

省级精品课程
省级优秀教材

21世纪高职高专精品教材·旅游类

旅游景区 服务与管理

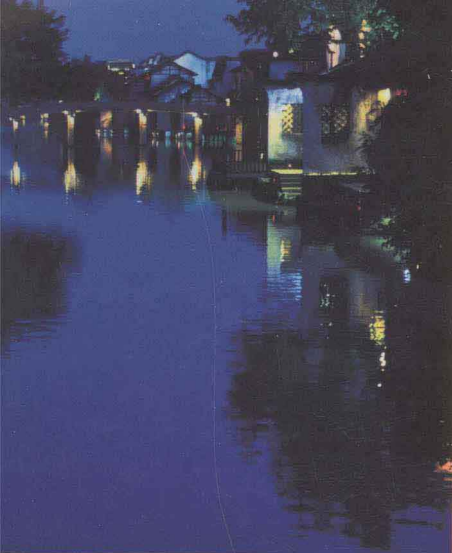
(第二版)

Lüyou Jingqu Fuwu yu Guanli

王瑜 编著

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press





21世纪高职高专精品教材·旅游类

旅游景区服务与管理 (第二版)

王瑜 编著



无防伪标志者均为盗版
举报电话: (0411)84710523

为方便教学, 本书配有电子课件, 请任课教师登录东北财经大学出版社的网站
(www.dufep.cn) 免费下载。

ISBN 978-7-5654-0925-7

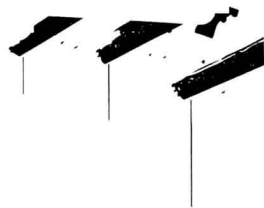


9 787565 409257 >

定价: 28.00元

省级精品课程
省级优秀教材

21世纪高职高专精品教材·旅游类



旅游景区 服务与管理

(第二版)

Lüyou Jingqu Fuwu yu Guanli

王瑜 编著

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press
大连

© 王 瑜 2012

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游景区服务与管理 / 王瑜编著. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2012. 8

(21 世纪高职高专精品教材·旅游类)

ISBN 978 - 7 - 5654 - 0925 - 7

I. 旅… II. 王… III. ①旅游区 - 商业服务 - 高等职业教育 - 教材 ②旅游区 - 经济管理 - 高等职业教育 - 教材 IV. F590. 65

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 175561 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连美跃彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm × 260mm 字数: 366 千字 印张: 17 1/4

2012 年 8 月第 2 版

2012 年 8 月第 3 次印刷

责任编辑: 张旭凤 魏 巍

责任校对: 王 娟

封面设计: 张智波

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 5654 - 0925 - 7

定价: 28.00 元

第二版前言

近年来,随着我国经济结构转型和社会发展方式的转变,无论是国家层面,还是地方层面,或是金融层面,对旅游景区的支持力度都在不断加大。比如,2011年,仅各省级旅游部门用于旅游项目的资金就达20亿元,其中至少60%用于景区的投入。老景区不断提升改造,新景区不断建设,旅游景区的基础设施日趋完善,服务项目逐渐增多,服务质量和环境质量持续改善,接待游客人次、营业收入、门票收入三项主要经营指标均保持持续快速增长。旅游景区已经成为我国旅游产业体系的核心组成部分,成为承载和展现中国文化、提升中国文化软实力的重要载体。旅游景区的快速发展对服务与管理人才的培养提出了更高的要求。

本书于2009年9月第一次付梓,得到了旅游教育界和业界同仁的关注和厚爱。为了更好地满足相关教学和职业工作的需要,编者对本书进行了第二版修订。此次修订不但希望承袭第一版体例完整、内容新颖、操作性强等特点,更期待能有所突破,说明如下:

(1) 更加注重行业动态。透过每章章首的“行业视窗”与内文的“行业广角镜”专栏,走近旅游景区机构和从业人员,学习他们宝贵的经验,让读者有机会接近及了解行业状况,发现旅游景区服务与管理的新理念、新方法。章后“行业方向球”专栏呈现国内外经典案例,让读者如临登高远眺之境,进而寻找到现在和今后的发展方向。同时,书中涉及的行业动态所有资讯力求最新。

(2) 更加注重标准规范。旅游业从传统服务业向现代服务业转变,实施标准化是这一产业发展的必然选择。书中不仅涉及《旅游景区质量等级的划分与评定》,2010年发布的《旅游投诉处理办法》,2011年发布的《旅游景区讲解服务规范》、《绿色旅游景区》、《旅游景区游客中心设置与服务规范》、《旅游景区公共信息导向系统设置规范》、《主题公园服务规范》等国家标准和行业标准,同时还引入了标准化、规范化工作走在前列的景区管理单位自主开发的标准和规范。章后设置的“相关规范”一栏,能够引导读者对标准规范的关注和学习。

(3) 更加注重优化内容。本书期待能让读者读出兴趣、读懂知识,同时能增进创意思考、应用信心,所以花费了较多精力对内容进一步优化。比如在旅游景区管理方法部分,更加突出旅游景区服务质量和标准化管理;在旅游景区入门接待服务部分,更加明确游客中心的地位,明确游客中心接待服务的职能;在旅游景区商业服务部分,更多地体现在特色化、本土化,以及高质量的食、住、行、购等方面的服务着墨;在旅游景区营

销管理部分,重点讨论旅游景区营销创新、旅游景区体验产品设计和文化旅游产品设计,弱化了营销基本理论;在旅游景区环境管理部分,增加了景区社区、旅游氛围环境等人文环境质量管理,丰富了可持续发展的内涵;基于旅游景区服务管理模式快速变化发展的现实,市场已经呈现出不少创新带给景区持久发展动力的实例,本书在旅游景区服务与管理创新实践方面进行了专门讨论;此外,本书还引用介绍了中国台湾地区以及旅游业发达国家和地区在观光游憩产业方面的发展经验以飨读者,等等。

(4) 更加注重灵活思考。虽然我国旅游景区服务质量和环境质量持续改善,接待能力和水平不断提升,但也面临许多困境和压力,需要旅游从业者在服务与管理的观念、模式上不断创新。因此,激发读者的灵活思考,培养读者的创新能力,也是本书的要务之一。本书对所有案例均做分析提示,旨在启发读者思考。章后设置的“应用习题”一栏,作为开放式问题、实训式任务,也给读者留下了更大的思考和创造空间。

(5) 更加注重职业精神。本书特别注重引入充满热情和激情、极具创新精神、突破困境的成功例子以飨读者,“台湾苗栗南庄山芙蓉咖啡艺廊”就是其中之一。苗栗曾经是全台湾最贫困的县市之一,如今却是闻名岛内外的乡间休闲胜地;“山芙蓉”咖啡的女主人以勤奋之手,以对生活、对艺术的热爱之心,以对梦想追求的执著精神,打造了迷人的景色、飘香的咖啡、充满温馨的世外桃源,尽管“山芙蓉”隐于曲折的山间,却吸引了无数游客不远万里而赶来。这种精神对于今天发展中的包括旅游景区在内的中国旅游产业的进步尤为重要。

本书在修订过程中,参阅了大量的书刊资料,得到了东北财经大学出版社的大力支持,尤其是张旭凤女士的悉心帮助和指导,在此一并表示诚挚的谢意!

由于编者学识、能力所限,书中定有不足之处,敬请各位专家、同行和读者不吝赐教,共同为我国旅游景区、旅游产业的进步和发展而努力!

王瑜

2012年6月于福州

目 录

第1章 旅游景区概述	001
1.1 旅游景区的概念	002
1.2 旅游景区的发展历程与趋势	008
1.3 旅游景区服务与管理的内容	019
1.4 旅游景区管理的方法	022
第2章 旅游景区入门接待服务	032
2.1 票务服务	033
2.2 闸口服务	038
2.3 游客中心接待服务	042
2.4 投诉处理服务	045
第3章 旅游景区解说服务	052
3.1 旅游景区解说服务概述	053
3.2 旅游景区导游解说服务	056
3.3 旅游景区自助式解说服务	066
3.4 旅游景区解说系统的规划	073
第4章 旅游景区商业服务	081
4.1 旅游景区餐饮服务	082
4.2 旅游景区住宿服务	091
4.3 旅游景区交通服务	097
4.4 旅游景区购物服务	102
第5章 旅游景区营销管理	114
5.1 旅游景区营销策略	115
5.2 旅游景区营销创新	126
5.3 游客体验产品的设计	134
5.4 文化旅游产品的设计	141
第6章 旅游景区安全管理	152
6.1 旅游景区安全事故表现形态及原因分析	153
6.2 旅游景区安全控制与管理	161

6.3 旅游景区专项安全管理	168
6.4 旅游景区安全事故应急处理	176
第7章 旅游景区环境管理	182
7.1 旅游景区的可持续发展	183
7.2 旅游景区自然生态环境管理	189
7.3 旅游景区人文环境质量管理	200
第8章 旅游景区品牌管理	208
8.1 旅游景区品牌概述	209
8.2 旅游景区品牌设计	213
8.3 旅游景区品牌传播	220
8.4 旅游景区品牌延伸	232
综合案例	237
综合案例1 理念创新——合理规划，和谐社区	237
综合案例2 管理创新——智能管理，标准管理	240
综合案例3 服务创新——精细服务，全民服务	243
综合案例4 产品创新——根于文化，创意体验	245
综合案例5 营销创新——灵动策划，多彩营销	247
附录一 《旅游景区质量等级的划分与评定》（修订）	250
附录二 推荐网站	265
主要参考文献	266

第1章 旅游景区概述

学习目标

1. 了解旅游景区的概念、分类，理解旅游景区在旅游业中的地位和功能。
2. 了解我国旅游景区的发展历程，把握旅游景区未来的发展趋势。
3. 了解旅游景区服务的内容，掌握旅游景区的管理方法。

行业视窗

景区开发：旅游企业 VS 房地产企业

2011年3月16日，首旅集团旗下的中国康辉旅行社集团有限责任公司（以下简称“康辉集团”），与浙江省嘉善县西塘镇人民政府举行了投资项目签约仪式，康辉集团计划投资50亿元，在长三角地区打造第一个景区投资项目。业内人士分析，旅游业企业投资旅游景区、景点开发，力求从轻资产路线向重资产路线延伸。此次康辉集团将在西塘进行科学合理的旅游项目开发，规划开发总面积达2 000 000平方米，包括西塘古镇区及外围区域，主要建设度假酒店、博物馆、演艺培训中心、演艺剧场、餐饮酒吧、艺术家工坊等工程。从2010年开始，康辉集团开始加速寻找适合投资开发的景区资源，分别到宜昌三峡人家风景区、山东羊山古镇国际军事旅游度假区等景区进行了考察，并于2010年8月与福建土楼（南靖）景区签订了合作开发管理的协议。实际上，康辉集团的母公司——首旅集团，从2002年开始，就陆续介入了景区的投资和管理。2002年9月，首旅集团股份以3.38亿元受让海南三亚南山文化旅游开发有限公司74%的股权。2003年9月，首旅集团出资3亿元，购进了宁夏沙湖旅游景区的经营权。

实际上，在康辉集团之前，另一家“旅游集团大鳄”——中青旅控股股份有限公司（以下简称“中青旅”），就已经抢先上演了大型旅行社“联姻”古镇的戏码。2006年12月20日，中青旅发出公告，决定以3.55亿元对乌镇旅游开发公司实施增资控股。增资完成后，中青旅占乌镇旅游开发公司60%的股份。此后每年数千万元的稳定收益，为中青旅带来了新的利润增长点。截至2010年上半年，乌镇已给中青旅带来了近2亿元的净利润。目前，乌镇旅游香港IPO处于待批阶段。乌镇旅游的成功，加速了中青旅投资景区、景点开发的速度。2010年，中青旅又与北京密云县政府开展合作，计划合作开发“古北水镇国际旅游综合度假区开发项目”，打造北方“乌镇”。中青旅对项目

公司的注册资本达 4.2 亿元，项目计划用三年的时间完成建设，力争在 2013 年 5 月正式营业。

除了首旅集团和中青旅外，排名前十位的旅游集团——中国国旅集团有限公司（以下简称“国旅集团”），2010 年 11 月 19 日，与海南三亚市海棠湾管委会签署了“海南国际免税城项目战略合作框架协议”。国旅集团将投资 50 亿元在三亚“国家海岸”海棠湾建设这一项目。据悉，“海南国际免税城”占地面积约 0.51 平方千米，以免税为主题，打造融商业、酒店、娱乐、休闲、购物于一体的综合性旅游项目。

除了老字号的旅游集团加速扩张旅游地产业务外，新兴的旅游集团也瞄准了旅游地产的投资开发。2011 年 1 月 17 日，刚刚于 2010 年 7 月挂牌的四川旅游发展集团，获得了 14 家银行累计 510 亿元的授信，银企双方将在旅游地产开发贷款、经营性物业抵押贷款、并购贷款等多方面展开合作。

资料来源 兰亚红：《景区开发：旅游企业 VS 房地产企业》，载《中国旅游报》，2011-08-08（13）。

从上述案例中我们可以看到，近年来，国内“旅游集团大鳄”正强势介入旅游景区的投资和管理，这间接说明了旅游景区是整个旅游经济活动的支柱，对旅游发展起着基础性作用。从 2012 年 5 月国家旅游局发布的《2011 年中国旅游景区发展报告》看，截至 2011 年年底，全国共有各类旅游景区 20 976 家，其中，A 级旅游景区 5 573 家。旅游景区已成为居民旅游消费的热点之一，旅游景区收益不断增加。2011 年，全国 A 级旅游景区接待游客人数达 25.54 亿人次；营业收入达到 2 658.60 亿元，占全国旅游总收入的比重不断提高。2011 年，全国旅游景区接待游客规模和综合营业收入增长均超过 20%，增速明显高于同期全国星级饭店和旅行社行业，旅游景区的主体地位进一步增强。

1.1 旅游景区的概念

1.1.1 旅游景区的定义

“旅游景区”是一个非常笼统的概念。“旅游景区”这一概念的多样性表现在：在空间维度的语境下，旅游景区经常被称为景点、景区、旅游区；在要素维度的语境下，旅游景区经常被称为风景名胜区、森林公园、地质公园、遗产公园；在功能维度的语境下，旅游景区经常被称为风景旅游区、旅游度假区、主题公园、自然保护区。

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局 2004 年 10 月 28 日发布的中华人民共和国国家标准《旅游景区质量等级的划分与评定》（GB/T 17775—2003）指出：旅游景区（tourist attraction）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。该标准中旅游景区是指具有参观游览、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 and 明确的地域范围，包括风景区、文博馆、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景区。上述定义是目前国内关于旅游景区的权威解释。本书采用此定义。

微型资料1—1

国外更多地采用“旅游吸引物”这个概念来代表“旅游景区”的概念。旅游吸引物是旅游产品的要素,它吸引游客,决定游客选择旅游的地点,一般分为地点吸引物(site attraction)和事件吸引物(event attraction)。地点吸引物是指这个地方本身就是吸引游客前往游览的主要诱因,如气候、风景名胜等;事件吸引物是指节庆活动、体育盛会、商业贸易交流会等。

旅游景区是旅游的核心吸引物和目的地,是展示我国旅游业整体形象的重要窗口,在旅游业及经济社会发展中具有举足轻重的地位。一个大型旅游景区在促进地方经济发展、增加财政收入和扩大就业等方面,丝毫不逊色于一个同规模的工业项目,而且更环保、更低碳。例如,丽江市因为丽江古城旅游区的拉动,2010年旅游总收入达112亿元,相当于GDP的78%;神农架景区所在林区75%的乡镇、林场和40%的人口从旅游中直接受益,旅游产值占林区经济总产值的一半以上;黄山景区2010年接待国内外游客达252万人次,实现旅游总收入16.5亿元,旅游总收入年均增长率高达26%。除了旅游资源富集的地区外,在一些经济发达的地区,旅游景区在当地经济社会发展中的综合地位也是举足轻重的,如深圳华侨城、常州中华恐龙园、广州长隆旅游度假区、无锡灵山大佛景区等国家5A级旅游景区。

1.1.2 旅游景区的特征

从上述关于旅游景区的定义中可以看出,旅游景区具有5个明显的特征:

1) 地域性

旅游景区是以一定的地域空间为载体,也就是说,每一个旅游景区都有一定的地域背景。旅游景区的地域性特征表现在以下几个方面:

(1) 每一个旅游景区都有一个相对明确的空间范围。

有的旅游景区只是一幢建筑或一个庭院,如河南登封的嵩岳寺塔只是一个单体佛教建筑;有的旅游景区是绵延几十千米的风景区,如四川九寨沟风景名胜区,纵深40多千米,总面积达600多平方千米。但无论其规模大小,都有一个相对明确的空间范围。

(2) 景观资源具有明显的地域性特征。

一个地区的自然风光,反映了它所在地区的地质、地貌、气候、水文、土壤、生物等自然要素及其相互作用的结果和特征,因此不同的旅游景区会有不同的自然景物。例如,平原与高原的旅游景区,沿海与内陆的旅游景区,它们的景观特征就有很大的差异。

(3) 文化和习俗具有明显的地域特征。

人们在长期同自然打交道的过程中所创造的文化 and 所形成的习俗,也具有明显的地域特征。例如,建筑风格、饮食习惯、宗教信仰、音乐、服饰等,都具有各地区、各民

族的地方特色。

正是由于旅游资源的地域差别,才形成了风格迥异、类型不同的旅游景区。认识和理解旅游景区的地域性对景区产品的开发意义非凡。例如,丽江古城地处茶马古道枢纽,为多种文化的融合提供了便利条件,形成了独具特色的纳西文化,纳西族学者宣科先生对这种文化进行整理挖掘,创办了纳西古乐演奏队,形成了相当大的市场号召力。

2) 旅游性

无论是海滨旅游景区、森林旅游景区,还是山岳旅游景区、民族风情旅游景区,人们在游览观光之余,皆能获得身心的锻炼和知识的增长。也就是说,尽管不同类型的旅游景区,其功能会以不同的方式表现出来,但基本的功能都是满足旅游者的精神需求和物质需要。需要特别说明的是,有的旅游景区并不是因为旅游的目的而存在的,旅游功能是它原有功能的一种衍生物,如东方明珠本来是个电视台,金贸大厦本来是个饭店,奥林匹克中心本来是个体育运动中心,横店影视城本来是个影视拍摄场地,但随着人们的旅游需求的变化,这些都是旅游景区。因此,旅游业与其他产业共生是现实中突出的现象。

3) 设施性

旅游景区应具有完善的基础设施,包括外部交通工具、内部交通工具、停车场、给排水设施、垃圾处理设施、电力能源、邮政电信等;还应具有一定的旅游服务设施,包括为旅游者提供游览服务的设施,如旅游线路标志、景点解说牌、娱乐设施、休息亭等,也包括游览活动的辅助设施,如餐厅、茶室、厕所等。合理完善的设施是游客完美旅游体验的有力支持和基本保证。

行业广角镜1—1 江苏南京夫子庙秦淮风光带配套设施

2010年4月,江苏南京夫子庙秦淮风光带成为国内首个开放式5A级旅游景区。在创建国家5A级旅游景区的2年时间里,夫子庙管理部门对照国家5A级旅游景区标准,从旅游交通、旅游安全、旅游购物、旅游资源开发与环境保护等方面,对景区的旅游品质进行全方位的规范和提升。

工程首先从综合配套设施开始。为了方便游客悠闲地观赏景区风景,景区斥资2500万元在明城墙下、白鹭洲公园等地倾力打造了各具特色的游览步道,生态停车场的面积也从过去的2200平方米升至近10000平方米。景区还用生态方式改造了水上游览线沿河排污系统;改造、新增了3个游客服务中心;先后投资100多万元,改造、新建了10座星级旅游公厕(其中包括1座4星级旅游公厕),配备了180多个古色古香的环保垃圾箱(桶),旅游公厕不仅在建筑风格上不失秦淮特色,并对杀菌飘香等方面进行特别处理,而且还设有休息室、婴儿托管椅、电视、空调、烘手器等设备,使得慕名前来的参观者络绎不绝。

资料来源 雷琛烨:《子庙:5A创建不仅是争一块牌子》,第一旅游网, <http://www.toptour.cn/publish/portal0/tab66/info2058.htm>, 2011-05-16, 有删节。

分析提示：在创建国家5A级旅游景区的过程中，江苏南京夫子庙秦淮风光带进行了全方位的提档升级，完善了相关设施，不仅使得总面积比过去扩大了3倍，更进一步打响了“中国第一历史文化名河”的品牌。

4) 管理性

旅游景区的管理性明显体现在两个方面：

(1) 从旅游经济的角度来看，任何一个旅游景区都是一个经济单元。

任何一个旅游景区内部都有一个管理主体，这个管理主体对景区的资源开发保护、经营服务进行统一管理。旅游景区管理主体是旅游景区的经营主体，可能是政府机构或行业主管机构，也可能是多部门联合的机构或独立的法人单位。

(2) 旅游景区中包含了遗产型资源。

遗产型资源不同于一般的物品或商品，它是独一无二的文化载体，是人类历史和自然发展史的见证，是不可复制的，一旦被破坏，就将永远受损和消失。所以，对于遗产型资源，我们只能采取事前预防行动，即保护管理。

5) 创新性

旅游景区的开发是一个动态的过程，任何一个旅游景区都会经历初创期、发展期、成熟期、衰退期等几个过程。因此，要想延长旅游景区的生命周期，甚至实现旅游景区的长盛不衰，我们必须时刻对旅游景区的产品进行更新换代，不断推出符合市场需求的新产品。旅游景区的创新性表现在观念的创新及服务管理方法的创新。

1.1.3 旅游景区的类型

1) 按照旅游景区的质量等级划分

(1) 二级分类。

2006年12月1日起施行的《风景名胜区条例》将我国的风景区分为国家级风景名胜区和省级风景名胜区。《风景名胜区条例》第八条规定：“自然景观和人文景观能够反映重要自然变化过程和重大历史文化发展过程，基本处于自然状态或者保持历史原貌，具有国家代表性的，可以申请设立国家级风景名胜区；具有区域代表性的，可以申请设立省级风景名胜区。”《风景名胜区条例》第十条规定：“设立国家级风景名胜区，由省、自治区、直辖市人民政府提出申请，国务院建设主管部门会同国务院环境保护主管部门、林业主管部门、文物主管部门等有关部门组织论证，提出审查意见，报国务院批准公布。设立省级风景名胜区，由县级人民政府提出申请，省、自治区人民政府建设主管部门或者直辖市人民政府风景名胜区主管部门，会同其他有关部门组织论证，提出审查意见，报省、自治区、直辖市人民政府批准公布。”

自1982年起，国务院共审定公布了7批208处国家级风景名胜区。

(2) 三级分类。

根据相关的法规，我国的文物保护单位、森林公园可分为国家级、省级、市（县）级三级。《中华人民共和国文物保护法》第三条规定：“古文化遗址、古墓葬、古建筑、石窟寺、石刻、壁画、近代现代重要史迹和代表性建筑等不可移动文物，根据它们的历

史、艺术、科学价值，可以分别确定为全国重点文物保护单位，省级文物保护单位，市、县级文物保护单位。”《中华人民共和国文物保护法》第十三条规定：“国务院文物行政部门在省级和市、县级文物保护单位中，选择具有重大历史、艺术、科学价值的确定为全国重点文物保护单位，或者直接确定为全国重点文物保护单位，报国务院核定公布。省级文物保护单位，由省、自治区、直辖市人民政府核定公布，并报国务院备案。市级和县级文物保护单位，分别由设区的市、自治州和县级人民政府核定公布，并报省、自治区、直辖市人民政府备案。”

自1961年起，国务院共审定公布了6批2351处全国重点文物保护单位。

(3) 五级分类。

《旅游景区质量等级的划分与评定》(GB/T 17775—2003)将旅游景区质量等级划分为五级，从高到低依次为AAAAA级、AAAA级、AAA级、AA级、A级旅游景区。旅游景区的质量等级主要是从旅游交通、游览、旅游安全、卫生、邮电服务、旅游购物、经营管理、资源和环境的保护、旅游资源吸引力、市场吸引力、年接待海内外旅游者数量、游客抽样调查满意率等方面进行评定，满分为1000分。其中，950分以上为AAAAA级，850分以上为AAAA级，750分以上为AAA级，600分以上为AA级，500分以上为A级。

从2006年开始，国家旅游局组织开展了5A级旅游景区的创建试点工作。2007年8月17日，66家质量过硬、服务规范、秩序良好的景区被授予国家首批5A级旅游景区标牌。截止到2012年4月27日，我国共有5A级旅游景区132家。

2) 按照旅游景区的资源类型划分

按照资源类型划分，旅游景区可分为自然类旅游景区、历史文化类旅游景区和人工型旅游景区。自然类旅游景区包括山、河、湖、海等自然风景区、自然保护区、森林公园等，如九寨沟风景名胜、黄龙风景名胜、武陵源风景名胜、三江并流等世界自然遗产；历史文化类旅游景区是人类社会经济产物的产物，如长城、故宫、秦始皇陵、澳门历史城区等世界文化遗产；人工型旅游景区主要是指主题公园，如迪士尼乐园、深圳华侨城的锦绣中华和世界之窗等。

3) 按照旅游景区的功能特征划分

按照功能特征划分，旅游景区可分为观光体验类旅游景区、度假休闲类旅游景区、科考探险类旅游景区、体育运动类旅游景区和宗教活动类旅游景区。观光体验类旅游景区是以观光游览为主要内容的旅游景区，具有较高的审美价值，如九寨沟、张家界；度假休闲类旅游景区拥有高质量的环境和服务设施，通常是指以气候、温泉、矿泉、海水为条件，为旅游者提供度假、康体、休闲等服务的旅游景区，如河北秦皇岛的北戴河、福建莆田的湄洲岛；科考探险类旅游景区是以科学考察和开展探险活动为主要内容的旅游景区，如四川的卧龙大熊猫自然保护区、天津蓟县的国家地质公园；体育运动类旅游景区是以体育锻炼为主要内容的旅游景区，如黑龙江的亚布力滑雪旅游景区；宗教活动类旅游景区是以开展宗教朝拜和宗教圣地观光旅游活动为主要内容的旅游景区，如四大

佛教名山（五台山、普陀山、峨眉山、九华山）和四大道教名山（武当山、青城山、龙虎山、齐云山）。

4) 按照旅游景区的管理归属划分

我国旅游景区的管理主体有多种，因此以景区的管理部门作为分类依据，便形成了我国景区管理主体的分类系统。例如，归属住房和城乡建设部的国家级风景名胜区；归属国家林业局的国家级森林公园；归属国家旅游局的国家级旅游度假区；归属环境保护部或国家林业局的国家级自然保护区；归属国家文物局的国家级文物保护单位；归属国土资源部的国家级地质公园。

5) 按照旅游景区的所有制形式划分

按照所有制形式划分，旅游景区可分为国有、合资、民营、股份制等多种形式。其中，国有旅游景区一般是科学和历史文化价值极高，需要进行特别保护和研究的自然景区、古代遗址、古建筑等，由国家住房和城乡建设部、文化部等部门所属的专门机构进行管理，以保护文化和自然遗产。近年来，在国家政策的支持与鼓励下，我国的合资、民营、股份制旅游景区也迅速发展。

行业广角镜1—2 张掖公开转让景区经营权

记者从甘肃省张掖市旅游景区景点经营权转让方案评估会上获悉，张掖市将面向社会公开转让丹霞国家地质公园等14个旅游景区（点）的经营权，转让期限为30年至50年。

甘肃省张掖市位于河西走廊中段，旅游资源丰富。如何将优质旅游资源打造成优势旅游产品，是该市旅游业长期未能较好解决的问题。为了拓展旅游投融资渠道，吸引有实力的旅游企业，张掖市出台了《张掖市旅游景区（点）和旅游项目招商引资运作模式及优惠政策》（以下简称《政策》）。根据该《政策》，张掖市在全市范围内筛选出了丹霞国家地质公园、大佛寺、马蹄寺等14个旅游景区，统一包装及整合资源，将景区的经营权、管理权和所有权相分离，依法转让30年至50年景区经营权。

资料来源 徐万佳：《张掖公开转让景区经营权》，第一旅游网，<http://www.toptour.cn/detail/info63688.htm>，2012-05-28。

分析提示：近年来，旅游景区的体制创新在政府层面、旅游行业和学术界都备受关注，各方面都在为此积极探索和实践，并初步探索出了政府配置模式、市场配置模式、景政合一模式、国家公园模式“四大成果”。尽管这四种模式都有其自身的优势与缺陷，但都在实践中发挥了重要的作用，有力地推动了我国旅游景区的建设与发展。

6) 按照旅游景区形成的原因划分

美国学者C. R. 戈尔德耐、J. R. 布伦特·里奇、罗伯特·麦金托什在2003年所著的《旅游业教程》一书中，根据形成的原因将旅游景区划分为文化、自然、节庆、游憩和娱乐五种类型，这种分类方法被人们称为旅游景区类型的“五分法”（如图1—1所示）。

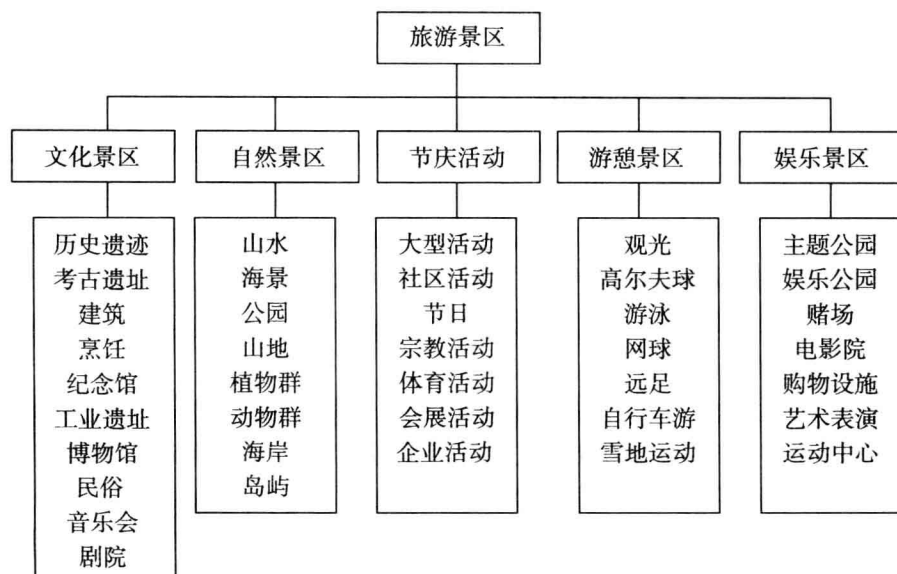


图 1—1 旅游景区类型的“五分法”

资料来源 [美] C. R. 戈尔德耐、J. R. 布伦特·里奇、罗伯特·麦金托什：《旅游业教程》，贾秀海译，201 页，大连，大连理工大学出版社，2003。

1.2 旅游景区的发展历程与趋势

1.2.1 我国旅游景区的发展历程

1) 萌芽阶段

我国古代主要的游历活动是皇帝的巡游和士大夫的漫游，他们所到之处，也是真正的旅游出现之后大量游客光顾的重要旅游景区。

秦朝时期，每个民族都有自己崇拜的神山。秦始皇为了巡游，制定了祭祀名山大川的制度，令大臣统计名山，并确定了必须出游的 12 座名山，包括恒山、泰山、华山等。对于这些名山，官府投入了大量的人力、物力进行建设，有些至今仍是我国著名的风景名胜山。

魏晋南北朝时期，道教、佛教兴盛，一些道教名山，如青城山、罗浮山、茅山、龙虎山等，以及一些佛教名山，如五台山、峨眉山等，都被开发了出来。

隋唐时期，掀起了文人墨客漫游之风，自然的名山、秀水、温泉、花木，以及人文景观中的陵墓、楼台、园林、道观、佛寺，都成了文人吊古感叹、抒发情怀的重要场地。

南宋时期，都城临安（今杭州）集中了大量的人力、物力和财力开发西湖，修筑了湖岛、湖堤，还在湖周边的群山上修建了楼台、桥梁、庄园等。

明清时期，园林建设盛行，主要有两类：一类是皇家园林，如圆明园、畅春园、钓鱼台等；另一类是私家园林，如南京的随园、苏州的拙政园等。