



高等院校旅游专业21世纪规划教材

旅游 旅游景区管理 游

钟永德 主编

方世敏 李丰生 副主编

湖南大学出版社

HUNAN UNIVERSITY PRESS





高等院校旅游专业21世纪规划教材

旅游景区管理

钟永德 主编

方世敏 李丰生 副主编

湖南大学出版社

HUNAN UNIVERSITY PRESS



内 容 简 介

本书介绍了旅游景区管理的基本理论,重点论述了旅游景区管理涉及的环节和方面,包括旅游景区的资源管理、开发建设管理、质量管理、营销管理及财务管理等,适合高校本专科旅游专业学生和广大旅游从业人员和旅游爱好者使用。

图书在版编目(CIP)数据

旅游景区管理/钟永德主编. —长沙:湖南大学出版社, 2005. 7

(高等院校旅游专业 21 世纪规划教材)

ISBN 7-81053-960-4

I. 旅... II. 钟... III. 旅游点—管理 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 078070 号

旅游景区管理

Lüyou Jingqu Guanli

作 者: 钟永德 主编

责任编辑: 刘 锋

责任校对: 祝世英

装帧设计: 吴颖辉

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮 编: 410082

电 话: 0731-8821691 (发行部), 8649149 (编辑室), 8821006 (出版部)

传 真: 0731-8649312 (发行部), 8822264 (总编室)

电子邮箱: press@hnu.net.cn

网 址: <http://press.hnu.net.cn>

总 经 销: 湖南省新华书店

印 装: 长沙银都印务有限公司

开本: 797×1092 16 开

印张: 22.5

字数: 391 千

版次: 2005 年 8 月第 1 版

印次: 2005 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1~4 000 册

书号: ISBN 7-81053-960-4/F·115

定价: 30.00 元

版权所有, 盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错, 请与发行部联系

高等院校旅游专业 21 世纪规划教材编委会

总主编：许春晓

主 任：陈福义

副主任：钟永德 阎友兵 谢俊贵 尹华光

委 员(以姓氏笔画为序)：

尹华光	王文明	艾建玲	许春晓	刘建平
朱沁夫	朱晓媚	安应民	肖 星	李丰生
李映辉	杨永德	吴楚材	陈福义	金颖之
罗 文	郑 焱	钟永德	胡幸福	胡延龄
俞益武	郭英之	阎友兵	谢俊贵	董明辉

参 编 院 校

复旦大学

广西大学

中南林学院

湖南科技大学

吉首大学

河南农业大学

湖南商学院

怀化学院

湖南理工学院

湖南文理学院

桂林旅游高等专科学校

湖南师范大学

湘潭大学

贵州大学

海南大学

广州大学

桂林工学院

浙江林学院

衡阳师范学院

邵阳学院

长沙学院

前 言

20 世纪 90 年代中期，旅游业成为了世界上最大的产业，并以十分惊人的速度发展着。为此，国际知名的旅游学、经济学、未来学专家都看好旅游业的发展势头，作出了十分乐观的预测：大众化旅游时代已经到来，旅游业将成为“永远的朝阳产业”。

20 世纪 80 年代，中国旅游业开始快速发展，连续保持两位数字的增长速度，令不少国际知名的旅游学专家感到震惊。他们看好中国的旅游业发展前景，一致认为“21 世纪中国将成为世界主要的旅游中心”。

无疑，中国旅游业的快速发展带动了中国高等旅游教育的发展——涌出了大量的教育教学成果，培养了大量优秀的旅游管理人才。这对中国旅游业的进一步发展起到了巨大的促进作用。

我国高等旅游教育的教材建设，已经有了比较好的基础，许多出版社相继推出了各具特色的系列教材，其中既有国内知名学者联合攻关的教学研究成果，也有引进的外版教材。这些努力，都为繁荣我国高等旅游教育事业起到了独特的作用。然而，伴随着社会经济的发展、旅游产业的快速扩张以及旅游高等教育的不断进步，出现了一系列亟需解决的、与旅游相关的理论与实践问题。鉴于此，湖南大学出版社在深入调查研究的基础上，确定了“高等院校旅游专业 21 世纪规划教材”的重点选题，与此同时，湖南省旅游学会旅游教育委员会也正围绕旅游专业本科教育的多个学术问题进行着认真的研究。通过几次较大型的学术讨论会，双方确定以湖南省的学术群体为依托，借助全国知名学者的鼎力支持，打造一套全国性的高等院校旅游专业精品教材；并且确定了总主编，成立了编辑委员会。

高等旅游教育的发展需要高水平的教材作为支持，为此，我们力图通过众多专家教授、一线教师的通力合作，推出一套紧扣高等旅游教育改革的主方向，密切结合中国旅游业发展的主题，质量上乘，特色鲜明的精品规划教材。本套教材编写的基本理念是：根据教育部教育教学改革的要求和强化学生实践能力和创新

能力培养的精神，从本科教材入手，向着多层次、多风格的系列旅游教育书籍系统开发。这套规划教材的总体策划和编写，致力体现理论与实践紧密结合的特点，达到全（知识理论的全面性）、准（理论的准确性）、新（专业研究发展的前沿性）、实（突出适用性，便于教学使用）的水准。

我们这套教材第一批 8 种在 2005 年秋开始出版发行，欢迎全国有关院校师生和专业人士选用。同时，我们热忱欢迎各界人士提出宝贵意见，以便我们对教材不断完善和修正。

许春晓
2005 年 7 月



目次



第1章 绪论

- 第一节 现有的管理体制与模式 (2)
- 第二节 旅游景区的现状存在的问题 (5)
- 第三节 管理的基本理论 (12)



第2章 旅游景区的价值

- 第一节 景区的环境——经济学测量 (24)
- 第二节 自然环境质量的旅游效用评估 (26)



第3章 旅游景区的资源管理

- 第一节 体验论与资源管理 (36)
- 第二节 景区旅游资源的管理 (47)



第4章 旅游景区开发建设管理

- 第一节 旅游项目开发的可行性研究 (51)
- 第二节 旅游项目开发可行性研究的编制方法 (54)
- 第三节 旅游项目开发的环境审计 (59)



第5章 景区服务质量管理

第一节 旅游服务质量管理的重要性	(64)
第二节 建立旅游景区服务质量管理体系	(70)
附录 旅游景区服务质量标准与操作规范	(100)



第6章 景区的营销管理

第一节 旅游景区营销策略的制定	(113)
第二节 旅游景区品牌管理	(119)
第三节 旅游景区节庆活动的组织与管理	(132)
第四节 旅游景区的价格管理	(146)



第7章 旅游景区环境管理

第一节 旅游景区环境管理的内容和意义	(166)
第二节 旅游景区的环境保护管理	(167)
第三节 旅游景区的环境卫生管理	(170)
第四节 旅游景区的环境解说	(172)
第五节 解说牌的规划	(176)



第8章 旅游景区的游客管理

第一节 游客管理的方法	(185)
第二节 旅游景区游客行为的管理	(186)
第三节 旅游景区游客安全的管理	(193)
第四节 安全危机事件的处理	(199)
附录1 重大旅游安全事故报告制度试行办法	(208)
附录2 漂流旅游安全管理暂行办法	(209)



附录3 旅游安全管理暂行办法实施细则	(212)
--------------------------	-------

第9章 旅游景区管理的社区参与

第一节 社区参与概述	(216)
第二节 PRA 方法	(220)
第三节 旅游景区管理的社区参与	(235)

第10章 旅游景区财务管理

第一节 旅游景区财务管理概述	(253)
第二节 旅游景区资金管理	(258)
第三节 旅游景区成本费用管理	(270)
第四节 旅游景区营业收入、利润及利润分配管理	(273)
第五节 旅游景区财务分析	(276)

第11章 旅游景区的标准化化管理

第一节 旅游景区标准化管理的背景与基本内容	(280)
第二节 旅游景区标准化管理体系的导入	(282)
第三节 质量认证体系国际标准: ISO9000 和 ISO14000	(285)
第四节 旅游景区标准化管理的的发展趋势	(289)

第12章 旅游景区的法律制度

第一节 旅游立法发展的历史与现状	(298)
第二节 旅游景区法制化管理的意义	(302)
第三节 旅游景区管理的法律体系	(303)
第四节 我国旅游景区的法律制度	(305)



第 13 章 创造性思维与旅游业

第一节 创造性思维在旅游业中的应用	(318)
第二节 旅游产品的创新	(325)
第三节 旅游景区管理创新	(328)
第四节 旅游景区经营管理体制创新	(332)
参考文献	(339)
后 记	(345)



第1章

绪论



教学目的

- 掌握旅游景区管理的基本理论
- 熟悉现有的景区管理体制与模式
- 了解旅游景区现状及存在的问题

旅游景区是构成旅游活动的基本要素之一，也是旅游业发展的基础。旅游景区开发的成败往往影响到区域旅游业发展的好坏，尤其在区域旅游客源市场的拓展过程中，依托旅游景区不断推出新的旅游产品，往往会成为提高旅游产品竞争力和吸引力的关键因素。

随着我国旅游业的发展，作为旅游业四大支柱之一的旅游景区也得到了飞速的发展和提高。从全国范围来看，大小不同的旅游景区数量在两万家左右，它们又可以分为四种类型，第一类是自然类旅游景区，以名山、大川、名湖和海洋为代表；第二类是人文类旅游景区，以人类在长期的历史演进过程中留下的遗迹、遗址为代表，如北京的故宫、颐和园、八达岭等；第三类是主题公园类旅游景区，是人类现代科学技术和劳动的结晶，如深圳华侨城的几个主题公园；第四类是社会类的旅游景区，它与传统的旅游景区点的概念不同，但它是传统概念的发展和延伸，如工业旅游、观光农业旅游、科教旅游、军事旅游等。

从我国旅游景区的体制结构来看，主要以公有制为主。根据相关调查，在我国旅游景区中，公有制的旅游景区的比例在80%以上。从这一数字可以看出，目前我国旅游景区还承担着多样的功能，如保护、科研、教育等，旅游休闲功能只不过是其中的一种而已；但同时也说明我国旅游景区在体制方面对于市场经济和旅游业的快速发展还有相当程度的不适应，因而也导致了旅游景区在开发和进

一步发展过程中遇到重重问题。从旅游景区的经营效益来看,绝大部分景区的收入来源主要为门票收入,特别是自然类和人文类的旅游景区,受限于多种因素,旅游景区的其他经营活动一直开展不起来,而景区的管理成本又很高,负担也很重,因此造成了大多数景区经营效益的不甚理想,或者说没有使旅游景区的价值最大化,造成了资源的闲置与浪费。

从景区发展趋势来看,主要表现为以下三点。

(1) 旅游景区数量继续增加

这主要是由我国旅游业蓬勃发展的态势所决定的,旅游业的发展势头使社会认识到了它对经济发展的贡献,各级地方政府都加快了旅游业的发展速度,或将其作为支柱产业来培植,或将其作为先导产业来发展,因而各地大力进行旅游资源开发,形成了一批又一批的新旅游景区。

(2) 旅游景区质量持续提升

我国旅游景区在数量上增长很快,在景区质量的提升上,无论是观念还是实际行动都得到了提高和加强,并成为今后旅游景区发展的重点内容之一,比如旅游景区的精品意识和品牌意识的加强,在此理念的指导下,今后旅游景区的发展将会形成越来越多的精品,大大提升景区质量,从而实现由量的增长向质的提高的转变。

(3) 旅游景区经营不断创新

创新是时代发展的要求,随着旅游业的发展和旅游市场竞争的日趋激烈,旅游景区也需要进行经营和管理创新,根据游客需求的变化,寻求自身与竞争对手的差异,追求民族化、地方化和差异化,满足游客对差异的需求,形成自身的特色,逐步挖掘自身的文化内涵,整合多方面的资源,最终形成旅游景区的品牌,提高景区的竞争力和吸引力。

第一节 现有的管理体制与模式

2002年中国大陆被世界旅游组织(WTO)评为世界第五大旅游目的地。根据世界旅游与旅行理事会(WTTC)的《旅游与旅行行业对就业和国民经济的影响》报告预测,2004年中国的总体旅游直接或间接将创造5 405.17万份工作,12 736亿元人民币的国内生产总值,占总GDP的10.2%。旅游作为一个产业在国民经济发展中的地位日益凸现。这些成绩都是在旅游体制不断改革和市场不断开放条件下取得的。



景区作为旅游产业链中的核心部分,具有双重属性。从景区的旅游属性来说,它是一种商品,需要进入市场,体现价值,追求利益最大化;而从景点的自然属性来看,它是大自然赐给人类的一种宝贵资源,不可再生,容易遭到破坏,需要得到较好的保护,尤其是世界遗产地的景区。因此,处理好旅游开发与景区保护之间的关系便是摆在人们面前的重要问题。近年来,关于泰山索道的争议、张家界百丈崖观光电梯的批评、曲阜的水洗孔庙以及武当山遇真宫的失火等无不引起理论界和高级管理层的高度关注。

2004年1月7日结束的全国建设工作会议上提出:风景名胜区不能交给企业管理,不能以委托经营、租赁经营、经营权转让等方式,将风景名胜区规划管理和资源保护监管的职责交给企业承担。是否景区不交给企业管理就可以得到较好的保护?这是一个耐人寻思的问题。

难道泰山索道、张家界百丈崖观光电梯的建设不需要经过政府的权力部门批准?仅仅是企业追求企业利益最大化的结果?制度经济学的原理告诉我们:结果是由制度产生出来的。要处理好景区的旅游开发与保护之间的关系:先决条件是要有一个好的管理经营体制。

目前,我国旅游景区的管理经营体制可归纳为三种模式。

一、政府专营的管理经营模式

这种模式的特点是由政府成立的机构对景区进行经营管理。实行财政统收统支。这种模式可能产生的弊病是:

(1) 政府可能将景区作为摇钱树。特别是一些落后的地区,景区是政府的吃饭财政来源,根本不可能有余钱用于景区的保护和深度开发。

(2) 经营管理上,由于所有者缺位,没有人对景区的经营效益负责。导致人浮于事、效益低下,或内部人吃光,或成为接待景区。笔者曾到某省一个著名的风景区,据介绍该风景区当年接待游客20万人,可真正收到门票的才2万人。

二、租赁、承包或卖断的模式

这种模式的最大的特点是,用租赁或承包模式,政府可能不需要通过太多努力就可以收到比自己经营还要多的收入。卖断模式则可以一次性收到比较多的钱用



于解决政府的财政困难。但这种模式将带来以下问题:

(1) 可能导致国有资源价格低估。景区的价值是通过经营者的努力来实现的,经营好了可以价值无限,经营不善可能贬值甚至导致经营者亏损。因此,在租赁或买断时,以什么标准作价是一件很困难的事,容易导致黑箱操作,使国有资产流失。

(2) 旅游景区经营管理具有很强的专业性和管理的继承性,而承包经营者或者买断者可能不懂经营管理规律,缺少经营管理人才,缺少对景区历史的了解和对景区发展的前瞻性。对景区进行掠夺性的经营开发,经营效益上的短期行为,将导致对景区的严重破坏。

(3) 景区的经营管理牵涉到方方面面的利益关系,它需要各个方面的配合才能进行,有政府的各职能部门,景点所在地居民,旅游产业链中的其他企业,如旅行社、酒店、车队等,只要有一个方面关系没有协调好,都可能导致经营失败。因此,承包或买断者作为个体的经营者协调能力有限,成功的例子很少。

三、用现代企业制度经营景区模式

这种模式的做法是:景区以经营性资产作价,吸收其他经营成份,组成多元化经济成分的股份公司。用现代企业制度对景区进行经营。这种模式的最大特点是。

(1) 将景区的经营与管理分开。景区的管理涵盖制定景区发展规划、建设方案审批和资源保护监管三项职能。景区的经营是指以效益最大化为目的的景区经营行为,包括游客服务、景点维护和市场营销。作为政府派出部门的景区管理委员会或管理局,只负责制定景区的发展规划、建设方案审批和资源保护监督实施的管理职能。而景区的游客服务、景点维护和市场营销则交由按现代企业制度建立起来的公司来负责。这样一来,管理者职责清楚,执行有效;经营者以市场为导向,效益更好。这种模式为旅游开发和景区保护提供了一个切实有效的制度保证。

(2) 以专营权有偿出让的形式,有效地避免国有资源的流失。特许经营对一些具有垄断性质的行业是一个行之有效的方法。景区经营需要专营,否则就会出现混乱而无法管理。政府通过有偿出让专营权,既可以保证国家收入,又可以通过专营权的收回或出让来约束经营者的行为,保证政府对景区的绝对控制。



(3) 这种模式有利于旅游开发和资源保护。将景区管理与经营职能分开,作为专司管理职能的管委会,将不必为经营效益操心,因而可以实行严格的管理。作为经营者,必须严格按规划建设,在保护的前提下经营。武夷山景区经营管理可供借鉴:公司成立后将所募资金四千多万元用于保护和开发闽北古窑遗址——遇林亭窑址,完成了景区因资金问题一直未能实施的规划,取得良好的经济效益和社会效益。由于公司产权明晰,法人治理结构健全,经营效益良好,为景区进一步的保护和开发,提供了一个良好的融资平台。2003年公司拆资3个亿,进行武夷山世界遗产二期保护工程,包括拆迁安置居民800多户、修环景区公路35公里、购买欧Ⅲ标准的环保观光车60部。项目建成后将从根本上解决主景区内居民居住和过境车辆横穿主景区造成的污染问题。既提高了景区的安全性和旅游舒适度,也提高了景区的经营效益。

从以上三种经营管理模式,我们可以清楚看到:景区资源保护与旅游开发是相辅相成的关系,只强调保护,不考虑旅游发展,保护也将变成无源之水;而过度开发,以经济效益为中心,必将对景区资源造成破坏。要实现旅游开发与资源保护的协调发展,关键在于体制的创新,任何企图回到计划经济时代经营管理模式的做法,注定要失败。

第二节 旅游景区的现状及存在的问题

数以万计的旅游景区构筑了遍布全国的旅游产业网络,对我国旅游业的发展起着举足轻重的作用。作为旅游资源主要体现形式和旅游产品的主要载体,近几年来,我国旅游景区在全国旅游业蓬勃发展的总体形势推动下,其开发建设、保护利用和管理,也取得了令人瞩目的成就。旅游景区已成为我国旅游业重要的生产要素及旅游创收创汇的重要来源,是旅游者参观、游览的主要场所。据不完全统计,目前全国自然、人文和人造的旅游区(点)约15 000家。1998年在我国旅游外汇收入中,旅游景区的门票收入约占4.3%,1999年约占6%;国内旅游收入和旅游消费中,这部分的比重更大,大体可占到10%。而且,旅游景区是各地最重要的旅游吸引物,是目的地旅游形象的重要体现。

改革开放以来,伴随着我国旅游业的快速发展,旅游景区、景点的规划、开发、建设、保护和管理等各项工作得到了空前的发展,取得了巨大的成就。一批高品位、高质量、形象鲜明的旅游景区享誉海内外,成为中国旅游业发展的生力

军和国际旅游形象的着力点。

随着旅游业的快速发展,旅游景区之间的商业竞争也渐趋激烈。旅游目的地营销行动在近两年呈现迅速增长势头。各旅游景区在旅游宣传促销中,除采用传统的营销手段外,大型旅游推介活动、旅游节庆热销、互联网营销等促销手段被广泛运用。市场竞争与开拓逐步由原先的企业行为演变为更多的城市综合力量和总体形象的较量。一些地区和城市通过大型旅游推介活动开展全方位的整体促销活动。但是,长期以来,旅游景区存在政出多门、体制混乱的宏观格局,大部分旅游景区管理机制落后,观念保守,景区管理和服务的专业化水平较低,旅游景区的整体服务功能、服务质量、管理水平和资源与环境保护力度都与我国旅游业实现跨越式发展的要求不相适应,与建设“世界旅游强国”的战略目标不相适应,与旅游者越来越高的旅游需求不相适应。

在节假日期长、国家加薪和拉动消费内需三者共同影响下,各景区出现了春节、“五一”和“十一”三个旅游峰值期,形成了假日旅游现象,使其面临容量压力。目前我国大部分旅游景区(点)综合接待能力弱,基础配套设施不完善,结构不合理,致使与旅游活动密切相关的各环节都出现了问题。旅游景区的旅游客流量、价格、接待能力大小的基础数据缺乏,综合资讯不健全,又没有建立有效的引导。大部分旅游景区对假日旅游潮的到来处于一种被动接受状态,相关行业及各部门之间缺乏协调联动,使旅游景区现有的空间和功能得不到充分合理的利用,由于景区硬件设施不完善,软件服务又跟不上,导致旅游投诉明显增加,恶性事故增多。

一、旅游景区的现状存在的问题

(一) 观念问题

可持续发展的理论与实践是全世界各个国家都在研究与讨论的问题,虽然其理论体系还有待在深入实践之后进行归纳、总结和提升,特别是系统化、条理化、原则化。但大的框架已经深入人心,正在日益影响着政府的决策与政策的制定。可持续发展的观念问题不仅涉及政府而且涉及民众,当一种观念同时为政府、企业、社团和个人所接受时,这种观念才比较容易指导整个社会的实践,现在的问题是企业在投资景区开发资源的过程中,在旅游景区经营与管理的过程中仍然存在着忽视可持续发展理念的种种决策,一些做法甚至完全背离可持续发展



理念。旅游业界的从业人员或者因为可持续发展的教育不到位,或者因为旧的传统观念的顽固存在,对周边发生的事情熟视无睹,习以为常。旅游者在参与旅游活动的过程中,也由于自身素质不高,常常自觉不自觉的影响和破坏着景区的可持续发展,难以成为可持续发展观念的维护者。上述种种都是观念不到位的表现。树立观念的问题虽然是一个长期的问题,但旅游业界和整个社会如果能够更快一点转变观念,那么景区就不仅不会影响可持续发展,而且会成为一种典范,教育旅游者,警示旅游者,促进全社会的可持续发展。

(二) 资源问题

在发展旅游业中,流行着一种观点,资源不利用就是浪费,就是对人民的犯罪,于是有山有水、有文物、有文化就一定要发展旅游,也不管山水有没有景观价值,文物文化可不可以利用,反正有决心就一定能发展起旅游业。于是,一座山被开发得零零乱乱,一座小庙被吹得神乎其神,甚至原本什么都没有也要用水泥堆山,原本庙的遗址都找不到了也要再塑辉煌。其实,资源特别是旅游资源总是有限的,按照可持续发展的观点,资源应该从更广泛的意义上加以保护,而且要有为子孙后代持续利用的观点,并不是所有的资源都应该作为开发的对象,而且,资源利用的问题是个极为复杂的问题,目前不能有限利用资源的趋势在各地大力发展旅游业的热潮之中已成蔓延之势,这是一个危险的信号。在资源利用中还有一个问题,不善于把景区做出规模,本属一个景区,本应由一家来做,却出现多家开发,由于所属单位不同,开发的方式不同,对资源价值的认识也不同,或者其中也有相同的方面,所以出现两种倾向,一种倾向是相邻地区完全雷同的景区出现,一种倾向是相互风格各异、主题不一的景区,在相邻地区出现,使得人们对资源的认识产生种种谬误。在对资源利用上也还有不适当地改变原有资源的价值,画蛇添足地增加自认为美的东西。总之,在可持续发展的过程中,对资源的认识与利用是第一位的问题,是应当引起我们高度重视和进行理论导向的问题。

(三) 协调问题

现在发展旅游业其主要目的是赢得良好的经济效益,而景区的发展已经成为旅游业赢得经济效益的核心产品。人们在考虑经济效益时,往往忽略应该同时考虑的环境效益与社会效益,其中环境效益又是可持续发展的关键性问题。三种效益在一般情况下可以自然平衡,但在多数情况下必须有所舍弃、有所侧重才能够达到平衡,所以认识上的平衡问题,实践中的协调问题显得极为重要。当我们需