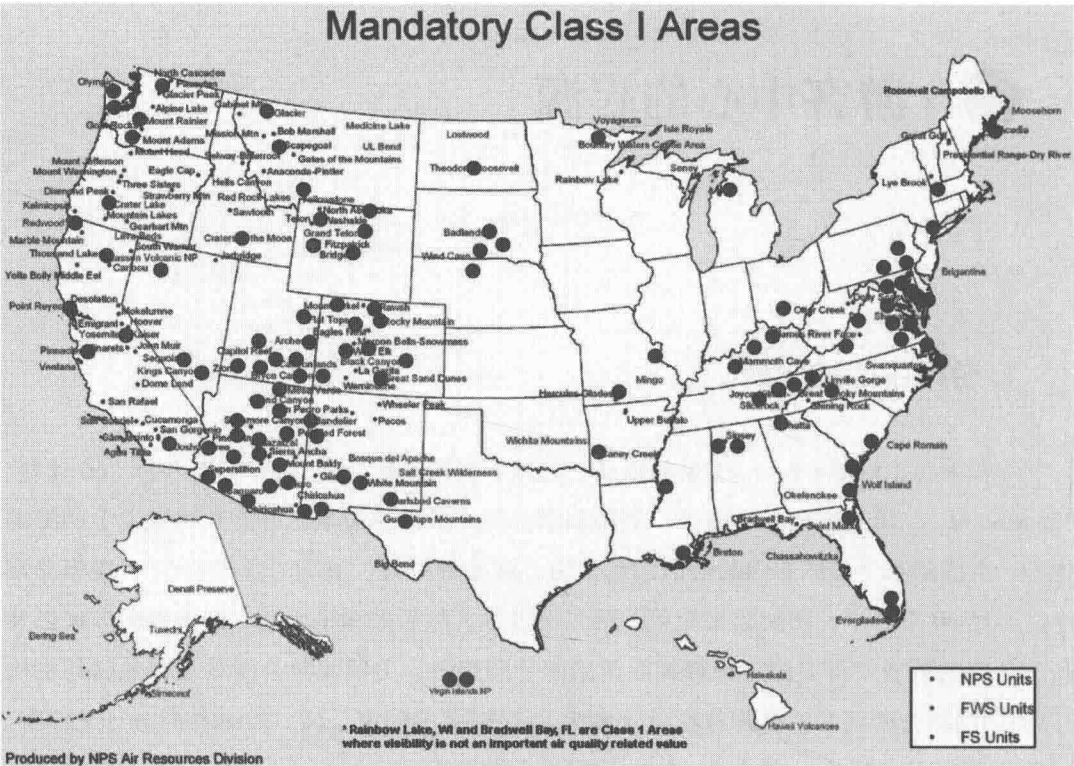


图 1-1 美国国家公园“66 计划”兴建的 100 余个游客中心（据《“66 计划”游客中心》，详见附录）。

（制图：朱虹）

美国高速公路系统在大萧条时期建成后，很多路途遥远的公园也能通过良好的道路和便宜的汽车方便地抵达。第二次世界大战后的大繁荣带来了汽车一代旅游者，同时公园的服务设施极度欠缺。到 1955 年时，公园设施破败，需要大规模的投资。有著名记者甚至撰写报纸专栏称“国家公园应当马上关闭，直到修缮整理好才能开放”。“66 计划”就是因应这一需求，以保护资源、接待更大游客规模、提供高质量的解说服务。

“66 计划”涉及一系列的设施项目，例如道路、服务设施和员工住宅，包括 584 个休息站、221 座管理楼、36 个服务楼和 1239 套员工住房，但最重要的部分还是解说设施，即游客中心，共计 100 余个。游客中心是公园与游客之间的第一接触点，公园管理局非常重视游客中心提供的引导与学习机会。

早期的国家公园中，游客导引设施规模相对较小，经常是以路边博物馆的形式进行游客教育熏陶。随着游客中心概念的发展，游客中心成为公园和游客之间的关键接触点，在一个地点集中提供导引、教育、厕所、休息、公共安全和管理服务。

“66 计划”确立了“游客中心”这种建筑形式，也确立了其功能：以环境解说教育为核心，兼顾其他的游客服务。“66 计划”奠定了游客中心的基础，制定了基本的组成

内容(包括基本信息、游客服务设施、解说项目等),变成了一种国家文化,不仅成为国家公园体系的标配,还成为国家森林、要开发旅游的社区以及全国范围内的私人开发项目的指导。游客中心作为一种建筑形式,可以说是国家公园管理局对美国建筑的最大贡献。原创的游客中心的历史价值不可低估。

自20世纪90年代开始,美国开始评选新的历史建筑和历史地标。大量在国家公园“66计划”中兴建起来的游客中心成功入选,成为受到国家保护的历史文化遗产。

## 2. 城市旅游信息咨询中心的出现

第二次世界大战后,欧洲大陆的旅游业也开始恢复,各国纷纷兴建旅游景点、餐馆、酒店和休闲商业区。尤其是“冷战”结束后,各国国内旅游和出入境旅游都蓬勃发展起来。各大城市开始了详尽细致的旅游咨询服务。各重要城市开始设置城市旅游信息咨询中心。

旅游业发展后,到访一个城市的外来游客越来越多,本地居民到郊区和外地也需要完善的旅游信息。城区的旅游信息咨询中心要同时满足外来游客和本地居民的两种旅游信息服务需求。随着公共交通系统的完善,旅游信息咨询中心开始依托飞机场和火车站、长途汽车站发展起来。

英国旅游信息中心(Tourist Information Center, TIC)系统。遍布各个城市,向到访游客提供全市和周边区域旅游信息的游客中心。英国国家旅游信息咨询中心位于伦敦维多利亚车站附近,是伦敦最大的、拥有工作人员最多的一家咨询中心。可以提供从机票预订到酒店预订等各种服务,但预订酒店需要交纳一定数额的手续费。希斯罗信息咨询中心位于希斯罗国际机场内,游客下了飞机,首先可以在此领一本《伦敦旅游》,还可以在此预订酒店,不需要交纳手续费,但需要提前支付房费。TIC信息咨询中心与英国铁路的旅行中心在一起,还可以预订酒店房间,十分便利。



图1-2 苏格兰爱丁堡旅游信息中心

(摄影:戴琳琳)

波兰文化与旅游信息中心设在旅游城市、旅游景点附

近。依托城市建筑，通过外部的“i”字标记标明身份，由旅游局主管。

澳大利亚城市和景区游客中心体系非常完善。每个城市有多多个旅游信息咨询中心，每个景区几乎都有游客中心。初次到访的游客都能从游客中心拿到免费地图和相关旅游信息。旅游咨询中心外部设置明显的“I”符号，表明其旅游咨询中心的功能。

日本旅游服务中心向到访的外国游客即时提供多语种的旅游服务信息。日本旅游服务中心体系既有国家和地方旅游局主管的，也有公营和私营企业设置的，还有私人运营的外国人观光指南所。日本国家旅游局主管的旅游服务中心主要设置在市区、成田机场第一和第二候机楼以及关西机场。旅游服务中心内提供日本的地理/人口/语言、时差、气候、国定假日/营业时间、签证·护照、关税、检疫、打工度假计划、外币和兑换、旅行支票和信用卡、自动提款机、税金/服务费/小费、电压/插座/饮水、日本国内电话、国际电话、手机租赁服务、邮政、应急联系电话、旅游服务中心、日本旅游指南所网络、专业导游、友好导游活动、迎宾卡、日本旅游指示型会话手册等服务。

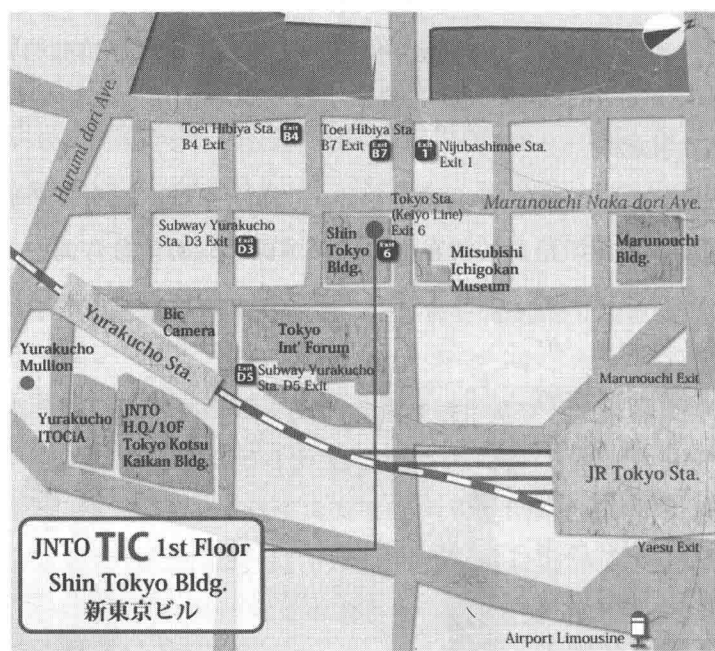


图 1-3 东京站附近的新东京大厦日本旅游信息咨询中心  
(引自日本旅游局官方网站)

JR 东日本旅行服务中心是 JR 东旅客铁路公司专门为外国人提供的旅游窗口，依托东京火车站、成田机场和羽田机场分别设置旅行服务中心。懂英语、汉语、韩语的工作人员提供各种车票及旅游的指导。如便利铁路旅行的 JR 东日本通票的兑换、购买及日本铁路周游券的兑换；此外，还提供行李寄存、快递、外币兑换等服务。