

## 作者简介



### 董观志

1965年生，湖北省仙桃市人，旅游专业硕士。长期在地方政府部门任职，主要从事行政管理 and 经济研究工作；从1984年起，开始涉足旅游开发研究；1994年进入湖北大学旅游学院，从事旅游理论研究和教学工作，并在《旅游学刊》、《经济地理》等刊物上发表了20多篇旅游专业的学术论文，参编著作2部；1997年进入暨南大学中旅学院（位于深圳市华侨城），从事旅游专业的教学工作，热衷于旅游主题公园经营管理方面的研究，发表了10多篇学术论文。近几年来，先后参与了3项省部级科研课题，承担了10多项地方政府和企业委托的旅游开发与规划项目。

旅游学系列书之一

# 旅游主题公园管理原理与实务

LUYOUZHUTIGONGYUANGUANLIYUANLIYUSHIWU

董观志 著 / 广东旅游出版社

**旅游主题公园管理原理与实务**

董观志 著

\*

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路30号之一 邮编: 510600)

湛江日报印刷厂印刷

(湛江市赤坎康宁路17号)

850×1168毫米 32开 18.25印张 410千字

2000年6月第1版 2000年6月第1次印刷

印数: 1-5100册

ISBN 7-80653-130-0

F·32 定价: 28.50元

# 序

旅游主题公园是一种满足旅游者多样化休闲娱乐需求的现代旅游形态。1989年9月21日，深圳“锦绣中华”建成开放，是我国改革开放形势下出现的新事物，是我国旅游主题公园的里程碑。十多年来，我国旅游主题公园保持了快速发展的态势，一批具有国际水准的品牌化旅游主题公园相继出现并成长起来了，逐步成为我国旅游业中具有强劲发展潜力的产业支柱之一。

青年学者董观志，工作在我国旅游主题公园策源地——深圳华侨城。他充分利用地缘优势和人缘优势，以求求真务实的精神，细致观察，深入调研，系统分析，完成了我国旅游主题公园管理方面的第一部学术著作——《旅游主题公园管理原理与实务》，系统地提出了很有价值的理论观点和操作实务，做出了十分有益的探索。

《旅游主题公园管理原理与实务》以实证研究的方法，从旅游主题公园的历史演变、发展态势和经营管理等方面，总结其演变规律，提出了概念体系、理论框架，比较系统地总结了操作实务。这部著作具有五个显著特点：

一是开创性。在国内第一次将旅游主题公园作为现代旅游目的地形态来研究，对旅游主题公园的概念体系、产业定位、产品创新、市场营销以及经营模式进行了理论探

讨，提出了许多新观点和新思路。

二是系统性。本书对旅游主题公园的发展历程进行了全面回顾和系统总结，分析了我国旅游主题公园发展过程中的新鲜经验和存在的问题，从开发规划、经营组织、人力资源、服务质量、效益开发、产品创新、市场营销等方面，系统地建立了以旅游主题公园经营管理为核心概念的理论体系。

三是务实性。本书始终立足于旅游主题公园的成功实践，大量使用第一手资料，针对我国旅游主题公园发展过程中的实际问题，进行了中肯的分析和评价，提出了许多具有建设性的理论观点和运作方法，而且采用剖析典型案例的方式，探讨了旅游主题公园经营管理的操作策略。

四是操作性。本书坚持理论与实践相结合，不仅有作者独到的见解，而且还介绍了许多旅游主题公园的实践经验，提出了解决一些实际问题的操作方法，对旅游主题公园的实践活动具有现实的指导意义。

五是通俗性。本书在保持理论体系完整性的同时，注重内容和形式的统一，增强了可接受性，行文风格明快、简洁、朴实，既反映了该书的学术价值，也体现了成果的实用价值。

作为一部有较高理论价值与实践价值的学术著作，由于研究对象的具体性和复杂性，《旅游主题公园管理原理与实务》不是对这一课题研究的完成和终结，还有一些重要问题，如旅游者的休闲娱乐行为规律、产品的生命周期、景区接待服务的业务流程、旅游主题公园经营战略管理等需要深入研究，概念体系与理论结构也需要不断创新才能走向成熟。尽管如此，《旅游主题公园管理原理与实

务》为我国旅游主题公园研究所做的开拓性工作，应该得到充分肯定，理论成果应该得到推广，促进我国旅游主题公园迈上一个新台阶，达到一个新水平，在参与国际竞争中实现可持续发展。

暨南大学副校长

张永安 教授

2000年3月28日

# 目 录

---

引言 .....	( 1 )
----------	-------

## 第一章 旅游主题公园管理的概念体系

第一节 旅游主题公园的定义 .....	( 8 )
第二节 旅游主题公园的特点 .....	(17)
第三节 旅游主题公园的功能 .....	(25)
第四节 旅游主题公园的分类 .....	(33)
第五节 旅游主题公园的意义 .....	(36)

## 第二章 世界旅游主题公园的发展历程

第一节 旅游主题公园的起源 .....	(46)
第二节 旅游主题公园的诞生 .....	(51)
第三节 旅游主题公园的概念化 .....	(61)
第四节 旅游主题公园的世界化 .....	(71)

## 第三章 我国旅游主题公园的发展态势

第一节 中国旅游主题公园的起点标志 .....	(82)
-------------------------	------

---

第二节	我国旅游主题公园的发展阶段·····	(102)
第三节	我国旅游主题公园的发展特点·····	(113)
第四节	我国旅游主题公园的现实问题·····	(134)

## **第四章 旅游主题公园的开发规划管理**

第一节	旅游主题公园区位、主题和项目的选择方法 ·····	(174)
第二节	旅游主题公园开发项目的可行性研究·····	(202)
第三节	旅游主题公园开发规划的基本程序·····	(222)
案例一	无锡太湖影视基地的实践与启示·····	(236)

## **第五章 旅游主题公园的经营组织管理**

第一节	旅游主题公园组织管理的概念和原理·····	(250)
第二节	旅游主题公园的经营组织·····	(259)
第三节	旅游主题公园组织的机构设置·····	(267)
第四节	旅游主题公园组织的模式演进·····	(295)
案例二	北京世界公园的企业化管理·····	(303)

---

## **第六章 旅游主题公园的人力资源管理**

- 第一节 旅游主题公园的人力资源…………… (310)
- 第二节 旅游主题公园的员工录用…………… (314)
- 第三节 旅游主题公园的员工培训…………… (321)
- 第四节 旅游主题公园的员工激励…………… (335)
- 案例三 东京迪斯尼乐园的人力资源管理秘诀…… (343)

## **第七章 旅游主题公园的服务质量管理**

- 第一节 旅游主题公园的质量管理特征…………… (356)
- 第二节 旅游主题公园的现场质量管理分析…………… (365)
- 第三节 旅游主题公园的质量管理技术…………… (375)
- 案例四 深圳锦绣中华的游客接待控制程序…………… (386)

## **第八章 旅游主题公园的财务管理**

- 第一节 旅游主题公园的盈利能力分析…………… (392)
- 第二节 旅游主题公园的财务管理…………… (399)

---

第三节	旅游主题公园的基本财务报表·····	(404)
案例五	深圳世界之窗的效益开发策略·····	(417)

## **第九章 旅游主题公园的产品创新管理**

第一节	旅游主题公园的产品组合决策·····	(432)
第二节	旅游主题公园的产品生命周期·····	(449)
第三节	旅游主题公园的产品创新理念·····	(455)
案例六	苏州乐园架构的产品体系·····	(465)
案例七	香港海洋公园架构的差异化产品·····	(471)

## **第十章 旅游主题公园的市场营销管理**

第一节	旅游主题公园市场营销的管理过程·····	(478)
第二节	旅游主题公园的品牌形象管理·····	(504)
第三节	旅游主题公园的广告战略决策·····	(516)
第四节	旅游主题公园市场营销的基本模式·····	(528)
案例八	深圳华侨城旅游客源市场的调查报告·····	(540)

# 引 言

旅游是一种重要的社会经济活动。当人类迈向 21 世纪，迎接公元第三个千年的前夕，大众化的群体旅游从和平与稳定的国际环境中脱颖而出，迅速形成规模，在世界各地一直保持着快速发展的态势，并促进旅游业成为一种强有力的经济发展形式，而且迅速跃迁为与石油工业、汽车工业比肩的国际贸易的三大支柱之一。旅游业在世界上已经成为最重要的产业之一，占全球国内生产总值的份额已超过 10%， “旅游促进发展”已成为世界上大多数国家的共识。

近 10 年来，我国国际旅游一直以位居世界前列和适度超前于国民经济的速度保持着快速发展的良好势头。我国入境旅游人数每年都有 5% 以上的增长，旅游创汇每年都有 10% 以上的增长。国内旅游人数和国内旅游收入的年增长率则更高。据国家统计局的消息，1997 年我国旅游业总收入 3112 亿元人民币，比上年增长 25.1%，占当年国民生产总值的 4.5%，比上年增加了 0.5 个百分点。这一年，来华入境旅游人数 5758.8 万人，比上年增长 12.6%，国际旅游外汇收入 120.7 亿美元，增长 18.4%；我国国际旅游人数排名世界第 6 名，旅游外汇收入世界第 8 名。1997 年国内旅游平稳增长，居民出游人数为 6 亿人次，比上年增长 0.8%，国内旅游收入 2112.7 亿元，增长 29%；我国大陆公民出境人数为 817.5 万人，比上年增长

7.7%。1998年，在国内特大洪灾和亚洲金融危机的双重影响下，仍然取得了可喜的成绩，接待入境旅游者比1997年增加1%，在世界排名保持第6位，实现旅游外汇收入126.02亿美元，比1997年增长3.5%，排名由1997年的第8名上升到第7名；旅游总收入3430亿元人民币，比上年增长10.2%，如表1所示。1999年，来华入境旅游人数同比增长7.9%，首次超过英国，位居法国、西班牙、美国和意大利之后，世界排名第5位；国际旅游收入同比增长11.9%，仍排世界第7位。现阶段，我国已形成了以国际旅游为主体、国内旅游为基础、出境旅游为辅助的良好发展格局。

表1 中国旅游业外汇收入在世界上排名表

时间	旅游外汇收入(亿美元)	世界排名
1978年	2.63	第41位
1980年	6.17	第30位
1986年	15.31	第20位
1990年	22.18	第25位
1995年	87.33	第10位
1998年	126.02	第7位
1999年	140.99	第7位

注：引自《中国旅游业的光明未来》等，中国旅游报，1999.9.28&2000.

2. 12

根据世界旅游组织(WTO)预测，到2000年，世界旅游者将达到7.3亿人次，国际旅游收入为6200亿美元；到2010年，世界旅游者将达到10.46亿人次，国际旅游收入为15000

亿美元；到 2020 年，世界旅游者将达到 16 亿人次，其中中国约接待 1.37 亿人次，从而成为世界上最受欢迎的旅游目的地。表 2 反映了世界十大旅游目的地的发展趋势。

表 2 2020 年世界十大旅游目的地

国 家	游客入境人数 (百万)	市场份额 (%)	1995 - 2020 年平均增长率 (%)
1 中国	137.1	8.6	8.0
2 美国	102.4	6.4	3.5
3 法国	93.3	5.8	1.8
4 西班牙	71.0	4.4	2.4
5 香港 (地区)	59.3	3.7	7.3
6 意大利	52.9	3.3	2.2
7 英国	52.8	3.3	3.0
8 墨西哥	48.9	3.1	3.6
9 俄罗斯联邦	47.1	2.9	6.7
10 捷克共和国	44.0	2.7	4.0
总 计	708.8	44.2	

注：引自 1997 年 10 月世界旅游组织第 12 次大会报告《旅游业 2020 年展望》

根据国家旅游局制定的《中国旅游业发展“九五”计划和 2010 年远景目标纲要》，到 2000 年，我国国际旅游收入将达到 140 亿美元，国内旅游消费达到 2113 亿元人民币；到 2010 年，国际旅游收入将达到 430 亿美元，国内旅游消费将达到 10500 亿元人民币，全国旅游业总收入将达到 1.3 万亿至 1.4 万亿

元人民币，占国内生产总值的比重可望提高到 8%，真正成为我国国民经济中的一大支柱产业，作为新的经济增长点的中国旅游业，必将为社会作出更大贡献。因此，各地政府发展旅游业的积极性很高，目前，全国已有 22 个省、直辖市、自治区将旅游业作为“九五”重点产业来发展。其中，有 10 个省将旅游业作为国民经济的“支柱产业”或“先导产业”，7 个省将旅游业作为国民经济的“重点产业”，3 个省将旅游业作为第三产业的“先导产业”或“龙头产业”。旅游业的这种产业空间和发展态势，为我国旅游主题公园的发展提供了生存空间和操作平台。

旅游是在一定条件下产生的一种人类社会短期性的特殊生活方式。旅游作为人类社会的一种特殊活动，具有休闲娱乐性、异地流动性、大众普及性、季节变动性、区域不均衡性等基本特点。旅游活动是旅游者的家庭内游憩、户外日常休闲、一日游、过夜游及较长时间的度假活动，以及为满足旅游者的需要而提供各种接待服务的活动。如果把旅游活动当作是一个系统，那么这个系统构架就应该由客源市场系统、游客出行系统、旅游目的地系统和支持系统等子系统组成；这个系统是我们进行旅游资源开发、旅游企业经营、旅游市场营销和政府行政管理的框架体系和客观依据。旅游主题公园作为一种现代旅游目的地形态，它的经营管理活动是旅游活动的重要组成部分之一。

锦绣中华是我国旅游主题公园的起点标志。1986 年开始规划建设至 1989 年 9 月 21 日开园营业的“锦绣中华”，开中国大陆旅游主题公园的先河，为我国开发人文旅游资源揭示了一种新的方向，也为我国旅游业的发展提供了一种新的手段。锦绣中华以其鲜明的主题、变幻的形式、鲜艳的色彩和与传统

游乐园极大的反差，迅速地吸引了人们的注意力，并在短时间内改变了人们游乐选择的方向和比重。锦绣中华式的旅游主题公园概念很快风靡全国各地，形成了一浪高过一浪的旅游主题公园建设热潮。据有关部门不完全统计，目前我国包括建成营业、正在建设和已经停业的各种各类人造旅游景区（点）达2500多座，总投资逾千亿元人民币；这些旅游主题公园中，占地超过1000亩的有59个，超过1万亩的有10个，最多的达60平方公里；投资额在1亿元人民币以上的有142个，超过20亿元的有12个，最多的达100亿元。这说明我国旅游主题公园作为一种独立的休闲娱乐形态和旅游开发选择方向，已经成为旅游业产业集群中的具有开拓意义的新产业支柱之一。

# 第一章

## 旅游主题公园管理的概念体系

LUYOU ZHUTI GONGYUAN GUANLI DE GAINIAN TIXI

## 第一节

# 旅游主题公园的定义

自从 1955 年 7 月在美国加利福尼亚州诞生迪斯尼乐园以来，旅游主题公园这种新概念的旅游形态很快获得了人们的认同和接受，并逐步被推广到全世界，形成了一种规模化的旅游目的地形式。一般认为，1989 年 9 月建成开园的“锦绣中华”是我国旅游主题公园的里程碑，她标志着在中华大地上诞生了具有真正主题意义的旅游主题公园。深圳锦绣中华“投资回收快”的轰动效应，一石激起千层浪，把旅游目的地形态的旅游主题公园概念推向了全中国，逐步形成了一种新的旅游开发方向和旅游娱乐形式。

那么，什么是旅游主题公园呢？

旅游主题公园概念的界定问题，从美国加利福尼亚州诞生迪斯尼乐园以来，就引起了人们的兴趣和关注；由于旅游主题公园从内容到形式的不断发展，使试图界定旅游主题公园的努力实际上成为了一种感性的做法。“Theme Park”是英文国家对这种旅游目的地形态的比较一致的称谓。事实上，给旅游主题公园一个确切的定义并不象看上去那么容易，可以说，至今为止这一问题还远未取得一致的意见。

在我国，实业界、舆论界和学术界明确地感觉到了旅游主题公园这种新的旅游形态的存在和发展，也一直在努力试图通过给它一个确切的解释进而给它一个基本的定位。