

模块一 认识旅游景区

旅游景区概述

任务一 初识旅游景区

课前导入

故 宫

故宫是世界文化遗产,是世界上现存建筑面积最大、保存最完整的古代宫殿建筑群,每年有七八百万游客在此驻足观赏。

故宫位于北京城中心,东西宽 753 米,南北长 961 米,占地面积 723600 余平方米,周围环以 10 米高的城墙和 52 米宽的护城河(筒子河)。城墙四面各设城门一座:南名午门,北称神武门,左右为东华门、西华门,其中午门为参观入口,神武门为参观出口。城内古建筑总面积约 16 万平方米,整组宫殿建筑布局谨严,秩序井然,布局与形制均严格按照封建礼制和阴阳五行学说设计与营造,映现出古代帝王至高无上的权威。

故宫是我国古代官城发展史上现存的唯一实例和最高典范,在建筑技术和建筑艺术上代表了中国古代官式建筑的最高水平。自中华人民共和国成立以来,故宫博物院通过对故宫的建筑的普查,针对紫禁城存在的问题,实施了故宫古建筑修缮史上的最大规模的治理与抢险,从根本上改变了旧社会留给故宫的荒凉残破的面貌,使之展现出宏伟壮丽的规模。

自 2017 年国务院颁布《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》以来,故宫适应“互联网+”时代的需求,于 2008 年成立故宫文化创意中心,2013 年开始设计“卖萌”的文创产品,2016 年故宫文创入驻天猫,开发了独具特色的文化创意产品,截至 2017 年年底实现了 15 亿元的文创产品销售额。

2018 年 11 月北京卫视与故宫博物院联合推出文化类综艺节目《上新了·故宫》,凭借创新的节目形式、富有深度的节目内容以及“高而不冷”的文化立意,为影视综艺节目的创新进行了成功尝试。2019 年 6 月,《上新了·故宫》荣获第二十五届上海电视节白玉兰奖综艺类最佳电视综艺节目的奖项。

故宫太和殿如图 1-1 所示。



图 1-1 故宫太和殿

课前导入任务单

任务名称	初识旅游景区	时间		班级	
成员名单					
任务要求	(1) 对旅游景区有初步认知； (2) 了解景区旅游资源的特点				
(1) 阅读课前导入案例并查阅故宫相关材料,请描述故宫的哪些方面让你印象深刻。 (2) 请用自己的语言描述故宫的旅游资源有什么特点。 (3) 通过故宫开发文创产品的案例,请思考在弘扬中华优秀传统文化方面有哪些值得借鉴的地方。 (4) 请写出一个你喜欢的 5A 级景区,简单说明喜欢的原因。					
完成效果自评	优	良	合格	不合格	
成员姓名					

课中学习

一、旅游景区

旅游景区是旅游业的核心要素,是旅游产品的主体成分,是旅游产业链中的中心环节。

国家标准《旅游景区质量等级的划分与评定》(GB/T 17775—2003)中对旅游区(点)给出了明确的操作性定义:旅游区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。本标准中旅游区(点)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和明确的地域范围。包括风景区、文博场馆、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区(点)。

这个定义对于旅游景区的地理性质、管理性质和功能性质给予了较为明确的规定。从地理性质来看,它是一种类型的“空间或地域”,应有“明确的地域范围”;从管理性质来看,它是一个“独立管理区”,应有“统一的经营管理机构”;在功能性质方面,它“以旅游及其相关活动为主要功能或主要功能之一”“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”。这三种性质彼此不是独立的,而是一体的,缺一不可。^①

二、旅游景区的构成要素

旅游景区的构成要素有很多种分类,但是大致可分为资源要素和非资源要素两类,其中我们所常说的旅游景区构成要素主要是指资源要素。

(一) 旅游景区的资源构成要素

旅游景区的资源构成要素是旅游景区的基础,包括旅游吸引物、景区设施及景区服务。

1. 旅游吸引物

旅游吸引物是指赋予旅游景区空间范围内,对游客产生吸引力的资源,包括自然型和人文型的,这些资源经过开发和经营可以转化为旅游产品,供旅游者消费。旅游吸引物有广义和狭义之分。狭义的旅游吸引物一般是指有形的旅游资源,包括自然旅游资源和人文旅游资源;广义的旅游吸引物除有形的旅游资源外,还包括旅游服务、社会制度、民居生活方式等无形的旅游资源。

旅游吸引物的本质特征主要表现在三个方面:一是整合性,旅游吸引物能够将潜在的单项旅游产品整合成一个整体;二是恒定性,它能够在较长时间内保持其吸引力,但是一旦遭到破坏,其恒定性就很难恢复;三是被动外向性,旅游吸引物需要被动接受外来游

^① 罗浩,冯润.论旅游景区、旅游产品、旅游资源及若干相关概念的经济性质[J].旅游学刊,2019,11(34):116.

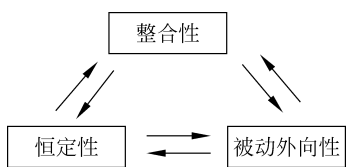


图 1-2 三个本质特征相互作用示意图

客的消费。这三个特征相互联系,构成了旅游吸引物的本质特征。

旅游吸引物本质特征的相互作用如图 1-2 所示。

2. 景区设施

景区设施是游客实现旅游活动的基本条件之一,同时也是景区存在的基础设施之一。景区设施的规模、质量和风格会对景区的经营产生重要影响。景区设施是直接或间接向旅游者提供服务所凭借的物质条件。景区设施一般分为景区基础设施和景区接待设施两大类。

景区基础设施是指保障景区正常运营需要提前布置并发挥基础性作用的设施,主要包括交通设施,水、热、电、气供应设施,信息设施,排污设施,环境卫生设施,风险防治设施等。这类设施可以称为“看不见的设施”。

景区接待设施是为了满足游客顺利完成景区游览需要建设的设施,主要包括住宿餐饮设施、休憩服务设施、购物设施、导识设施、环境景观设施、康乐设施等。这类设施可以称为“看得见的设施”。

景区设施在建设中应该按照分散和集中原则进行落实,在景区的游客集散中心和游览核心区域应该进行集中布局,满足游客的旅游需求,同时在各旅游景点设置相应的服务设施,既能够满足游客的旅游需求,又能够提升旅游设施的使用效率。

景区设施构成示意图如图 1-3 所示。

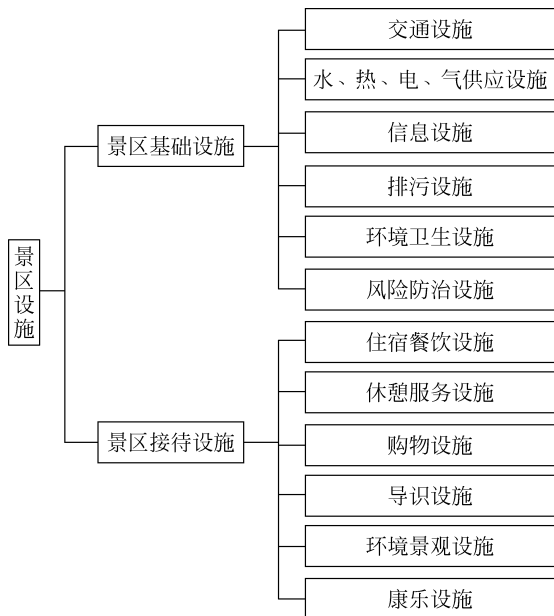


图 1-3 景区设施构成示意图



景区设施有哪些?. mp4

3. 景区服务

景区服务是景区能否使游客满意的最敏感要素。景区服务就是景区服务人员通过各

种景区的设施与设备采取多样化方法与手段来展现其“热情好客”，为消费者提供游览便利，满足顾客物质需求与精神需求，营造一种和谐的气氛，使顾客在景区游玩时产生惬意和幸福感。

景区服务质量包括有形的服务质量和无形的服务质量。有形的服务质量是由景区的设施设备、安全状况、卫生与环境、景区标识以及景区宣传与实际差距等决定的。无形的服务质量则主要是由景区服务人员的素质水平决定的，包括知识素质、能力素质以及服务素质等。

景区服务质量构成示意图如图 1-4 所示。

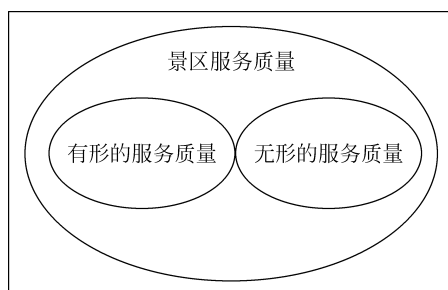


图 1-4 景区服务质量构成示意图

相关链接

洪洞大槐树景区旅游服务标准化创新

“问我祖先在何处？山西洪洞大槐树。”洪洞大槐树景区位于山西省洪洞县。洪洞大槐树景区建筑景观独特、历史文化悠久，是以“大槐树移民见证地与寻根祭祖圣地”人文景区为主、自然生态与建筑景观为辅的大型综合性科普人文旅游精品景区。在实践中，洪洞大槐树景区通过新理念、新体系、新产品、新方法、新内容等进行系统的标准化建设，形成了企业标准化创新发展系统，标准化的不断创新为企业发展注入了活力。

1. 全员标准化

为了全面推行标准化管理，在前期标准编制过程中，标准编制人员带动全员参与，例如通过收集一线人员的意见，制定出的《卫生清扫服务标准》，在标准中清楚地规定了“服务人员在清洁过程中应留意周边环境，如遇游客经过，宜在游客临近作业位置约 3 米处停止作业，并礼让示意游客通行”。这样制定出的标准切合实际，可操作性强。

2. 标准化体系创新

制定标准的主要人员将标准化作为贯穿各项工作的主线，按照国家服务业标准化的工作要求，围绕“吃、住、行、游、购、娱”的旅游六要素，围绕公司 153 个岗位，创新构建了具有旅游行业特点和大槐树特色的标准体系；洪洞大槐树景区制定的企业标准的技术要求普遍高于强制性国家标准的相关技术要求，公司规范化管理的技术标准、管理标准和工作标准等标准达 764 项。

3. 标准化创新推动非遗传承

“根祖文化”是洪洞大槐树景区的独特历史文化资源内核,洪洞大槐树寻根祭祖园有限公司经过多方走访、收集资料、咨询专家、反复推敲,运用标准化原理和技术,历时一年多,在对“大槐树寻根祭祖仪式”中的文化元素和礼仪、流程进行合理分析、凝练的基础上,对祭祖活动流程进行了标准化创新,将由数百人操作、近万人参与的祭祖习俗编制为可流程化操作的《祭祖活动实施办法》,转化为操作性强的规范化标准流程。

洪洞大槐树景区将标准化技术应用于非遗文化衍生产品的开发,有效地将非物质文化遗产从传统的沉淀、虚化状态,转化为可动态展示、游客亲自参与体验的新型文化旅游产品,成功地将旅游与本地祭祀习俗相融合,为非物质文化遗产的传承发展提供了提供可复制、可推广的标准化经验,成为文化与旅游深度有机融合的极佳案例。

4. 标准动态化创新

为保证标准与企业发展和市场需求同步,洪洞大槐树景区以标准为基准,实施动态标准化,随着环境条件(技术和管理等内容)的变化、市场需求和行业主管部门要求的变化,按阶段进行修订。每年都会根据当年度的标准运行情况,废除不适宜的标准,不断更新、完善标准,确保产品质量和服务水平不断提升,并及时补充先进实用的行业标准应用于景区的日常管理工作。

(资料来源:董建英,范忠义,何东海.洪洞大槐树景区旅游服务标准化创新发展研究[J].中国标准化,2019,12(上):141-143.)

(二) 旅游景区的非资源构成要素

旅游景区的非资源构成要素主要是指那些存在于旅游景区当中,却不一定是旅游景区存在所必需的客体要素,但这些要素却对旅游景区的旅游活动起着重要的作用,或产生积极影响,或产生消极影响。这些要素包括旅游者、当地居民、当地政府。

1. 旅游者

旅游者旅游活动的主体,也是旅游景区的消费者。旅游景区经营效益能否实现,特别是其经济效益能否实现,根本上取决于旅游消费者的满意度和消费规模结构与水平。

近年来,智慧旅游已经逐渐走进了人们的生活中,旅游者对于旅游体验更加追求个性化和智能化,传统的旅游景区中的各项服务设施已经不能满足旅游者的消费需求。党的二十大报告提出,实施国家文化数字化战略,健全现代公共文化服务体系。对于景区来讲,需要加强智慧设施建设,建设包括线路推荐、语音讲解、动态排队、地图导览等功能的导览系统,以方便游客了解景点信息,同时需要加强员工培训,了解和掌握景区内智慧设备的使用,加强与线上旅游运营商的合作,增强线上服务能力。

相关链接

广西左江花山岩画数字文化遗产智慧景区建设

广西壮族自治区左江花山岩画文化景观于2016年7月获准列入世界遗产名录。左

江花山岩画数字文化遗产智慧景区的建设坚持开放性、实用性、标准化和安全性等原则,结合左江花山岩画数字文化遗产已有资源、发展现状和管理方式等,其智慧景区建设内容主要包括官网建设、生态预警监测系统、安全管理系统、智慧旅游系统、智能导游系统、客户关系管理系统和办公自动化(OA)系统等。它的建成为游客和管理者提供智慧化服务,为游客提供更加方便、快捷的旅游资讯查询和产品预订,增强旅游体验感。将遗产保护区的管理、维护和发展有机地结合起来,提升了市场竞争力,实现了左江花山岩画数字文化遗产保护区环境、经济和社会效益的最大化。

(资料来源:董金义.广西左江花山岩画数字文化遗产智慧景区建设[J].对外经贸,2021(2):84-88.)

2. 当地居民

当地居民包括生活在旅游景区内和附近的居民。在旅游景区中,他们起着三个作用。一是这些居民所负载的传统文化、民俗、民风本身就是景区旅游资源的一部分,吸引着游客;二是当地居民又是旅游景区的依附者,他们生活水平的提高,常常依附于旅游景区的经营和发展,并希望通过旅游景区的发展带动当地居民致富;三是当地居民对旅游的认识和对游客的态度直接影响着旅游景区的经营,同时,他们有时也是旅游经营者,为旅游者提供服务。

3. 当地政府

当地政府是指旅游景区所在地的政府。旅游景区所在地政府通常被视为旅游景区所有者的实质性代表,在国家政策框架内,行使对公共资源的管辖权与处置权,依法享有景区的利益要求。当地政府对旅游景区的利益要求,必须与国家和社会公众对旅游景区的总体利益目标相一致,希望通过旅游景区的开发和利用,带动当地经济与社会发展,实现当地经济、社会、环境的协调发展。为此,当地政府要制定旅游景区开发经营的各项政策,及时有效地协调各方面的利益关系,并且采取一系列的推动和促进旅游景区的经营发展。

旅游景区构成要素示意图如图 1-5 所示。

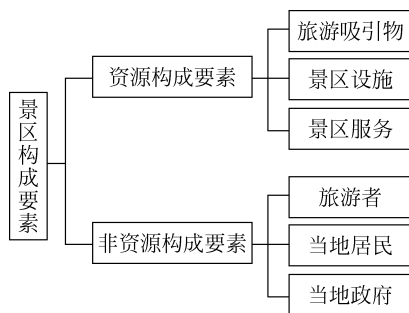


图 1-5 旅游景区构成要素示意图

三、旅游景区的类型

旅游景区包括风景区、文博场馆、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、植物园以及相关的工业、农业、经贸、科教、军事、体育、文

化、艺术等展示区。其划分依据不同,就会形成不同的分类系统,一般来说,划分依据主要包括资源属性、景区功能、管理主体和景区规模等。按景区的旅游活动功能,并结合资源属性,本书把旅游景区划分为以下三种类型。

(一) 观光体验类旅游景区

观光体验类旅游景区包括观光类旅游景区和体验类旅游景区两大类。

观光类旅游景区又可分为自然观光旅游景区和人文观光旅游景区。自然观光旅游景区具有独特、优美的自然景观,主要以江、河、湖、海、山、林、瀑、泉、气象等为主体,如广西桂林山水、四川九寨沟、云南石林、安徽黄山、湖南张家界等;人文观光旅游景区主要以历史时期和现代人类活动所留下的记录为主体,包括庙坛、皇陵、宫苑、寺观佛塔、园林、现代都市等。

体验类旅游景区种类较多,均强调通过参加各项活动来体验独特的感受。民俗风情旅游景区表现了不同民族独特的生活习惯及方式,包括衣着服饰、民居建筑、饮食特色、娱乐方式、婚恋习俗、节庆、礼仪、生产交通等,并结合当地的自然景观,给人独特的文化体验,如云南省西双版纳傣族村寨、大理白族村、丽江纳西族村、广西壮族村、贵州苗族村寨等旅游景区。而文化艺术类旅游景区则以不同的文化主题为中心创造出特定的文化氛围,使旅游者在体验过程中增长学识和提高艺术修养,如无锡影视城等。

(二) 休闲度假类旅游景区

休闲度假类旅游景区是指在优美的旅游环境(如阳光、沙滩、温泉等)中进行康体、运动和娱乐等休闲度假活动的旅游景区,主要包括以下三类。

(1) 康体疗养类旅游景区,指依托宜人的气候环境,能提供康体疗养活动的地貌、水文、生物等地理环境,有优美的自然环境或有特殊康体疗养效用的地域,可经营发展康体疗养活动的旅游度假区。例如,温泉疗养类(如重庆南北温泉、陕西骊山温泉)、避暑疗养类(如河北承德、江西庐山)、避寒疗养类(如海南三亚、广西北海、云南西双版纳)等。

(2) 运动健身类旅游景区,这类旅游景区主要以自然旅游资源为依托,一般拥有较好的山地,可以进行登山、探险、滑雪等运动,以达到锻炼健身的目的,如云南丽江的玉龙雪山、黑龙江亚布力滑雪度假区、欧洲著名的阿尔卑斯山度假区等,同时还包含以水为基地而开展游泳、泛舟、潜水等运动项目的旅游景区,如云南的阳宗海、海南三亚的亚龙湾等。

(3) 娱乐休闲类旅游景区,指以人造景观为背景建设现代娱乐休闲设施,供旅游者开展观赏、娱乐和消遣等旅游活动项目的景区,如大型的休闲中心、动物园及主题公园等。

(三) 综合类旅游景区

综合类旅游景区不仅有优美的自然风光,而且有众多的名胜古迹,是自然旅游资源与人文旅游资源有机结合统一体,一般拥有较大的规模。例如,北京风景名胜区、杭州旅游风景区、大理风景名胜区、丽江风景名胜区等,它们不仅风光秀丽,而且有大量珍贵的历史文化遗迹,每年都吸引了大量的旅游者前往观光游览。其中科考探险类旅游在我国刚起步,这类景区以自然资源为主,不仅具有罕见的风光,还有很高的科学研究价值,如雅鲁藏布江大峡谷、乌尔禾雅丹地形、湖北神农架等。