



高等职业教育“十一五”规划教材

高职高专旅游类教材系列

# 旅游景区管理

章平 李晓光 主编



科学出版社

[www.sciencepress.com](http://www.sciencepress.com)

高等职业教育“十一五”规划教材

高职高专旅游类教材系列

# 旅游景区管理

章 平 李晓光 主编

科学出版社

北 京

## 内 容 简 介

本书系统地介绍了旅游景区管理的要求和方法,形成了旅游景区管理学科的主要框架和基本体系。主要内容包括旅游景区管理、游客行为管理、人力资源管理、旅游景区安全管理、旅游景区部门管理、旅游景区解说管理等。

本教材的特点:一是系统性,有关旅游景区管理的理论都有系统的论述。二是实践性,本书举出了大量案例便于读者理解和应用。

本书可作为旅游高职高专教材,也可以供旅游从业者、旅游教育者参考。

### 图书在版编目(CIP)数据

旅游景区管理/章平,李晓光主编. —北京:科学出版社,2006  
(高等职业教育“十一五”规划教材·高职高专旅游类教材系列)  
ISBN 7-03-017731-2

I. 旅… II. ①章… ②李… III. ①旅游点-经济管理-高等学校  
②技术学校-教材 IV. F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 084401 号

责任编辑:王彦刚 韩 洁 / 责任校对:耿 耘  
责任印制:吕春珉 / 封面设计:耕者设计工作室

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印装有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2006 年 8 月第 一 版 开本:BS (720×1000)

2006 年 8 月第一次印刷 印张:18 3/4

印数:1—3 000 字数:358 000

定价:24.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈环伟〉)

销售部电话 010-62136131 编辑部电话 010-62138978-8305(VF02)

## 出版说明

进入 21 世纪, 国际竞争日趋激烈, 竞争的焦点是人才的竞争, 是全民素质的竞争。人力资源在增强国家综合国力方面发挥着越来越重要的作用, 人力资源的状况归根结底取决于教育发展的整体水平。

教育部在《2003~2007 年教育振兴行动计划》中明确了在此 5 年中将进行六大重点工程建设: 一是“新世纪素质教育工程”, 以进一步全面推进素质教育; 二是“职业教育与培训创新工程”, 以增强学生的就业、创业能力; 三是“高等学校教学质量与教学改革工程”, 以进一步深化高等学校的教学改革; 四是“教育信息化建设工程”, 以加快教育信息化基础设施、教育信息资源建设和人才培养; 五是“高校毕业生就业工程”, 以建立更加完善的高校毕业生就业信息网络和指导、服务体系; 六是“高素质教师和管理队伍建设工程”, 以完善教师教育和终身学习体系, 进一步深化人事制度改革。

职业教育事业在改革中加速发展, 使我国的经济建设和社会发展能力显著增强。各地和各级职业院校坚持以服务为宗旨、以就业为导向, 正大力实施“制造业与现代服务业技能型紧缺人才培养培训计划”和“农村劳动力转移培训计划”, 并密切与企业、人才、劳务市场的合作, 进一步优化资源配置和布局结构, 深化管理体制和办学体制改革, 使这一事业发展势头良好。

科学出版社本着“高水平、高质量、高层次”的“三高”精神和“严肃、严密、严格”的“三严”作风, 集中相关行业专家、各职业院校双优型教师, 编写了高职高专层次的基础课、公共课教材, 各类紧缺专业、热门专业教材, 实训教材, 并引进了相关特色教材, 其中包括如下三个部分:

### 1. 高职高专基础课、公共课教材系列, 又分

#### (1) 基础课教材系列

#### (2) 公共课教材系列

### 2. 高职高专专业课教材系列, 又分

#### (1) 紧缺专业教材系列

——软件类专业系列教材

——数控技术类专业系列教材

——护理类专业系列教材

#### (2) 热门专业教材系列

——电子信息类专业系列教材

- 交通运输类专业系列教材
- 财经类专业系列教材
- 旅游类专业系列教材
- 生物技术类专业系列教材
- 食品类专业系列教材
- 精细化工类专业系列教材
- 艺术设计类专业系列教材
- 建筑工程专业系列教材

3. 高职高专特色教材系列, 又分

- (1) 高职高专实训系列教材
- (2) 国外职业教育优秀系列教材

本套教材建设的宗旨是以学校的选择为依据, 以方便教师授课为标准, 以理论知识为主体, 以应用型职业岗位要求为中心, 以素质教育、创新教育为基础, 以学生能力培养为本位, 力求突出以下特色:

1. 理念创新: 秉承“教学改革与学科创新引路, 科技进步与教材创新同步”的理念, 根据新时代对高等职业教育人才的需求, 出版一系列体现教学改革最新理念、内容领先、思路创新、突出实训、成系列配套的高职高专教材。

2. 方法创新: 摒弃“借用教材、压缩内容”的滞后方法, 专门开发符合高职特点的“对口教材”。在对职业岗位所需求的专业知识和专项能力进行科学分析的基础上, 引进国外先进的教材, 以确保符合职业教育的特色。

3. 特色创新: 加大实训教材的开发力度, 填补空白, 突出热点, 积极开发紧缺专业、热门专业的教材。对于部分教材, 提供“课件”、“教学资源支持库”等立体化的教学支持, 以方便教师教学与学生学习。对于部分专业, 组织编写“双证”教材, 注意将教材内容与职业资格、技能证书进行衔接。

4. 内容创新: 在教材的编写过程中, 力求反映知识更新和科技发展的最新动态, 将新知识、新技术、新内容、新工艺、新案例及时反映到教材中, 体现了高职教育专业紧密联系生产、建设、服务、管理一线的实际要求。

欢迎广大教师、学生在使用本系列教材时提出宝贵意见, 以便我们进一步做好修订工作, 出版更多的精品教材。

科学出版社

# 序

旅游景区是为人们提供参观、游览、度假、康乐、科研等服务的区域，是一个由统一的目的地机构进行管理，具有科学、美学、观赏、游览和历史价值的各类自然景观和人文景观的地域空间载体，能够激发人们的旅游兴趣和满足旅游需求。

旅游景区是旅游产品的重要组成部分，也是一个区域旅游经济发展的基础。目前，随着旅游需求的多元化，新景区层出不穷，人们对旅游景区的品质、管理、文化内涵越来越重视，旅游景区的品牌与管理质量已经成为一个地区旅游业发展的关键。

旅游景区大多数是一种不可再生的资源性产品，当开发建设完成之后，要延长旅游景区的生命周期，重要的是不断更新旅游产品，丰富文化内涵，提高管理水平，提升服务质量。我国的旅游景区开发时间早，发展速度快，规模大，数量多，底蕴深，类型全，名列全球之冠；旅游景区管理却体制多元、方法简单，管理水平与质量落后于世界旅游经济发达国家，尤其是旅游景区专业化、职业化培训教育起步较晚，还未形成一整套成熟、完整的教育模式，高职高专教育更是一个空白。

本书全面介绍旅游景区的构成要素及基本特征及旅游景区管理的基本知识、游客行为特征及游客管理方法和理论；讲述旅游景区人力资源管理概念、过程及人力资源管理的具体管理方法、旅游产品质量控制与管理的举措以及 ISO9000 国际质量认证在景区的实施；介绍旅游景区设施分类、维护与更新等相关知识，旅游景区安全管理的范畴、特点和内容及旅游景区安全保障体系，旅游景区质量和旅游景区环境保护的基本原理，旅游景区部门管理的特征和各部门工作的程序、方式，旅游景区解说管理的主要内容、设计程序和解说原则和技巧；景区危机管理的主要理论和模式，并对景区面临危机进行简单分析。根据大量旅游景区管理的实践，从全新的角度系统地介绍了旅游景区管理的要求和方法，形成了旅游景区管理学科的主要框架和基本体系。

本书理念先进，观点新颖，操作性强，十分注重学生能力的培养，做到了理论和实践的良好结合，为旅游高职高专教育提供了一本较好的教材，同时也为旅游从业者、旅游教育者提供一份参考资料。

唐代剑

2006年5月12日于杭州



# 前 言

随着我国旅游业的发展,人们对旅游景区越来越重视,旅游景区已经成为一个地区旅游业发展的标志。在旅游饭店、旅行社、旅游交通等逐步得到改进和完善之后,人们对旅游景区的开发给予了广泛的关注,新景区层出不穷。当景区开发建设完成之后,逐渐发现旅游景区的各类人才严重缺乏,不仅缺少旅游景区的管理人才,而且缺少旅游景区的专业服务人才。

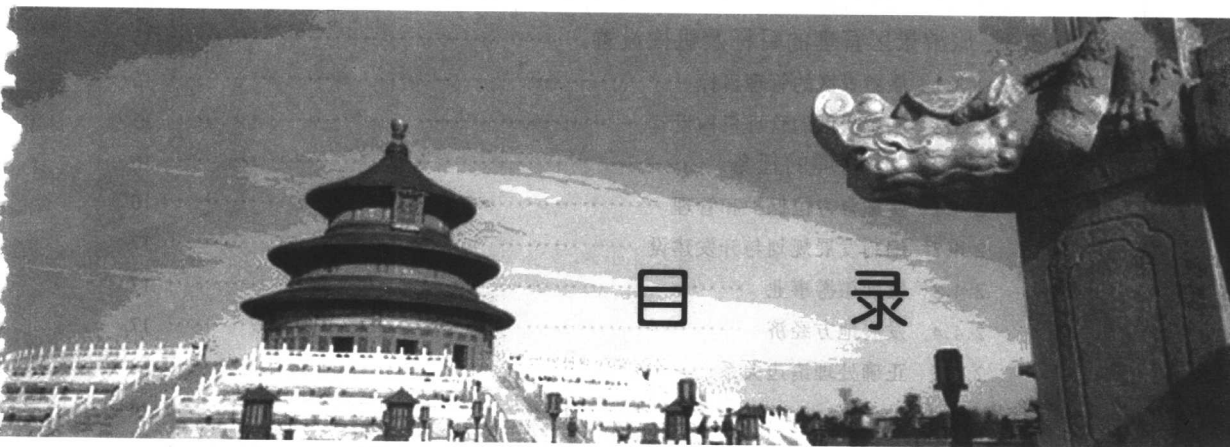
旅游景区是综合性的服务管理系统,实践性强,对管理人员及从业人员的素质要求高。然而从人才的培养角度来看,我国旅游景区专业化、职业化培训教育起步较晚,还未形成一整套成熟完整的教育模式,旅游景区高职高专教育更是一个空白。

为了提高我国旅游景区管理水平,增强旅游业的整体实力,我们结合教学和工作实践编写了本书。书中理论联系实际,突出旅游景区的构成要素、管理要素、游客行为理论、设施管理、危机管理等新的理论和方法。

本书共分十二章,主要内容包括旅游景区的构成要素、基本特征及管理的基本知识,游客行为特征及游客管理方法和理论,旅游景区人力资源管理的概念、过程及人力资源管理的具体管理方法,旅游景区营销要素的基本理论及其策略,旅游产品质量控制与管理的举措及 ISO9000 国际质量认证在景区的实施,旅游景区的主要设施和分类及旅游景区设施维护与更新等相关知识,旅游景区安全管理的范畴、特点、内容及旅游景区安全保障体系,旅游景区质量和旅游景区环境保护的基本原理,旅游景区部门管理的特征和各部门工作的程序、方式,旅游景区解说管理的主要内容、设计程序、解说原则和技巧,景区危机管理主要理论和模式,以及景区面临危机的简单分析。

章平、李晓光任本书主编,张宏和胡剑虹任副主编。第1章由章平编写;第2、10章由李晓光编写;第3、6章由胡剑虹编写;第4章由麦玮渲编写;第5章由武如飞编写;第7章由张卫兵编写;第8章由张昌贵编写;第9章由费莉雅编写;第11、12章由张宏编写。本书成稿后由浙江工商大学旅游学院院长唐代剑教授审稿,在此致以谢意。

由于编写时间有限,作者对于旅游景区管理和服务系统的理论和方法认识还不很成熟,书中不足之处在所难免,希望广大读者多提宝贵意见,以便修订时改进。



# 目 录

<b>第1章 旅游景区概述</b> .....	1
1.1 旅游景区的基本概念 .....	1
1.1.1 旅游景区的基本概念 .....	1
1.1.2 旅游景区的条件、类型及特征 .....	3
1.2 旅游景区的构成要素 .....	4
1.2.1 旅游景区的要素分析 .....	4
1.2.2 旅游景区的构成要素 .....	5
1.3 旅游景区的发展简史 .....	6
1.3.1 旅游景区的初始阶段 .....	6
1.3.2 旅游景区的兴起阶段 .....	7
1.3.3 旅游景区发展时期 .....	8
小结 .....	8
练习题 .....	8
补充阅读材料 .....	8
<b>第2章 旅游景区管理概述</b> .....	11
2.1 旅游景区管理概述 .....	11
2.1.1 旅游景区管理的概念 .....	11
2.1.2 旅游景区管理的内涵 .....	11
2.2 旅游景区管理的基本内容 .....	13
2.2.1 游客管理 .....	13
2.2.2 当地居民管理 .....	13
2.2.3 管理者的管理 .....	14
2.2.4 旅游景区环境管理 .....	14



2.2.5	经营管理	14
2.2.6	安全管理	14
2.3	旅游景区管理的目标及机构设置	15
2.3.1	旅游景区的管理目标	15
2.3.2	旅游景区的管理机构设置	15
2.4	旅游景区管理的任务	16
2.4.1	实施全方位保护和管理	16
2.4.2	编制发展规划与开发建设	17
2.4.3	发展旅游事业	17
2.4.4	发展地方经济	17
2.4.5	正确处理诸边关系	18
	小结	18
	练习题	18
	补充阅读材料	18
<b>第3章</b>	<b>旅游景区的游客行为管理</b>	<b>21</b>
3.1	游客行为分析	21
3.1.1	旅游者的人格特征与旅游行为	21
3.1.2	旅游者的类型与旅游行为	25
3.1.3	关于旅游流与游客经历	25
3.1.4	游客个人背景对其行为的影响分析	26
3.2	游客的管理方法	28
3.2.1	服务性管理方法	28
3.2.2	控制性管理方法	28
3.3	正确引导游客的行为	29
3.3.1	正确引导游客行为的意义	29
3.3.2	游客不文明行为产生的原因	29
3.3.3	正确引导游客行为的方法	31
3.4	游客与旅游服务及管理者的关系分析	35
3.4.1	游客与旅游服务及管理者的关系的类型	35
3.4.2	客我交往的特殊性	36
3.4.3	游客与旅游服务及管理者的最佳关系模型	37
	小结	40
	练习题	40
<b>第4章</b>	<b>旅游景区人力资源管理</b>	<b>41</b>
4.1	旅游景区人力资源管理概述	41



4.1.1	人力资源的含义及其特点	41
4.1.2	旅游景区人力资源管理的概念及特点	42
4.1.3	旅游景区人力资源管理的过程	44
4.2	旅游景区的人员招聘录用	44
4.2.1	招聘的概念与原则	45
4.2.2	招聘的程序	46
4.2.3	招聘的途径	48
4.3	旅游景区的员工培训	49
4.3.1	旅游景区的员工培训的含义	49
4.3.2	员工培训的意义	50
4.3.3	培训工作的原则	51
4.3.4	员工培训的类型	51
4.3.5	员工培训的方式	53
4.3.6	员工的培训体系	55
4.4	旅游景区的员工工作评估	56
4.4.1	景区员工工作评估的作用	57
4.4.2	景区员工工作评估的原则	57
4.4.3	员工工作评估的工作步骤	58
4.4.4	工作评估的方法	59
4.5	旅游景区的员工激励	62
4.5.1	激励的概念及其作用	62
4.5.2	激励的实施	63
4.6	旅游景区的纪律与惩罚	65
4.6.1	采用惩罚手段的原则	65
4.6.2	指出和纠正员工错误时应注意的问题	66
4.6.3	设立员工的申诉程序	67
	小结	67
	练习题	67
	案例分析	68
<b>第5章</b>	<b>旅游景区营销管理</b>	<b>69</b>
5.1	旅游景区营销管理概述	69
5.1.1	旅游景区市场营销的概念与实质	69
5.1.2	旅游景区市场营销过程与任务	71
5.2	旅游景区市场调查	72
5.2.1	旅游景区市场调查概述	72

5.2.2	旅游景区市场调查的主要程序 .....	74
5.2.3	旅游景区市场调查的方法 .....	75
5.3	旅游者购买行为分析 .....	77
5.3.1	旅游者购买行为概述 .....	77
5.3.2	旅游者购买行为分类 .....	77
5.3.3	影响旅游者购买行为的因素 .....	79
5.3.4	购买决策过程 .....	79
5.4	旅游景区的市场细分与定位 .....	80
5.4.1	旅游景区市场细分的方法与评估 .....	80
5.4.2	旅游景区目标市场选择 .....	83
5.4.3	旅游景区市场定位 .....	85
5.5	旅游景区营销要素及其策略 .....	87
5.5.1	旅游景区产品策略 .....	87
5.5.2	景区产品价格策略 .....	91
5.5.3	景区产品营销渠道策略 .....	93
5.5.4	景区产品促销策略 .....	97
	小结 .....	99
	练习题 .....	99
	案例分析 .....	99
	补充阅读材料 .....	100
<b>第6章</b>	<b>旅游景区质量管理 .....</b>	<b>102</b>
6.1	旅游景区质量管理概述 .....	102
6.1.1	旅游产品质量 .....	102
6.1.2	旅游产品质量控制的职能 .....	104
6.1.3	旅游产品质量控制与管理 .....	105
6.2	旅游景区服务质量管理 .....	108
6.2.1	服务质量概述 .....	108
6.2.2	服务质量管理的重要性 .....	111
6.2.3	服务质量管理的内容和原则 .....	112
6.3	旅游景区标准化管理的现状及发展趋势 .....	118
6.3.1	现状 .....	118
6.3.2	发展趋势 .....	119
6.4	旅游景区的国际标准化管理 .....	120
6.4.1	旅游景区的国际标准化管理的必然性 .....	120
6.4.2	ISO9000、ISO14000 和旅游景区管理 .....	122

6.4.3 旅游景区标准化管理体系的导入 .....	123
小结 .....	125
练习题 .....	125
<b>第7章 旅游景区设施管理</b> .....	126
7.1 旅游景区设施分类及要求 .....	126
7.1.1 基础设施 .....	126
7.1.2 旅游接待服务设施 .....	127
7.1.3 娱乐、游憩设施 .....	127
7.2 旅游景区的设施管理 .....	127
7.2.1 旅游景区设施前期管理 .....	128
7.2.2 旅游景区设施服务期管理 .....	132
7.3 设施设备的更新与维护 .....	134
7.3.1 设施设备维护 .....	135
7.3.2 设施设备点检制度 .....	135
7.3.3 设施设备的更新 .....	137
小结 .....	138
练习题 .....	138
<b>第8章 旅游景区安全管理</b> .....	139
8.1 旅游景区安全管理范畴 .....	139
8.1.1 景区安全管理现状与问题 .....	139
8.1.2 旅游安全认知现状与问题 .....	141
8.1.3 景区安全管理范畴 .....	142
8.2 旅游景区安全防治和管理 .....	143
8.2.1 景区安全管理的特点和内容 .....	143
8.2.2 景区安全管理保障体系 .....	145
8.2.3 景区各类安全的防治与管理 .....	152
8.2.4 景区治安管理 .....	157
8.2.5 安全事故的类型与防治 .....	161
8.2.6 景区安全管理评价 .....	170
小结 .....	170
练习题 .....	171
<b>第9章 旅游景区环境管理</b> .....	172
9.1 旅游景区环境概述 .....	172
9.1.1 旅游景区环境的概念 .....	172
9.1.2 旅游景区环境的构成及其特点 .....	172

9.2	旅游景区环境管理的对象、内容和手段 .....	174
9.2.1	旅游景区环境管理的对象 .....	174
9.2.2	旅游景区环境管理的内容 .....	174
9.2.3	旅游景区环境管理的手段 .....	175
9.3	旅游景区环境质量 .....	177
9.3.1	旅游景区环境质量概述 .....	177
9.3.2	旅游景区环境质量评价 .....	178
9.4	旅游景区环境保护 .....	182
9.4.1	旅游景区环境保护的必要性 .....	182
9.4.2	旅游景区环境保护的原则 .....	182
9.4.3	旅游景区环境保护的措施 .....	183
9.5	旅游景区卫生管理 .....	185
9.5.1	卫生管理的重要性 .....	185
9.5.2	旅游景区卫生设施 .....	186
9.5.3	旅游景区卫生管理措施 .....	186
9.6	旅游景区的可持续发展 .....	187
9.6.1	旅游景区可持续发展的背景 .....	187
9.6.2	旅游景区可持续发展的意义 .....	189
9.6.3	旅游景区可持续发展的原则 .....	189
9.6.4	旅游景区可持续发展的措施 .....	190
	小结 .....	192
	练习题 .....	192
	补充阅读材料一 .....	192
	补充阅读材料二 .....	193
	补充阅读材料三 .....	194
<b>第 10 章</b>	<b>旅游景区部门管理 .....</b>	<b>196</b>
10.1	旅游景区部门管理概述 .....	196
10.2	旅游景区部门管理的形式和手段 .....	197
10.2.1	旅游景区部门管理形式 .....	197
10.2.2	旅游景区部门管理的手段 .....	199
10.3	旅游景区相关部门管理方法 .....	202
10.3.1	旅游景区接待管理 .....	202
10.3.2	景区住宿管理 .....	204
10.3.3	旅游投诉管理 .....	205
10.3.4	景区交通管理 .....	208



10.3.5 景区环境卫生管理 .....	210
10.3.6 景区安全管理 .....	213
小结 .....	217
练习题 .....	217
补充阅读材料 .....	217
<b>第 11 章 旅游景区解说管理 .....</b>	<b>222</b>
11.1 旅游景区解说管理原理 .....	223
11.1.1 基本概念 .....	223
11.1.2 设计程序 .....	227
11.1.3 发展趋势 .....	232
11.2 旅游景区解说管理技巧 .....	233
11.2.1 旅游景区解说管理原则 .....	233
11.2.2 旅游景区解说管理技巧 .....	234
11.3 旅游景区解说管理方法 .....	238
11.3.1 导游解说 .....	239
11.3.2 解说牌解说 .....	242
11.3.3 物品解说 .....	243
11.3.4 书面解说材料 .....	243
11.3.5 门票解说 .....	244
11.3.6 导游图解说 .....	245
11.3.7 提高景区服务水平 .....	246
小结 .....	250
练习题 .....	250
案例分析 .....	250
<b>第 12 章 旅游景区危机管理 .....</b>	<b>253</b>
12.1 旅游景区危机管理原理 .....	254
12.1.1 基本概念 .....	254
12.1.2 基本理论 .....	257
12.1.3 管理模式 .....	258
12.2 旅游景区危机管理技巧 .....	262
12.2.1 管理原则 .....	262
12.2.2 管理技巧 .....	264
12.3 旅游景区危机管理方法 .....	265
12.3.1 管理战略 .....	265
12.3.2 世界旅游组织行动建议 .....	266





12.3.3 具体措施 .....	268
小结 .....	280
练习题 .....	281
参考文献 .....	282

# 第 1 章

## 旅游景区概述

### [学习目标]

通过本章的学习，了解旅游景区的构成要素及基本特征，掌握旅游景区的发展变化及生命周期。

### 1.1 旅游景区的基本概念

旅游景区是旅游者产生旅游动机的直接因素之一，是一个国家人文资源和自然景观的精华，是社会发展的标志，也是旅游目的地形象的重要体现。旅游景区是旅游业的主要组成部分，对旅游业的健康发展起着举足轻重的作用。目前，我国已有各类旅游景区 15 000 多个，其中列入《世界遗产名录》项目 29 个，4A 级旅游区 270 个，国家重点风景名胜区 119 个，自然保护区 155 个，国家森林公园 344 个。

#### 1.1.1 旅游景区的基本概念

首先，我们先来了解旅游景区相近的几个概念。

##### 1. 旅游区

根据我国国家标准《旅游区质量等级的划分与评定》中规定：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，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”。

## 2. 风景名胜区

国务院于1985年6月7日发布的《风景名胜区管理暂行条例》中将风景名胜区概括为：“凡具有观赏、文化或科学价值，自然景物、人文景物比较集中，环境优美，具有一定规模和范围，可供人们游览、休息或进行科学、文化活动的地区。”

风景名胜区和旅游区的概念有相同之处也有不同之处。首先，两者都具有游览、观赏的作用；其次，都强调应是自然或人文景物组成。两者也有不同之处，前者是以“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；而后者范围较广，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。

## 3. 旅游景点

旅游区的含义广泛，旅游景点的含义较为直观和简单。旅游区一般涵盖旅游景点，其类型也更多些，规模大小相当或较大，而旅游景区应该介于两者之间。

## 4. 旅游目的地

旅游目的地这一概念虽然常常被使用，但目前在国内尚无完整的定义。英国学者D.布哈利斯认为：旅游目的地是一个特定的地理区域，被旅游者公认为是一个完整的整体，有统一的旅游业管理与规划的政策、司法框架，也就是说由统一的目的地管理机构进行管理的区域。而C.G.霍洛韦则是这样界定旅游目的地的；一个目的地可以是一个具体的风景名胜区，或者是一个城镇，一个国家内某个地区，整个国家，甚至是地球上一片更大的地方。

那么如何定义旅游景区呢？它包括哪些内容呢？旅游景区的内容可以概括如下：首先，旅游景区一般是将旅游资源经过人为开发，使其具有激发旅游者的兴趣和吸引力，本质上是一种旅游产品；其次，旅游景区是旅游资源的重要表现形式，是各种旅游资源展现给旅游者的载体；第三，只要是能够萌发人们的旅游兴趣和需求，并能提供给人们游览、休息和科研的区域，都应该是旅游景区。

所以，旅游景区是具有美学、科学、观赏、游览和历史价值的各类自然景观和人文景观的地域空间载体，它能够激发人们旅游兴趣和旅游需求，为人们提供参观、游览、度假、康乐、科研等产品和服务的区域。它包括：旅游景点、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。