



“十二五”职业教育国家规划教材  
经全国职业教育教材审定委员会审定

◎总主编 刘育锋

# 景区服务与管理

Jingqu Fuwu yu Guanli

◎主 编 曾兰君



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



“十二五”职业教育国家规划教材  
经全国职业教育教材审定委员会审定

◎ 总主编 刘育锋

# 景区服务与管理

主 编 曾兰君

副主编 周书云 欧越男

金 燕 胡秋红

参 编 王江丽 聂阜江

图书在版编目 (CIP) 数据

景区服务与管理/曾兰君主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2015. 11

ISBN 978-7-5682-1481-0

I. ①景… II. ①曾… III. ①风景区-商业服务-高等学校-教材②风景区-经济管理-高等学校-教材 IV. ①F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 270623 号

---

---

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

82562903 (教材售后服务热线)

68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 /

开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 / 19

字 数 / 446 千字

版 次 / 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

定 价 / 39.80 元

责任编辑 / 张慧峰

文案编辑 / 张慧峰

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

# 前 言

“景区服务与管理”是旅游类专业的核心课程之一，通过本课程的学习，重在培养旅游景区服务人员和基层管理人员的相关能力，具体包括景区解说、游客接待与商业服务、景区游览线路设计、景区营销管理、景区人力资源管理、景区安全管理、景区环境管理等能力。本教材以行动为导向，采用系统化课程开发方法进行设计，以景区基本工作过程为载体，分为3部分11个学习情境51个教学任务。

本教材是“十二五”职业教育国家级规划教材。在内容选取和编写体例上尝试性地进行了一些改革，采同类教材之所长，凸显以下特色和创新。

## 1. 本教材为旅游类专业中高职衔接系列教材之一

本教材是基于教育部职业技术教育中心研究所与英国大使馆文化教育处的合作研究项目“中高职课程衔接：理论与实践”科研课题的研究成果而开发的系列教材之一。系列教材由教育部职业技术教育中心研究所国际合作与比较教育研究室主任刘育锋研究员担任总主编。

此外，本教材也是广东省教育厅职业教育改革重点项目“广东省旅游管理专业中高职衔接课程研究”课题的研究成果之一。

## 2. 体现校企合作

在编写队伍上，本教材打破了教师孤军编写教材的现状，由高职教师、中职教师、本科院校教师和旅游企业人士组合而成，体现了“校企合作”职业教育教改新思路，一定程度上提升了教材的实用性和实践性。编写队伍中的专业教师均有参与旅游管理专业中高职衔接课题及景区服务与管理的教学工作；企业人士则在研究景区且经充分市场调研后，精选企事业单位在实际工作过程中提出的需求仿真案例，实现“以案例群覆盖知识面，以项目体系构建教学布局”。

## 3. 体例创新

在体例上，打破传统教学按教学内容排序的章、节结构，以课程教学的“学习情境—任务”作为篇章结构进行编写。教材内容分为3部分（景区认知篇、景区服务篇、景区管理篇）、11个学习情境、51个教学任务，每个学习情境均有导读、课外阅读、思考与练习；每个学习任务均有对应的知识点、技能点、案例导入、实训项目，对学生从事景区工作和相关旅游工作有着重要的现实指导意义，并且配备丰富的景区图片，对教师教学和学生从事景区工作和导游工作有着重要的现实指导意义。

本教材由曾兰君（广州番禺职业技术学院）担任主编，周书云（顺德职业技术学院）、欧越男（广州番禺职业技术学院）、金燕（长沙商贸旅游职业技术学院）、胡秋红（阳江职业技术学院）担任副主编，王江丽（山西管理职业学院）、聂阜江（广州大学）参与编写。具体分工如下：曾兰君负责大纲设计、统稿定稿并编写学习情境一、学习情境三、学习情境七，周书云编写学习情境八，欧越男编写学习情境二，金燕编写学习情境四和学习情境六，

胡秋红编写学习情境五和学习情境十，王江丽编写学习情境九，聂阜江编写学习情境十一。前广州广之旅国际旅行社副总经理孙明光对于本教材学习情境和教学任务的总体安排、体例设计以及案例的选取方面进行了悉心的指导，珠海市第一中等职业学校赖志杰老师对于本教材内容与中职对应教材衔接给予了很大的帮助。

本书引用和参考了许多优秀教材、专著、报纸杂志及网络资料，因篇幅所限，有的文献未能在参考文献中一一列出，在此谨向这些作者表示歉意和谢意。

感谢广州番禺职业技术学院的经费支持与政策鼓励，感谢北京理工大学出版社编辑同志对本书的出版发行所付出的努力和给予的帮助。

由于时间仓促，水平有限，书中疏漏之处在所难免，恳请各位专家批评指正！

编 者

第一部分 景区认知篇

|                       |      |
|-----------------------|------|
| 学习情境一 景区与景区管理概述 ..... | (3)  |
| 任务一 景区概述 .....        | (3)  |
| 任务二 景区发展概述 .....      | (10) |
| 任务三 景区服务与景区管理概述 ..... | (16) |

第二部分 景区服务篇

|                       |      |
|-----------------------|------|
| 学习情境二 景区接待服务 .....    | (25) |
| 任务一 景区接待服务概述 .....    | (25) |
| 任务二 咨询服务 .....        | (28) |
| 任务三 景区票务服务 .....      | (34) |
| 任务四 排队服务 .....        | (42) |
| 任务五 游客投诉与抱怨受理服务 ..... | (47) |
| 学习情境三 景区解说服务 .....    | (52) |
| 任务一 景区解说服务概述 .....    | (52) |
| 任务二 向导式解说服务 .....     | (55) |
| 任务三 自导式解说服务 .....     | (61) |
| 任务四 景区游览线路设计 .....    | (67) |
| 学习情境四 景区商业服务 .....    | (73) |
| 任务一 景区餐饮服务 .....      | (73) |
| 任务二 景区住宿服务 .....      | (77) |

|                    |      |
|--------------------|------|
| 任务三 景区交通服务 .....   | (79) |
| 任务四 景区购物服务 .....   | (83) |
| 任务五 景区娱乐服务 .....   | (87) |
| 任务六 景区其他辅助服务 ..... | (90) |

### 第三部分 景区管理篇

|                          |       |
|--------------------------|-------|
| 学习情境五 景区营销管理 .....       | (97)  |
| 任务一 景区营销管理概述 .....       | (97)  |
| 任务二 景区市场调查 .....         | (101) |
| 任务三 景区营销策略 .....         | (108) |
| 任务四 景区节事活动营销 .....       | (115) |
| 任务五 景区网络营销 .....         | (119) |
| 学习情境六 景区人力资源管理 .....     | (131) |
| 任务一 景区人力资源概述 .....       | (131) |
| 任务二 景区人力资源招聘 .....       | (138) |
| 任务三 景区人力资源培训 .....       | (144) |
| 任务四 景区人力资源绩效考核 .....     | (148) |
| 任务五 景区人力资源激励 .....       | (153) |
| 学习情境七 景区服务质量管理 .....     | (160) |
| 任务一 景区服务质量概述 .....       | (160) |
| 任务二 景区服务质量管理认知 .....     | (163) |
| 任务三 景区管理国际标准体系 .....     | (167) |
| 任务四 景区游客行为管理 .....       | (173) |
| 学习情境八 景区安全与危机管理 .....    | (182) |
| 任务一 景区安全管理概述 .....       | (182) |
| 任务二 景区安全事故的表现形态及类型 ..... | (185) |
| 任务三 景区安全的控制与管理 .....     | (189) |
| 任务四 景区常见安全事故的处理 .....    | (201) |
| 任务五 景区危机管理 .....         | (208) |
| 学习情境九 景区资源与环境管理 .....    | (219) |
| 任务一 景区环境概述 .....         | (219) |
| 任务二 景区资源开发管理 .....       | (223) |
| 任务三 景区资源保护管理 .....       | (230) |
| 任务四 景区环境卫生管理 .....       | (239) |
| 任务五 景区环境质量管理 .....       | (247) |

学习情境十 旅游社区管理..... (255)

    任务一 旅游社区管理概述 ..... (255)

    任务二 旅游社区管理主体 ..... (258)

    任务三 旅游社区管理内容 ..... (260)

    任务四 旅游社区管理方式 ..... (263)

学习情境十一 景区财务管理 ..... (269)

    任务一 景区财务管理概述 ..... (269)

    任务二 景区财务管理内容与方法 ..... (274)

    任务三 景区成本费用管理 ..... (278)

    任务四 景区全面财务预算 ..... (283)

    任务五 景区资本经营战略 ..... (286)

参考文献 ..... (295)



第一部分

景区认知篇



# 景区与景区管理概述

## 导 读

本学习情境介绍了景区相关概念，及景区的分类、特征；指出国内外景区的发展历程；阐述了景区服务与景区管理的关系，并分析了景区的经营管理模式。

## 任务一 景区概述

**知识点：**景区、景点、旅游目的地、旅游区、风景名胜区的概念；景区的分类；景区的特征

**技能点：**准确判断景区所属的类型、等级，掌握景区认知调研的要点

## 案例导入

### 世界自然遗产：九寨沟

九寨沟位于四川省阿坝藏族羌族自治州九寨沟县漳扎镇，是白水沟上游白河的支沟，因为有9个藏族村寨（又称何药九寨）而得名。九寨沟风景区是四川最著名的旅游景点，也是国内最热的旅游线路之一，每天吸引数以万计的国内外游客前来观光旅游。九寨沟风景区被发现于20世纪70年代，一群偶尔闯入的伐木工人发现了这片仙境，由于惊叹自然环境的美妙而没有砍伐这片原始森林，后来经过逐渐开发建设形成了现在的九寨沟旅游景区。九寨沟风景名胜区可谓“秀外慧中”，因而也获得了许多的殊荣。

九寨沟海拔在2000米以上，遍布原始森林，沟内分布108个湖泊，有“童话世界”之誉；九寨沟为全国重点风景名胜区，并被列入世界遗产名录。2007年5月8日，阿坝藏族羌族自治州九寨沟旅游景区经国家旅游局正式批准为国家5A级旅游景区。目前景区能玩的只有3个寨。自然遗产主要体现在以下方面：

奇特的水体景观：九寨沟具有高原钙华湖群、钙华瀑群和钙华滩流等水景为主体的奇特风貌，其水景规模之巨、景型之多、数量之众、形态之美、表局之精和环境之佳等综合鉴定，位居中国风景名胜区水景之冠。

优美的综合环境：九寨沟以明朗的高原风光为基调，融翠湖、叠瀑、秋林、雪峰于一体。号称“人间仙境”的九寨沟历来被当地藏民视为“神山圣水”。沟内山、水、林、石均为藏民所崇拜和保护的对象。风景名胜区对外开放后，东方人称九寨沟为“人间仙境”，西方人把它誉为“童话世界”。

类型多样的地貌景观：九寨沟地处青藏高原向四川盆地过渡地带，地质背景复杂，碳酸盐分布广泛，褶皱断裂发育，新构造运动强烈，地壳抬升幅度大，多种营力交错复合，造就了多种多样的地貌，发育了大规模喀斯特作用的钙华沉积，以植物喀斯特钙华沉积为主导，形成九寨沟艳丽典雅的群湖，奔泻湍急的溪流，飞珠溅玉的瀑群，古穆幽深的林莽，连绵起伏的雪峰，这些地貌景观的和谐组合，构成独具特色的风景名胜区。

保存完好的冰川遗迹：九寨沟角峰峥嵘，刃脊璀璨，冰斗、U形谷十分典型，悬谷、槽谷独具风韵。槽谷延伸至海拔2 800米的地方。谷地古冰川侧碛、终碛垄发育，成为我国第四纪冰川保存良好的地方之一。

生物种质资源的基因库：九寨沟为多种自然要素交汇地区，山地切割较深，高低悬殊，植物垂直带谱明显，植物资源丰富，有高等植物2 576种，其中国家保护植物24种；低等植物400余种，其中藻类植物212种，首次在九寨沟发现的藻类达40余种。植被类型多样，隐藏着不同气候带的地带性植被类型。植物区系成分十分丰富，几乎包括了所有大的世界分区。许多古老、孑遗植物保存良好，单型属、少型属分别占植物总数的3.3%及13.73%。形态上原始的领春木、连香树、金莲花、独叶草等对于研究植物系统演化及植物区系的演变均有一定的科学价值。

同时九寨沟野生珍稀动物共有17种。其中一类保护动物有大熊猫、牛羚、金丝猴等；二类保护动物有毛冠鹿、白唇鹿、小熊猫、猕猴、林麝、红腹角雉、绿尾红雉、大天鹅等；三类保护动物有鬃羚、斑羚、麝、蓝马鸡、血雉等。

资料来源：中央政府门户 [http://www.gov.cn/test/2006-03/29/content\\_239413.htm](http://www.gov.cn/test/2006-03/29/content_239413.htm)，有删减

问题：按景区的旅游活动功能分类，九寨沟属于哪类景区？九寨沟为什么深受广大游客的欢迎？

随着旅游业的高速发展，景区作为旅游活动的核心和空间载体，是旅游业中最重要的组成部分，也是激励游客出游的最主要目的和因素。景区在整个旅游业中占据着非常重要的地位，其成败得失从宏观方面说可能会直接影响到一个国家和地区全部旅游业的发展，从微观方面看则会直接影响到相关景区的经济效益和社会美誉度。没有景区，其他的旅游服务也就失去了存在的意义，没有景区的旅游是不存在的。截至2015年7月，全国共有200家5A景区。截至2013年，经联合国教科文组织审核被批准列入《世界遗产名录》的中国的世界遗产共有45项（包括自然遗产10项，文化遗产31项和双重遗产4项）。在数量上居世界第二位，仅次于意大利。截至2013年1月15日，中国国家级风景名胜区共有225家，截至2012年12月中国国家级自然保护区共363个。无论从数量还是质量上，我国都是景区资源大国，众多景区已经在我国旅游业发展中发挥重要作用。因此，提高我国景区服务与管理水平迫在眉睫。

## 一、景区及相关概念

### （一）景区的概念

长期以来，人们对景区概念的认识还不是很清楚。由于景区的概念包括或交叉了世界遗产、风景名胜区、自然保护区、国家森林公园、国家地质公园、文物保护单位、旅游度假区等多个名词的概念，所以，很难归纳出一个能被大众普遍接受、明确界定各类景区范围的定义。为了便于理解，本书提出的定义是：景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，具体指具有参观游览、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、文博场馆、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）。

### （二）其他相关概念

在实践中，景区与风景名胜区、旅游目的地、景点、旅游区等概念容易混在一起，在此分别做诠释。

#### 1. 景点

景点是景区划分的最小单位，是景区的组成部分，英国学者约翰·斯沃布鲁克认为：“景点应该是一个独立的单位，一个专门的场所，或是一个有明确界限的、范围不可太大的区域，交通便利，可以吸引大批的游客闲暇时来这里做短时的访问。”

#### 2. 旅游目的地

旅游目的地就是能够满足游客终极目的的地点或主要活动地区。旅游目的地可以是一个具体的风景名胜区，也可以是一个城镇、一个城市甚至一个国家或地球上更大的地方，它的空间范围更大，功能更完善。它包含了旅游业发展所需要的各个要素，如旅游资源、基础设施及旅游服务等。

#### 3. 旅游区

根据我国国家标准《旅游区质量等级的划分与评定》规定：旅游区为“经县级以上（含县级）行政管理部门批准成立，有统一管理机构，范围明确，具有参观、游览、度假、康乐、求知等功能，并提供相应旅游服务设施的独立单位。旅游区是表现社会经济、文化历史和自然环境统一的旅游地域单元，一般包含许多旅游点，由旅游线连接而成。它包括旅游景区、景点、主题公园、度假区、保护区、风景区、森林公园、动物园、植物园、博物馆、美术馆等”。

#### 4. 风景名胜区

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。

风景名胜区是以“风景”和“名胜”为主的自然和人文景物，忽略甚至不包含一些主题公园、博物馆等，也不包括相应的旅游基础设施和服务设施；而旅游区范围较广，几乎将

所有可以为旅游业所利用的资源都作为旅游区,而且强调了在这些区域里能提供相应的旅游服务设施。这样看风景名胜区应该是旅游区的组成部分。

### (三) 成为景区的条件

(1) 具有吸引物和资源基础,游客可以根据各种不同的形式进行旅游,如:参观、游览、教育、求知等。无论是以自然风光为主体,还是以人文景观为主体的景区,都必须具有对游客有较强吸引力的吸引物,并以这种吸引物的文化内涵和活动内容而区别于其他的景区,形成具有特色的景区。

(2) 具有完善的旅游交通服务设施,如停车(船)场所、供游客参观游览的步道或航道等。

(3) 具有明确划定的地域空间范围,有固定的经营服务场所。景区有的只是一个建筑或一个庭院,如广东的余荫山房只是一个较小的庭院,有的是绵延不断的山体,但无论其规模大小,都有一个相对明确的空间范围。因此,任何景区都必须在确定的地域范围内进行开发和经营管理。

(4) 具有统一的管理机构。每个景区,必须有一个管理主体,对景区内的资源开发和经营服务进行统一的管理。它是景区经营的主体、服务的地方。它可以是政府机构,或是具有部分政府职能的事业单位,也可以是独立的法人景区。

(5) 景区在旅游经营上应该是一个独立的单位,既包括空间场所的独立,也包括职能的独立。也就是说,景区要有专门的人、财、物、场所为景区经营服务,同时还具备独立的经营条件,能独立承担经营风险和责任。

## 二、景区的分类

景区的类型多种多样,分类方法也很多。本书采用以下分类法对景区进行分类。

### (一) 按景区旅游资源的属性分类

按景区旅游资源的属性可以将景区分为七大类。

自然景观型:包括国家公园、森林公园、地质公园、自然保护区、野生动物园等。

人文景观型:包括文博场馆、寺庙观堂、宗教圣地、民俗园等。

现代游乐型:包括主题公园、游乐园、微缩景观和海洋馆、表演中心等。

历史遗产型:包括古文化遗址、古生物化石、军事遗址、古建筑、名人故居、历史村镇等。

休闲度假型:包括滨海、滨湖、山地、温泉、滑雪和高尔夫等运动场所。

节事庆典型:包括博览会、交易会、节事、赛事、社会活动、宗教仪式、企业活动等。这类景区基本属于不稳定型景区。

工农业旅游区(点)。

### (二) 按景区旅游活动的功能分类

按照景区的旅游活动功能,结合景区旅游资源的特色分为七类。

#### 1. 观光游览类景区

具备独特、优美的自然景观和人工景观,有较高的美学价值,主要以江、河、湖、海、山、林、瀑布、岩溶、气候、气象变化等为主要景观,如广州白云山风景名胜区、张家界国

家森林公园等。

2. 历史古迹类景区

历史古迹是人类留下的遗迹和遗物，形象地记录着人类的历史，能引发人们对历史的回顾。中国的历史古迹种类很多，如孔庙孔府孔林、颜庙颜林、寿丘少昊陵、周公庙、九龙山崖墓群、孟子故里、河北遵化清东陵、西安秦始皇兵马俑、南京明孝陵、咸阳唐朝古墓群、北京明十三陵、沈阳清三陵。

3. 民俗风情类景区

民俗风情类景区指的是民族集聚地、民族独特的生活习惯及生活方式，包括民族的衣着服饰、民居建筑、饮食特色、婚恋习俗、节庆礼仪等方面所特有的风情、风尚、传统和禁忌，结合当地的自然景观，形成独特的人文景观，如贵州千户苗寨、云南西双版纳傣族村寨、广东瑶族村寨等。

4. 文学艺术类景区

这类景区以文化为中心，为游客创造一种特定的文化氛围，使游客在旅游过程中增长知识和艺术修养，如无锡影视城、南海影视基地等。

5. 娱乐游憩类景区

娱乐游憩类景区是指以优美的旅游度假环境或者以人造景观为背景建设现代娱乐休闲设施为主的景区，供游客开展观赏、康体疗养、运动健身、娱乐和消闲等旅游活动项目。

6. 科考探险类景区

科考探险类景区是指以自然资源为主体，并且有科学研究价值的景区，如雅鲁藏布江大峡谷等。

7. 综合类景区

具有两个或两个以上功能，以多形式的旅游产品组合吸引不同需求的游客的景区。这类景区不仅有优美的自然风光，还有大量的名胜古迹，是自然旅游资源和人文旅游资源有机结合的景区，如黄山、武夷山等。

(三) 按景区的质量等级分类

根据《旅游景区质量等级评定管理办法》（国家旅游局局令第 23 号）和《旅游景区质量等级的划分与评定》国家标准（GB/T 17775—2003）的相关规定制定本细则。本细则共分为三个部分：细则一：服务质量与环境质量评分细则；细则二：景观质量评分细则；细则三：游客意见评分细则。各等级景区需达到如下条件，见表 1-1。

表 1-1 旅游景区质量等级评定总分表

|    | 细则一   | 细则二  | 细则三  |
|----|-------|------|------|
| 5A | 950 分 | 90 分 | 90 分 |
| 4A | 850 分 | 80 分 | 80 分 |
| 3A | 750 分 | 70 分 | 70 分 |
| 2A | 600 分 | 60 分 | 60 分 |
| 1A | 500 分 | 50 分 | 50 分 |

细则一：服务质量与环境质量评分细则。本细则共计 1 000 分，共分为 8 个大项，各大项分值为：旅游交通 140 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 195 分；资源和环境的保护 155 分。5A 级旅游景区需达到 950 分，4A 级旅游景区需达到 850 分，3A 级旅游景区需达到 750 分，2A 级旅游景区需达到 600 分，1A 级旅游景区需达到 500 分。

细则二：景观质量评分细则。本细则分为资源要素价值与景观市场价值两大评价项目和九项评价因子，总分 100 分。其中资源吸引力为 65 分，市场吸引力为 35 分。各评价因子分四个评价得分档次。5A 级旅游景区需达到 90 分，4A 级旅游景区需达到 80 分，3A 级旅游景区需达到 70 分，2A 级旅游景区需达到 60 分，1A 级旅游景区需达到 50 分。

细则三：游客意见评分细则。旅游景区质量等级对游客意见的评分，以游客对该旅游景区的综合满意度为依据。旅游景区质量等级游客意见综合得分最低要求为 5A 级旅游景区：90 分；4A 级旅游景区：80 分；3A 级旅游景区：70 分；2A 级旅游景区：60 分；1A 级旅游景区：50 分。

（四）按景区的管理主体分类

该景区分类系统是我国特有的。我国的景区管理是多主体的，以景区的管理部门作为分类依据形成了我国现行景区管理的主体分类系统，见表 1-2。

表 1-2 我国景区的管理主体分类系统

| 景区主管部门       | 分类结果  |          |
|--------------|-------|----------|
|              | 分类系统  | 分级系统     |
| 国家住房和城乡建设部   | 风景名胜区 | 国家级风景名胜区 |
|              |       | 省级风景名胜区  |
| 国家林业局        | 森林公园  | 国家级森林公园  |
|              |       | 省级森林公园   |
| 国家旅游局        | 旅游度假区 | 国家级旅游度假区 |
|              |       | 省级旅游度假区  |
| 国家环保总局/国家林业局 | 自然保护区 | 国家级自然保护区 |
|              |       | 省级自然保护区  |

三、景区的特征

了解和认识景区的基本特征对景区的服务和管理有着指导意义，一般而言，景区具有以下特征：

（一）综合性

一个景区通常由多个要素组成，包括资源要素、娱乐康体活动要素、接待设施要素和各种服务要素等，这些要素的质量必须保持一致，否则就会影响景区的整体质量。

（二）地域性

景区是一个特殊形态的地域单元，这一地域空间一般存在明确的边界。在景区的空间地

域方面,吸引游客的是其特色和旅游价值,形成的原因表现为自然和文化两个方面。

### (三) 可创造性

景区的可创造性是指景区并不是一成不变的,一方面是指可以根据人们的意愿和自然规律进行创造、制作,如深圳华侨城的世界之窗、广州的广州塔等;另一方面是指景区可以依托原有自然和人文资源,经过设计、改造和建设,形成符合人们意愿和自然规律的旅游空间,如中国古代的苏州园林、各地的植物园等。

## 资料链接

### 深圳华侨城旅游度假区的创造性

深圳华侨城旅游度假区坐落在美丽的南海之滨、深圳湾畔,这里  $6\text{ km}^2$  的土地上,长年繁花似锦、绿树成荫;这里汇聚了中国最为集中的文化主题公园群、文化主题酒店群和文化艺术设施群;这里是中国首批 5A 级旅游景区、首批全国文明风景旅游区、国家级文化产业示范园区;这里是“精彩深圳、欢乐之都”流光溢彩的城市名片。以锦绣中华、中国民俗文化村、世界之窗、欢乐谷四大主题公园为核心,深圳华侨城旅游度假区形成了中国最具规模和实力的主题公园群,年均接待游客 800 万人次。

### (四) 多功能性

景区的设施设备不仅供游客临时使用,也供当地居民和工作人员使用。如城市的公园在一天中只是某一时段游客数量相对较多,而早晚则是老百姓锻炼、下棋、聊天、跳广场舞的地方。除了纯粹为游客服务的景区外,许多景区都是多用途的。

### (五) 整体性

整体性是指景区所依托的旅游资源之间以及与周围的环境之间相互影响、相互制约,共同组成了一个有机的整体。旅游资源的整体性决定了景区的整体性。如我国西北地区在荒漠、黄土和气候的影响下,形成了特有的动植物景观;我国南方则以众多的瀑布、溪流和郁郁葱葱的绿色植被著称,它们与品种繁多的珍稀动物、舒适宜人的气候共存于一体,形成了特有的旅游资源。

### (六) 经营的管理性

景区应该有专门的机构实施经营管理,对游客进入实行有效控制。这说明景区通过提供相应的旅游设施和服务,在满足游客旅游需求的过程中是有经营活动的,而经营活动是需要专业管理的。

## 案例回放

按景区的旅游活动功能分类,九寨沟属于观光游览类景区。

九寨沟之所以受广大游客的欢迎是因为它风景独特,这是一个几乎与世隔绝的地方,仅有九个藏族村寨坐落在这片崇山峻岭之中。这里保存着具有原始风貌的自然景色,游客在这里可以感受不一样的生活。当然一个景区要想长远发展必须注意资源的可持续发展。

## 实训项目

将全班同学进行分组,每组同学选择一家景区,通过调研了解该景区的基本情况,包括景区地理位置、历史、景区资源、景区特色与创新、取得的成绩和存在的问题,并收集相关数据和图文,形成汇报材料。