



“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

高等职业教育饭店服务与管理专业教学用书

— KANGLE FUWU YU GUANLI —

康乐服务与管理

(第2版)

刘 哲 编著



旅游教育出版社



“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

7-719
143

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
国家旅游局人事劳动教育司推荐教材
高等职业教育饭店服务与管理专业教学用书

— KANGLE FUWU YU GUANLI —

康乐服务与管理

(第2版)

刘 哲 编著

北京·旅游教育出版社

责任编辑:张 萍

图书在版编目(CIP)数据

康乐服务与管理/刘哲编著. —北京:旅游教育出版社,2012.9(2014.9)

高等职业教育饭店服务与管理专业教学用书

ISBN 978-7-5637-2466-6

I. ①康… II. ①刘… III. ①休闲娱乐—商业服务—高等职业教育—教材
②休闲娱乐—商业管理—高等职业教育—教材 IV. ①F719.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 187629 号

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
国家旅游局人事劳动教育司推荐教材
高等职业教育饭店服务与管理专业教学用书

康乐服务与管理

(第2版)

刘 哲 编 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepch. com
E-mail	tepx@163. com
印刷单位	北京嘉业印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米×960 毫米 1/16
印 张	18
字 数	283 千字
版 次	2014 年9月第2版
印 次	2014 年9月第1次印刷
定 价	35.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

为配合职业教育体制改革,受国家旅游局人事劳动教育司委托,我社组织业内专家,根据高等职业教育要求和旅游行业的特点,精心编写出版了这套旅游高等职业教育系列教材。这套系列教材自2000年7月出版以来,以其准确的定位和科学的编排受到广大师生的普遍好评,成为业内影响最广、备受欢迎的专业化教材。

此次再版,在充分听取广大读者意见的基础上,根据国家最新的职业教育改革精神,征求了教育部旅游职业教育教学指导委员会有关专家委员的意见,并在杜江等业内专家主持下,确定了修订原则和修订方案,目的是在保持原教材特色的基础上,进一步完善该系列教材,使其更加贴近教学实际。

新版高职教材在保持原教材优势的基础上,以方便教师教学和学生学习为宗旨,增设了引言、学习目标、案例分享、特别提示、拓展知识等模块,目的是在教师和学生之间搭建一个互动的平台,使教师能够更好地和学生沟通。文中示例、公式一律突出显示,目的是让读者花最少的时间掌握最有用的信息。与原版教材相比,本版教材主要具有以下显著特征:

精简优化了内容。在初版中,有些教材花大量篇幅介绍某些工种的岗位职责及主要任务,既占课时,又不便于教师教学。再版时,将这部分内容置于附录中,既便于教师灵活运用,又有利于学生分清主次。同时,针对旅游学科实践性强的特点,修订后的教材特别注意增补了一些案例,目的是强化案例教学的作用。在案例的处理上,有些案例有评析,可以帮助学生进一步掌握每章重点;有些案例没有评析,既给教师布置作业留下了余地,也可供学生自学使用。

更新增补了资料。根据旅游业最新发展情况,此次修订增补了最新行业法规,补充了我国加入世贸组织后的相关内容,更新了旧的材料和数据,使本版教材能充分反映行业的最新发展和业内最新的研究成果。

权威专家严格把关。本版教材的作者均为业内专家,有着丰富的教学经验及旅游企业的管理经验,能将教材中的“学”与“用”这两个方面很好地统一起来。在此基础上,经杜江等业内权威专家把关和专业编辑审读加工,确保了本版教材的权威性和专业性。

贴近教学的全新编排。增课前导读,帮助读者更好地理解各章内容;拟学习目标,帮助学生与教师更好地沟通;补特别提示、拓展知识、案例分享、本章小结、思考与练习,让学生尽快消化所学知识;改目录风格,人性化的设计,面面俱到,全书内容一览无余。

作为全国唯一的旅游教育专业出版社,有着丰富的旅游教育专业教材的编辑出版经验和庞大的专业作者队伍,我们将不负众望,力求把最专业、最权威的教材奉献给广大读者,为发展我国旅游教育事业做出更大贡献。

旅游教育出版社

前言

随着世界经济的不断发展,旅游产业成为一项重要的朝阳产业。康乐业作为旅游产业的一个重要分支,也不断发展壮大,为世界经济的发展做出了越来越显著的贡献。随着我国改革开放的不断深化和社会主义市场经济的逐步确立,我国的国民经济连续多年保持高速发展,旅游和康乐业也随之迅速发展。社会的发展,经济、科学、文化、交通等各方面的进步,也促使和带动了旅游康乐业的迅速发展。康乐经营已被认定为饭店经营开发的新的拓展方向,已被越来越多的经营者所重视并且付诸实践。在欧美和日本等经济发达国家,康乐行业已经发展得比较成熟。同时,康乐场所也逐渐成为文化交流的聚集地,据此,有关专家提出了“康乐文化”的新观点。在有些城市或地区,康乐行业已经成为当地经济发展的支柱产业,这就形成了“康乐经济”。

康乐业的快速发展促进了康乐企业对管理人才的需求,也促进了关于这方面的教材的出版需求。本教材是受国家教育部职业教育与成人教育司和国家旅游局人教司的委托,为了适应这种市场需求而编写的高职教材,并于2014年经全国职业教育教材审定委员会审定,被教育部评审为“十二五”职业教育国家规划教材。

本次再版,编者在广泛征求了读者和专家反馈意见的基础上,进行了较全面的修订。在修订过程中,注意结合高职教学 and 在职康乐部经理培训的需要,修订了原有不足,更新了陈旧内容,压缩了次要章节,增加了知识链接、友情提示等新的模块,并且对怎样当好康乐部经理、康乐部的服务质量和如何处理康乐部的投诉,进行了比较全面和富有独到见解的论述,这部分论述是其他相关书籍很少涉及的内容,从而使该教材更具特色并日臻完善。

本教材所采用的素材都是在康乐经营实践中的经验总结和真实案例。通过运用系统论的方法对这些素材进行归纳和整理,提炼出具有普遍意义的管理规律,又在管理实践中对它们进行应用和检验,证实其确实有效后,才编写到本教材当中。本书是旅游院校康乐管理专业的教材,读者对象为大专(职高)学生或本科生,也适用于在职康乐部经理培训和自学。

全书教学用时建议160课时。课时分配建议如下:第一章8课时;第二章9课时;第三章10课时;第四章11课时;第五章18课时;第六章12课时;第七章10课时。

时;第八章9课时;第九章10课时;第十章9课时;实习34课时;考察16课时;总复习2课时;机动2课时。全书重点为:第四章怎样当好康乐部经理、第六章康乐部的服务质量管理、第十章康乐部的投诉处理。各章重点为:第一章第二节 康乐部的职能;第二章第一节 康乐项目设置的原则和依据;第三章第一节 康乐部组织机构的设置;第四章怎样当好康乐部经理,三节的内容均为重点;第五章第一节 康乐部管理的原则和方法、第二节康乐部日常管理制度的制定;第六章第二节 康乐部的优质服务;第七章第一节 康乐设备管理概述;第八章第二节 康乐部的卫生管理;第九章第二节 康乐部的协作与营销;第十章第三节 投诉的处理。

本教材在编写过程中得到了国家教育部职业教育与成人教育司和国家旅游局人事劳动教育司以及旅游教育出版社的关心和指导,在此一并致谢!

编者

2014年7月

目 录

第一章 概 论	1
课前导读	1
学习目标	1
第一节 康乐业的概况	1
第二节 康乐部的职能	13
本章小结	19
思考与练习	19
第二章 康乐项目的设置	21
课前导读	21
学习目标	21
第一节 康乐项目设置的原则和依据	21
第二节 康体项目的设置	25
第三节 娱乐项目的设置	34
第四节 保健项目的设置	39
本章小结	42
思考与练习	43
第三章 康乐部的组织机构与人力资源管理	44
课前导读	44
学习目标	44
第一节 康乐部组织机构的设置	44
第二节 康乐部员工的招聘	52
第三节 康乐服务员的培训与督导	57
本章小结	65

思考与练习	65
第四章 怎样当好康乐部经理	66
课前导读	66
学习目标	66
第一节 康乐部经理的设置	66
第二节 康乐部经理的工作内容	72
第三节 康乐部经理应当避免的管理错误	81
本章小结	90
思考与练习	90
第五章 康乐部的日常管理制度	93
课前导读	93
学习目标	93
第一节 康乐部管理的原则和方法	94
第二节 康乐部日常管理制度的制定	101
第三节 康体项目的服务制度	108
第四节 娱乐、保健、休闲游乐项目的服务制度	141
本章小结	167
思考与练习	168
第六章 康乐部的服务质量管理	169
课前导读	169
学习目标	169
第一节 康乐部服务质量的内涵	169
第二节 康乐部的优质服务	172
本章小结	186
思考与练习	186
第七章 康乐部的设备管理和营业收入管理	188
课前导读	188
学习目标	188
第一节 康乐设备管理概述	189
第二节 康乐设备管理的程序和方法	191

第三节 康乐设备的保养与修理	193
第四节 康乐部的营业收入管理	199
本章小结	207
思考与练习	207
第八章 康乐部的安全与卫生管理	209
课前导读	209
学习目标	209
第一节 康乐部的安全管理	209
第二节 康乐部的卫生管理	225
本章小结	234
思考与练习	234
第九章 康乐部的营销	235
课前导读	235
学习目标	235
第一节 康乐部的经营特点	235
第二节 康乐部的协作与营销	241
第三节 康乐部竞赛活动的运作	248
第四节 会员制俱乐部的经营	250
本章小结	254
思考与练习	254
第十章 康乐部的投诉处理	256
课前导读	256
学习目标	256
第一节 投诉的原因	257
第二节 投诉的分析和认识	262
第三节 投诉的处理	264
本章小结	276
思考与练习	276
参考文献	277

课前导读

本章主要对康乐部的运行与管理作概括论述,其中包括对康乐活动的历史、现状和发展前景作扼要介绍,并且对康乐部的地位、作用和任务展开论述。

学习目标

- 了解康乐活动的历史
- 从七个方面认识康乐行业的现状;从四个方面认识康乐行业的发展前景
- 认识康乐部的地位
- 明确康乐部的五项主要作用和七项任务
- 初步掌握康乐管理的基本原则和基本方法

第一节 康乐业的概况

康乐行业的产生和发展,是随着社会经济的发展而产生和发展的,在欧美、日本等经济发达国家,康乐业的发展已经比较成熟。在一些发展中国家,康乐业的发展正在加快速度。

随着我国加入 WTO,我国的经济与世界经济接轨,并得到持续、快速的发展,现在我国的 GDP(国内生产总值)已经位居世界前列,人民生活水平正在大幅度提高,并由此带动了康乐需求。康乐需求的迅速扩大有力地推动了康乐业的发展,现在康乐业无论在投资规模上还是在经营项目的数量上及种类上都有了长足的进步。同时,康乐业的发展也反映在饭店康乐部的建立和完善上,因此,康乐部是随着饭店康乐经营需要而出现的部门。同许多新兴事物一样,康乐部的发展速度也

非常快,不但在大部分饭店内它成为重要的业务经营部门,而且在饭店外也出现了许多独立经营的康乐企业,甚至有的企业已经发展成为综合经营的大型康乐企业集团。

虽然我国康乐业的总体发展水平与国际先进水平尚有一定的差距,但这种差距正在迅速缩小,而且有些项目的发展已经走在了世界前沿。可以肯定地说,我国康乐业正在突飞猛进地发展,必将迎来一个崭新的时代。

一、康乐活动的历史

康乐活动具有悠久的历史,人类对康乐活动的需求,可以追溯到久远的过去。自从人类产生以来,就有了康乐需求和康乐活动,只不过在不同时期人们的康乐需求和康乐活动的表现形式不同而已。可以说,康乐活动是伴随着人类生产和生活的发展而产生和发展的。这一点可以从许多历史遗迹和古籍中得到印证。例如,广西花山地区和云南苍源地区的岩画中就有许多舞蹈形象,据专家考证,这些岩画已有至少三千年的历史。这种康乐文化还正在被继承和发展,当代文艺工作者曾依据花山岩画的图像创作了舞蹈《花山战鼓》;汉代的陶俑和画像砖以及唐代的壁画中也有许多关于康乐活动的画面;汉代的司马迁在《史记》中就有关于早期足球的明确记载,当时的名称叫“蹴鞠”,它不像现代足球那样是纯体育运动项目,而是具有典型的康乐活动特征;另外,著名的古典小说《水浒传》中也有许多关于康乐活动的精彩描写,例如关于蹴鞠和相扑的描写;现今仍然在我国一些地区流行的民间娱乐形式——傣戏(详见知识链接),它起源于远古时代,在商代时期(距今约 3500 年)就已经形成了固定的表演模式。不仅康体项目和娱乐项目历史悠久,保健项目也有悠久的历史。中国云南的佤族有一种传统的保健康乐项目——摸你黑泥浴,据考证这项活动起源于远古时期(详见知识链接)。

同样,国外的康乐活动出现得也很早,保龄球和地掷球(这两种球类游戏的英文名称是同一个单词,即 Bowling)的历史可以追溯到距今 7000 多年前的古埃及。考古学家在埃及发掘一座修建于公元前 5000 多年的古墓时,出土了一批用大理石制作的原始保龄球;在柬埔寨的吴哥古迹群中有很多雕塑,这些始建于公元 1113 年的浮雕体现了古代柬埔寨人对神的敬仰和对世俗生活的热爱,其中也有康乐活动的画面。大量例证证明康乐活动的历史是多么悠久。

在过去,人们仅仅把康乐活动作为茶余饭后的一般消遣,没有进行过比较科学和系统的探讨。近年来,人们逐渐认识到康乐活动对提高生活质量和对经济发展的重要性,开始把康乐活动作为一种专门的学问进行比较系统的研究和开发。

我国康乐业成为较大规模的独立行业是随着 20 世纪 80 年代改革开放的脚步

而形成的,尽管出现的时间比较短,但发展速度却相当快。这表现在:康乐设施与场所的数量大幅度增加;康乐项目的经营规模不断扩大;康乐活动的形式日益丰富;康乐活动的参与人数越来越多。

康乐活动所包含的内容很多。但不久前,人们还把“康乐”的含义局限在字面上的理解,认为康乐活动的内容只包括康体活动和娱乐活动。现在看来,这种认识是不够全面的,因为康乐活动的内容除了康体类活动、娱乐类活动之外,还应包括保健类活动和休闲游乐类活动。

康乐活动的特点是多方面的,它具有参与性(例如歌厅)、趣味性(例如电子游戏机)、灵活性(例如棋牌室)、适应性(适应各类人,例如摩天轮)、新颖性(例如虚拟现实电子游戏机、喷泉氧吧)、运动性(例如各类运动项目)、观赏性(例如夜总会)、刺激性(例如蹦极、过山车)等。

综上所述,我们可以将康乐活动的基本含义确定为:能使人提高兴致,增进身心健康的快乐消遣活动。



知识链接

傩(念 nuó)戏

傩戏是我国远古时期的一种康乐活动。傩戏又称傩堂戏、端公戏,是一种戴着面具表演的民间娱乐形式。不同地区对傩戏的称呼有所不同,甘肃地区称为“河湟鼓舞”,贵州地区称为“地戏”,西藏地区称为“锵扑”,有的地区称为“大傩”。现在广泛流行于安徽、江西、湖北、湖南、四川、贵州、陕西、甘肃、河北等省。目前甘肃省永清县仍在流行的河湟鼓舞,就是傩戏的一个分支;还有贵州地区仍保留的地戏也是傩戏的一个分支;另外,西藏的很多地区也很流行傩戏。



知识链接

摸你黑

“摸你黑”是起源于远古时候的康乐活动。佤族先民用一种叫“娘布落”的神药与泥浆混合在一起涂抹在人们的脸上,特别是小孩,用于驱病辟邪,求得健康平安。后来逐步成为佤族的一个传统节日,每年的五一,每年的司岗里狂欢节,神秘的阿佤山都成了欢乐的海洋。

(资料来源:百度百科。)

二、当代康乐业的现状

(一) 新颖的康乐项目层出不穷

随着社会的进步和经济的发展,人们对康乐活动的需求不断增加,国内外的实践经验也告诉我们,康乐经营的生命力在于不断创新。这两方面的因素都促使康乐行业不断推出新项目,以适应市场的需求和促进康乐业的发展。例如,高尔夫球本是一个传统的康体项目,但由于其自身条件和客观条件的限制而不易普及推广。在这种情况下,西方发达国家先后开发出城市高尔夫球(也称微型高尔夫球或者迷你高尔夫球)和模拟高尔夫球;近几年来,高尔夫运动又有了新的发展,大约在2005年,地处非洲沙漠地带的纳米比亚,又有人因地制宜开发了沙漠场地高尔夫;在荷兰,有人将牧场改建成球场,开发出了农夫高尔夫。这种高尔夫的球杆也很奇特,是将传统的球杆杆头换成荷兰特有的工艺品——木鞋,它的球也比传统高尔夫球大,并且将普通的18个球洞改变成10个球洞。又如桑拿浴是个传统的保健项目,近年来,一些经营者又陆续开发了光波浴、瀑布浴、泥浴、沙浴、药水浴、酵素浴、牛奶浴、米酒浴、茶水浴、花水浴、桑叶浴、薄荷浴等,几乎要形成洗浴文化了。再如冰壶球是个趣味性很强的康体项目,但它需要较大的冰面场地,于是有人借鉴冰壶球开发出了沙壶球。过去,一些综合性的康乐场所都建在普通建筑内,现在这种局限早已被突破,2000年,中国利用一艘报废的航空母舰改建成了海上乐园;2008年,法国开发了一列高速康乐火车,该车一改普通火车单调的乘车模式,而是在里面设置了电子游戏厅和酒吧等康乐设施,将整列火车改造成一个康乐中心。此外,康乐业又推出了火箭蹦极、室内攀岩、滑草等新兴的康乐项目。

新项目的不断涌现,给康乐业带来了活力,也促进了康乐业的发展。因此,不断推出新项目是康乐部或康乐企业保持长久经营的重要手段。



友情提示

沙壶球,不宜写作“沙狐球”,因为它是由冰壶球发展演变而来的。冰壶球已被列为冬奥会比赛项目,这是一种冰上投掷性的竞赛运动项目,它的主要运动器具是一个石制的像家庭烧开水的水壶那样的球体,因该球体需在冰上运动,故名冰壶球。沙壶球是以小圆球状的沙粒均匀铺在平坦的台面上以模仿冰面,其球体形状类似冰壶球但体积小许多,最初曾用大型硬币作为球体,现在冰壶球的形状和体积类似冰球的圆饼状。沙壶球的运动规则也与冰壶球接近。就像高尔夫和微型高尔夫一样,有人形象地说,沙壶球是微型冰壶球。所以,有人误写成“沙狐球”是不对的,网上有人甚至煞有介事地把沙狐球描绘成沙漠中的小狐狸,则更显得牵强

附会。

（二）康乐活动的文化色彩日益浓重

康乐消费是一种高雅的精神消费,它主要为人们提供缓解压力、消除疲劳、舒畅心情、恢复精力、提高兴致、陶冶情操等方面的精神享受。因此,康乐经营和消费不仅要有一定的物质条件为基础,而且需要一定的文化氛围。只有这样,人们才能从康乐活动中获得更多的益处。例如,高尔夫球历来被认为是一种文明、高雅的康体项目,人们置身于由蓝天、绿草、树丛、水塘、沙地构成的球场之中,呼吸着清新的空气,做出优美、潇洒的击球动作,在这种舒适、和谐的环境中,人们的情趣和言行会得到陶冶,变得高雅和文明。

与大多数事物的发展规律一样,康乐活动的发展也是由低层次向高层次发展的,且越来越具有文化色彩。如风靡于世界且经久不衰的迪斯尼乐园就具有很浓重的童话电影色彩;美国著名旅游城市拉斯韦加斯的米高梅大酒店有个令人印象深刻的娱乐表演——海盗大战,它歌颂的是勇敢和无畏的精神。

中国是个有深厚文化底蕴的古老国家,可供开发的文化遗产十分丰富。据不完全统计,到2014年中国已被开发的文化康乐项目就有影视文化、民俗文化、温泉文化、孝文化、竹文化、周易文化、海洋文化、孙子文化、民族历史文化,等等。中国著名旅游城市西安有个唐乐宫大酒店,那里的仿唐乐舞夜总会曾经让许多旅游者从中领略到中国唐代宫廷乐舞和饮食文化的魅力;无锡影视基地是个以展示中国电影文化和弘扬民族文化传统为特色的文化娱乐场所。凡此种种,都向人们展示了康乐活动越来越浓厚的文化色彩。同时,还需要指出的是,具有浓厚文化色彩的康乐活动的开发往往是与主题公园的开发和旅游开发结合进行的。

（三）突出主题的经营理念受到重视

在康乐活动快速发展的今天,经营者们更加注意研究如何拓展经营空间。经营者们在很大程度上已经达成共识:除了开发新颖的设备、扩大经营规模外,在经营理念上更加注意突出主题。这种理念在美国尤为盛行,例如在以电影为主题的游乐园中,“迪斯尼”和“环球”是两个较大的乐园,它们拥有经验丰富的管理人员,它们能把影片“丹波”(Dumbo)和“狭路”(Jaw)成功地转换成主题公园的游乐设施。这种协同作用的市场潜力,首先由“华纳”和“派拉蒙”公司提出,“六面旗”和“国王”也参与了合作。在“六面旗”的乐园中,以电影为主题的游乐设施有“蝙蝠侠”和“超人”;“派拉蒙”乐园中则有“神枪”和“星际畅游”等游乐设施。在美国,还有利用其他主题创意的游乐设施,如“布什花园”“谢达博览”“不来梅”“莫瑞”“肯耐坞”“银圆城”以及“诺茨”等乐园。它们的主题内容并不复杂,通常以卡通艺术为特点。

亚洲主题公园的建设也不甘示弱,已经建成和即将竣工的大型主题公园就有很多。例如“日本环球片场”(2001年3月完工)、“东京迪斯尼海洋乐园”(2001年9月完工)、“香港迪斯尼乐园”(2005年9月完工)。这都意味着主题公园的经营理念在不断成熟。

另外,从各国对主题公园的投资情况分析,也可以看出经营者对主题经营的重视程度。2000年国际旅游协会的“年度投资调查”表明,该年度全球游乐业计划投资项目的资金总额为5亿美元。过去10年的发展趋势说明,游乐业年实际投资额通常大于计划额。从调查中还可以看出,主题游乐园的投资(计划和实际)高于其他类康乐项目。

中国的主题公园发展也很快,到2002年,中国已建成各种类型的主题公园3000多家。如继前面提到的无锡影视基地,2007年在广东佛山又建成了南海影视城。此外还有深圳中华民族园、北京世界公园、常州恐龙园、深圳大鹏湾的建在航空母舰上的大型军事主题公园(前苏联报废的航空母舰“明斯克”号),以及天津的航母公园(以“基辅”号航母为主体),都是典型的主题公园。

我国的主题公园运营情况也很好,1995年,有“东方迪斯尼”之称的苏州乐园开始接待游客,仅仅两年时间就接待了游客500万人次,其经营优势初露端倪。苏州乐园的市场定位很明确,就是以家庭游乐为主要客源市场。在这里,从小小世界到太空历险,从苏格兰庄园到欧洲城镇,从百狮园到时空飞船,各种年龄层次的游客都能找到适合自己的游乐天地。苏州乐园在经营中又把主题经营的理念向更深层次发掘,举办了一系列主题活动,其内容有俄罗斯水上芭蕾舞表演、露天广场音乐会、五月歌会、假日探宝大行动、夏威夷风情节、啤酒节、桂花节、圣诞狂欢节,等等。有很多夜总会也具有鲜明的主题特色,例如北京的“大铁塔夜总会”是以模仿法国“红磨房夜总会”为特色,“庆燕乐舞夜总会”是以表演中国历代歌舞为特色,还有前面提到的西安“仿唐乐舞夜总会”,这里就不作进一步介绍了。

从上面的实例可以看出,无论在国际还是在国内,主题经营的理念都受到康乐经营者的重视,并被付诸实践。

(四) 参与康乐活动的人数越来越多

随着社会经济的持续发展和文化水平的不断提高,人们的康乐需求也不断扩大,特别是我国政府提倡“全民健身”活动以来,人们参与这类活动的热情更是高涨。因此,越来越多的人希望在闲暇时参与一些有益于身心健康的康乐活动。追求身心健康成为人类共同的愿望。全世界不同人种、不同国家的人都十分愿意参与康乐活动。据不完全统计,著名的美国迪斯尼乐园1995年的游客数量达到5300万人次,这个数字仅为该公司在美国的七家乐园的游客数量,如果再加上其他国家的连锁公司,则该公司的接待人数至少超过1亿人次。位于日本东京都足立区的

水上乐园“东京航海乐园”,在营业高峰期间一天的消费人数曾经达到 18 万人次;中国的“苏州乐园”在 1995 年开业初期每天接待顾客 1 万人次;北京康乐宫(1990 年建成,现已改建为其他项目)是个规模不算大的室内游乐场所,建筑面积只有 22 000 平方米,在营业高峰期间(1995 年)也曾出现过每天接待顾客上万人次的情况。

康乐需求的扩大带动了康乐服务人员的增加,而康乐服务人员的增加又证明了参与康乐活动的人数越来越多。同时,需求的扩大也促进了相关专业的培训和学习。在中国台湾,台大、交大、中央等 20 多所高等院校都开设了高尔夫选修课,如今选修高尔夫课的学生越来越多,并且高尔夫课已经成为体育学习中最受欢迎的科目;大陆在这方面的发展也很快,北京在 20 世纪 80 年代就已经开设了专门的高尔夫球学校和台球学校,一些高等旅游院校也开设了康乐服务与管理的培训班,并且正在积极筹备开设康乐服务与管理的专业课。

(五) 康乐项目的经营规模不断扩大和经营主体的数量大幅度增加

康乐业的发展离不开国民经济发展的的大前提。我国国民经济近几十年来的发展速度一直高于世界同期发展速度,并已成为举足轻重的世界经济大国。经济的高速发展必然带动康乐业的快速发展,其表现是康乐项目的经营规模不断扩大,经营主体的数量大幅度增加。

无论从国际还是从国内看,康乐经营的规模都在不断扩大。20 年前,国际上最大的室内水上乐园的面积只有几千平方米,现在已发展到几万平方米甚至几十万平方米。前些年在日本宫崎修建了一个名叫“海洋巨蛋”的室内外水上乐园,整个园区面积约有 29.96 平方公里,该水上乐园已被吉尼斯评为世界最大的室内游乐场所。其海滩横跨四个街区,它的大厅相当于 10 个奥运会游泳池的面积,大厅上部由四片活动的屋顶组成,能够按照要求打开或合上,每片屋顶有四个网球场大小。水上乐园的餐厅也很大,能够在短时间内提供几万份套餐。国内的室内水上乐园虽然没有“海洋巨蛋”那样大,但与国际水平的差距也越来越小了,例如 2011 年开始营业的“北京欢乐水魔方水上乐园”,其面积有 500 亩(约合 33 万平方米)。

不仅室内水上乐园是这样,其他项目也是如此。1980 年前后,保龄球在我国还是个新兴的康乐项目,人们对它还有些陌生。那时候全国的保龄球馆合计才有 100 多条球道,现在北京某一家保龄球馆就有 100 条球道。据中国保龄球协会统计,到 2001 年底,全国已有 2.2 万多条球道投入营业。这些事实都足以说明康乐经营的规模在不断扩大。

人们对康乐活动的需求不断扩大,促进了康乐经营的发展,使康乐经营的主体不断增加。目前,康乐经营的主体已经从高星级饭店向度假村、培训中心扩展(培训中心是有中国特点的经营主体,原本在名义上是各国家机关或各大国有企业所设的培训基地,实为内部度假村,现正在转向独立核算和经营)。以室内水上乐园