

旅游景区调查报告 县旅游景区建设情况的调查报告(优秀5篇)

报告材料主要是向上级汇报工作,其表达方式以叙述、说明为主,在语言运用上要突出陈述性,把事情交代清楚,充分显示内容的真实和材料的客观。报告的格式和要求是什么样的呢?下面我给大家整理了一些优秀的报告范文,希望能够帮助到大家,我们一起来看一看吧。

旅游景区调查报告篇一

引导语:调查报告是对某项工作、某个事件、某个问题,经过深入细致的调查后,将调查中收集到的材料加以系统整理,分析研究,以书面形式向组织和领导汇报调查情况的一种文书。今天,小编为大家整理了关于县旅游景区建设情况调查报告范文,欢迎阅读与参考!

为进一步推动旅游产业发展,人大常委会决定专题审议我县旅游景区建设情况。根据工作安排,5—6月份,人大常委会办公室组织调查组,对此进行了专题调研。调查组听取了县旅游局、xx旅游集团有限公司等部门有关情况的汇报,走访了xxxx等乡镇,并召开了旅行社负责人座谈会,了解情况,听取意见。现将调查情况报告如下:

近年来,县政府高度重视旅游工作,战略定位清晰,政策保障有力,坚持打造大景区、搭建大平台、促进大融合的工作思路,积极发挥政府主导作用,旅游资源开发不断向深度拓展,重点景区建设实现了历史性的突破,旅游产品不断丰富,旅游档次不断提升,旅游业发展取得了显著成绩。投资约xx亿元的xxx景区已投入试运行、“5a”景区创建工作稳步推进。投资近xx万、全长xx公里的xx休闲绿道建成开放,已成为市民休闲健身的重要场所、xxx旅游度假区、温泉城、xx农业观光

园等旅游项目相继签约或开工建设，完善配套设施，推动产业发展。乡村旅游点建设初显成效，开展油菜花、杨梅、薰衣草等节庆活动，较好地实现了产业互动发展。

(一)规划引导、政策保障有待进一步加强。一是景区建设规划亟需完善。《xx国家级风景名胜区总体规划》等在项目建设、空间布局和配套服务等方面还不够科学、合理；一些景区建设规划的前瞻性有待提高。部分优质旅游资源被私人占据，xx等景点存在无规划先开发的现象。二是相关政策亟待完善。旅游发展基金的激励作用尚未得到充分发挥。促进农家乐发展等扶持政策有待进一步完善。宣传促销缺乏灵活的优惠政策，对旅行社的激励政策不够科学，导致一些旅行社存在消极心理。

(二)景区品牌建设有待进一步深化。一是核心景区建设有待加快推进。xxx景区由于刚投入试运行等原因，景区特色鲜明的主题宣传口号尚未提出，跟外地同类景区相比，缺乏金字招牌，知名度美誉度有待提高。景区内配套服务未及时跟进，路牌标识不全，景区范围内缺乏餐饮和商品服务网点，体现人文关怀不够。缆车容量偏小、运力不足，高峰期如采取限游措施容易引发矛盾。圳口至官坑道路狭窄，节假日交通拥堵问题较为突出，影响游客游览质量。二是其他景区层次较低。除大神仙居景区，其他景区普遍存在“小、散、低”现象，产品种类偏少，景区功能单一，特色不够突出。大部分景区存在亏损现象，响石山、高迁古民居、永安溪漂流等景区经营困难。三是景区产品结构较单一。现有景区多以观光类产品为主，开发还未从传统的观光型向休闲型转变，旅游经济附加值不够高。四是文化内涵挖掘不够。现有景区人文旅游资源尚未充分挖掘和利用，宗教文化和优秀非物质文化遗产等没有得到深入开发，缺少文化气息和地方色彩。五是配套设施不够完善。旅游项目投融资体制不够健全，项目招商和建设进度不够快。服务设施不够健全，围绕旅游六要素的配套设施建设相对滞后。通往景区道路等级低，景点专线

班车较少，可进入性差，景区与景区之间连接不畅。

(三)旅游发展合力有待进一步增强。一是管理体制还需理顺。虽然推行了旅游体制改革，实现政企分开，但旅游局、神仙居旅游集团、各旅游平台之间的关系还未理顺，职责有待进一步明确，协调机制有待完善。旅委虽然已经成立，但组织框架尚未建立，未进行实质性运行，统筹协调的作用没有得到真正发挥。二是管理服务水平不够高。由于待遇低等原因，吸引、留住旅游策划、营销和管理等专业人才较难，景区从业人员服务意识不够强。导游队伍综合素质偏低，外语人才缺乏，队伍稳定性不强。行业管理有待加强，外地旅行社驻仙居门市部超范围经营，导致旅行社恶性竞争。有些旅游企业只顾及眼前利益，特别是宾馆酒店逢节必涨。景区宣传促销力度有待加大，促销机制有待创新，促销区域有待扩大。三是全社会支持旅游发展的氛围尚未真正形成。全县上下大旅游的观念还没有真正树立起来，少数职能部门主动参与和服务旅游发展的意识不强。部分景区周边村民因门票从紧政策产生抵触心理。“人人都是旅游环境、个个关乎旅游形象”的良好社会氛围尚未真正形成。

(一)着力营造全力兴旅氛围。一要强化“旅游兴县”理念。要牢固树立“大旅游、大市场、大产业”的发展理念，形成党政全力推动、部门密切配合、社会整体联动的发展格局，统筹推进旅游业发展。重点乡镇和有关部门要大力支持旅游景区建设，积极参与解决涉旅问题，努力营造合力兴旅的良好氛围。二要完善工作机制。旅委作为统筹全县旅游事业发展的机构，要尽快完善组织架构、理顺职能，协调好旅游局、旅游集团、度假区管委会和各旅游项目指挥部之间的关系，切实发挥作用。旅游集团要建立现代企业管理机制，搭建投融资平台，加强资本运作，加快推进景区基础设施和配套服务建设，推进景区管理的规范化。旅游局要坚持“依法治旅，以质兴旅”，建立和完善旅游行业服务标准，加强行业管理，强化市场监管，加强对假日旅游市场的规范和引导，努力营造文明、有序的旅游环境。三要营造和谐旅游环境。要通过

多种形式，加大对即将实施的旅游法的学习宣传，营造依法治旅氛围。以文明城市创建、慈孝文化建设等为抓手，加强宣传教育，消除各种陋习，不断提升市民综合素质。景区所在乡镇要做好政策处理工作，妥善处理好遗留问题，消除景区周边村民的抵触情绪，努力构建和谐旅游环境。

(二)着力完善景区规划和政策体系。一要进一步完善旅游规划。要按照高起点、高标准的原则，根据提升产业的要求，全面考虑功能布局、线路安排、要素配置等因素，高起点编制旅游目的地发展规划和区块规划等各类专项规划，力求突出特色、体现个性，实现差异发展。根据景区发展需要，抓紧修编《xx国家级风景名胜区总体规划》，增强前瞻性和可操作性。编制旅游资源控制性规划，使规划真正起到规范、保护的作用，实现优质资源有序合理开发。二要进一步完善扶持政策。研究出台支持我县旅游业发展的配套政策和具体措施，明确目标任务、责任分工、保证措施，为“5a”创建工作提供政策支撑。逐步加大对旅游业发展的支持力度，抓紧制订统一的旅游业招商和宣传促销等优惠政策，提高“含金量”。出台完善对农家乐、旅行社等扶持激励政策，进一步激发社会办旅游的热情和活力。

(三)着力打造知名景区和旅游品牌。一要做大做精核心景区。围绕打造国际旅游目的地这一目标，坚持大思路策划，大手笔建设，大服务配套，大品牌塑造。科学整合旅游资源，做大做强核心景区，建设精品景区，打造知名景区。扎实做好“5a”创建工作，按照创建标准，加快xx景区的升级改造，谋划好xx景区前期工作，创造条件申报世界地质公园和世界自然遗产。二要着力打造特色旅游品牌。以创建高品位的xx居省级旅游度假区为核心，大力发展溪谷休闲、森林休闲、特色农家乐等，完善绿道沿线配套设施，发展休闲度假旅游，打造生态休闲牌。依托我县丰富的人文历史资源和宗教文化，做活做大“仙”字文章，打造xx文化牌。做大做强油菜花、杨梅等节庆活动，加快推进海亮生态农业观光基地建设，打

造农事节庆牌。高起点规划、高标准建设温泉城，大力打造养生文化，推出温泉健康养生特色项目，打造温泉养生牌。拓宽思路，大胆创新，争取国内外大型品牌赛事落户仙居，打造大型赛事牌。加快推进抽水蓄能一下岸水库等景区项目开发，为发展特色旅游增加新的亮点。

(四)着力提升旅游景区服务质量和管理水平。一要完善配套设施。加大度假区项目招商力度，加快停车场、酒店等建设进度，不断完善景区配套服务功能。着重抓好大神仙居景区入口道路、旅游商店、观景小道、厕所、标识标牌等配套设施建设，健全景区安全保障体系，为游客创造舒心、安全的旅游环境。按照“全县景区化”的要求，加强景区外部环境整治，提升景区形象。二要重视队伍建设。创新人才激励机制，大力引进高端旅游人才特别是导游人才，加强职业教育培训，增强队伍稳定性。加强景区从业人员的技能培训，增强服务意识，不断提升管理服务水平。三要强化宣传促销。创新宣传机制，统一营销品牌，提高仙居旅游景区的知名度；扩大促销区域，面向大型媒体，拓宽旅游客源市场。

旅游景区调查报告篇二

近年来，县政府高度重视旅游工作，战略定位清晰，政策保障有力，坚持打造大景区、搭建大平台、促进大融合的工作思路，积极发挥政府主导作用，旅游资源开发不断向深度拓展，重点景区建设实现了历史性的突破，旅游产品不断丰富，旅游档次不断提升，旅游业发展取得了显著成绩。投资约xx亿元的xxx景区已投入试运行□“5a”景区创建工作稳步推进。投资近xx万、全长xx公里的xx休闲绿道建成开放，已成为市民休闲健身的重要场所□xxx旅游度假区、温泉城□xx农业观光园等旅游项目相继签约或开工建设，完善配套设施，推动产业发展。乡村旅游点建设初显成效，开展油菜花、杨梅、薰衣草等节庆活动，较好地实现了产业互动发展。

二、存在的主要问题

（一）规划引导、政策保障有待进一步加强。

一是景区建设规划亟需完善。

《xx国家级风景名胜区总体规划》等在项目建设、空间布局和配套服务等方面还不够科学、合理；一些景区建设规划的前瞻性有待提高。部分优质旅游资源被私人占据xx等景点存在无规划先开发的现象。

二是相关政策亟待完善。

旅游发展基金的激励作用尚未得到充分发挥。促进农家乐发展等扶持政策有待进一步完善。宣传促销缺乏灵活的优惠政策，对旅行社的激励政策不够科学，导致一些旅行社存在消极心理。

（二）景区品牌建设有待进一步深化。

一是核心景区建设有待加快推进。

xxx景区由于刚投入试运行等原因，景区特色鲜明的主题宣传口号尚未提出，跟外地同类景区相比，缺乏金字招牌，知名度美誉度有待提高。景区内配套服务未及时跟进，路牌标识不全，景区范围内缺乏餐饮和商品服务网点，体现人文关怀不够。缆车容量偏小、运力不足，高峰期如采取限游措施容易引发矛盾。圳口至官坑道路狭窄，节假日交通拥堵问题较为突出，影响游客游览质量。

二是其他景区层次较低。

除大神仙居景区，其他景区普遍存在“小、散、低”现象，产品种类偏少，景区功能单一，特色不够突出。大部分景区

存在亏损现象，响石山、高迁古民居、永安溪漂流等景区经营困难。

三是景区产品结构较单一。

现有景区多以观光类产品为主，开发还未从传统的观光型向休闲型转变，旅游经济附加值不够高。

四是文化内涵挖掘不够。

现有景区人文旅游资源尚未充分挖掘和利用，宗教文化和优秀非物质文化遗产等没有得到深入开发，缺少文化气息和地方色彩。

五是配套设施不够完善。

旅游项目投融资体制不够健全，项目招商和建设进度不够快。服务设施不够健全，围绕旅游六要素的配套设施建设相对滞后。通往景区道路等级低，景点专线班车较少，可进入性差，景区与景区之间连接不畅。

（三）旅游发展合力有待进一步增强。

一是管理体制还需理顺。

虽然推行了旅游体制改革，实现政企分开，但旅游局、神仙居旅游集团、各旅游平台之间的关系还未理顺，职责有待进一步明确，协调机制有待完善。旅委虽然已经成立，但组织框架尚未建立，未进行实质性运行，统筹协调的作用没有得到真正发挥。

二是管理服务水平不够高。

由于待遇低等原因，吸引、留住旅游策划、营销和管理等专业人才较难，景区从业人员服务意识不够强。导游队伍综合

素质偏低，外语人才缺乏，队伍稳定性不强。行业管理有待加强，外地旅行社驻仙居门市部超范围经营，导致旅行社恶性竞争。有些旅游企业只顾及眼前利益，特别是宾馆酒店逢节必涨。景区宣传促销力度有待加大，促销机制有待创新，促销区域有待扩大。

三是全社会支持旅游发展的氛围尚未真正形成。

全县上下大旅游的观念还没有真正树立起来，少数职能部门主动参与和服务旅游发展的意识不强。部分景区周边村民因门票从紧政策产生抵触心理。“人人都是旅游环境、个个关乎旅游形象”的良好社会氛围尚未真正形成。

三、几点建议

（一）着力营造全力兴旅氛围。

一要强化“旅游兴县”理念。

要牢固树立“大旅游、大市场、大产业”的发展理念，形成党政全力推动、部门密切配合、社会整体联动的发展格局，统筹推进旅游业发展。重点乡镇和有关部门要大力支持旅游景区建设，积极参与解决涉旅问题，努力营造合力兴旅的良好氛围。

二要完善工作机制。

旅委作为统筹全县旅游事业发展的机构，要尽快完善组织架构、理顺职能，协调好旅游局、旅游集团、度假区管委会和各旅游项目指挥部之间的关系，切实发挥作用。旅游集团要建立现代企业管理机制，搭建投融资平台，加强资本运作，加快推进景区基础设施和配套服务建设，推进景区管理的规范化。旅游局要坚持“依法治旅，以质兴旅”，建立和完善旅游行业服务标准，加强行业管理，强化市场监管，加强对

假日旅游市场的规范和引导，努力营造文明、有序的旅游环境。

三要营造和谐旅游环境。

要通过多种形式，加大对即将实施的旅游法的学习宣传，营造依法治旅氛围。以文明城市创建、慈孝文化建设等为抓手，加强宣传教育，消除各种陋习，不断提升市民综合素质。景区所在乡镇要做好政策处理工作，妥善处理好遗留问题，消除景区周边村民的抵触情绪，努力构建和谐旅游环境。

（二）着力完善景区规划和政策体系。

一要进一步完善旅游规划。

要按照高起点、高标准的原则，根据提升产业的要求，全面考虑功能布局、线路安排、要素配置等因素，高起点编制旅游目的地发展规划和区块规划等各类专项规划，力求突出特色、体现个性，实现差异发展。根据景区发展需要，抓紧修编《xx国家级风景名胜区总体规划》，增强前瞻性和可操作性。编制旅游资源控制性规划，使规划真正起到规范、保护的作用，实现优质资源有序合理开发。

二要进一步完善扶持政策。

研究出台支持我县旅游业发展的配套政策和具体措施，明确目标任务、责任分工、保证措施，为“5a”创建工作提供政策支撑。逐步加大对旅游业发展的支持力度，抓紧制订统一的旅游业招商和宣传促销等优惠政策，提高“含金量”。出台完善对农家乐、旅行社等扶持激励政策，进一步激发社会办旅游的热情和活力。

（三）着力打造知名景区和旅游品牌。

一要做大做精核心景区。

围绕打造国际旅游目的地这一目标，坚持大思路策划，大手笔建设，大服务配套，大品牌塑造。科学整合旅游资源，做大做强核心景区，建设精品景区，打造知名景区。扎实做好“5a”创建工作，按照创建标准，加快xx景区的升级改造，谋划好xx景区前期工作，创造条件申报世界地质公园和世界自然遗产。

二要着力打造特色旅游品牌。

以创建高品位的xx居省级旅游度假区为核心，大力发展溪谷休闲、森林休闲、特色农家乐等，完善绿道沿线配套设施，发展休闲度假旅游，打造生态休闲牌。依托我县丰富的人文历史资源和宗教文化，做活做大“仙”字文章，打造xx文化牌。

做大做精油菜花、杨梅等节庆活动，加快推进海亮生态农业观光基地建设，打造农事节庆牌。高起点规划、高标准建设温泉城，大力打造养生文化，推出温泉健康养生特色项目，打造温泉养生牌。拓宽思路，大胆创新，争取国内外大型品牌赛事落户仙居，打造大型赛事牌。加快推进抽水蓄能一下岸水库等景区项目开发，为发展特色旅游增加新的亮点。

（四）着力提升旅游景区服务质量和水平。

一要完善配套设施。

加大度假区项目招商力度，加快停车场、酒店等建设进度，不断完善景区配套服务功能。着重抓好大神仙居景区入口道路、旅游商店、观景小道、厕所、标识标牌等配套设施建设，健全景区安全保障体系，为游客创造舒心、安全的旅游环境。按照“全县景区化”的要求，加强景区外部环境整治，提升景区形象。

二要重视队伍建设。

创新人才激励机制，大力引进高端旅游人才特别是导游人才，加强职业教育培训，增强队伍稳定性。加强景区从业人员的技能培训，增强服务意识，不断提升管理服务水平。

三要强化宣传促销。

创新宣传机制，统一营销品牌，提高仙居旅游景区的知名度；扩大促销区域，面向大型媒体，拓宽旅游客源市场。

旅游景区调查报告篇三

西塘地处浙江省东北部嘉善县境内，江、浙、沪三地交界处，是一个集人文、历史、自然资源为一体的具有古老建筑、水乡风韵、生活情趣，同时又体现历史地域性和传统民族特色的江南水乡古镇。2000年2月，浙江省人民政府核准公布西塘为省级历史文化保护区。2001年4月，联合国教科文组织世界遗产中心将西塘列入世界文化遗产预备清单。近年来，西塘镇紧紧围绕“旅游重镇”建设目标开展工作，2004年，西塘镇全年共接待游客89万人次，实现旅游门票收入1062万元。

为了解西塘古镇景区旅游情况的现状，笔者于近日走访了西塘景区，以实地考察并结合问卷调查的形式对此展开调研活动。

此次调研过程中，共发放问卷40张，回收有效问卷 4 0张。根据问卷统计结果以及笔者观察记录，分别从“吃、住、行、游、购、娱”旅游六要素进行分析。

（一）吃

西塘特产丰富，小吃数量众多，有嘉善黄酒、荷叶粉蒸肉、八珍糕、臭豆腐、六月红、西塘粽子、芡实糕、大头菜、豆

腐花等，加上当地物产丰富，瓜果蔬菜和淡水产品应有尽有，每走隔几米远就有商铺贩卖各种食品，大都现产现卖，价格合理。沿河街道上，有数十家饭店餐馆供应热菜及特色食品，临河而建，环境幽雅，干净整洁。古镇景区内也有十余家特色咖啡馆，茶座，饮料店。

总体来说，西塘供应的食品物美价廉，品种繁多，方便快捷，而且富有当地特色，基本上符合旅游者对“吃”这一要素的需求。

（二）住

景区内设有十余家家庭式旅店，大都配有空调，彩电以及卫浴设备，干净卫生。平均房间价格大致为：淡季100元/间左右，旺季升至250元/间左右。

根据问卷调查显示，77%的游客希望住在舒适的经济型宾馆里，几乎没有人选择豪华宾馆。

（三）行

客认为到达景区比较便利。

景区占地0.24平方公里，景区内主要靠步行和乘坐游船两种方式游览，游船价格为60元/辆，大多数游客不选择乘坐游船，可能和价格因素有关。

（四）游

西塘古镇1.01平方公里范围内，水面面积达到0.18平方公里，占17.8%。古老的江南水乡风貌形成了西塘古镇丰富的自然景观资源，0.24平方公里的重点保护区范围内有着11万平方米的传统建筑群，石桥、石驳岸、深弄、石板路、古宅、廊棚等处处显现出江南水乡城镇的独特风貌，形成了古镇西塘“小

桥、流水、人家”的自然景观和生活特征。优越的景观和人文因素成为西塘旅游的重点优势之一。

（五）购

景区内除了几家特色商铺出售手工艺品，饰品，字画，艺术火柴，古董，民族服饰以外，其他大多数为食品店。

根据问卷调查结果显示，83%的游客在西塘除了门票以外最主要的消费是在特产上，其余则多消费在纪念品上。100%的游客对西塘的总体物价水平表示满意。

（六）娱

西塘具有独特文化氛围，特殊的地理位置，悠久的历史积淀，使这里成了吴越文化的融合荟萃之地，这种融吴越文化为一炉的地域文化，形成了西塘古镇独特的水文化、船文化、酒文化、花文化、收藏文化、庙会文化等。

（一）住

在考察中发现，景区外围附近几乎没有平价旅店，只有出口五百米左右有一家高档宾馆。景区内旅馆房间布置较为简陋，缺乏当地特色。由于这些旅馆大都由当地民房改建，房间数量不多，一旦到了旅游旺季景区内就容易出现住宿紧张的情况，所以大多数游客选择了一日游的形式而并不留宿，这在一定程度上给游客带来了不便，也制约了西塘旅游的发展。

（二）行

景区内由于弄道狭长，游客数量多，时常出现拥挤现象。根据调查问卷统计结果显示，有40%的游客认为“人流量太大”为在西塘游玩过程中的最主要的不足之处。

（三）游

没有明显的位置指示和标志，比较难找到。另外，景区内设有明信片出售点3处，但仅有一个位置十分隐蔽的邮箱，而景区外邮局邮箱设于600米以外，这给邮寄信件和明信片带来了很大的不便。

同时，有20%的游客认为景区内商业氛围较浓厚，40%游客认为环境保护不当，80%游客认为应该大力保护原有古建筑而不是开发新景点。这些因素都在一定程度上降低了游客的游玩兴致，也给西塘的整体形象打了折扣。

（四）购

笔者发现，特产等商品的包装上并无明码标价，价格是由商家自由给出。虽然不同商家给出的价格差别不大，但是这样容易形成恶性竞争和市场混乱。

同类商店尤其是食品类商品重复性大，缺乏竞争力。而且商家缺乏品牌意识，产品相似度高而难以辨别比较。

（五）娱

笔者观察到，除了旅游团的随团导游外，景区内只有一些没有上岗证的当地老人兼职充当导游，而没有配备专业导游。这就会影响到游客对古镇文化的理解，降低游玩效率及兴致。

（一）住

基于对古镇原有建筑的保护，西塘政府对民宅的改造有一定限制，牵涉到沿街立面的改造必须得到管理部门的批准。因此，笔者建议在景区外围附近开设一些不同档次的旅馆，方便游客住宿。同时对景区内旅馆的装饰增加西塘文化和水乡风情元素，提升整体形象品位，增加对游客的吸引力。

（二）行

笔者认为，景区在管理过程中应该适当限制游客数量，同时加大开发水上观光路线，降低游船价格，以此缓解陆上交通压力。

（三）游

景区管理部门应该尽快改善旅游配套设施和公共设施上的细节问题，比如设立明显的厕所指示牌，并在景区内配备一定数量的邮箱，提高停车场服务质量等。

同时，有关部门应该致力于古建筑的保护，控制商铺数量，限制与整体淳朴民风不相符的商业因素。

（四）购

笔者认为，针对乱报价现象，物价部门应该加强对商品价格的监管，对同类商品进行统一标价，规范市场。

商家应增加商品特色，打造个人品牌，同时使营销手段多样化。（有部分商家在淘宝网上出售特产食品，以实体店为网店服务，又以网店为实体店宣传，是一种很好的营销方式）

（五）娱

针对导游市场不规范现象，建议西塘政府尽快引进专业持证导游，分散在各个景点为游人进行讲解。

另外，根据调查问卷统计结果显示，来西塘旅游的游客50%年龄在19-30岁，20%在31-40岁。应该说，这是一个相对较为年轻的群体。要使西塘文化渗透其中，必须以一种较为新颖与活泼的形式展开。建议借用网络等传媒手段加大对西塘文化的宣传力度，同时可以开展文化节，民俗节等项目，创建文

化品牌，增加古镇旅游的娱乐性和观赏性，提升西塘的知名度。

旅游景区调查报告篇四

为全面掌握我县旅游景区相关情况，加强对景区门票价格的监管，近日，我们深入所辖主要景区，对旅游市场价格管理进行了一次专题调研。

一、我县旅游业现状

行社入驻远安；拥有鸣凤宾馆、远安宾馆、远安国际大酒店等多家星级宾馆以及三江、沮城等多家旅游饭店，发展星级农家乐200多家，其中四星级以上农家乐5家，开发出原野风、凤仙花菇、震旦角石、根雕盆景、卞和玉等40多个系列旅游商品，形成了较为完善、满足旅游六要素需求的综合配套服务体系。**年，全县旅游经济继续保持平稳较快增长，共接待各类游客**万人次，同比增长35.3%，完成年度计划的xx%□旅游综合性收入6.59亿元，同比增长42%，完成年度计划的108.1%。面对全县旅游业如此迅速发展之势，价格部门如何加强监管、做好服务，满足需求、促其发展，是摆在我们面前亟需解决的新课题。

二、旅游价格监管存在的主要问题及原因

1、调研发现，在旅游市场价格监管方面，全县各旅游景区高度重视，积极配合，为规范旅游市场价格，维护游客权益，满足游客需求，提升服务质量，争创一流服务，打造优质旅游品牌方面做了大量工作，但所存在问题仍不容忽视。

2、除较大宾馆、酒店明码标价基本规范外，其余经营门点明码标价较差。

3、时有价格举报投诉。主要是大学生、伤残军人和现役官兵，

对票价不执行减免政策方面的举报较多。

产生以上问题的主要原因，一是价格部门监管不力，平时检查少，特别是很少组织较大规模的`专项旅游市场价格检查，使旅游景区及其景区内的服务经营门点没有形成遵纪守法意识。二是在检查时图形式、走过场，不真查实罚，没有形成威慑力。

三是在政府组织的重大节日旅游市场大检查时，政府主管领导只重视交通安全、食品安全，而忽视价格管理工作。四是景区管理部门无压力，没有将他们的工作与景区价格和服务行业管理好坏实行奖惩挂钩，也没有制定具体有效的管理制度和措施。五是景区各经营者受经济利益驱动，一味图赚钱，服务意识极差，价格法律法规意识非常淡漠。六是受社会和谐和人性的思潮影响，价格部门执法力度有所弱化。

三、旅游价格监管的对策建议

物价部门要主动、积极地将价格管理职能，由单纯的管理型向服务管理型转变，奋发有为服务旅游业。对如何强化旅游市场价格监管，有以下几点建议。

一要综合开发经营。营造良好的旅游价格环境，不但是经济健康持续发展的需要，也是提高人们幸福指数的需要，它对于充分利用本地自然资源，促进经济发展，维护游客合法权益，保持社会和谐稳定，具有重要的现实意义。我县旅游业的综合发展还很不够，效益不高，结构不优，粗放经营问题比较突出，各旅游景区要从吃、住、行、游、购、娱来做文章，想办法从综合开发来提高经济效益，不能仅仅只依靠提高门票价格来作为经济收入的增长点。价格部门、旅游部门，特别是各旅游景区的负责人，要充分认识到这一点，制定制度，采取措施，加强监管，共同努力营造良好的旅游价格环境。

二要强化价格管理。价格部门在制定景点门票价格时，一要充分体现公益性原则，对重要游览参观景点门票价格的调整，实行价格听证；二要实行一票制管理，将普通和特殊景区内相邻的门票合并成联票，以方便游客；三要落实好对学生、现役军人、老年人、残疾人等及旅游团队的优惠票价政策；四要规范门票票价印制行为，门票价格应印制在门票票面的明显位置上，不得用加盖印章的形式在票面上标示价格。

三要推行强制公示。对景区门票价格一定要实施强制公示，特别要公示现行的门票优惠减免政策，对公示不规范的景区要严罚重处。同时，应由价格部门强行设制并监制规范的、统一的旅游景区门票价格公示牌，促其规范化。

四要严格明码标价。各宾馆、旅店、餐馆、饭店、景区、停车场、修车厂，要采取以公示牌、价目表、价目簿、标价签等形式，严格明码标价、明码实价。要做到价签价目齐全，标价详尽准确、字迹清晰，牌、表、簿、签制作规范，摆放位置醒目。

五要形成齐抓共管。价格部门可根据实际情况，定期不定期安排部署，特别是要安排一些规模较大、具有社会影响和威慑力的旅游市场价格大检查。必要时可在政府的统一领导和组织下，联合工商、税务、质检、公安、商务、旅游等部门，齐抓共管，形成合力，造成威慑，以充分发挥各职能部门的作用，促进旅游市场健康有序发展。价格行政执法机构，尤其要履行职责，加大执法力度，并依据现行价格法律法规和规章、政策，严肃查处旅游市场的价格违法行为，彻底扭转兼容性执法现状，来真的、动实的，以切实维护旅游市场价格秩序。

旅游景区调查报告篇五

由于人们的生活水平的提高，浪费现象的出现越来越严重。近日，我就春节浪费现象的问题进行了一次调查，并提出相

应的几点建议，希望能引起人们的关注。

我国虽自称地大物博，但实际可用资源不多。我国的森林覆盖率仅约13%；种植田地面积逐年减少；国家每年用电量快接近于每年的发电量；我国是世界13个水资源最贫乏的国家之一，并已有90%以上的城市水污染严重，80%流经城市的水域已被污染，78%的城市水源不符合饮用水标准，70%的人饮用不合标准的水，水资源贫乏的形势异常严峻。浪费更使这些问题雪上加霜。

春节，许多浪费现象随之暴露。如水资源被滥用；大量剩余年夜饭被倒掉；过量置办年货，用不完便扔掉；旧物品全换新；整夜开灯直到次日；春节一过，如灯笼之类的饰品全扔了；过年时摆设的花草一过完年便全扔了……诸如此类的浪费现象时有发生。

由于浪费现象的状况不同，浪费程度也有不同，现列表如下：

浪费类型

主要浪费对象

程度

浪费情况

水

家庭

轻

水龙头不关

电

家庭

轻

整夜通明

食物

饮食业及家庭

重

吃剩很多，全倒掉

花草

家庭以及店铺

中

过完春节便全扔掉

其它

家庭

中

旧的全扔掉，换成新的

所谓浪费，一般是指人们的各种活动超出了本应该所花费或使用的限度。

还记得以前人们生活水平提高的速度比较缓慢时，浪费现象很少出现，人们都很节约，垃圾也只会是一些废品。可现在

呢？人们的生活水平提高了，生活条件也好了，非但不再节约，反倒开始浪费起来。富裕起来的人们开始大肆开销，浪费现象在生活中随处可见。据调查，浪费的主要根本原因是人们的生活水平不断提高，导致人们的节约意识浅薄下来。

春节的主要浪费现象可分为两大类：饮食业浪费和生活浪费。

春节期间，有许多家庭都会选择在外面吃饭，餐厅、饭店、酒店等餐饮行业在此时便会顾客满盈。过年饭菜总会安排得过分丰盛，特别是年夜饭，而吃剩的饭菜，酒店也不敢马虎——几乎全都被倒掉。可见，饮食业的食物浪费不可忽视。

随着生活条件的提高，生活用品又成为了浪费问题的一个重要浪费源。春节这几天内，人们每天都制作大量的垃圾，这些垃圾主要包括饭菜、未用完的年货等，另外，水、电的用量也大大超出平时标准。

近年来，全国都采取各种方法来治理浪费问题，但收效甚微。要想改变当今现状，治理方法有如下几方面：

1. 进行节约意识宣传教育

有效地治理浪费问题，首先要加强宣传，使人们树立正确的消费观念，改变传统认识；树立资源贫乏的紧迫感。只有我们每个人都自觉提高节约意识，才能杜绝浪费现象。

2. 大家共同治理

浪费问题的治理，除了上级要加强宣传外，还需联合人们的力量。只有大家同心协力，才能根除浪费问题。

资源不多，浪费就等于雪上加霜。治理浪费刻不容缓！