



北京旅游咨询
Beijing Tourist Information



北京旅游咨询 实务

PRACTICE OF BEIJING TOURIST INFORMATION

北京市旅游局 编著
北京联合大学旅游学院

◎

中国旅游出版社



北京旅游咨询 实务

PRACTICE OF BEIJING TOURIST INFORMATION

北京市旅游局 北京联合大学旅游学院◎编著



中国旅游出版社

责任编辑：譙 洁
装帧设计：中文天地
责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

北京旅游咨询实务/北京市旅游局, 北京联合大学旅游学院编著.
--北京: 中国旅游出版社, 2010. 10
ISBN 978 - 7 - 5032 - 3743 - 0

I. ①北… II. ①北…②北… III. ①旅游服务: 咨询服务 -
技术培训 - 教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 196694 号

书 名: 北京旅游咨询实务

主 编: 北京市旅游局 北京联合大学旅游学院

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编: 100005)

http: //www. cttp. net. cn E-mail: cttp@cnta. gov. cn

发行部电话: 010 - 85166507 85166517

排 版: 北京中文天地文化艺术有限公司

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 北京新魏印刷厂

版 次: 2010 年 10 月第 1 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

开 本: 720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张: 21.5

印 数: 2000 册

字 数: 392 千

定 价: 39.80 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3743 - 0

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与发行部联系调换

编辑委员会

名誉主任：张慧光 黄先开

主任：孙维佳 王美萍

委员：王忠民 夏志强 田雅琳 孟祥萍
赵晓燕 刘爱服 石美玉 李秀娜
张文俊 秦明 高山 于平
丁于思 王葳 曾雪莲

序 一

2009年11月，国务院发布了《关于加快发展旅游业的意见》，提出要大力发展旅游服务，提升服务质量及旅游咨询服务，把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。此外，文中还提到以信息化为主要途径提升旅游服务质量，提高旅游服务效率。

北京市委、市政府高度重视旅游产业的发展，通过一系列政策措施，着力发挥首都资源优势，保持旅游业持续较快发展的良好势头。旅游业已成为首都经济不可或缺的重要支柱产业。北京旅游产业的大力发展，对于促进首都经济快速、稳步发展；对于改善民生、推动社会和谐安定；对于提高城市现代化水平、建设现代国际城市均具有十分重要的意义。

要建设国际一流旅游城市，北京的旅游设施、服务标准、服务水平、企业素质等方面都需要不断提升。随着国际交流合作日益广泛，特别是2008年奥运会、残奥会的成功举办，北京的国际影响力显著增强，城市国际化水平大幅提升，一批标志性的奥运场馆成为旅游的新亮点。空气质量、市容环境、城市交通、商业、住宿、餐饮等设施的提升，为北京旅游产业的发展奠定了良好基础。

北京市旅游咨询服务中心的建设，是2001年北京市政府承诺为群众办的60件实事之一。从一开始就明确将北京旅游咨询服务中心定位为：国际的、首都的、现代的、公益性的、综合性的旅游咨询服务机构。我们一直努力以“五个统一”即统一规划、统一设计、统一标志、统一配置、统一宣传，来打造“i北京旅游咨询”的形象，服务广大中外游客。

在北京市委、市政府的领导下，经过各级政府的共同努力和培育，北京旅游咨询服务体系建设得到了长足的发展。目前，王府井、前门、什刹海、北海、西单、奥林匹克中心区、三里屯、CBD等外国人、外地人常去的北京标志性建筑及文化聚集旅游区，北京火车站、首都机场等重要交通枢纽以及京承、京藏、京沪、京开、京港澳等北京重要交通高速公路都设立了旅游咨询站。

到2010年9月，全市已经拥有110家旅游咨询服务站点，从业人员达到700多人。2001年12月至2010年9月底，全市咨询站共接待中外宾客823万人次，

发放各类宣传材料 688 万份（册），对北京旅游业作出了自己贡献。“i 北京旅游咨询”品牌影响不断扩大，其无形资产也达到 1.23 亿元人民币。

北京市旅游局高度重视全市旅游咨询工作制度建设，在各方面的通力配合和努力下，迈出实质性步伐。从 2009 年起，我们制定了四项旅游咨询工作的基本制度。北京市地方标准《旅游咨询服务中心设置与服务规范》（DB11/T 640—2009），成为全国第一家旅游咨询方面的地方标准。《北京市旅游咨询服务中心体系建设规划》对于指导全市咨询站点的布局和建设有着重要意义。《旅游咨询站管理规范》，对咨询站点的服务水平的提升发挥作用。2010 年 4 月，我们又制定并实施了《品牌形象视觉识别系统》，对于进一步规范旅游咨询服务形象有着重要意义。

上述四个文件构建起了北京市旅游咨询服务工作的基本框架，并将支撑整个北京市旅游咨询服务中心基本体系的形成和发展。

加强从业人员的培训工作，始终是北京市旅游咨询服务管理工作的一项重要内容。旅游咨询行业的蓬勃发展，需要高素质的旅游咨询人才队伍作为支撑。充分利用北京丰富的教育资源，培养适合北京旅游咨询服务行业发展的优秀人才，加大对旅游咨询服务行业从业人员，尤其是身处第一线的旅游咨询工作人员的培训力度，不断提高其业务素质 and 职业道德水平，是提高旅游咨询服务水平的必由之路。

目前，针对全市旅游咨询工作的实际情况，我们每年坚持进行两次全员培训，即市级培训和区县培训，并已经纳入咨询站考核体系中。市级培训注重通用性知识，以培训旅游基础知识、接待礼仪知识、外语等通用性知识为主，并且从 2009 年开始与知名旅游院校进行合作，对全市咨询员实施了系统的培训，收到很好效果。全市各区县的培训重点则针对本区县咨询人员的状况，在区域旅游资源方面下工夫，宜采取听课和景点实地考察的方式进行。

为了适应全市旅游咨询工作对人才的需求和咨询工作的实际情况，北京市旅游局邀请北京联合大学旅游学院组织具有多年旅游专业教学经验的教师编写了本书。

作为首本专门针对旅游咨询的培训教材，本书详细介绍了旅游咨询的发展历史、国内外旅游咨询的现状及发展趋势。书中不仅知识点丰富，还为读者提供了课后思考题及练习题。书中还引入了一些旅游咨询实际案例，这在一定程度上减少了知识与实践脱节的矛盾。

希望本书的出版能够对在全国范围内蓬勃发展的旅游咨询服务起到促进和提升的作用。



2010 年 9 月

序 二

随着北京“建设国际一流旅游城市”目标的提出，如何借助资源优势大力发展旅游产业，如何使北京旅游业可持续发展，成为各界越来越关注的问题。众所周知，发达的旅游公共服务体系是国际一流旅游城市的必要保障，旅游咨询服务是旅游公共服务体系的重要组成部分，已经成为衡量旅游城市发展程度的主要标准。完善的旅游咨询服务体系可以成为游客的最佳参谋，可以成为城市旅游的形象代言，还可以成为旅游行政管理部门的决策支撑依据。因此，北京市旅游局把建立健全旅游咨询服务体系放在了战略高度来重视。

旅游咨询从业人员的素质决定了旅游咨询服务的质量和水平，可以说，咨询从业人员培训是咨询服务队伍建设的头等大事。为了进一步加强旅游咨询从业人员的培训工作，北京联合大学旅游学院应北京市旅游局的邀请，共同编写了这本北京旅游咨询服务的专门培训教材。作为旅游专业高等院校的研究人员，我们一直在思考，一直在探索，旅游咨询服务的内涵是什么？旅游咨询从业人员需要具备什么素质才能提供满意的服务？借助这次编撰教材的良好契机，我们把一直以来的思考和研究转换成文字成果，成为旅游咨询人员培训的素材。

我们对教材的名字进行了反复讨论和斟酌，最后定为《北京旅游咨询实务》。所谓实务，就是要有实用性、可操作性，可以为旅游咨询服务提供直接参考和指导，成为旅游咨询从业人员的工具书。虽然旅游相关的教材很多，但是编撰旅游咨询服务培训的专门教材，在国内还属首次。因此，我们集合北京联合大学旅游学院的优势力量，组织院内旅游方面的专家，结合自身的理论研究，针对北京旅游咨询服务的特点和需求，从旅游咨询服务涉及的方面和内容着手进行教材的编著。本教材共分为八章，涵盖了旅游咨询现状、综合知识、北京旅游购物、北京旅游景点、北京餐饮咨询、计算机基础知识、旅游咨询英语以及旅游营销等八个方面的内容。每章由若干专题内容组成，内容由浅入深，知识目标、导入案例和复习思考题能够帮助读者更好的理解和掌握知识要点。

作为国内首本旅游咨询服务培训教材，本教材的编写是一项开创性的工作，填补了国内旅游咨询服务相关培训教材的空白。本教材具有如下特点：

(1) 定位准确。本书主要是面向北京旅游咨询服务从业人员,从旅游咨询服务实际需求角度出发进行编撰,既不同于普通的旅游类教材,也不同于一般的旅游咨询研究文献。

(2) 内容丰富。旅游咨询服务具有很强的综合性,所涉及的旅游信息包含与旅游直接相关的景区、旅游线路、旅游纪念品、购物、餐饮、相关政策法规等各类信息,信息面非常广。我们针对旅游咨询服务的特点,对旅游咨询服务涉及的内容和范围进行系统分析与分类,并在此基础上组织撰写教材的章节和知识点,使内容全面系统、思路清晰。

(3) 特色突出。本教材强调内容的实用性,突出北京旅游的特色。教材中既包括旅游咨询服务人员要求掌握的通用常识,如旅游咨询概述、基础知识等;也包括针对北京旅游咨询服务的具有北京特色的内容,如北京旅游景点、北京餐饮介绍等。

(4) 学以致用。教材内容具有可操作性,注重理论联系实际,把旅游研究理论和旅游咨询服务实践很好地结合起来。针对旅游咨询服务的实践性强的特点编著教材内容,并引入旅游咨询实际案例,以提高教材的生动性。

本书由编委会成员合作完成。本书可作为北京旅游咨询服务培训专用教材以及政府管理部门、行业社团管理机构、旅游研究院所及企事业单位相关人员的理论工具书,也可作为院校相关专业师生的学习参考书。

本书在写作过程中参阅了国内外有关文献和最新研究成果,对北京旅游咨询服务以及北京产业发展进行了深入调研,在编写过程中得到了北京市旅游局、北京市旅游服务中心、各旅游咨询站以及高等院校的许多专家学者的大力支持和协助,在此一并表示诚挚的谢意。同时,感谢中国旅游出版社的大力支持与帮助。

由于时间仓促,加之理论水平和旅游咨询服务实践经验有限,教材中难免出现疏漏和错误,不妥之处,恳请读者评判指正。

黄兰开

2010年9月

目 录

第一章 旅游咨询概述	1
第一节 绪论	2
一、背景	2
二、基本概念	3
三、旅游咨询服务中心的定位和作用	5
第二节 国内外旅游咨询服务发展现状	7
一、国外旅游咨询服务发展现状	8
二、国内旅游咨询发展现状	15
第三节 北京旅游咨询服务中心发展现状	20
一、北京旅游咨询发展总体情况	20
二、北京旅游咨询服务中心现状分析	23
三、北京旅游咨询制度与规定	31
四、北京旅游咨询服务志愿者管理机制	32
第四节 北京旅游咨询发展趋势与前景展望	33
一、品牌知名度	33
二、站点覆盖面	34
三、运营管理模式	34
四、服务水平	34
五、人员队伍建设	35
本章小结	35
复习思考题	35
第二章 旅游咨询综合知识	36
第一节 咨询服务礼仪	38

一、礼仪概述	38
二、日常交际礼仪	41
三、礼貌服务	52
四、咨询礼仪与旅游业职业道德	57
第二节 旅游维权咨询	61
一、旅游维权咨询概述	61
二、消费者权益保护法	63
三、旅游投诉	70
四、《团队国内旅游合同（示范文本）》的约定条款	76
本章小结	78
复习思考题	79
 第三章 北京旅游购物咨询	80
第一节 旅游购物概况	81
一、旅游购物的含义	82
二、旅游购物的组成	86
三、旅游购物的类型	87
四、旅游购物的特点	89
五、旅游购物的重要性	89
第二节 旅游购物行为	92
一、旅游购物行为的含义	93
二、旅游购物决策过程	98
三、旅游购物行为的特点	100
第三节 旅游商品	101
一、旅游商品的含义	102
二、旅游商品的组成	103
三、旅游商品的类型	105
四、旅游商品的特点	109
五、旅游商品的作用	110
第四节 旅游购物设施	111
一、旅游购物商店	111
二、旅游购物设施类型	112

三、旅游购物设施的布局	114
本章小结	117
复习思考题	117
第四章 旅游景区（点）咨询	118
第一节 北京旅游概述	119
一、北京旅游相关信息	119
二、北京主要旅游景区（点）游览项目	121
第二节 北京主要旅游景区（点）咨询	124
一、北京六大景区（点）	124
二、北京其他旅游景区（点）介绍	137
本章小结	142
复习思考题	142
第五章 餐饮文化咨询	143
第一节 北京饮食体系	144
一、本土地方风味	145
二、都市风味	147
三、兄弟民族风味	148
四、百姓家常菜	150
五、私幕官府菜	151
六、素食斋饭	154
七、古代宫廷官府遗风	155
八、传统小吃	156
九、异国风味	156
十、京味糕点	157
十一、传统熟食	158
十二、其他	159
第二节 京郊主题特色饮食	159
一、通州饮食	159
二、怀柔饮食	161
三、密云饮食	163

四、延庆饮食	165
五、昌平饮食	167
六、平谷饮食	169
七、房山饮食	170
八、门头沟饮食	171
九、大兴饮食	172
十、顺义饮食	172
第三节 京城创意文化餐饮	173
一、朝阳区餐饮业	173
二、东城区餐饮业	175
三、西城区餐饮业	178
四、丰台区餐饮业	180
五、海淀区餐饮业	180
本章小结	181
复习思考题	181
第六章 计算机及英语基础应用	182
第一节 文字处理（中级）	182
一、Word 的基本操作	182
二、Word 的高级应用	187
第二节 日常英语 Daily English	191
一、Greeting 问候	191
二、Date/Time 日期/时间	207
三、Weather/Climate 天气/气候	213
本章小结	219
复习思考题	219
第七章 旅游营销实务（高级）	220
第一节 旅游咨询人员职业素质	221
一、品德素质	222
二、能力素质	223
三、业务素质	224

四、个人素质	225
第二节 旅游市场细分	226
一、旅游市场细分的含义	226
二、市场细分的目的	227
三、旅游市场的细分方法	227
第三节 访客消费行为分析	232
一、客人需求新潮流	232
二、管理顾客的期望	233
三、旅游咨询服务中心营销趋势	233
第四节 旅游咨询技巧	234
一、探寻顾客需求技巧	234
二、顾问式咨询技巧	235
三、了解客人的性格习惯, 灵活提供咨询服务	236
四、咨询服务	236
第五节 旅游者的心理状态与心理特点	237
一、旅游者共同的心理特点	238
二、初入境时旅游者的心理	239
三、旅游者在游览过程中的主要心理	240
第六节 旅游者的个体心理差异	242
一、旅游者的男女心理差异及行为特征	242
二、旅游者的气质类型差异	244
三、旅游者的性格差异	246
第七节 客我交往过程中的心理现象分析	248
一、旅游活动中的客我交往(社会知觉)	248
二、合理利用有关的心理现象做好服务工作	248
第八节 旅游态度的概念及其特性	250
一、旅游态度的概念	250
二、影响旅游态度形成的因素	251
三、改变旅游者旅游态度的方法	253
本章小结	257
复习思考题	257

实训项目：角色扮演	258
第八章 计算机及英语高级应用	259
第一节 数据处理	259
一、Excel 的基本操作	259
二、Excel 的高级应用	267
第二节 咨询处工作英语：Information Desk / Office/ Center	273
一、Asking and Telling Directions 问路、指路	273
二、Travel Counter 旅游咨询柜台	285
三、Tourist Information Center 旅游咨询服务中心	291
四、Offering Information 提供信息	296
本章小结	300
复习思考题	301
 附录一 旅游咨询服务中心设置与服务规范	 302
附录二 北京市旅游咨询服务中心管理规范（试行）	309
 参考文献	 315

第一章

旅游咨询概述

【知识目标】

- 了解：国外旅游咨询发展现状、国内旅游咨询发展总体现状、北京旅游咨询发展趋势
- 理解：旅游咨询的地位、旅游咨询服务的作用、北京旅游咨询管理制度
- 掌握：旅游咨询服务的含义、北京旅游咨询服务发展现状

导入案例

永远不会忘记你们的微笑

来自加拿大的 Lisa 女士，独自一人背包在世界各地旅行，她曾到过世界上 20 多个国家。2009 年 3 月 16 日，Lisa 来到北京，预计旅游 3 天，希望在短短 3 天旅程中，能够充分了解和感受北京的魅力。由于是第一次到北京，事先没有安排好行程，在北京人生地不熟，再加上不懂中文，语言上有障碍，因此令她有些不知所措，不知道怎样找到既便宜又舒适的旅馆，也不知道如何开始 3 天的旅程。在什刹海，当她发现了熟悉的“i”标志，便立刻走进这家位于前海小广场东侧的北京旅游咨询服务中心寻求帮助。

旅游咨询服务中心的咨询员用流利的英语向 Lisa 介绍了周边的几家宾馆供其选择，她最终选择到一家准三星级宾馆入住。这家宾馆不仅价格实惠，还有免费早餐送到房间的服务，令 Lisa 非常满意。此外，咨询员还根据 Lisa 的需求，为她设计了北京三日游行程，介绍了故宫和北海公园等旅游景点。通过 3 天充实的行程，让 Lisa 爱上了北京，特别是北海公园里晨练的老人们，给她留下了深刻的印象。同时，北京旅游咨询服务中心工作人员热情周到的服务给 Lisa 留下了良好的印象。

3 月 19 日，Lisa 即将结束中国行起程回国，她再次来到北京旅游咨询服务中心，对咨询员表达了感谢之情，并不断说：“北京旅游咨询服务中心真是太棒

了!”同时还送来了一封感谢信。信中谈到她在北京的体验,以及对北京旅游咨询服务中心工作人员的看法。信中这样写道:

For Corey with 1 Million Thanks

Dear Corey,

If it weren't for you, my visit to Beijing would not have been anywhere close to what it has been. You saved my whole trip. I am so grateful for your kindness, when I remember China, I will think of you first. Thank you taking away my fear and for being a sweet man. I will never forget you and your smile. I do not believe in god, but if there is one, I pray that he or she fulfills all of your dreams.

Your Truly

Lisa Gillman

(多亏了旅游咨询站,我在北京的旅游丰富而圆满。对于你们的帮助万分感谢。当我回忆起中国时,首先想到的就是你们咨询中心,多么好的咨询员呀,谢谢你们,使我的顾虑一扫而光。我永远不会忘记你们和你们的微笑。我不相信上帝,如果真有上帝存在的话,我愿向上帝祈祷,实现你们所有的愿望。)

第一节 绪 论

一、背景

当今世界正处于大发展、大变革、大调整的重要时期,经济全球化、政治多极化的趋势日益明显。随着全球能源日趋紧张以及对环境的要求日益提高,转变经济发展模式、推动产业结构优化、实现可持续发展是新时期必须考虑的战略性问题。旅游作为低碳环保型新兴产业,产业体系庞大,对拉动社会就业、促进经济增长、转变发展模式意义重大。因此,发展旅游产业已成为当今世界各国经济发展的优先选择和重要突破点。中国作为历史文明古国,拥有丰富的自然资源和辉煌的文化资源,随着国际影响力的提升和人民生活水平的提高,旅游业发展潜力巨大。政府也越来越重视旅游产业的发展,2009年,国务院颁布了《关于加快发展旅游业的意见》,明确提出“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”,从而把发展旅游业从行业、部门和经济的层面,提升到国家发展的战略层面。近年来,中国旅游产业进入了快速成长期,2004~2008年,中国入境旅游人数从1.1亿人次增长到1.3亿人次,年均增长

6.8%；旅游外汇收入从257亿美元增长到408亿美元，年均增长11.7%，中国已经成为继法国、美国、西班牙之后的第四大入境旅游接待国。

北京作为中国的首都，在新的历史时期，应该重新定位发展方向和战略目标，以顺应国际、国内两个大局的需要，不断提升城市的国际化水平。因此，《北京城市总体规划（2004～2020年）》中提到，必须以建设世界城市为努力目标，不断提高北京在世界城市体系中的地位和作用。北京是中国旅游资源的富集地，也是世界旅游的重要目的地和客源地。新的城市战略定位和发展目标，不仅使北京旅游业更具发展潜力和生机，也带来了巨大的商机和活力。大力发展旅游产业、构建国际一流旅游城市是北京迈向世界城市的第一步。战略性地提出要把旅游业培育成为首都经济的第一大产业，建设世界一流的旅游城市，有助于促进商品、资本、信息、技术、人才的流动，进一步提高城市的知名度和国际影响力，在北京建设世界城市过程中将发挥举足轻重的作用。北京明确了“一、十、百、千、亿”的发展目标，即创建国际一流旅游城市，旅游的收入增加值占全市GDP的10%以上，年入境旅游收入超过100亿美元，入境游客接待量超过1000万人次，国内游客达到2亿人次。

随着旅游产业的迅猛发展，政府的指导和支持作用日益凸显，提供旅游公共服务，已经成为政府对本国旅游业进行有效引导、调控的一种手段。国际旅游市场的细分化趋势，散客旅游市场的大幅增长以及旅游的个性化需求，均使完善和成熟的旅游公共服务成为一种客观需要，旅游公共服务体系建设越来越受到关注。可以说，旅游公共服务体系是旅游产业可持续发展的根本基础和前提条件。作为旅游公共服务的重要组成部分，旅游咨询服务的发展状况，已经成为衡量旅游城市发展程度的主要标准。目前，我国很多城市已设立了旅游咨询服务机构，可以为旅游者提供旅游信息咨询以及相关服务。明确旅游咨询服务在中国旅游发展新时期的地位和作用、建立适应中国国情的旅游咨询服务模式、规范旅游咨询服务机构的管理、提高旅游咨询服务工作人员素质是当前旅游咨询服务体系建设的重要内容。

二、基本概念

（一）旅游咨询服务中心

旅游咨询服务中心，又称旅游信息中心、旅游问询中心或访客中心，主要指为访客提供旅游咨询服务的机构，英文为 Tourist Information Center（TIC）或 Visitor Center（VC）等，也有国家称之为 Welcome Center（欢迎中心）或 Public Relations & Information Center（公共关系与信息中心）等。旅游咨询服务中心一