



上篇

旅游景区开发篇



认识景区管理与开发

【知识目标】

了解旅游景区的基本概念、构成要素和特征；掌握旅游景区开发的原则、解决的关键性问题；理解旅游景区开发的程序和管理的内容；熟悉中国旅游经营与管理存在的问题以及发展趋势。

【能力目标】

能根据不同景区类型进行分类；会根据不同景区分析其开发价值和作用；会根据当地景区现状，分析当地景区存在的问题；会根据不同的景区分析采用的管理模式。

【素质目标】

具备旅游景区开发与管理人员的基本素质，符合景区开发与管理的基本要求；具有立足旅游景区的敬业精神，具备良好的服务意识和职业素养。

任务一 认识景区

一、景区基本概念

概念是思维的基本形式之一，反映事物一般的、本质的特征。把感觉到的事物的共同特点抽出来，加以概括，就形成概念。一般问题的研究都是从概念入手的，景区的相关概念主要有以下几个。

(一) 旅游区

旅游区是由旅游要素组成的，具有参观、游览、度假、康乐、商务、会务、求知等功能，范围明确，功能清楚，能够吸引旅游者前往，满足旅游者需求的区域。旅游区根据

内涵和功能可分为风景旅游区、度假旅游区、教育旅游区和主题旅游区等,统一使用“功能术语+旅游区”的命名格式,不建议使用旅游景区、旅游风景区等;根据经营性质可分为经营性旅游区和非经营性旅游区;根据成熟条件可分为现实旅游区和潜在旅游区。

(二) 风景旅游区

不主张使用“旅游景区”概念而统一使用“风景旅游区”概念,可简称风景区或景区,作为旅游区的亚类,以防止与其他功能旅游区相混淆。风景旅游区就是以自然、人文或人为创造的,以景物、景象为主要旅游吸引物的旅游区。风景旅游区可分为山地风景旅游区、海洋风景旅游区、乡村风景旅游区和都市风景旅游区等。次亚类使用“风景特色术语+风景旅游区”格式。风景旅游区依风景形成的条件不同还可分为自然风景旅游区、人文风景旅游区、人造风景旅游区等;根据经营状况依然可以分为经营性风景旅游区和非经营性风景旅游区。经营性风景旅游区要求有系统的组织结构和经营制度,有经营方针和经营目标等。

(三) 旅游资源

旅游资源是旅游业发展的基础,是自然界和人类社会中能对旅游者产生吸引力和感染力的各种因素以及为产生旅游行为所具备的各种物质条件和服务的总和。

(四) 旅游景点与旅游吸引物

旅游景点是旅游区中最具吸引力的因素,是旅游资源构成要素之一,是游客通过视觉等器官能感知的、内涵明确的旅游核心资源。旅游景点是客观存在的,是风景旅游区赖以生存和发展的主要力量。如果把旅游区比做鸡蛋,那么旅游景点就是这个鸡蛋的蛋黄。旅游吸引物是旅游资源中具有吸引力的部分,与旅游景点的区别在于旅游吸引物的概念要宽泛,功能多,既有可视的,也有可听的,还有可尝的。例如申报世界非物质文化遗产的昆剧、名扬天下的中华饮食都是很有价值的旅游吸引物,而不是旅游景点。旅游景点是区域性概念,侧重可视性。

(五) 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运行管理的区域。”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,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。”

不难看出,旅游目的地具有如下特点:①旅游目的地是一个大尺度的地理区域概念;②旅游目的地包括了旅游业发展所需要的各要素,如资源、设施及服务;③旅游目的地多依附于一定的城市(镇),而城市(镇)也往往成为旅游吸引物的一部分;④旅游目的地不具有完全的旅游规定性,即其资源、设施及服务不一定专为游客所使用,当地居民同样

有权享用。旅游目的地可分为城市型旅游目的地和景点型旅游目的地。

(六) 旅游度假区

旅游度假区是景区的一种,旅游度假区的主要功能是度假,是以闲暇为导向,相对自给自足的,为满足游客娱乐、放松需求而提供的设施与服务的有机组合体,用以创造一种特殊的环境和经历。如国家旅游局曾经批准的国家级旅游度假区——大连金石滩、青岛石老人、三亚亚龙湾、北海银滩、无锡太湖等。

二、景区的构成要素

一个旅游景区的存在是有条件的,一个寺院、一个纪念碑可能吸引人,但却不能被视为旅游景区。也就是说,一个旅游景区是由许多要素构成的,这些要素有机地组合在一起,形成旅游景区,并且使其正常运作。

(一) 固定的地域范围

旅游景点景区的规模大小不同,小到一个庭院,大到绵延几十公里的风景区,差别很大,不可相提并论。但它们都有一个相对明确的地域范围,一切规划设计、施工、建设、开发、经营,均需按城市建设部门或主管部门要求,在规划范围内进行。

(二) 特定的游览内容

不论是以山水为主的风景区,以展示文物为主的博物馆,以民俗风情活动为主的节庆庙会,还是以高新技术为手段的主题公园,以及以历史文化著称的城镇,都必须有特定的活动内容,并以这些特定的活动内容区别于其他旅游景点景区,形成自己的特色。文化、科技、艺术特色越显著,旅游景点景区的知名度便越高。

(三) 完善的旅游服务

完善的综合性的旅游服务,一方面指向旅游者提供娱乐、休闲、餐饮、购物等物质享受方面的服务,另一方面还包括满足旅游者增长见识、丰富体验、升华素质、陶冶情操的需求。能不能提供综合性服务,是现代旅游景点景区与传统“风景区”“旅游地”的区别所在。提供的服务品种越齐全,服务质量越高,说明旅游景点景区的现代化程度越高。

(四) 注重效益的管理机构

我国现有的旅游景点景区,有事业单位,有企业单位,有国家设立的,有企业经营的,有中外合资的,也有个人开办的。但不论属于哪一类,都设置有管理机构。管理机构的负责人或法人代表必须遵照国家颁布的法规条文,依照既定目标,保证预定效益的实现。这里所指的效益,或者以社会效益为主,或者以经济效益为主,或者以环境效益为主,或者兼而有之。效益高的单位表明其管理水平较高。当今,管理机构越来越重视综合效益的提高,而不片面追求单一效益的数值。综合性的旅游服务和讲究效益的管理机构,使旅游景点景区与旅游资源明显区别,构成自己的要素特征。

三、景区的功能

我国旅游景区类型复杂多样,景观丰富多彩,文物古迹众多。大多数旅游景区拥有优美的自然景观和珍贵的历史文化遗迹,保存良好的生态环境,具有浓郁的民族文化风情和地方文化传统,在区域社会发展中具有重要的作用,其功能主要有游憩、教育、生态、科考、经济五大方面。

(一) 游憩功能

游憩功能是旅游景区的首要功能,也是旅游景区最基本的功能。旅游景区一般都具有良好的生态环境、优美的自然风景和丰富的文物古迹,因而成为广大人民群众向往的游览观赏之地。在闲暇时间,人们到旅游景区进行观光度假或娱乐,获得身心休息和锻炼,陶冶性情。随着人们生活水平的提高,旅游已经逐渐成为人们精神生活中的重要组成部分。而旅游景区所特有的游憩功能,使得旅游景区在旅游系统中居于核心地位。

(二) 教育功能

旅游景区是个天然的课堂,能够给人们提供审美、自然、历史、文化等多种教育。首先,相对于其他地域而言,旅游景区一般都是景观独特、美感丰富的地段。任何一个旅游景区,不论其整体或局部、实物或空间,绝大多数都具有特色鲜明的美的形象、美的环境和美的意境。在自然旅游景区中,自然界中各种物体的形、色、质、光、声、态各种因素相互影响、相互交织、相互配合,呈现出险、秀、雄、幽、旷、奥、坦等千变万化的自然之美;在人文旅游景区中,各种文物古迹、历史遗迹、神话传说等相互渗透,形成各种瑰丽多彩的人文之美。因此,旅游景区具有强烈的审美价值。

(三) 生态功能

人类生存需要良好的生态环境。而旅游景区一般都具有良好的环境条件,尤其是风景名胜,大多还保存山清水秀的良好生态环境,这对环境问题日益严重的今天来说,实在是难能可贵。因此,旅游景区在维持生态平衡方面具有重要的作用。许多风景名胜拥有良好的植被条件,可以说是一个供氧的宝库,也是人们恢复健康的一种野外休息地。

(四) 科考功能

许多旅游景区,尤其是风景名胜区往往是特殊的地形、地貌、地质构造,稀有生物及其原种,古代建筑、民族乡土建筑的宝库,而且它们都有一定的典型性和代表性,因而旅游景区往往具有极其重要的科学价值,成为很多学科进行科学研究、科普教育的实验室和课堂。

(五) 经济功能

旅游景区本身并不直接产生经济价值,而是通过其自然景观、人文景观及风景环境供人们游览观赏吸引游人,再通过游人的饮食、住行、服务、供应等经济活动而产生经济价

值,从而使旅游景区具有了发展地方经济、增加就业等经济功能。随着人民生活水平的提高,外出旅游的人越来越多,旅游业发展也越来越快,旅游景区的经济功能也越来越突出。

四、景区的分类

旅游景区类型多种多样,分类方法也很多,如按资源类型、经营类型、旅游功能等的分类。本书综合相关著作中的分类方法进行旅游景区的分类。

(一) 按景区资源的属性分

按景区资源的属性可以将旅游景区分为以下六大类。

- (1) 自然景观型,包括国家公园、森林公园、地质公园、自然保护区、野生动物园等。
- (2) 人文景观型,包括文博馆、寺庙观堂、宗教圣地、民俗园等。
- (3) 现代游乐型,包括主题公园、游乐园、微缩景区和海洋馆、表演中心等。
- (4) 历史遗产型,包括古文化遗址、古生物化石、军事遗址、古建筑、名人故居、历史村镇等。
- (5) 休闲度假型,包括滨海、滨湖、山地、温泉、滑雪和高尔夫等运动场所。
- (6) 事庆典型,包括博览会、交易会、节事、赛事、企业超大型活动、社会活动、宗教仪式、企业活动等。这类景区基本属于不稳定型景区。

(二) 按旅游吸引物的主要特征分

1. 自然类旅游景区

自然类旅游景区主要是以自然景观资源为依托的旅游景区,包括风景名胜区、自然保护区、森林公园和部分旅游度假区。

2. 文物类旅游景区

文物类旅游景区主要是指以历史文化、宗教文化等资源为主要特色的旅游景区,包括博物馆、名人故居、宗教圣地等。

3. 主题类旅游景区

主题类旅游景区是指主题鲜明的人造旅游景区,包括主题公园、主题型动植物园和其他主题型人造景点、传统节会举办场所、博览会场所等工农业旅游区(点)。

(三) 按景区的主导功能分

1. 观光类旅游景区

观光类旅游景区是以观光游览为主要内容的旅游景区。该类旅游景区具有较高的审美价值,可供旅游者参观、游览。如杭州的西湖、温州的楠溪江、舟山普陀山、温州雁荡山、浙西大竹海等都属于此类旅游景区。

2. 度假类旅游景区

度假类旅游景区是拥有高等级的环境质量和设施,为旅游者提供度假康体休闲等服务的独立景区。如宁波的东钱湖、杭州的千岛湖、象山的松兰山、杭州的之江国家旅游度假区、武义的温泉旅游度假区等都属于典型的度假类旅游景区。

3. 科考类旅游景区

科考类旅游景区是以科学考察及科普类旅游资源为主,具有较高的科学研究价值和观赏性,为旅游者提供科学求知经历的相对独立的景区。如各类地质公园、被誉为“世界第九大奇迹”的三星堆古文化遗址、河姆渡文化遗址、杭州市余杭区良渚文化遗址等都属于科考类旅游景区的范畴。

4. 游乐类旅游景区

游乐类旅游景区是指那些以现代游乐设施为基础,为旅游者提供娱乐游乐体验的景区。如杭州乐园、罗蒙环球城、凤凰山主题乐园、达蓬山主题乐园等。

(四) 按吸引客源区域的范围分

1. 地方性客源为主的旅游景区

地方性客源为主的旅游景区吸引的客源主要来自当地,例如大多数主题公园、当地政府管理的博物馆以及当地一些不知名的景区(点)等。

2. 全国性客源为主的旅游景区

全国性客源为主的旅游景区或是品质高、知名度高的景区(点),或是依托吸引全国性客源的主要旅游目的地(或旅游城市)。

3. 国际性客源的旅游景区

国际性客源的旅游景区一般都是世界闻名,或其资源具有垄断性,是一个国家或地区国际旅游业的重要支撑。

(五) 按旅游景区的等级分

按照旅游景区的质量等级可以分为五级,即1A级、2A级、3A级、4A级和5A级。根据国家标准《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GD/T 17775—2003)的规定,从旅游交通(145分)、游览(210分)、旅游安全(80分)、卫生(140分)、邮政服务(30分)、旅游购物(50分)、综合管理(190分)、资源与环境保护(155分)8个方面,对旅游景区进行评分,全部项目满分为1000分。5A级旅游区(点)需达到950分,4A级旅游区(点)需达到850分,3A级旅游区(点)需达到750分,2A级旅游区(点)需达到600分,1A级旅游区(点)需达到500分。

(六) 按照旅游景区的管理部门分类

我国旅游景区管理体制是在计划经济基础上演变而来的,管理部门较多,管理体制比较复杂,不同类型的旅游景区往往隶属于不同的管理部门。因此,我国不成文的划分方法(暂且称之为部门划分法)就是基于不同的部门管理将我国的公共资源类旅游景区进行分类的。具体划分方式如下。

1. 风景名胜区,由建设部门归口管理

自1982年我国正式建立风景名胜区制度以来,截至2012年国务院共批准设立国家级风景名胜区225处,面积约10.36万平方千米;各省级人民政府批准设立省级风景名胜区737处,面积约9.01万平方千米,两者总面积约19.37万平方千米。

2. 自然保护区,由环保部门归口管理

截至2013年年底,我国国家级自然保护区的数量已达407处。黑龙江目前是我国国家级自然保护区最多的省份,达到33处;排在第二位的是四川,有29处;排在第三位的是内蒙古,有27处。超过或达到20处的还有湖南(23处)、陕西(22处)、广西(21处)、云南(20处)、福建(15处)。

3. 森林公园,由林业部门归口管理

到2011年年底,我国已建立国家级、省级和县(市)级森林公园共2747处,其中国家级森林公园746处,规划总面积达1700多万公顷,占国土面积的1.78%,基本形成了以国家级森林公园为骨干,省级和市(县)级森林公园配套发展的基本格局。数据显示,广东、山东、浙江、河南等9个省的森林公园数量超过100处,其中,广东省森林公园数量为458处,位居首位。

4. 地质公园,由国土资源部门归口管理

到2013年年底,国土资源部已批准建立国家地质公园184处,地质遗迹保护区面积达到3万平方千米,有效保护了珍贵的地质遗迹。地质公园年旅游综合收入已达近1000亿元。

5. 水利风景区,由水利部门归口管理

到2012年10月,我国共有国家水利风景区518处。

6. 文物保护单位,由文物部门负责保护管理的旅游景区

我国文物保护单位级别分为文物保护单位、区级文物保护单位、县级文物保护单位、市级文物保护单位、省级文物保护单位以及全国重点文物保护单位6个级别。第一至第七批全国重点文物保护单位总数为4295处,还有大量的省级文物保护单位。另外,还有一些旅游景区归宗教部门管理。

除上述分类方法外,还可以从其他不同角度对旅游景区进行分类。例如,按旅游景区经营权不同,可以分为政府经营型旅游景区、企业经营型旅游景区、政企共营型旅游景区;按旅游景区的开发特征不同,可以分为经济开发型旅游景区和资源保护型旅游景区。

任务二 认识景区开发

旅游景点景区开发是一项政策性强、文化性强、创造性强、科学性强的工作,没有诗人的浪漫、学者的严谨、艺术家的敏感、宗教家的虔诚、旅行家的坚毅,没有精益求精、锲而不舍的精神,是难以胜任这项工作并为人们奉献精品的。

一、景区开发的概念

旅游景区开发是以景区资源为主要对象,根据景区的资源特点、市场状况和其他相关的自然经济社会条件,所进行的有关开发、经营、管理等内容的整体布局设计和统筹安排。

景区开发是为了帮助景区更好地服务于旅游者,实现景区的综合效益,对景区的旅游资源、客源市场、旅游产品、旅游设施、基础设施、旅游服务管理等方面做出系统评价,合理安排和有效利用的科学指导。

二、景区开发的目 的

(一) 旅游资源转化为旅游生产力

景区资源开发的根本目的是实现“四个转化”，即“旅游资源转化为旅游产品，旅游产品转化为旅游市场，旅游市场转化为旅游消费，旅游消费转化为旅游生产力”。因此，景区的旅游开发就是要遵循旅游市场发展的规律，将旅游资源最终转化为旅游生产力，而不是一厢情愿地认为有文化底蕴的资源一定具有旅游发展前景。还有一些旅游资源，虽经过大量的资金投入、人力资源投入；但投放市场之后，由于市场定位、策略、方法存在偏差，以及旅游消费的相关业态没有培育起来，仅是“门票经济”和“床板经济”，使得游客的消费力较弱，旅游可持续发展潜力不足，诸如一些民俗文化园区等；一些文化资源开发非常成功，但是由于在经营的过程中，仅关注政府和企业经营的利益，没有兼顾富民兴村，经济收入不能转化为强大的旅游生产力。

(二) 营造生态和休闲环境，打造旅游新引力

生态环境景观是旅游景区的重要旅游资源，好的生态环境和景观能使人赏心悦目，有回归大自然的感受。即使是人文景观也是人类对自然景观适应的结果。基于良好的生态环境，旅游景区才会有吸引力，一旦生态环境遭受破坏，必然影响到景区的景观品质，旅游吸引力也会降低。浙江雁荡山风景区以溪景著名，但是因过度抽取地下水，导致多数溪流干涸，潺潺小溪流水的美丽景观不复存在，旅游吸引力减弱，影响了旅游活动。

(三) 避免盲目建设，减少景区经营成本

有些地方在核心景区和近核心景区大量建造宾馆，还有的地方放任占景建房，这种盲目建设的行为不仅破坏了景区的生态环境，等到意识到时还要拆除建筑物，造成不必要的浪费。如我国著名佛教圣地山西五台山风景名胜区，多年形成的乱拉乱建和商铺林立的现象，使得景区原有的最原始、最珍贵的东西逐渐丧失。为申请世界文化遗产保护，五台山不得不斥资 5 亿元清理这些违章建筑。

三、景区开发的作用

开发旅游景区是发展旅游业的重要战略决策，是改善和提高城乡环境质量的重大步骤，是我国社会发展和经济建设的重要内容，意义深远。具体来说，主要有以下三点。

(一) 旅游景区开发是撬动地方经济发展的杠杆

景区开发需要当地提供必要的条件，如电力、燃气、通信、医疗、交通、三废处理等后勤保障；需要提高当地居民的文化素养及文明程度，为旅游景点景区营造良好的外部环境。这些基本建设，将促进开发地区物质文明和精神文明建设更上一层楼，对当地建设的推动不言而喻。在开发过程中，旅游景点景区将给当地的建筑业、交通运输业、商业、农副业带来众多的发展机会，为相关行业注入新的活力，如增加就业人员，开发新产品，促进产品质