

# 旅游景点的心得体会(精选6篇)

心得体会是指一种读书、实践后所写的感受性文字。那么我们写心得体会要注意的内容有什么呢？下面是小编帮大家整理的心得体会范文大全，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

## 旅游景点的心得体会篇一

经\*\*市高新区管委会（以下简称“高新管委会”或“甲方”）与成都\*\*信息技术有限公司（以下简称“成都\*\*”或“乙方”）双方友好协商，达成以下合作意向。

\*\*市高新区管委会承担着落实\*\*高新区信息化规划纲要精神、加快\*\*高新区信息化建设应用的重要职责，以云计算、物联网、移动互联网等先进的信息技术推广应用为契机，构建高新区域智慧公共服务平台，将政府主要管理职能、各项服务职能以及社会各领域的信息服务延伸到信息平台，促进高新区政府自身管理和服务，推进高新区智慧化发展；构建高新区智慧服务体系，进而为高新区民众创造更美好的生活，促进高新区的和谐、可持续成长。

成都\*\*作为信息化技术领航者，专注于云计算、移动互联网技术发展研究和探索，在云计算、移动互联网信息化领域上具有人才、资源、技术和研发等优势，可为客户提供一系列具有国际领先水平的信息化解决方案和服务保障。

双方战略合作本着“政府主导、社会参与、行业联动、企业实施”的原则，以“高起点、高标准、高规格、高品质推进高新区智慧信息化建设”为预期定位，大力推进高新区城市智慧信息化工作的科学、高端、高效发展，把高新区打造成为全国智慧城市的试点示范高地，为推动和促进高新区又好又快的发展做出积极贡献。

以科学发展观为指导，以智慧应用为导向，以信息企业为载体，运用先进技术，深化推进信息技术在不同领域的普遍应用，着力创新社会管理方式和推进智能民生事业发展，加快智慧型商务、文化教育、医药卫生、城市建设管理、城市交通、环境监控、公共服务、居家生活等领域建设，全面提高资源利用效率、城市管理水平和市民生活质量，将高新区建成为一个信息网络通畅、科技应用普及、生产生活便捷、城市管理高效、公共服务完备、生态环境优美、惠及全体民众的智慧城市。

在本次合作中，乙方在自身经营范围内，可以为甲方提供咨询服务、需求调研、项目研发、部署实施等内容。服务内容包括：

- 1、高新管委会将与成都\*\*共同商讨“智慧高新”信息化项目的建设计划；
- 2、成都\*\*将就“智慧高新”项目建设提出具体可行的设计、建设方案，并进行开发、实施。

“智慧高新”项目建设是一项庞大而复杂的信息化应用工程，为了有效地保证项目的建设质量，将项目分阶段、分任务进行组织建设，整个项目建设的全过程划分为需求分析、设计、开发、实施和试运行、正式运行和维护阶段，每个阶段完成相应的任务，确保项目的建设。

#### 第一阶段：需求分析及项目设计阶段

乙方在甲方需求确认基础上对功能进一步加以分析和细化，完成项目详细设计，提交甲方确认，进一步完善和策划，经双方共同确认后正式生效，作为后续软件开发、测试及验收的基础。

#### 第二阶段：项目开发阶段

双方根据确认的设计结果，制定详细的开发计划安排，作为软件开发阶段的项目管理和监控依据；乙方严格按照开发计划进行软件的界面设计、系统编码及测试，保证项目按期交付。

### 第三阶段：项目实施和试运行阶段

开发完毕，乙方进行项目部署安装，指导协助甲方完成项目的测试、试运行工作，并在原需求设计整体不变的情况下进行局部完善修改。

### 第四阶段：项目正式运行和维护阶段

系统进入正式运行期，乙方为系统运维提供保障，并根据甲方业务需求，进一步进行扩展建设。

双方同意，本协议签订后，立即成立合作工作组和建议沟通机制，就本协议项下的具体合作事项时间进度安排进行商谈。

1、甲方负责提出具体需求，并在乙方进行软件开发过程中提供必要的支持。

2、甲方有义务协调乙方与甲方相关单位的关系，保障乙方正常的开发条件。

3、乙方负责详细需求调查、设计、开发、调试、培训、技术服务等，保

证按照甲方提出的用户需求按时、按质完成开发任务。

4、乙方承诺为甲方的介入人员的交流、培训、监督和检查提供完全便利的条件。

5、甲方在协议期内发生需求变更较大，引起协议中乙方设计开发内容调整时，双方对变更内容进行协商，协同解决，并

形成备忘录。

1、支付方式：本项目的具体价格、费用根据项目建设阶段，分阶段进行支付。

2、付款方式：原则上每阶段首付款比例不低于50%，尾款预留不超过10%，具体的付款方式双方在每阶段协议中另行协商签署。

3、每阶段的费用根据双方签字确认的工作量评估报告的所需工作日计算、或者通过签订补充协议购买人天数来计算，每阶段的费用除具体工作量费用外，含20%管理费用、3%税费。

每阶段费用=工作日费用标准\*开发所需工作日\*人数

工作日费用标准依据：15000元/22天=681元/天

在乙方为甲方履行本协议、提供开发过程中产生的新成果物的知识产权归甲乙双方共有，未经许可，任何一方不得擅自许可任何第三方阅读、使用或复制。

（一）本框架协议之签署、效力、解释、履行及争议的解决均应适用中华人民共和国法律管辖。

（二）因本协议而产生或与之相关的任何争议，均应首先由双方友好协商解决。若争议发生15天后仍未能得到解决的，任何一方均有权将争议提请提交成都市仲裁委员会仲裁，按照该会仲裁规则进行仲裁。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。

（三）双方确认，双方之间的信任与相互合作是本协议得以履行和合作目标得以实现的重要基础，除本协议另有约定之外，一方在未经另一方事先认可的情况下，不应将本框架协议项下的全部或部分权利或义务转让给第三方，除非双方一

致同意或本协议另有约定或法律规定，任何一方不得终止本协议。

（四）本框架协议的所有相关事宜双方均应本着平等互利、精诚合作的原则友好协商解决。

（五）双方合作研究的成果及相关具体合作内容、办法，在本合作意向协议

框架下，另行协商签署。

（六）本协议书一式六份，双方各执三份，由双方授权代表签署并加盖公章后生效。

## 旅游景点的心得体会篇二

暑假的时候，我和妈妈，牛阿姨还有垚垚姐姐，四人同行，跟随旅游团，来到了青岛。

从德州坐车到青岛，需要五六个小时。凌晨三多发的车，到了中午十一点多才到。一路上，所有人都困得睡着了，只有我，在那里听着mp5不睡觉。

到了青岛已经是中午了，大家早饭都没吃，现在饿得都不成样子了，都在埋怨。不一会儿，司机把车开到一个饭店门前，大家都你拥我挤得冲下车。包括我的妈妈、阿姨，也是如此。我和姐姐在一起，等待着其他人下车。人群都渐渐的下去了，我和垚垚姐姐才慢悠悠地走下去。正在这时，我看到了一个和我差不多大小的小女孩，也跟我们一样，最后下车。我跑上去，想和她交个朋友，她也很乐意和我们做朋友。她叫董文婷，我们都叫她婷婷。就这样，我有了这次青岛之行的第一个好朋友。

吃完午饭，下午就要去景点游玩了。

我们去的第一个景点是“崂山”。它位于青岛市区东部，与老市区相邻，东南濒临黄海。崂山区以境内的崂山而命名，其山脉纵横，群峰峭立，古木参天，海山相映，有九宫八观七十二庵等名胜古迹，被誉为“海上名山第一”。在这里，我们买了一些崂山的特产，像什么崂山茶呀、崂山绿石呀、金钩海米等等。

晚上，导游为我们安排好了住处，我和妈妈住在一起，但还不忘去好朋友的房间里玩耍一番。

第二天，我们去的是第一水浴场和海底世界。

上午，我们来到了第一水浴场，这里的人很多，都玩得很开心，嘴角的笑荣从来就没消失过。我们三个一来到这，就又蹦又跳，互相打闹嬉戏，玩得不亦乐乎。导游只给了我们一个多小时的时间，这对我们来说哪够啊。我们决定，在这沙滩上举行一个比赛，看谁先能把别人身上都弄满水。刚开始我以为肯定是自己赢，结果却让我小小的想法一落千丈。她们二招一，活活把我推到海里去了。唉，弄了我一身水。不过，挺高兴的。下午我们去了海底世界，透过玻璃，看到了一些生活在海洋里的动物，有一大部分是我没有见过的，这次真的增长了见识。

很快就到了第三天，这天下午就要返航回德。最后一上午，我们去了“栈桥”。

栈桥，是个远近闻名的地方，是个很美的地方，桥北沿岸辟为栈桥公园，园内青松碧草，花木扶疏，并设有回廊石椅，与沙滩礁石浑然一体，相映成趣，入夜，华灯齐放，桥上、岸上如株株玉兰盛开，水中波光粼粼，与远处的“琴屿飘灯”遥相辉映。我们在这里合影留念。栈桥上会有一些穿着卡通人物的一些人，吸引人们去和她们照相。刚开始不说收费，但一照完了，立马就要钱。

时间过得真快，转眼之间就要回家了。我对青岛是那么的眷恋，那么依依不舍。虽然我们走了，但，我们的心依然停留在那美好的时光！

## 旅游景点的心得体会篇三

- 1、旅游资源的概念：自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力，可以为旅游业开发利用，并可产生经济效益和环境效益的各种事物和因素。
- 2、旅游地概念：是一定区域空间范围内，由旅游资源、旅游服务设施及其他相关旅游条件结合形成的吸引游客前往旅游的区域。
- 3、风景名胜区概念：指具有观赏、文化或者科学价值，自然景观，人文景观比较集中，环境优美，可供人们游览或者进行科学、文化活动的区域。
- 4、自然保护区概念：指对有代表性的自然生态系统，珍稀濒危野生动植物物种的天然集中分布区，有特殊意义的自然遗迹等保护对象所在的陆地，陆地水体或者海域，依法划出一定面积予以特殊保护和管理的区域。
- 5、旅游景区管理概念：就是在一定的环境下，对景区拥有的人力、物力、财力、信息等资源进行有效的计划组织、领导和控制等职能管理，通过资源的优化配置，实现景区的目标的过程。
- 6、博物馆概念：指收藏、保护、研究、展示人类活动和自然环境的见证物。
- 7、旅游景区规划概念：对旅游系统进行全面分析，找出旅游系统内部各个要素间相互影响，相互的反馈关系，遵循系统的发展规律，对各要素进行合理的干预，以增强系统的功

能，促进系统的良性循环。

8、旅游发展规划的概念：是根据旅游业的历史，现状和市场要素的变化所制定的目标体系，以及为实现目标体系在特定的发展条件下对旅游发展的要素所作的安排。

9、旅游景区人力资源管理：是指旅游景区为有效利用人力资源而制订的人力资源管理战略和人力资源计划，并在其指导下，进行人员安排、业绩评定、员工激励、管理培训及法定报酬和劳资关系。

10、正激励：就是当一个人的行为表现为符合社会需要或组织目标时通过表彰和奖赏来保持和巩固这种行为，已达到调动积极性的目的。

1、旅游景区管理存在的主要问题有哪些？

（一）多头管理、条块分隔、产权主体缺位。目前，我国旅游景区的宏观格局的突出问题是政出多门，条块分隔管理，导致政府主导的功能被弱化。

（二）旅游景区政企不分、政事不分现象普遍。许多风景名胜区及文物景区中，由于条块分隔和政、企、事部分，政府机关的衙门作风与旧国有企业的各种弊端兼而有之。

（三）景区秩序混乱，服务意识弱，游客安全感不足。旅游安全是旅游者对旅游景区产品的最低要求。

（四）资源破坏，环境恶化。资源的破坏，一方面是人为的破坏、另一方面是由于旅游容量产生的资源退化。

2、论述旅游解说服务的目的和意义？

1、提供服务信息，引导旅游活动。

2、发挥旅游资源价值，提高景观资源利用率。

3、强化环境教育、提升旅游地形象。

4、鼓励游客参与，规范景区管理。

3、论述“三三六”评价法？概括为：“三大价值”“三大效益”“六个条件”三大价值是指风景资源历史文化价值、艺术观赏价值和科学考察价值。三大效益是指经济效益、社会效益和环境效益。六个条件是指旅游资源的开发，必须建立在一定的可行性的条件基础上。地理位置和交通条件、景象的地域组合条件、旅游环境容量、客源市场条件、投资条件、施工条件。

4、分析游客投诉的原因及处理步骤？对景区人员服务投诉：一般是由于景区服务人员素质不高、服务水平低下、服务观念存在问题而产生的（1）服务态度问题，不回答游客的咨询、服务动作缓慢、漠视游客的意见。（2）服务语言使用不当。（3）服务技能工作程序混乱，漏点或错点游客人数。

5、论述景区旅游资源衰退的原因及文物资源的保护措施？

1、自然原因，寒暑变化、风吹雨淋、流水侵蚀、火山地震。2人为破坏。主要表现为滥伐、偷猎、盗掘、侵污、挖刻。保护措施：（1）加盖加罩，（2）防蛀虫蚁危害，（3）限制游人数量，减少游人对文物古迹的影响，（4）配备防治大气污染的设备，（5）配备防火设备，（6）防止水对文物的侵害。

2、升级改造旧产品

3、优化景区产品组合。

1、现代人力资源管理与传统人事管理的区别？传统人力资源管理仅仅包括行政和事物管理两个方面，现代人力资源管理

不仅包含原有内容，而且管理重点由以事为中心转变为以人为中心，成为企业战略管理的重要组成部分。现代企业的人力资源管理与传统的人事管理相比，在管理内容、管理形式、管理方式、管理策略、管理技术、管理体制、管理手段上有明显的区别。（1）在管理内容上，传统的劳动人事管理以事为中心，而现代人力资源管理则以人为中心。（2）在管理形式上，传统的劳动人事管理属于静态管理，而现代人力资源管理属于动态管理，强调整体开发，（3）在管理方式上，传统的劳动人事管理主要采取制度控制和物质刺激手段，现代人力资源管理采取人性化管理。

2、旅游区总体规划的任务是什么？分析旅游区客源市场、确定旅游区的主题形象，划定旅游区的用地范围及空间布局，安排旅游基础设施建设内容，提出开发措施。（1）对旅游区的客源地市场的需求总量、地域结构、消费结构等进行全面的分析与预测。

（2）界定旅游区范围，进行现状调查和分析，对旅游资源进行科学评价。（3）确定旅游区的性质和主题形象。（4）确定规划旅游区的功能区和土地利用，提出规划期内的旅游容量。（5）规划旅游区的对外交通系统的布局和主要交通设施的规模、位置；规划旅游区内部的其他道路系统的走向、断面和交叉形式。（6）规划旅游区的景观系统和绿地系统的总体布局。（7）规划旅游区其他基础设施、服务设施和附属设施的总体布局。（8）规划旅游区的防灾系统和安全系统的总体布局。（9）研究并确定旅游区资源的保护范围和保护措施。（10）规划旅游区的环境卫生系统布局，提出防止和治理污染的措施。（11）提出旅游区近期建设规划，进行重点项目策划。（12）提出总体规划的实施步骤、措施和方法，以及规划、建设、运营中的管理意见。（13）对旅游区开发建设进行总体投资分析。

3、简答旅游景区规划的目标包括哪些内容？

（一）、旅游者目标，旅游业是以旅游者为本，提高旅游者的满意度任何一个景区规划的根本目标之一。旅游景区规划就是为景区开发提供规范，并尽可能提高旅游者的满意度，尽量避免相关问题的产生，而不是事后帮助旅游者解决问题。

（二）投资者目标、景区投资者为景区开发、建设投入大量资金，承担市场风险，理应获得市场回报。

（三）环境目标，旅游资源和环境是景区开发与规划的对象，是景区的核心吸引力。

（四）社区目标，旅游业是国家经济的组成部分，它和其他许多产业的有关联的。

4、简答对水体类旅游资源如何进行管理？采取措施严格控制工业污染源，并逐步治理污染物，发展生态农业；对景区内的污水、污染物进行处理；景区的游船使用无污染的电瓶船，船上垃圾收集到岸上处理；减弱水体波浪对堤岸的冲击；加强对水体周围的绿化。

大低于传统营销费用，并且网上的商品交易价格完全公开，某一企业的产品价格要受同行业、同类产品价格的约束。再次，在销售渠道方面，网络本身就是渠道的最佳形式，它使整个交易过程都在举手之间完成，真正实现消费者与厂商的直接沟通，方便消费者购买，同时信息反馈也更加及时。最后，在广告和促销方面，传统营销师单向的，同时企业成本较高，作为消费者无论是否需要这类产品的信息，甚至根本没有购买意向时，各类广告业经常充斥在消费者的生活空间。而网络营销师一对一和交互式的，更容易引起消费者认同，加强了企业与消费者沟通与联系。

6、旅游景区的概念及内涵？概念：“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，是具有参观游览、休闲度假、康乐度假、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。内涵：

（一）有一定的空间范围和界线

（二）有供游客参观游览的吸引物，旅游景区时满足旅游者旅游需求的功能载体是旅游者实现旅游目的的场所，其主体功能是旅游，因此必须能够为人们提供欣赏、游览或者从事娱乐活动的吸引物。

（三）有良好的可进入性，旅游具有异地性，是一种独特的异地体验，需要旅游景区有良好的可进入性，以方便游客进入。

（四）具有一定的旅游服务设施和基础设施，旅游设施包括为旅游者提供游览服务的设施。

（五）具有专门的经营管理机构，我国旅游景区类型多样，性质也较为复杂。

7、简答旅游景区管理的构成要素？

1、旅游景区管理的主体，管理主体是指有一定管理能力，拥有相应权威和职责，从事管理活动的人。

2、旅游景区管理的客体，是景区管理主体可以支配并需要调用的一切资源，主要由人力、财力、物力、信息组成。景区的形象、市场、业务以及与景区业务和效益相关。

3、景区管理职能，即用什么方法进行景区管理，或称为景区管理方式。根据管理学的管理职能理论，无论是商业性景区还是公益性景区，其管理活动都包括决策、计划、组织、领导和控制五大职能。

8、旅游解说服务包括哪些内容？

（一）区域环境解说，区域环境解说主要向游客介绍景区所在区域的自然、社会、文化和经济环境。

（二）旅游吸引物解说，旅游吸引物解说是对景区内各类自然景观和文化景观和文化景观的解说，主要向旅游者展示景区的各类旅游景观以及开发烦人景点景点景物。

（三）旅游设施解说，旅游活动的实现必须借助一系列的基础设施和旅游配套服务才能完成。

（四）旅游管理解说，旅游景区不仅为人们提供游憩空间和场所，同时也承担着保护自然资源或文化遗产的任务。

9、什么是景区旅游资源，简述旅游资源和景区旅游资源的关系？旅游景区旅游资源是指存在于旅游景区内，能够吸引旅游者，满足其旅游需求，能被旅游旅游业开发利用并产生经济、社会、生态效益的自然景观和人文景观以及旅游服务设施的总和。景区旅游资源和旅游资源的主要区别是：景区旅游资源是限定于景区之内的，范围比较小，而旅游资源是相对于自然界和社会来说的，范围比较大；景区旅游资源是景区之内的，而景区时已被开发利用的并形成旅游吸引力的，所以，景区旅游资源当然也是被开发利用的，而旅游资源包括未被利用的资源。可以说，景区旅游资源是旅游资源的一个组成部分。

10、景区旅游资源评价的内容包括哪些？

（一）景区旅游资源评价的内容，（1）美学观赏性。美学观赏性主要指旅游资源能提供给旅游者美感的种类及强度。（2）科学性，它反映旅游资源的科学意义。（3）历史文化性，是指旅游资源是否与重大历史事件、历史人物有关，及其遗存文物古迹的数量。（4）奇特性，旅游资源的特色个性。（5）规模与组合状况，旅游资源的规模是指景观对象数量的多少、体积及占地面积的大小。（6）功能性，旅游资源的旅游功能

是指旅游资源能够满足某种旅游活动需求的作用。

## 旅游景点的心得体会篇四

随着人们生活水平的提高，游客对于旅游景区的要求也越来越高。为了满足游客的需求，很多景区开始进行升级改造，提升景区品质和服务质量。作为一个旅游从业者，我有幸参与了一些景区升级的项目，并从中获得了一些心得体会。

### 第二段：规划设计

对于一个优秀的景区升级项目来说，规划设计至关重要。在规划设计阶段，需要充分考虑游客的需求，不仅要注重景区的美观程度，还要注重功能性和实用性。同时，在规划设计时还应该考虑景区的环境保护问题，确保升级改造过程对景区的生态环境造成的影响尽可能小。

### 第三段：建设管理

建设管理是一个景区升级项目的实现环节。在建设管理时，要注重质量把控和进度控制，确保施工过程顺利进行并在规定时间内完成。同时，在建设管理中也需要注重工人的劳动保护问题，保障他们的正当权益。

### 第四段：招商运营

景区的招商运营也是一个景区升级项目的关键步骤。在招商运营中，要注重考虑游客的需求和消费水平，制定科学的价格策略和服务策略。同时，还要注重建立良好的客户关系，帮助游客解决问题和提出合理化建议，加强客户服务体验。

### 第五段：总结

景区升级改造是一个复杂而又综合的系统工程，需要许多环

节的协调和配合。在景区升级过程中，要注重科学管理和精细化运营，坚持以游客需求为导向，着力提升景区服务品质和游客满意度。只有这样，才能让更多的游客喜欢上这个景区，促进旅游业的发展和景区的可持续发展。

## 旅游景点的心得体会篇五

在现代社会，随着人们生活水平的提高和休闲旅游的兴起，越来越多的人选择去景区游玩。作为旅游行业的重要组成部分，景区的实际体验给游客带来了许多美好的回忆。笔者作为一名旅游爱好者，亲自去过很多著名的景区，积累了丰富的实际心得体会。

### 第二段：景区的自然风光

一个好的景区首先应该有独特而壮丽的自然风光。我曾去过的一家著名的国家级风景名胜区就给我留下了深刻的印象。那里有奇特的地貌，美丽的湖泊、山峦，还有丰富的植被和动物资源。在那里，我深深地感受到了大自然的力量和美丽。这样的景区给予了我无限的灵感和内心的宁静。

### 第三段：景区的人文历史

除了自然风光外，景区的人文历史也是吸引游客的另一个重要因素。曾经到过的古城景区给我留下了深刻的印象。那里有悠久的历史，古老的建筑和寺庙，还有丰富的文化遗产。在那里，我可以感受到中国古代文明的博大精深。通过参观博物馆和历史展示，我了解了很多以前从未了解过的事情。景区的人文历史让我对自己的国家和文化有了更深层次的认识。

### 第四段：景区的服务质量

除了风光和历史，景区的服务质量也是影响游客体验的重要

因素。我曾经去过的一家景区给我留下了极好的印象。那里的工作人员非常友善和专业，他们热情地为游客提供帮助和指导。景区还提供了便利的交通和舒适的住宿设施，让游客的出行更加便捷和舒适。景区的服务质量让我感受到了主人热情好客的精神，让我在旅行中感到宾至如归。

## 第五段：景区的意义与价值

作为一个旅游目的地，景区不仅仅是提供给游客欣赏自然风光和历史文化的场所，它还承载着更深层次的意义与价值。景区的发展可以促进当地经济的繁荣，增加就业机会，改善地方居民的生活质量。在景区旅游过程中，游客能够感受到美，融入其中，从而增加对自然和人文的敬畏之情。此外，景区还能促进不同地区之间的交流与合作，加深了解和友谊。因此，景区的存在与发展对个人和社会发展都有着重要的影响。

## 总结：

通过亲身体验，我在各个景区中获得了许多美好的回忆和实际心得体会。景区的自然风光和人文历史让我对世界充满了好奇和向往，景区的服务质量让我感受到了来自他人的温暖和关怀。景区不仅是一个旅游景点，更承载着深层次的意义与价值。通过旅游，我们能够了解和尊重自然与人文，为自身的成长和社会的发展做出贡献。

## 旅游景点的心得体会篇六

### 旅游景区标识牌

景区标识系统是以树立景区形象，为游客提供人性化服务，增强游客的旅游体验，引导游客顺利完成旅游活动为根本目标。

按旅游资源构成景区分为自然类景区、人文类景区及复合型景区三大类型，自然类景区导览标识系统，应尽量保持原有地貌、水体、气候、动植物等自然地理要素，并从中提取设计元素。人文类景区导览标识系统，要突出其多功能综合性和文化性特征，以此作为导览标识系统设计和设置的依据，并在创意构思、具体形式、装饰风格上给予充分体现。复合型景区导览标识系统，要与景区整体宏观规划相统一，符合景区人文及自然特色，并视其所处具体位置，根据实际情况及特色，合理设计和设置导览标识。

包含景区全景地图、景区文字介绍，游客须知、景点相关信息，服务管理部门电话等全景导游图。

## 二、景物（景点）介绍牌

指景点、景物牌介绍，相关来历、典故综合介绍。

## 三、道路导向指示牌

内容包括道路标志牌、公厕指示牌、停车场指示牌等游客提示牌。

## 四、警示关怀牌

提示游客注意安全及保护环境等一些温馨提示牌、警戒、警示牌。

## 五、服务设施名称标识

停车场、售票处、出入口、游客中心、医疗点、购物中心、厕所、游览车上下站、游船码头、摄影部、餐饮点、电话亭、邮筒、医务室、住宿点、博物馆存包处等场所标识等一些公共场所的提示标识牌。公共道路设置交通指示牌，垃圾桶，景区休闲椅凳，仿木景观凳。