# 2023考核旅游个人总结

来源：网络 作者：眉眼如画 更新时间：2023-11-28

*20\_考核旅游个人总结模板5篇泰山具有复杂的地质构造，典型的地质遗迹。泰山的形成，历经了自太古代至新生代各个地质时代的演变过程。以下是小编为大家精心整理的20\_考核旅游个人总结，仅供参考，大家一起来看看吧，希望对大家有帮助。120\_考核旅游...*

20\_考核旅游个人总结模板5篇

泰山具有复杂的地质构造，典型的地质遗迹。泰山的形成，历经了自太古代至新生代各个地质时代的演变过程。以下是小编为大家精心整理的20\_考核旅游个人总结，仅供参考，大家一起来看看吧，希望对大家有帮助。

**120\_考核旅游个人总结精选**

20\_年，我国国内旅游人数突破29亿人次，出境旅游人数超过8000万人次，按照近14亿的总人口计算，平均每人每年要出游2次多，旅游已经成为百姓日常生活的重要部分。日前，十二届全国人大会表决通过了自1982年国务院有关部门着手起草以来，走过了三十多年立法历程的《中华人民共和国旅游法》，该法将于今年10月1日正式施行。按照集团公司工作部署，5月7日集团组织学习《旅游法》，对此我有如下体会：

第一，零负团费和强迫购物，《旅游法》“零容忍”

“零负团费”和“强迫购物”，大家并不陌生，今年四月初，国家旅游局公布20\_十大旅游案例，其中的“游客不购物遭司机报复案”就是“零负团费”、“强迫购物”的典型。该案例讲的是去年四月退休职工王女士一行5人在云南旅游时，遇到了“导游威胁必须购物、旅游购物点和街面购物价格的悬殊”等问题，一位闹肚子的女士更是因为没有买提成归司机的茶叶，遭到司机“不在服务点停车”的报复，致使那位女士最终在车上大便失禁。一名网友还回帖说，“我们9天的游览共经历了7位导游，4位大巴司机。其共同之处是：所有导游在上车后都明确地告知游客，他们没有工资，全凭3%的购物提成生活。”遇上这样的闹心事，哪怕风景再美、空气再清新，旅途也不会有多愉快。

第二，票价想涨得开听证会，拒绝“变相涨价”

自国家发改委20\_年规定“景区票价调整频次不得低于3年”后，今年恰逢3年一调整的第二个“解禁期”，四月初，峨眉山、瘦西湖等全国知名景区也接连上调门票价格，这让不少游客直呼“玩不起了”。《旅游法》第四十三条和第四十四条对各类景区定价和调价机制作了如下规定：“利用公共资源建设的景区的门票以及景区内的游览场所、交通工具等另行收费项目，实行政府定价或者政府指导价，严格控制价格上涨。拟收费或者提高价格的，应当举行听证会，征求旅游者、经营者和有关方面的意见，论证其必要性、可行性”，“利用公共资源建设的景区，不得通过增加另行收费项目等方式变相涨价;另行收费项目已收回投资成本的，应当相应降低价格或者取消收费”，“公益性的城市公园、博物馆、纪念馆等，除重点文物保护单位和珍贵文物收藏单位外，应当逐步免费开放”;“景区应当在醒目位臵公示门票价格、另行收费项目的价格及团体收费价格。景区提高门票价格应当提前六个月公布。”与直接涨价相比，今年还有一种“一票制”的调价方式值得关注，也就是所谓的门票“打包”销售。湖南省凤凰县从4月10日起，变“凭票进入景点”为“凭票进入景区”，这意味着游客进入凤凰古城需要购买148元的门票此前，游客进入古城是免费的，只有游览古城内的沈从文故居、杨家祠堂等九大景点才需购买148元的套票。无独有偶，日前济南将趵突泉、大明湖等“三泉一河一湖四园区”整合为“天下第一泉风景区”，新成立的天下第一泉景区门票要价77元，比整合前各景区票价总和还高出2元。

针对这类“变相涨价”，《旅游法》也做出了规定：“将不同景区的门票或者同一景区内不同游览场所的门票合并出售的，合并后的价格不得高于各单项门票的价格之和，且旅游者有权选择购买其中的单项票”，“景区内的核心游览项目因故暂停向旅游者开放或者停止提供服务的，应当公示并相应减少收费。”

第三，核定景区最大承载量，“超载”或要停业整顿

无论是五一小长假还是十一黄金周，要说哪里比高速公路更拥挤，恐怕非旅游景点莫属，每逢节假日，景区，尤其是著名景区总是人满为患，一位园林讲解员更是这样向记者“吐槽”;“现在的节假日，景区除了人还是人。我们虽然节假日需要加班比较辛苦，不过也免去了\"本想看风景，结果看人头\"的烦恼。这年头，想要玩得有质量，还是得错峰出游。”《旅游法》施行后，景区景点每逢假日就“游人如织，摩肩接踵”的现象有望得到缓解，《旅游法》第四十五条规定：“景区接待旅游者不得超过景区主管部门核定的最大承载量。景区应当公布景区主管部门核定的最大承载量，制定和实施旅游者流量控制方案，并可以采取门票预约等方式，对景区接待旅游者的数量进行控制”，“旅游者数量可能达到最大承载量时，景区应当提前公告并同时向当地人民政府报告，景区和当地人民政府应当及时采取疏导、分流等措施”。另外，《旅游法》第一百零五条还规定，“景区在旅游者数量可能达到最大承载量时，未依照本法规定公告或者未向当地人民政府报告，未及时采取疏导、分流等措施，或者超过最大承载量接待旅游者的，由景区主管部门责令改正，情节严重的，责令停业整顿一个月至六个月”。周永博表示，旅游法还对建立旅游目的地安全风险提示制度、境外旅游者安全保护等内容做出了相应规定，这些立法保障了旅游者的人身财产安全，体现了“以人为本”的立法思路。

**220\_考核旅游个人总结精选**

湄江风景名胜区总面积118平方公里，是一处以自然风光为主体，梅山文化为内涵，岩溶地质和奇异溶洞为特色，供人们参观旅游、休闲度假以及开展科研科普活动的大型综合性景区。一年来，湄江风景名胜区在各级各部门的正确领导和关心支持下，紧紧围绕“内提品位，外树形象，开保并蓄，盘活资产，强化管理，再上台阶”的工作原则，认真遵循“严格保护、统一管理、合理开发、永续利用”的工作方针，以保护旅游资源和生态环境为前提，大力实施可持续发展战略，努力实现经济效益、社会效益和环境效益的和谐统一，促进湄江旅游事业长盛不衰。

一、 加强内部管理，整顿干部工作作风，提高服务质量和服务水平 今年年初，为加强景区内部管理，改变干部职工工作作风，调动员工积极性，增强工作人员责任感，提高旅游服务质量和服务水平。一方面，我们对全景区实施了制度化管理，推行科学和行之有效的目标管理责任制，签订内部目标管理责任书，实行定岗、定位、定指标、定任务，将工作任务与奖金福利挂沟，并在月工资中扣留10%作为风险押金，在年底进行工作实绩考核(目标责任制检查验收)时严格兑现。这样，真正做到人人有责任，个个有压力，从根本上调动了广大干部职工的积极性，取得了良好的效果。另一方面，整顿干部作风，提高服务意识和服务质量。我们认为，风景区的干部队伍在综合素质、文化结构、艺术修养、工作作风等方面应区别于一般单位的干部，每一位景区工作人员都应是一道靓丽的风景。但前段时间景区的人员素质、思想作风很不理想，与开发建设的需要很不相适应。因此，我们在去年的基础上，今年再次大力进行思想作风整顿，采取开展批评与自我批评、进行岗位述职、召开以及优质服务竞赛等活动方式转变干部职工的工作作风，通过一年的努力，已经把干部的作风彻底转移到服务景区、服务建设、服务游客上来了。再者，提高工作人员业务素质，我们采取送出去、请进来的办法，分层次、分阶段对景区工作人员进行了培训，同时，组织干部职工出外学习考察，交流经验，干部的综合素质有了明显的提高。同时，改变用人机制，从社会招聘了一些优秀人才充实到营销、开发、导游一线，真正将风景区干部的人员结构调整到最优、思想素质调整到最佳、综合能力调整到最强的状态，将“以人为本”的理念真正贯通到了各项工作中。

二、强化资源意识，落实保护措施，改善旅游大环境 风景名胜资源是大自然造化之精华，是人类祖先留下的珍贵历史文化遗产，也是风景名胜区赖以生存的命脉，它是国家的一项特殊资源，是保护型的社会公益事业。在今年的工作中，我们始终把“资源保护”摆在景区工作的首位，正确处理好局部利益和全局利益，眼前利益和长远利益关系，加大资源保护力度，防止和杜绝种.种急功近利的破坏性开发的发生。为有效加强对旅游资源的保护，一方面，我们实施严格的监管制度，同时宣传发动群众增强保护意识，自觉保护旅游资源，诸如制做宣传标牌，下发文件，散发传单等。另一方面，进行大规模的专项整治活动，今年以来，我们对在景区范围内开山采石、挖沙取土、乱砍滥伐以及其它形式的破坏地形地质地貌和自然环境的活动进行了数次全面的清理整顿，共拆除了4家采沙场，封禁了8处采石点，关闭了3家违规企业，查处乱砍林木案件4起等等，对安大公路旅游主干线和入景公路上的路障和路边违章违规摊点进行了彻底清理，景区环境大为改观。

三、加快旅游开发，规划景区建设，提高景区建设规模和建设水平。开发和建设是一种动态的保护，风景名胜事业离开资源的保护就会失去生存的基础，离开了科学和合理的开发与建设也会失去活力。因此，我们坚持在开发建设中实施保护，在保护中建设完善，做到保护与开发、保护与发展并举，不断开发新的景观，丰富景点内涵，提升景区品位，打造景区新形象。一年来，已投资80万元配套改造人和宾馆;投资20万元建好景区标示系统;投资15万元配套建设管理处机关，包括微机室、档案室等;投资30万元完成观音崖园通寺复建基础工程;投资20万元整改仙人府入景公路;投资15万元新建大江口景区售票亭;投资40万元开发藏君洞国宝厅;投资150万元建好大江口景区秀加移动通信基站;此外，投资80万元的蒿湖公路(蒿子坪至湄峰湖大坝旅游专线公路)3km路面硬化等项目正在动工建设之中。通过这些投资建设，完善了旅游服务设施，提高了湄江的接待档次，丰富了游览内涵。

四、丰富旅游文化，作活山水文章，成功举办首届旅游节。为了更好地宣传推介湄江，进一步提高湄江的知名度，扩大旅游市埸，搭建招商引资平台，做好做活湄江这篇山水文章，在我们的争取下，于今年9月30日至10月6日以涟源市人民政府、娄底市旅游外事侨务局名义联合举办了\_\_湖南旅游节 首届“多彩湄江 投资福地”旅游文化节暨湄江旅游开发10周年纪念活动。主体活动的湄江旅游开发10周年纪念大会暨广场文艺表演、大型绝壁攀登表演、湄江民俗山歌对唱赛、湄江抓鱼比赛、湄江风景名胜区投资说明会、湄江书画摄影展、篝火焰火晚会、湄江探宝你最红等活动均取得了良好的效果，尤其是旅游文化节开幕式，规模巨大，场面火爆，盛况空前，参加人数达3万余人。旅游文化节过后，湄江的人气指数与旅游收入直线上升，与去年同期相比，旅游人数与经济收入成倍增长。这 次旅游文化节的成功举办，可谓高水平策划，大手笔运作，不仅为湄江带来了人气和经济效益，也为湄江今后如何做大做活做强奠定了良好的基础，取得了良好的经验，其影响是相当深远的。

五、加强安全管理，规范游览秩序，努力创建安全风景区 首先，建立健全安全管理机构，加强安保体系建设。今年初，调整了安全领导小组成员，充实了环境资源保卫科力量，健全完善了安全保卫工作制度，设立了各单位安全保卫人员标牌，签订了安全保卫人员责任书，将治安、消防、安全责任落实到人，有效地杜绝了各类事故的发生，同时，积极妥善调处各类矛盾纠纷，及时查处案件，打击违法犯罪分子，确保景区平安。其次，景区内所有游览设施实行安全管理责任制，制订完善了《湄江风景名胜区游船管理规定》、《塞海水上溜索安全操作规程》等一系列规章制度，责任人必须定期检查，严守操作规定;对公路、游步道和危险区加强维护，经常性排除险情和其它不安全隐患，真正做到了危险地段标志醒目、防护设施完整。第三，规范旅游交通秩序，清理整顿景区内“三无”车辆、船舶，坚决打击漫天要价、抢拉游客、超载运行、态度恶劣等现象。第四，治理市场环境，整顿经营秩序，规范旅游经营服务行为，实行市场设施标准、持证经营、优质服务管理，坚持明码标价、货真价实、公平交易，严禁无证经营、拦路叫卖、摆摊设点及“宰客”行为的发生。第五，组织工商、卫生等部门对宾馆、饭店、扫招待所、娱乐中心等接待单位的食品卫生进行定期检查和不定期抽查，对不合格单位予以严肃处理。

六、加强宣传促销，提高景区知名度，增加旅游经济收入 今年来，我们结合湄江的实际情况，在保护、开发、建设景区的基础上，围绕提高湄江知名度、增加经济收入这一主题，下大力气、全方位、多角度宣传推介湄江，今年投入宣传促销费用30万元以上。一是参加旅游交易会、展示会等活动，抓住一切机会进行招商引资和宣传促销;二是在娄涟公路、娄底火车站广场等地设立大型广告牌，在娄底市、涟源市各大宾馆、旅行社、商场等设立宣传橱窗;三是在湖南卫视、湖南经视、《三湘都市报》、《长沙晚报》、《东方新报》、《今日女报》、《湖南工人报》等省内主流媒体上做了各种各样的专题报道和广告宣传;四是建立湄江风景名胜区旅游网站，介绍景区情况、发布旅游信息，通过互联网大力宣传推介湄江;五是在长沙、湘潭、株洲、娄底、邵阳等地派人派车巡回宣传，发放宣传资料5万余册;六是充分利用“假日经济”的特点，精心设计打造“户外运动体验游”和“周末休闲度假游”两个旅游产品，以此来吸引游客，增加景区收入。通过以上宣传促销，不仅提高了湄江的知名度和美誉度，而且增加了客流量，取得了较好的旅游经济收入。回顾一年来的工作，我们在景区保护、开发、建设、管理上取得了一定的成绩，但我们深知与各级领导的要求和先进景区的工作水平还有一定的差距，在以后的工作中，我们将始终坚持解放思想，总结经验，与时俱进，开拓创新，努力把湄江建设成为文明、诚信、安全、高效的精品景区。

**320\_考核旅游个人总结精选**

终于等到了实习的时候，在学校读书的时候就听老师说第三学期的时候要去外地实习。那个时候可以说是急盼着实习的到来，虽然学校的师兄说：“实习其实没有想象中的那么好，有一定的反差”可是难免心中有些对实习的憧憬。

最后当老师对我们说我们将要去首都 北京进行我们的结业实习。而且在北京有两家实习单位贵州大厦和零壹零，一家是以餐饮为主，一家是酒店方面。我们进行了分组的方法，二我被分到贵州大厦。当时自己也并不想在贵州大厦但既来之则安之。我甚至开始盘算起我在这个酒店能学到什么?

在去实习的前夕我上网对贵州大厦进行了了解。北京贵州大厦是贵州省人名政府投资兴建的一座集客房 餐饮 会议 康乐为一体，具备三星级设施以及优质服务的综合大厦。

我认为自己是幸运的，在实习的期间涉及了大厦重大的三个部门：餐饮 客房 前厅 或许正如老师说的那样服务性企业比工业性企业简单一些。酒店所提供的两个方面：食和住，所以我先以食来进行总结。

我自己的观察来言，餐厅就一个工作日，酒店餐厅整个运营时间在上午7.00——14.30，的下午17.30——22.30.中餐厅的确如前人所说的——“辛苦”,餐厅没有给服务人员制定自己的岗位职责，和工作描述，在员工印象中，没有固定的活干，可以说是只要有需要服务员什么都干。摆台 折口布 传菜 上菜 撤台 这些本职工作。刚开始的三天确实令人叫苦不迭，每天除了干活还是干活，下班第一件事就是要回到宿舍休息。

员工代表着整个酒店的形象，好的工作付账不但能使得员工更精神，提高工作效率。餐厅领位的工服就是历史悠久最能显出东方美的——旗袍，女服务员则是连衣的小红裙，男服务员就是白衬衫，黑裤子，

中餐厅的日子一天一天的过，在这些在日子我的确学到了不少的东西，除了学到中餐的服务技巧和摆台的要求等课堂上能学到的东西外，更能学到一些课堂上很难学到的东西例如：菜系的特点和种类，如何处理好同事之间的人际关系，如何调整自己的心态。使我了解到一个服务员应该有的强烈的服务意识。就我所在的楼层的观察，基本上在我实习期间餐厅所接待的大部分都是一些熟客，某些更是连续几个晚上开席或者是每个早上都来。酒店方面也对他们特别的重视，并提供了相应的优惠措施。此外，酒店之间的竞争可以说是异常的激烈，就在离\_\_\_酒店50米左右的地方就有意见\_\_\_酒店，饭店的数目就更多了，从这里我们也或多或少地可以看到酒店方面竭力维持旧有顾客原因。

**420\_考核旅游个人总结精选**

伴随着当代大学生的就业压力，我系按照“一切为了学生，为了学生的一切”的办学理念。结合自身的实际，独僻新径，实行学习与实践相结合，“双证制”的办学风范。

在这座优秀的旅游城市———都匀，阳春三月正是旅游的黄金时间。大街小巷一片热闹非凡，旅行社也正在干的热火朝天。作为一名旅游专业的学生，这个大好时光，正是我们学习努力的时刻。于是我们按照学校的安排来到了旅行社进行了为期一个月的见习任务。

3月25日，我们带着一份热情来到阳光旅行社有限责任公司，希望能够学到更多的知识。经过总经理的一翻话我们更是热血沸腾，我们都认识到从今天开始我的身份就是员工，我们必须以一个员工的身份要求自己。

在这期间，我以“沟通一个客人，交上一个朋友”为我工作的座右铭。因为曾经有一个成功的企业家当记者来采访他：问他成功的理由是不是亲戚朋友的帮助。他却理直气壮地回答记者：“我的公司能够有今天，是因为我们公司都将每个客人当作即将远行的朋友。”经过多次出去发宣传资料和客人打交道，我深深地知道社会和学校完全是两回事，在学校我们也许付出一倍或者两倍都会有回报，但是在社会上我们付出了十倍二十倍也不一定有回报。社会是一个大家庭，形形色色的人都有，纷繁复杂，我们不但要学会有足够的应变能力，还要学会“忍”的智慧，以忍为进。就像有一次我发宣传资料，连续几次恭敬的递出资料去，可是客人呢 不张不说，还有点不高兴，还真有点赖!就这样一次又一次的遭受打击，一次又一次的总结经验，最终才能更佳地和客人沟通。

至于旅行社的经营模式与工作流程毫不夸张的说，几天就看懂了，我们的旅行社主要是策划为主，营销为辅;是一套策划加营销的经营模式。部门分为外联部、计调部、策划部和票务中心。可是要把真正的工作作好，还需要深入的研究。像票务中心不但要把宣传做好，还要了解相关的票务信息，了解机票的折扣情况，在相应的时间为客人预定机票，为公司赢得更多的利润。外联部的工作我觉得更是难，除了要与其他各大旅行社联系，笼揽更多的客人以外;还要为客人准备好一份完整的旅游流程，告知客人相关的注意事项。但这也许是我不会的缘故吧!常言道：“难者不会，会者不难。”

有一次，我接了一个电话是一个要去旅游的客人，他问了我很简单三个问题：去华东五市双飞六日游多少钱?华东五市是那五市?这游程是怎样的?我的回答都是：无语。虽然这次接听电话很失败，但对我的启发很大。从那天起我开始关注相关的信息，看游程、背价格等。其实许多事情都是这样，我们只有去做了，才知道不足的地方，才加以奋斗、努力。

旅行社的还有许多事情都是挺有意义的!虽然有许多让我们不满、气愤，但当我们回味的时候，却别有一翻滋味——甜甜的。

生活不是请客吃饭，上帝创造我们，就是要我们工作。在阳光旅行社见习的一个月一言难尽，但有一点是值得肯定的;它将为我以后的路子打下了牢固的基础，不管是就业、择业、还是创业。

呵呵!为理想而奋斗吧!

**520\_考核旅游个人总结精选**

一、 前言

通过对世界自然文化遗产泰山，世界文化遗产三孔，青岛市城市旅游、工业旅游、宗教旅游等实习，学习旅游专业的野外调研方法，认识旅游资源类型与特征，完成不同类型旅游资源的认知和评价，考察实习地的旅游开发和景区管理现状及问题，调研实习地的游客行为模式和旅\_业的经营状况，为促进山西省旅游资源开发和景区管理提供重要的借鉴。在为期一星期的实习结束后，通过自身的思考以及借鉴网络资源写下本次实习报告。在本文中将介绍到实习地点的景区资源，旅游人数，景区开发现状等，并对此做一番分析，提出问题、对策和建议。

二、 实践目的

本次旅游综合实习，是在旅游管理专业本科所开设的旅游资源、旅游景区管理、旅游规划开发、旅游市场营销学等专业 及经济学、管理学等核心课程基础上开展的一次综合性教学实践活动。通过对自然旅游资源、人文旅游资源、综合旅游资源，以及区域资源、国家旅游资源、世界旅游资源等旅游资源组合的实习，整合和延伸课堂课堂知识，培养和提高学生的实践认知能力和思维能力。

三、 实践地点

山东省泰安市泰山景区，山东省曲阜市“孔府、孔庙、孔林”景区，山东省青岛市

四、 实践时间

\_年7月12日—7月19日

五、 实践内容

(一)景区概况

1、泰山景区概况

泰山位于山东省中部，拔起于鲁中南群山之上。“五岳之首”泰山，是中华民族的象征，是灿烂东方文化的缩影，是“天人合一”思想的寄托之地。1987年被列入世界自然文化遗产名录。泰山自古便被视为是社稷稳定、政权巩固、国家昌盛、民族团结的象征，历朝历代，无论谁当上皇帝，第一件大事就是朝拜泰山，泰山也因此 成为中华人民共和国受过皇帝封禅的名山。无论是帝王将相，还是名人宗师，都对泰山仰慕备至。孔子“登泰山而小天下”传为佳话，杜甫“会当凌绝顶，一览众山小。”

泰山风景区横跨泰安、济南两市，北距素有“泉城”之称的济南60公里，南离鲁国都城、孔子故乡的曲阜70公里，津浦铁路在泰山西南侧通过，泰肥、泰新、泰宁、泰济等多条铁路、公路在泰山之南交叉。

泰山气候为暖温带半湿润季风气候，垂直变化明显，山下为暖温带，山顶为中温带。

泰山地区文化历史，几乎与整个中华民族同龄，泰山南麓有大汶口 文化，北麓有龙山文化遗址，可以佐证，再早些，还有5万年以前的新泰人文化遗存。更重要的是泰山于春秋战国时期就已成为中国最早的名山，五岳之首，成为历代帝王封禅祭祀的山岳，这个历史贯穿着整个封建社会，因而使它具有至高无上的历史地位。从先秦时代到中国封建社会结束，前后连续四千年数以百代的帝王或代表帝王的使 臣朝拜祭礼泰山，形成了有代表性的帝王封禅祭礼、百姓朝山进香的路线，即从祭地的嵩里山经帝王驻地的泰城岱庙，到封天的玉皇顶，构成长达十公里的地府——人间——天堂的一条轴线。

在数千年的泰山文明史中，不仅有泰山的封禅史，还有宗教、审美、科研以及农\_动的丰富历史。尤其在审美发展所产生的美学价值是十分突出的，通天拔地的泰山给人以雄伟的美感。泰山四大奇观 旭日东升 晚霞夕照 黄河金带 隆冬雾淞

2、曲阜三孔景区概况

曲阜古称圣域贤关，人文荟萃，英彦辈出。在这片古老的土上，诞生了“人文始祖”轩辕黄帝，儒家学派创始人孔子，以及炎帝神农氏，少昊金天氏、“元圣”周公、鲁工伯禽等古帝圣贤。如此众多的圣贤名士荟萃于此，谱写了东方圣城灿烂文化的绚丽篇章。全市拥有重点文物保护单位184处，曲阜的孔府、孔庙、孔林，统称“三孔”，是中国历代纪念孔子，推崇儒学的表征，以丰厚的文化积淀、悠久历史、宏大规模、丰富文物珍藏，以及科学艺术价值而著称。因其在中国历史和世界东方文化中的显著地位，而被联合国教科文组织列为世界文化遗产，于1994年12月被收入《世界遗产名录》。 被世人尊崇为世界三大圣城之一。 20\_年5月8日，曲阜市明故城(三孔)旅游区经国家旅游局正式批准为国家5A级旅游景区。

3、青岛景区概况

青岛市地处山东半岛东南部，位于东经119°30\'~121°00\'，北纬35°35\'~37°09\'。东、南濒临黄海，东北与烟台市毗邻，西与潍坊市相连，西南与日照市接壤。全市总面积10654平方公里，其中市区(含市南、市北、四方、李沧、崂山、城阳、黄岛七区)1102平方公里，所辖胶州、胶南、即墨、平度、莱西五市9552平方公里。

青岛地区历经沧桑，有着丰富的文化旅游景观，根据景观的空间分布和文化内涵，可分为各具特色的四大区域，即：西部旧城区(西方近代城市风貌)、东部新区(现代化国际城市风貌)、市区腹地(胶东民俗文化风貌)、郊区(历代文物古迹风貌)。到青岛来游览，即可享受宜人的气候和优美的风光。又可在观赏中外文化碰撞交融的结晶中产生深层次的思索和启迪，因而具有很高的旅游美学价值。具体说，青岛地区景观具有以下特点：一是岬湾相间，沙软滩平，岛礁曲折，城伴海生，海增城色。二是山险峰秀，或旷或幽，鬼斧神工，城隐于山，山为城骨。三是欧风建筑，衣衫延伸，造型别致，红顶石墙，精巧玲珑。四是宗教建筑别具韵味，市区的天主教堂、崂山的道观庙院、珠山佛寺尼庵，其建筑造型迥异，气氛庄严肃穆、空灵圣洁。五是名人故居之密集国内罕见。六是民俗景点分布广、传统悠久、种类繁多、民族文化底蕴深厚。七是文物古迹遍布辖区各市、区，古朴凝重、清幽典雅。八是东西文化水乳交融、相得益彰。

(二)景区形象定位

近年来,随着中国旅游业的飞速发展,旅游供给市场分类细化,旅游地之间的竞争越来越激烈。同时随着城市急剧发展,中国城市旅游流日益壮大。中国众多城市为了提高自身的竞争力,吸引更多的游客,以促进当地旅游业的发展,纷纷开始对其旅游形象进行塑造。形象已经成为当今社会的核心概念之一,人们对于形象的依赖已经成为一种生存状态。现代人类所具有的最基本的心理和行为特征就是形象消费方式与形象导向思维,消费者越来越依靠主观感觉认知来购买产品。形象对于旅游城市来说,更加不可忽视。

城市旅游形象内涵应该包含三部分的感知印象,这三部分就是:城市物质,包括旅游资源条件,基础设施和城市建筑等;城市行为,包括旅游规范制度、公共政策和市民及服务人员行为表征;城市心理,其核心是城市旅游价值观。根据李蕾蕾的目的地形象研究,我们也可以在城市旅游形象定位中,把影响城市旅游形象的最重要因子归纳为四个方面:地方文脉、资源条件、区位因素、战略管理。不同的方面可以被分解为众多的要素,众多的要素和因子组合就构成了城市旅游形象定位的内容基础。而其中,资源条件又是所有因子中最重要的因素,使整个城市发展旅游,宣传旅游形象的起点。根据城市本身旅游形象影响因子组合情况,我们可以把城市旅游形象定位分为两种方式,一种为综合型定位,另一种为特色型定位。

本次实习的三个市都有其非常重要的旅游资源。其中，泰安市的泰山属世界自然文化双遗产，曲阜市“三孔”资源属世界文化遗产，而青岛市作为中国重要的海滨度假胜地在游客吸引及对外形象宣传上起着重要的作用。以下是三市的旅游宣传口号：山东泰山市：“登泰山 保平安!”;山东曲阜市：“孔子故里，东方圣城”;青岛市：“海上都市 欧亚风情”。从各自的口号中可以得知，三市的形象定位分别是：平安、文化、休闲。

在泰安市，09年5月才开始公开征集城市形象定位口号，主打“泰山牌“，以平安和谐为主题。在曲阜市，城市形象定位尚未成型，众多学者纷纷提出自己的观点，希求曲阜在未来的城市旅游发展中能取得一席之地。在青岛，城市总体旅游形象确定为“奥运扬帆胜地、海滨度假天堂”“帆船之都、多彩青岛”。

(三)景区存在的问题

1、泰安市泰山景区

泰山景区旅游资源得天独厚，其丰富的旅游资源和独特的旅游文化是山东省的优势旅游资本，旅游产业发展的潜力巨大。但是，长期以来，泰山景区受到旅游资金的限制，旅游资源得不到很好的开发，致使旅游资源的优势得不到充分利用。此外，泰山景区内擅自设置张贴广告、灯箱、门牌影响景观的现象较为突出，虽然经过屡次整治，但回潮现象仍较为严重。据新浪旅游网网上调查资料显示，泰山景区在服务，娱乐，购物，住宿方面存在一定问题。 泰山每年的游客量多达百万人次，在一定程度上也刺激了景区内的消费市场，旅馆、饭店、旅游纪念品商店等商铺林立，方便了游客的衣食住行和游玩，但同时也存在一些不法行为，比如恶意欺诈、缺斤少两，强买强卖等，很多消费者投诉无门，或者投诉得不到及时处理，严重影响了泰山的形象。乱搭乱建等人为因素的破坏，导致泰山景区近年来出现“城市化、市场化和人工化”现象。泰山景区作为世界自然文化双遗产可能会因此亮起“黄牌”。

2、曲阜市三孔景区

在旅游景区，未被评定等级的旅游景区使用等级称谓从事经营活动;在旅游景区从事封建迷信或有损害国家形象的违法活动;强买强卖、抢劫盗窃和骗钱等危害景区治安秩序的违法行为;擅自在旅游景区及其周围摆摊、设点和出租景观;未按照价格主管部门的规定设置单一门票和联票且向旅游者强行出售联票;尾随、纠缠、胁迫、欺骗旅游者购买商品或者接受有偿服务;未按规定在危险地段设置安全警示标志。

在旅游购物方面，制假售假，以假乱真、以次充好、质次价高和虚假宣传;接待旅游团进行“封闭式”销售和以医疗咨询为名兜售高价药品等欺诈行为;购物点与导游人员相互串通私授私收回扣的非法行为。

3、青岛市旅游景区

青岛栈桥是岛城最的旅游景点，也是青岛的象征。但最近，栈桥公园一带的照相宰客、乱设摊点、沙滩垃圾多等问题突出，周边道路停车收费高;附近的西陵峡夜市烧烤不卫生，要价也高;到了旅游旺季，栈桥及周边一带游商浮贩多、乞丐多等，已经严重影响了青岛的旅游形象。

根据青岛市旅游局归纳整理发现，游客反映的问题主要集中在四个方面。一是旅游景区应急管理不到位，存在安全隐患。部分景区因游览人数较多，景区内秩序欠佳，尤其是个别室内景区，极易发生踩踏和体弱者暴病的事故。二是有的景点存在逃票、强制性捐款等现象。据游客反映，个别导游与景区管理人员或当地人串通帮助游客逃票，之后再向游客收取一定费用;有的景区摊贩销售他人穿过的泳衣。三是景区配套设施较差。主要反映有的景区停车场没有硬化。四是个别景点的分销点与出租车、黑导游形成一条利益链条，损害游客的利益。

(四)景区未来发展对策

在分析景区各自存在的问题后，各景区都应有其各自的解决对策。

在泰山，在研究其景区旅游开发投融资新定位、新政策、新手段、新体制的基础上,给出了泰山景区旅游开发融资策略建议:政府主导,增加投入;扩大招商引资,给予政策上的扶持;增强资本市场融资能力,走资本运营发展的道路;推进旅游企业改革,提高企业经济效益;改善投资环境,吸引旅游投资等未来发展对策。

在曲阜，加大促销力度，深度开发旅游产品。积极利用省旅游局大力实施“集中采购、捆绑营销”计划的契机，在中央电视台、山东卫视等重要媒体投放城市形象宣传广告。科学编制规划，加强旅游资源整合。打造旅游一体化，实现统一形象、统一线路、统一推介。

在青岛，第一，强化旅游业的公共性。从发挥旅游产业综合功能入手，围绕公共服务均等化的主要领域，优化在环保、健康、文明和安全等方面的资源配置，加大对拉动内需、扩大就业等关系民生领域的服务力度，树立旅游部门公共责任形象。第二，依托社会资源实现整合。抓住国家发展服务业的机遇，通过党委和政府统筹，摆脱行业和部门利益，整合社会公共服务资源，拓宽旅游公共服务供给渠道，实现旅游公共服务化。第三，推进旅游公共服务的战略结合，旅游部门在具体工作中要注意做好三个结合，一是与国家公共服务政策体系结合，优化发展环境;二是与政府职能转变和机构改革结合，理顺部门职能;三是与旅游业态创新和服务创新结合，开辟工作领域。第四，建立与市场对接的服务平台。要结合旅游市场化的特点和程度，培育与之相对应的公共服务平台。

纵观三市的未来旅游发展对策，可以作出以下几点总结性措施：

(一)进一步完善旅游景区基础设施建设

各级景区要加大基础设施投入，完善景区外部道路建设，增设旅游引导标识，使景区进出便捷，可进入性良好。建设与景观环境相协调的专用生态停车场或船舶码头，完善管理，合理布局，满足游客接待量要求。全面贯彻旅游厕所基本标准，加快景区旅游厕所建设，配套完善厕所设备设施，布局合理，数量满足需要，标识醒目美观，建筑造型与景观环境相协调。建设与景区相适应的购物、餐饮等配套设施，满足游客需求。

(二)进一步完善旅游景区公共服务设施建设

要树立以游客为本的理念，不断强化和完善服务设施建设。要优化游客中心建设和服务，做到位置合理，规模适度，设施齐全，功能完善。咨询服务人员配备齐全，业务熟练，服务热情。合理布局游客休息设施，完善各种引导标识(包括导游全景图、导览图、标识牌、景物介绍牌等)，要求突出造型特色，布局合理，与景观环境相协调。

(三)进一步美化旅游景区环境

采取得力措施，加强景区内外环境整治和美化，坚决整治景区乱堆、乱放、乱搭、乱建、乱刻、乱画等现象，加强环境卫生管理，做到无污水、污物，无乱建、乱堆、乱放等现象，建筑物及各种设施设备无剥落、无污垢，空气清新、无异味。景区卫生及时清扫，日产日清，垃圾箱布局合理，标识明显，数量能满足需要，造型美观，与环境相协调。要强化景区资源和环境保护。空气质量、噪声质量、地面水环境质量及污水排放等达到国家相关标准。科学保护自然景观和文物古迹，促进旅游景区可持续发展。

(四)全面推进景区标准化管理，提高服务质量

不断加强景区服务人员在礼节礼貌、仪容仪表、服务技能、服务规范等方面的培训工作，尤其是要加强讲解员队伍的培训，努力做到讲解科学、准确、生动。要积极开展职业道德和爱岗敬业等活动，不断提高景区服务质量。

(五)强化安全措施，确保景区旅游安全

要牢固树立“安全第一”的方针，全面排查治理旅游安全事故隐患，狠抓隐患整改工作，进一步深化旅游安全专项整治，完善旅游安全规章制度，建立健全隐患排查治理的长效机制，推动旅游安全工作责任制的落实。建立紧急救援机制，设立医务室，并配备医务人员。消防、防盗、救护等设备齐全、完好、有效，交通、机电、游览、娱乐等设备完好，运行正常，无安全隐患。危险地段标志明显，防护设施齐备、有效，高峰期有专人看守，确保旅游安全。

六、实践总结

通过在山东省泰安市泰山景区、曲阜市“孔府、孔庙、孔林”景区、青岛市为期8天的社会实践，学习到了自然旅游资源、人文旅游资源、综合旅游资源，以及区域资源、国家旅游资源、世界旅游资源等，开阔了眼界，整合和延伸了课堂知识，同时也培养了旅游职业感觉，对景区建设与管理发展有了一定的认识和见解。

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找