

大学旅游教材 ● 沈祖祥 主编



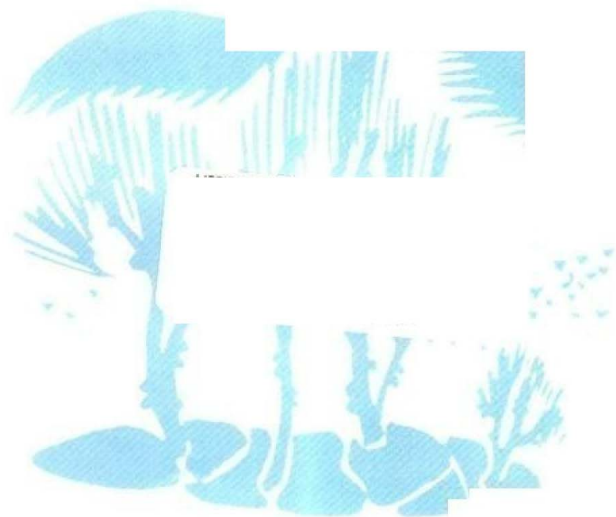
旅游景点景区 开发与管理

杨正泰 主 编
张 帆 副主编

福建人民出版社

旅游景点景区 开发与管埋

杨正泰 主编 张帆 副主编



福建人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游景点景区开发与管理/杨正泰主编. —福州: 福建人民出版社, 2000. 10 (2003. 1 重印)

大学旅游教材 ISBN 7-211-03755-5

I. 旅... II. 杨... III. ①旅游业-资源开发-高等学校-教材②旅游业-经济管理-高等学校-教材
IV. F592. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 46108 号

旅游景点景区开发与管理

LUYOU JINGDIAN JINGQU KAIFA YU GUANLI

杨正泰 主 编

张 帆 副主编

*

福建人民出版社出版发行

(福州东水路 76 号 邮编: 350001)

福州屏山印刷厂印刷

(福州铜盘路 278 号 邮编: 350003)

开本 850 毫米×1168 毫米 1/32 10. 25 印张 2 插页 240 千字

2000 年 10 月第 1 版

2003 年 1 月第 2 次印刷

印数: 2501—5500

ISBN 7-211-03755-5

F·205 定价: 16. 90 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换。

主 编 献 辞

沈祖祥

月落日升，星移斗转，春去冬来，四季递嬗。就在这年复一年的流淌中，不知不觉，时间老人已悄悄地把我们领进了 21 世纪。

世界旅游组织预言：21 世纪是世界旅游的世纪！且不说这种预言最终能否成为现实，但是至少有一点，我们可以满怀激情并理直气壮地坚信：旅游正以一种全新的生活方式，在经意和不经意之间，主宰着我们这个时代的时尚和潮流，而且在今后相当长的一段时期内，旅游将始终是人类共同关注的话题和焦点。这对我们这些从事旅游教学工作的同仁来说，不啻是一种鼓励，而且更是一种动力和鞭策。

我们从历史中走来。复旦历史系设立旅游专业以来，迄今已历经六七年限辛而又坎坷的历程。在这不算太长也不算太短的岁月间，尽管我们步履蹒跚，但是，我们始终饱满和旺盛的斗志，进行着艰苦卓绝的努力。

我们感慨过，我们思索过。我们衷心希望，能尽我们自己的所能，为正在建造的光辉灿烂的 21 世纪大厦添砖加瓦，贡献我们的一份绵薄之力。我们终于萌发了将这七年来，我们在旅游教学和研究中的所思、所想，整理爬梳，编辑出版一套“大学旅游教材”丛书的构想，并且迅速付诸实施。

我们不想误人子弟。所以，我们写作并出版这套“大学旅游

教材”丛书，力求尽可能地形成自己的风格、自己的特色，做到理论性与应用性并重，学术性与普及性兼顾，稳定性与适应性结合，论点新颖，材料新鲜，信息准确，文字流畅，语言简洁，体现时代的特点。

我们不敢奢谈，也不敢狂谈，这套丛书一定就是一套高层次、高水平的著作。但是，我们愿竭尽全力，避免那种低水平、低层次的运作。

我们的优势在于历史和文化，而且，我们认为，目前我们国家的旅游教学、研究和出版，最显底气不足的也正是文化。所以，我们将尽可能地发挥自己的优势和特长，扬长避短，在编辑出版《旅游学概论》和《旅游心理学》等等这些旅游管理专业必修课程教材的同时，重点和特色放在《旅游文化概论》、《宗教旅游导论》、《中国旅游史》、《世界旅游史》、《娱乐旅游概论》等等这样一批具有较高文化含量和文化品味，而且又具有一定开拓性质的教材的编写和出版上。

我们坚信，学术性是一切著作的生命。如果离开了学术这一衡量的标准和基础，那么它离粗制滥造、胡编乱造，误人子弟，也就不甚太远了。所以，我们将紧紧把握学术性这一基石，在整体上和局部上保持这套教材的旺盛生命力。

我们并不保守，也并不固步自封。所以，这套教材，虽然以复旦大学同仁为骨干，但是，也相当多地接纳了兄弟院校志同道合者前来加盟。因为我们相信，学问无界限，各有短长，只有优势互补，才能从整体上保证这套丛书的高起点、高质量。

但愿我们的这些看法和希望，能够得到朋友们的认同！

2000年5月

前 言

旅游业是新世纪最耀眼的行业之一，有着无限的发展前途，世界旅游业和中国旅游业已经并正在用愈来愈多的辉煌作出雄辩的证明。据研究，2015 年世界上每九个就业岗位中，就有一个与旅游业有关，旅游业成为世界最大的行业已是不争的事实。许多专家看好旅游业，将它列为新千年中最受人羡慕的十大职业之一。

饭店、旅行社和景点景区是旅游业最重要的三大部门。在我国旅游业的起步阶段，饭店和旅行社较早受到主管部门和旅游行业的重视，景点景区建设相对滞后。随着旅游业的发展、思想认识的提高、可持续发展观念的深入人心，旅游资源的开发工作提上了议事日程，并受到越来越多的关注。时至今日，人们普遍认识到，不抓旅游资源开发、不抓景点景区建设与管理，旅游业将是无本之木、无源之水，将会失去吸引力和竞争力。当前，旅游业被许多地方列为支柱产业和新的经济增长点，旅游景点景区的开发建设如火如荼，方兴未艾。由于缺少专业理论和专业工作者的指导，一些地方在旅游资源开发中出现了不少令人啼笑皆非甚至是痛心疾首的事情。盲目开发和无序管理不仅浪费了大量的人力、财力和物力，而且损害了旅游地形象，影响了旅游业发展。作为专业工作者，根据自己的社会实践和专业研究，将经验和体会整理出来，编写成书，给予旅游景点景区开发和管理工作的以一般性的指导，实在是刻不容缓的时代责任，这就是编写本书的初衷和出发点。

我们在编写过程中，广泛汲取和运用了国外和国内、前人和

今人的研究成果。他们的辛勤劳动和巨大努力，开阔了我们的视野、丰富了我们的思想，给我们很大启迪。没有他们的贡献，我们是很难在短时期内完成这部编著的。而我们的奉献则在于：一、提出和建立了《旅游景点景区开发与管理》这一系统工程理论体系；二、设计和奠定了旅游景点景区开发与管理的框架结构；三、根据开发工作和管理工作需要，在编写实践中，对若干专题进行了再探索和再研究。

长江后浪推前浪，佳作期待后来人。我们希望本书能在旅游资源开发和旅游景点景区建设中发挥作用，经过实践和研究的积累，在今后编写出更好的教材和著作来。



作者简介

杨正泰，1942年生，复旦大学旅游学系教授，旅游管理专业硕士生导师，上海海达旅游发展研究院副院长。早年致力于中国地理学史、明清商书、古代交通路线和邮驿制度的研究，承担多项国家重点科研任务。十余年来，主要从事旅游规划、旅游策划和旅游资源开发工作，并多次参与国外和海外合作研究。主要著作有：《中国地理学史（清代）》（合著）、《明代驿站考》、《客商一览醒迷》、《天下路程图引》、《中国历史地理要籍介绍》、《旅游文化》等十余种。在各类学术刊物上发表论文40余篇。



作者简介

张帆，1964年出生。1986年毕业于西北大学经济系旅游经济专业，获经济学学士学位，毕业至今，在上海旅游高等专科学校饭店管理系执教。1995年，入华东师范大学国际商学院旅游系读研究生，1998年获经济学硕士学位。担任“旅游经济学”、“旅游学原理”和“旅游开发与规划”方面的教学，近年参加上海和江苏旅游开发规划课题十几项。

责任编辑：何海勤
装帧设计：白 玫

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 旅游景点景区概念阐释	(1)
一、旅游景点景区的含义	(1)
二、旅游景点景区的构成要素	(2)
三、旅游景点景区的类型	(4)
第二节 旅游景点景区开发	(11)
一、旅游景点景区开发的意义	(11)
二、旅游景点景区开发的原则	(12)
三、旅游景点景区开发的内容	(14)
四、旅游景点景区开发的程序	(15)
第三节 旅游景点景区管理概述	(16)
一、旅游景点景区管理的概念和内容	(16)
二、旅游景点景区管理的原理	(18)
三、旅游景点景区管理的方法	(20)
第二章 旅游景点景区项目投资前的调查	(24)
第一节 草拟项目建议书	(24)
一、项目建议书的地位	(24)
二、项目建议书的特点	(25)
三、项目建议书的作用	(25)
四、项目建议书的内容	(26)
第二节 旅游资源调查	(29)
一、调查目的	(29)

二、调查内容	(29)
三、调查方法	(32)
四、评价标准	(33)
五、评价方法	(36)
第三节 投资环境调查	(40)
一、调查目的	(40)
二、调查内容	(41)
三、调查方法	(47)
第四节 客源市场调查	(48)
一、调查的目的和意义	(48)
二、调查内容	(49)
三、调查程序和方法	(52)
四、调查结论	(52)
第三章 旅游景点景区项目可行性研究和决策	(56)
第一节 可行性研究	(56)
一、可行性研究的意义	(56)
二、可行性研究的目的和作用	(57)
第二节 可行性研究的内容和步骤	(58)
一、投资机会研究	(60)
二、初步可行性研究	(60)
三、最终可行性研究	(61)
四、可行性研究的程序	(61)
五、可行性研究误差及其原因分析	(62)
第三节 投资项目决策	(64)
一、投资项目决策的意义	(64)
二、投资项目决策的分类	(65)
三、投资项目决策的原则	(68)

第四章	旅游景点景区规划和设计	(71)
第一节	旅游景点景区规划设计概要	(71)
一、	规划设计的目的和意义	(71)
二、	规划原则	(72)
三、	规划内容	(73)
四、	规划重点	(75)
第二节	自然风景区的设计	(75)
一、	自然风景区设计的任务	(75)
二、	自然风景区设计的重点	(78)
三、	自然风景区设计的技巧	(80)
第三节	主题公园的设计	(86)
一、	主题公园的特征	(87)
二、	主题公园的分类	(87)
三、	主题公园设计的内容	(89)
四、	主题公园设计的原则	(92)
五、	中国主题公园在设计方面存在的问题	(97)
六、	设计主题公园的注意事项	(100)
第五章	旅游景点景区项目筹资与施工建设管理	(109)
第一节	旅游景点景区建设资金的运筹	(109)
一、	建设资金筹措的渠道和方式	(109)
二、	建设资金筹措的策略	(112)
三、	建设资金筹措的风险	(113)
第二节	旅游景点景区施工建设的控制	(113)
一、	施工阶段的投资控制	(114)
二、	施工阶段的质量控制	(115)
第三节	旅游景点景区竣工决算审计	(116)
一、	竣工决算审计的意义	(116)

二、竣工决算审计的内容和方法·····	(117)
第六章 旅游景点景区的环境解说服务 ·····	(122)
第一节 环境解说的含义·····	(122)
一、环境解说的概念·····	(122)
二、环境解说的目的·····	(123)
三、环境解说体系的类型·····	(125)
第二节 环境解说服务策划的程序·····	(126)
一、环境解说服务策划的程序·····	(126)
二、环境解说服务的方法·····	(129)
第三节 环境解说方法的比较和技巧·····	(136)
一、环境解说方法的比较·····	(136)
二、环境解说服务的技巧·····	(138)
第七章 旅游景点景区的营销管理 ·····	(150)
第一节 旅游景点景区营销管理概述·····	(150)
一、市场与市场营销·····	(150)
二、旅游景点景区营销程序·····	(151)
三、旅游景点景区营销管理的任务·····	(153)
第二节 旅游者行为分析及营销调研·····	(156)
一、旅游者活动行为的层次·····	(156)
二、旅游者活动行为的动力·····	(157)
三、旅游者的决策行为与决策过程·····	(158)
四、旅游景点景区的营销调研·····	(159)
第三节 旅游景点景区营销总体设计·····	(162)
一、旅游景点景区的市场细分·····	(163)
二、旅游景点景区目标市场的选择·····	(166)
三、旅游景点景区的市场定位·····	(169)
第四节 旅游景点景区营销策略·····	(171)

一、产品策略.....	(172)
二、门票价格策略.....	(176)
三、销售渠道策略.....	(180)
四、促销策略.....	(181)
第八章 旅游景点景区的价格管理	(187)
第一节 旅游景点景区价格的构成和确定.....	(187)
一、旅游景点景区的价格构成.....	(187)
二、旅游景点景区门票价格的确定.....	(189)
三、影响旅游景点景区门票价格的因素.....	(191)
四、旅游景点景区门票价格的结构.....	(193)
第二节 旅游景点景区价格战略的策划.....	(195)
一、旅游景点景区价格战略的含义.....	(195)
二、旅游景点景区定价的目标.....	(196)
三、旅游景点景区制定价格的策略.....	(197)
四、旅游景点景区价格的调整.....	(199)
五、游客对旅游景点景区价格的看法.....	(200)
第三节 旅游景点景区的价格管理.....	(202)
一、旅游景点景区价格管理存在的问题.....	(202)
二、旅游景点景区价格管理的必要性.....	(203)
三、旅游景点景区收费的管理.....	(204)
第九章 旅游景点景区的游客管理	(210)
第一节 游客行为的管理.....	(210)
一、游客行为管理的内容.....	(210)
二、游客行为管理的方法.....	(212)
三、对游客破坏和扰乱行为的处理.....	(219)
第二节 旅游景点景区的容量控制.....	(220)
一、旅游景点景区容量的概念.....	(220)

二、不合理容量产生的消极影响·····	(221)
三、旅游景点景区容量的测定·····	(223)
四、管理旅游景点景区容量的措施·····	(228)
第三节 旅游景点景区游客安全的管理·····	(230)
一、旅游景点景区安全管理的重要性·····	(230)
二、旅游景点景区安全管理的措施·····	(231)
三、加强旅游景点景区的治安管理·····	(233)
四、安全危机事件的处理·····	(233)
第十章 旅游景点景区的环境管理 ·····	(235)
第一节 旅游景点景区环境管理的内容和意义·····	(235)
一、影响旅游景点景区环境的因素·····	(235)
二、旅游景点景区环境管理的内容·····	(238)
三、旅游景点景区环境管理的重要性和意义·····	(240)
第二节 旅游景点景区的环境保护管理·····	(242)
一、强化规划建设中的环境保护意识·····	(242)
二、加强环境保护工作的组织建设和制度建设·····	(244)
三、采用适当的经济措施加强对环境的保护·····	(244)
四、防火管理·····	(245)
五、对环境易受破坏的景点景区进行专项保护·····	(246)
六、加强环境保护宣传·····	(246)
七、增加与环境保护有关的活动项目·····	(248)
八、建立健全环境保护管理的条例、法规 and 办法·····	(248)
第三节 旅游景点景区的绿化养护管理·····	(249)
一、旅游景点景区绿化养护管理的目的·····	(249)
二、旅游景点景区日常绿化养护的内容·····	(249)
三、旅游景点景区绿化养护管理·····	(250)
第四节 旅游景点景区的环境卫生管理·····	(251)

一、旅游景点景区环境卫生管理的必要性·····	(251)
二、旅游景点景区环境卫生管理的措施·····	(252)
第五节 旅游景点景区的市场秩序管理·····	(254)
一、旅游景点景区市场秩序混乱的表现·····	(255)
二、旅游景点景区市场秩序的整治·····	(256)
第十一章 旅游景点景区人力资源管理 ·····	(258)
第一节 旅游景点景区人力资源管理的理论依据·····	(258)
一、旅游景点景区人力资源和人力资源管理·····	(258)
二、旅游景点景区人力资源管理的理论依据·····	(258)
三、旅游景点景区人力资源管理亟须解决的问题 ···	(259)
第二节 旅游景点景区人力资源管理的内容·····	(260)
一、人力资源管理的内容·····	(260)
二、人力资源管理的主要环节·····	(261)
第三节 旅游景点景区人力资源管理的措施·····	(282)
一、理顺体制, 调整机构·····	(282)
二、转变机制, 工效挂钩·····	(283)
三、分解指标, 分片承包·····	(283)
四、加强培训, 给予奖励·····	(283)
五、定期考评, 动态管理·····	(284)
六、制定工作规范, 实行科学管理·····	(284)
七、发展企业文化, 建设精神文明·····	(285)
第十二章 旅游景点景区的管理法规 ·····	(287)
第一节 旅游景点景区的法制建设·····	(287)
一、全国人民代表大会、国务院颁布的法规、文件 ·····	(288)
二、国家旅游部门及相关主管部门颁布的法规、文件 ·····	(288)

三、省、自治区、直辖市颁布的法规、文件·····	(289)
第二节 旅游景点景区法制管理的意义·····	(289)
一、促进行业的良性循环·····	(290)
二、有利于解决矛盾和协调关系·····	(290)
三、有助于强化行业管理·····	(290)
四、有助于旅游景点景区的永续发展·····	(290)
第三节 旅游景点景区管理的法律规定·····	(291)
一、风景名胜区的管理法规·····	(291)
二、文物古迹的管理法规·····	(295)
三、自然保护区的管理法规·····	(299)
第十三章 旅游发达国家景点景区的管理 ·····	(302)
第一节 管理体制·····	(302)
一、美国的中央集权型·····	(302)
二、德国的地方自治型·····	(304)
三、加拿大的综合管理型·····	(304)
第二节 立法和规划·····	(305)
一、重视立法和规划, 保护生态环境·····	(305)
二、划分功能区, 减少服务设施·····	(306)
三、限制游客进入量, 降低人为污染·····	(307)
第三节 灌输完美服务的精神·····	(308)
一、强调服务设施与环境的配合·····	(309)
二、注重环境卫生, 维护景区形象·····	(309)
三、妥善处理紧急事件, 挽救企业形象·····	(310)
四、从游客需要出发, 提高服务质量·····	(310)
主要参考书目 ·····	(312)
后记 ·····	(315)