

<<旅游景区管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游景区管理>>

13位ISBN编号：9787030177636

10位ISBN编号：7030177630

出版时间：2006-8

出版时间：科学出版社

作者：杨桂华

页数：328

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<旅游景区管理>>

前言

景区是构成旅游业的核心，而旅行社、旅游饭店、旅游交通等是围绕旅游景区向旅游者提供各种追加利益的企业。

在旅游业中，人们对交通运输、旅行社、旅游饭店等企业产品的需求是属于派生性的，这些企业提供的产品为旅游者来访起支持和保障作用。

旅游者之所以去某地访问，从根本上是受目的地独特的旅游资源吸引的结果，而景区是目的地旅游资源最集中分布的场所。

可见，景区是旅游业构成的核心，在旅游目的地整体旅游产品构成中居于中心地位。

然而，我国景区特别是以自然景观和历史文化遗产成为主要依托的景区，由于其具有公共产品的性质，其产业化和资产化经营滞后，长期以来景区在旅游业中的地位没有得到应有的重视，旅游研究中对景区的经营管理的研究严重缺失。

在长期的旅游教学实践中，我国的旅游高等教育甚至出现只讲旅游资源、不讲景区的现象。

旅游业的四大基础企业——饭店、旅行社、景区和旅游交通的管理，在我国众多院校的旅游管理专业本科教学计划中，前两个均设置课程，甚至设置为专业，主要与这两个企业能够有效地解决学生就业且工作地点主要在城市有关；而把后两个设为课程是近年来才有的。

经收集整理资料发现：这几年出现了一批景区管理的学术论文和学术专著，研究主要集中在旅游景区的经营权与所有权、旅游景区管理体制、民营资本投资旅游开发、旅游区服务质量管理、旅游区的环境管理、旅游景区的社区参与等问题，最近一些学者开始关注景区游客的满意度、体验质量等问题。

这些年来很多高校的旅游管理专业也相继开设了旅游景区管理方面的课程，涌现了多种编、著、译的教材，这些针对不同层次学生的教材各有特点，有的理论性强，有的操作性强，有些还有学术创新。

在此基础上，我们跳出了过去景区管理教材只重视经营管理的模式，将景区管理视为一个动态的管理过程，即开发管理—经营管理—再开发管理，结合景区类型和级别多样及管理模式不同的特点，将本书分为景区管理导论、景区开发管理篇、景区经营管理篇和景区管理实证篇，力争编写出一本系统全面、深入浅出、适合教学、资料新颖的教材。

本教材在丽江旅游文化学院管理本科班试讲后，经认真修改而成。

本书得以出版，是集体共同努力的结果。

杨桂华负责全书写作大纲，制定书稿体例和统稿，杨桂华编写第1章；杨子江编写第一篇，包括第2~4章；田世政编写第二篇，包括第5~9章；陈飙编写第三篇，包括第10~12章。

在编写过程中，黄继华、刘建峰、张一群、冯春艳、徐广辉、钟洁、李鹏参加了艰苦的资料收集整理、参考文献整理、文字校稿等工作。

<<旅游景区管理>>

内容概要

本书将旅游景区管理视为一个动态的管理过程，即开发—经营—再开发—再经营，结合景区类型和级别多样和管理模式不同的特点，内容包括景区管理导论、景区开发管理篇、景区经营管理篇和景区管理实证篇。

《旅游景区管理》可作为高等院校相关专业的教材，也可供景区规划和管理人员、旅游管理及决策人员参考。

书籍目录

第1章 景区管理导论

1.1 景区

1.1.1 景区的概念

1.1.2 景区的发展

1.1.3 景区的分级分类

1.2 景区的管理

1.2.1 景区管理要素

1.2.2 国外国家公园管理模式

1.2.3 我国公共资源景区管理模式

1.3 本书的结构

1.3.1 本书的内容框架

1.3.2 景区开发管理篇

1.3.3 景区经营管理篇

1.3.4 景区管理实证篇

第一篇 景区开发管理

第2章 景区策划管理

2.1 景区策划概述

2.1.1 旅游策划的概念

2.1.2 景区策划的特点

2.1.3 景区策划的类型

2.1.4 景区策划的作用

2.2 景区策划理念

2.2.1 景区策划的指导思想

2.2.2 景区策划的目标

2.2.3 旅游策划的原则

2.3 景区策划技术

2.3.1 景区策划的程序

2.3.2 景区策划的技巧

2.3.3 景区策划的方法

第3章 景区规划管理

3.1 景区规划概述

3.1.1 景区规划的定义

3.1.2 景区规划的作用和意义

3.1.3 景区规划的类型

3.1.4 景区规划的基本程序

3.2 景区规划理念

3.2.1 景区规划的指导思想

3.2.2 景区规划的基本目标

3.2.3 景区规划原则

3.3 景区规划核心

3.3.1 确定规划目标

3.3.2 进行规划定位

3.3.3 提出保障措施

3.3.4 监控回馈

3.4 景区规划的内容和成果

<<旅游景区管理>>

- 3.4.1 景区总体规划
- 3.4.2 景区控制性详细规划
- 3.4.3 景区修建性详细规划

第4章 景区建设管理

- 4.1 景区建设管理概述
 - 4.1.1 景区建设的管理目标
 - 4.1.2 景区建设的管理原则
 - 4.1.3 景区建设的管理任务
 - 4.1.4 景区建设的主要内容
 - 4.1.5 景区建设监理
- 4.2 景区建设项目管理
 - 4.2.1 项目管理
 - 4.2.2 景区建设项目管理的主要内容
 - 4.2.3 景区建设项目管理的方法
- 4.3 景区绿色建设管理
 - 4.3.1 景区绿色建设概述
 - 4.3.2 景区绿色建设的关键环节
 - 4.3.3 创造景区绿色建筑

第二篇 景区经营管理

第5章 景区游客管理

- 5.1 景区游客行为特征
 - 5.1.1 景区旅游流的时空特征
 - 5.1.2 景区内游客行为的差异
 - 5.1.3 游客不文明行为产生的原因
- 5.2 景区游客管理的方法
 - 5.2.1 游客管理的目标
 - 5.2.2 景区游客管理的方法
 - 5.2.3 重点区域的游客管理
- 5.3 游客管理技术
 - 5.3.1 游客数量、景区容量调控技术
 - 5.3.2 定量、定点管理技术
 - 5.3.3 游线管理技术
 - 5.3.4 安全管理技术
 - 5.3.5 解说系统选择技术
 - 5.3.6 有效沟通技术

第6章 景区环境管理

- 6.1 旅游活动对景区环境的影响及评价
 - 6.1.1 景区环境的构成要素
 - 6.1.2 旅游活动对景区环境的影响
 - 6.1.3 旅游活动对景区环境影响的评价
- 6.2 景区环境要素管理
 - 6.2.1 自然生态环境管理
 - 6.2.2 旅游资源的保护与管理
 - 6.2.3 社会人文环境管理
 - 6.2.4 景区旅游氛围环境的管理
 - 6.2.5 卫生环境管理

<<旅游景区管理>>

6.3 景区环境管理技术

6.3.1 环境监测与预测技术

6.3.2 环境价值评价技术

6.3.3 环境质量评价技术

6.3.4 环境容量测定技术

6.3.5 分区管理技术

6.3.6 经济手段调节技术

第7章 景区设施管理

7.1 景区设施的分类管理

7.1.1 基础设施

7.1.2 服务设施

7.1.3 娱乐游憩设施

7.2 景区设施的分期管理

7.2.1 景区设施前期管理

7.2.2 服务期管理

7.2.3 更新改造

7.3 景区设施的安全管理

7.3.1 安全标志系统

7.3.2 旅游景区游艇(船)设施的安全管理

7.3.3 景区索道及游乐设施的安全管理

7.3.4 旅游景区漂流管理

第8章 景区质量管理

8.1 景区质量管理概述

8.1.1 景区质量的概念

8.1.2 景区质量的构成

8.1.3 景区服务质量的内涵

8.1.4 景区服务质量的特点

8.1.5 景区服务质量评价

8.1.6 景区服务质量管理的理念

8.2 景区全面质量管理

8.2.1 全面质量管理概述

8.2.2 景区实施全面质量管理的措施

8.2.3 景区全面质量管理的工作步骤

8.3 景区质量标准化

8.3.1 2003版旅游区(点)质量等级的划分与评定

8.3.2 绿色环球21质量体系

8.3.3 ISO9000系列标准

第9章 景区营销管理

9.1 景区营销环境分析

9.1.1 景区营销环境分析的内容

9.1.2 景区营销环境分析方法

9.2 景区营销的实施

9.2.1 市场定位

9.2.2 市场营销组合

9.2.3 营销创新

9.3 景区营销的控制与评价

9.3.1 景区营销组织的控制

<<旅游景区管理>>

- 9.3.2 景区员工的控制
- 9.3.3 营销成本的控制
- 9.3.4 营销对象的控制
- 9.3.5 中间商的控制
- 9.3.6 景区营销效果的评价

第三篇 景区管理实证

第10章 世界遗产管理

- 10.1 世界遗产起源及概念
 - 10.1.1 世界遗产的产生
 - 10.1.2 世界遗产的概念
 - 10.1.3 世界遗产的所有权
- 10.2 世界遗产的类型划分
 - 10.2.1 有形遗产
 - 10.2.2 无形遗产
 - 10.2.3 濒危遗产
- 10.3 世界遗产申报与评定
 - 10.3.1 管理的组织机构
 - 10.3.2 世界遗产基金
 - 10.3.3 申报评定程序
 - 10.3.4 选择标准
- 10.4 我国的世界遗产管理
 - 10.4.1 我国世界遗产概述
 - 10.4.2 我国世界遗产管理机构
 - 10.4.3 我国世界遗产管理实证

第11章 国外国家公园管理

- 11.1 美国国家公园的发展及概念
 - 11.1.1 国家公园发展历程
 - 11.1.2 国家公园概念
 - 11.1.3 国家公园类型
- 11.2 美国国家公园规划
 - 11.2.1 国家公园评定
 - 11.2.2 国家公园规划
 - 11.2.3 建设项目管理
- 11.3 美国国家公园管理体系
 - 11.3.1 发展历程
 - 11.3.2 管理体制
 - 11.3.3 项目管理
- 11.4 其他国家国家公园
 - 11.4.1 澳大利亚国家公园
 - 11.4.2 肯尼亚国家公园

第12章 我国国家级景区管理

- 12.1 风景名胜区管理
 - 12.1.1 风景名胜区的发展
 - 12.1.2 风景名胜区的概念
 - 12.1.3 风景名胜区的功能
 - 12.1.4 风景名胜区的分类

<<旅游景区管理>>

12.1.5 风景名胜区管理体制

12.2 森林公园管理

12.2.1 森林公园的发展及概念

12.2.2 森林公园的分类

12.2.3 森林公园管理体制

12.3 地质公园管理

12.3.1 地质公园的发展概况

12.3.2 地质公园的定义和分类

12.3.3 世界地质公园的分布

12.3.4 世界地质公园的申报及评定

12.3.5 我国国家地质公园

附录 我国的世界遗产名录及世界遗产委员会评价

参考文献

案例

章节摘录

插图：4.调查研究策划对象不同，其调查分析内容也不同。

调查研究是旅游策划的基础，调查分析的质量直接影响到策划的效果。

因此，在收集整理资料之前，先要明确调查内容。

(1) 调查研究内容的测定调查研究、收集资料要根据策划对象委托方的要求而确定其内容。

我们以风景旅游区策划项目为主要对象来分析其调查内容。

1) 旅游资源调查。

调查的内容包括旅游资源本身和旅游资源环境状况的调查。

对旅游资源本身的调查，主要有资源的数量、分布、特色、吸引力 and 类型等。

调查要全面而详细。

对于一些涉及面积大、条件恶劣、交通不便的部分，可以借助遥感图协助调查，有条件的还可以用直升机来协助调查。

对一些重要的景点、景物，还要进行拍照、摄影，制作幻灯片等。

旅游资源环境质量调查。

旅游环境质量与旅游资源紧密相连，环境质量往往直接影响到旅游资源的质量，甚至影响其开发价值。

旅游地环境质量调查的内容主要有：气候特征、常年温度、湿度、降雨量、风力、冰冻季节期等。

有关地质特征：山岳地带、湖泊、山林、河流、峡谷、溶洞以及地震、断层、大山、滑坡、泥石流等。

有关水域特征：水量、水位、潮汐、泥沙量、凌汛等。

2) 旅游市场调查。

旅游市场是旅游策划的出发点和成功的关键。

因此，旅游策划必须强化旅游市场的调查。

调查的内容主要有：景区与其他风景区的距离，旅游市场竞争状况的调查，该景区与其他邻近景区知名度的比较，旅游资源的比较，景区特色的比较，景区管理的比较，景区旅游设施、服务的比较以及经营策略的比较；旅游市场价格的调查，交通价格的比较，生活品物价的比较，主要门票的比较以及旅行社报价的比较。

旅游者对宣传、广告和公共关系的反应、对旅游设施服务水平、旅游价格的看法和态度，旅游者的旅游动机和行为，旅游的主要动机，旅游的方式（散客、团体，经济、豪华等），对旅游市场营销策略的反应，未来旅游期望的变化趋势。

<<旅游景区管理>>

编辑推荐

《旅游景区管理》分为景区管理导论、景区开发管理篇、景区经营管理篇和景区管理实证篇，力争编写出一本系统全面、深入浅出、适合教学、资料新颖的教材。本教材在丽江旅游文化学院管理本科班试讲后，经认真修改而成。杨桂华负责全书编写工作。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>