



北京旅游业培训系列教材

· 京郊旅游 ·

北京京郊旅游专题研究

BEIJING JINGJIAO LÜYOU ZHUANTI YANJIU



北京市旅游业培训考试中心◎编



旅游教育出版社

北京旅游业培训系列教材

· 京郊旅游 ·

北京京郊旅游专题研究

BEIJING JINGJIAO LÜYOU ZHUANTI YANJIU



北京市旅游业培训考试中心◎编

北京·旅游教育出版社

总策划:刘 权 丁海秀

执行策划:马 瑞

责任编辑:安颖侠

图书在版编目(CIP)数据

北京京郊旅游专题研究/北京市旅游业培训考试中心编. —北京:旅游教育出版社, 2013. 4

北京旅游业培训系列教材·京郊旅游

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2572 - 4

I. ①北… II. ①北… III. ①郊区—旅游业—研究—北京市—技术培训—教材 IV. ①F592. 71

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 057075 号

北京旅游业培训系列教材·京郊旅游

北京京郊旅游专题研究

北京市旅游业培训考试中心 编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@ 163. com
印刷单位	河北省三河市灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850mm × 1168mm 1/32
印 张	9. 125
字 数	184 千字
版 次	2013 年 4 月第 1 版
印 次	2013 年 4 月第 1 次印刷
定 价	25. 00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

北京旅游业培训系列教材·京郊旅游

编 审 委 员 会

主 任：鲁 勇

副 主 任：宋 宇 李艳萍 于德斌 曹鹏程 王 粤
安金明 方泽华 邹伟南 赵广朝

执行主任：安金明(兼)

委 员：于迎军 于临澧 石 军 兰学军 乔剑平
刘 权 刘金堂 许宏隽 孙 健 杨 真
杨慧艳 李 辉 李金玺 邹统钎 张双锁
陈梦慧 周 为 南洪江 姜宇红 袁丽民
徐 也 徐向军 黄亦红 崔春花 商广清
颜淑敏 冀显江

《北京京郊旅游专题研究》

主 编：安金明

副 主 编：南洪江 孙 健 张晓军 王书珍

编 者：于迎军 王 燕 王汉亮 王晓丽 代改珍
刘金堂 许宏隽 杨 真 杨慧艳 李亚丽
张 星 周 盈 侯彩云 姜宇红 徐工作
徐向军 韩怀丽

序 言

以《国家中长期人才发展规划纲要(2010-2020年)》、《中国旅游业“十二五”发展规划纲要》和“十二五”期间北京市旅游发展规划的总体部署为指导,围绕建设世界一流旅游城市、实现北京旅游业“国民经济的战略性新兴产业和人民群众更加满意的现代服务业”两大战略目标要求,北京市旅游发展委员会整合优质旅游教育资源,创新管理理念,采取政府引导、市场为主、部门合作、社会参与的长效化运作机制,通过协调旅游管理部门及相关机构的旅游教育培训工作,构建北京旅游立体教育培训体系。体系的建立,对于稳步推动科学、有效的旅游教育培训供求对接机制的建立,最大限度地发挥现有各种各类旅游教育培训资源的潜力,不断提升旅游教育培训质量,助力北京旅游发展战略目标的实现,具有十分重要的现实意义。

构建北京旅游立体教育培训体系的重要一环,就是开发科学适用的教材体系。北京市旅游业培训考试中心对旅游行业现有教材进行严格遴选,并积极组织业内权威专家、经验丰富的专业人士编写新教材,全面开发符合新时期旅游业发展需要的“北京旅游业培训系列教材”体系,进一步推进旅游行业的人才队伍建设。

本套教材为“北京旅游业培训系列教材”体系的大胆尝试,从理论、实践、专题和案例四个层面,给予参加“百千万”京郊旅

游培训的广大京郊旅游管理者及从业者以切实指导,亦可供相关旅游院校、机构教学及研究参考,是了解京郊旅游发展与实践的极佳资料。希望教材的出版,能够为北京市旅游业的快速发展贡献绵薄之力。



2013 年 3 月

 目 | 录
CONTENTS

专题一 京郊旅游产品开发	1
第一节 京郊旅游产品概述	2
一、京郊旅游产品的定义	2
二、京郊旅游产品的主要业态	3
三、京郊旅游产品开发原则	6
四、京郊旅游产品开发趋势	7
第二节 把脉宏观政策	8
一、政策概述	8
二、政策解读	9
第三节 甄选核心资源	12
一、乡村旅游资源综述	12
二、自然生态空间资源	12
三、农业生产性资源	13
四、农村生活性资源	15
五、引进(创造)资源	21
第四节 基于需求构建核心产品	24
一、基于“根本需求”的产品开发	25
二、基于“求异需求”的产品开发	26
三、基于“时尚需求”的产品开发	28
实操问答	30



专题二 京郊旅游营销推广	35
第一节 营销理念	36
一、以人为本	36
二、效果导向	37
三、创新引领	38
第二节 营销策略	39
一、品牌营销	39
二、口碑营销	43
三、互动营销	45
四、合作营销	49
五、生活方式营销	52
第三节 营销实施保障	55
一、组织管理保障	55
二、人力资源保障	56
三、资金保障	57
实操问答	57
专题三 京郊旅游餐饮服务	69
第一节 京郊旅游特色菜品开发	70
一、京郊旅游依托的种养殖特色和发展趋势	70
二、京郊旅游特色餐饮开发	72
第二节 营养与养生	76
一、营养与餐饮	76
二、养生与餐饮	83
第三节 加工工艺	85
一、京郊餐饮空间和设施	85
二、京郊餐饮加工工艺	89



三、京郊餐饮特色加工指南·····	90
第四节 餐饮管理·····	97
一、京郊餐饮预订管理·····	97
二、京郊餐饮菜单定价策略、方法与技巧·····	101
三、京郊餐饮价格制定·····	103
四、京郊餐饮成本核算·····	106
实操问答·····	107
 专题四 京郊旅游住宿接待·····	113
第一节 一村一品特色文化设计·····	114
一、呈现形式·····	114
二、内容设计·····	114
第二节 客房设计·····	117
一、硬件设施配置·····	117
二、家具软装选择·····	120
三、卫生间配置·····	121
第三节 客房服务规范·····	123
一、客房卫生标准·····	123
二、客房卫生程序·····	124
第四节 住宿接待礼仪·····	127
一、入住、退房礼仪·····	127
二、服务礼仪及禁忌·····	131
第五节 人性化订房服务·····	133
一、人性化订房服务的方式·····	133
二、网上预订流程·····	134
三、注意事项·····	134
实操问答·····	135



专题五 京郊旅游运营管理	141
第一节 京郊旅游的运营思路及策略	142
一、京郊旅游的运营思路及方式	142
二、京郊旅游的运营策略	143
三、京郊旅游的运营诀窍	146
第二节 构建制度体系	147
一、积极的人才培养体系	147
二、优质的服务管理体系	148
三、完善的安全保障体系	150
四、高效的公共卫生体系	152
第三节 加强员工管理	153
一、科学合理的员工招聘	153
二、高效实用的员工培训	156
第四节 开展游客管理	163
一、独特创新的游客参与设计	163
二、灵活多样的游客行为导引	164
三、高效完善的游客反馈机制	166
第五节 做好财务管理	168
一、不断提升财务管理水平	168
二、加快推进预算体系建设	169
三、全面加强财务风险控制	170
四、积极构建多元融资渠道	171
第六节 实现协作共赢	172
一、高瞻远瞩构建旅游协作机制	172
二、因地制宜推进旅游协作进程	174
三、开拓创新完善旅游协作实施	175
实操问答	175

专题六 京郊旅游规划管理	181
第一节 乡村旅游规划概述	182
一、乡村旅游规划的界定	182
二、乡村旅游规划的对象和任务	184
三、乡村旅游规划的特点	185
第二节 乡村旅游规划导向	186
一、服务社会主义新农村建设	186
二、突出资源优势	186
三、强化地方特色	187
四、活动多元化	187
五、体验与参与性	188
六、注重差异化	188
七、保护生态环境	189
第三节 乡村旅游规划流程	190
一、准备工作阶段	190
二、调查分析阶段	192
三、确定总体目标	194
四、具体规划阶段	195
五、方案评价与比较选择、实施与调整策略	196
实操问答	197
专题七 京郊旅游商品开发	203
第一节 京郊旅游商品开发的现实意义	204
一、旅游购物可以有效增加综合收入	204
二、乡土购物可以丰富乡村旅游活动	204
三、乡村商品开发可以逐步提高当地就业能力	205
四、乡村特色商品可以有效提升当地旅游形象	205



第二节 存在问题及对应策略	206
一、京郊旅游商品开发现状	206
二、存在的问题	208
三、解决问题的总体策略	209
第三节 提升现有旅游商品竞争力	210
一、树立特色	210
二、创意推广	211
三、创意包装	213
四、文化带动	213
五、活动带动	214
第四节 丰富京郊旅游商品的种类	215
一、从资源层面丰富京郊旅游商品种类	216
二、从文化层面丰富京郊旅游商品种类	217
三、从活动层面丰富京郊旅游商品种类	218
第五节 京郊旅游商品的开发组织	218
一、商品设计组织	218
二、商品生产组织	220
三、商品营销组织	221
实操问答	221
专题八 京郊民俗知识	225
专题九 京郊旅游礼仪常识	243
专题十 京郊旅游安全常识	271
后 记	279

专题一

京郊旅游产品开发

- 第一节 京郊旅游产品概述
- 第二节 把脉宏观政策
- 第三节 甄选核心资源
- 第四节 基于需求构建核心产品



基于国内外乡村旅游发展分析,尤其是京郊旅游近5年来发展的总结和审视,通过乡村旅游产品定义、类型,开发原则、政策支持、资源选择、产品体系构建等重要内容的解读,使乡村旅游发展的三类主要决策者(投资者、管理者、经营者)明晓乡村旅游产品开发的基本理论,尤其是其中的技巧,从而掌握和提高相关能力。

第一节 京郊旅游产品概述

一、京郊旅游产品的定义

京郊旅游,特指北京市的乡村旅游。

(一) 乡村旅游产品

“工欲善其事,必先利其器。”乡村旅游的产品不在“多”和“大”,要先找到乡村的灵魂和特点才能谈乡村旅游产品的开发。乡村旅游发展的根本途径是“三特”:特色资源—特色乡村—特别旅游。

乡村旅游产品,有广义和狭义之分。广义的乡村旅游产品,是空间和区域的概念,是针对城市旅游产品而言,指在乡村(郊区)开发建设的各类旅游产品(服务),包括景区、酒店(度假村)。狭义的乡村旅游产品,专指依托农业生产方式和成果(空间)、农村生活方式和设施(场地),开发的旅游产品。从投资或者经营管理主体的角度来说,乡村旅游产品与是否为农民、合作社等农民经济组织(简称“农合”)、村委会等农民自治组织(简称“农自”)无关。也就是说,除上述三农(农民、农合、农自)之外的主体,依托农业生产方式和成果(空间)、农村生活方式和设施(场地)开发的旅游产品,依然属于乡村旅游产品范畴。本



文探讨的是狭义乡村旅游产品。

(二) 京郊旅游产品

京郊旅游产品,顾名思义,是指北京郊区的乡村旅游产品。乡村旅游,是相对于城市旅游而言。从城乡关系角度而言,一个城市郊区的乡村旅游发展,在相当程度上反映了这个城市的个性,是城市的文化、经济、历史等要素和城市发展阶段、特征在其不可分割的组成部分——乡村的反映。因此,某个城市的乡村旅游,因为带有这个城市的深刻烙印从而具有了鲜明的个性特征和地域风格。京郊旅游,因北京作为中国的首都、一个发展中的世界城市,从而具有了完全不同于其他城市的内涵特征和外在表现。

二、京郊旅游产品的主要业态

业态一词,来源于日本商业(零售业),是指业务经营的形式、状态。旅游业态,指旅游业面向市场(游客),依托资源,开发、经营的形式(载体)和销售的旅游服务和商品。

(一) 京郊旅游产品业态特征

京郊旅游产品,首先表现为遵循乡村旅游产品的一般特征(乡村化),其次是凸显北京郊区的地域化个性特征(京郊化)。前者,表现为农家乐(吃农家饭、住农家屋、干农家活、学农家艺)、采摘园(特色果品采摘)、高科技农业示范园观光休闲(反季节种养殖、外来珍稀品种种养殖)、传统村落和古村落观光休闲、民俗节事活动等。后者,是北京城市个性在郊区的反映,是京郊旅游区别于其他地区乡村旅游的根本之处。

京郊旅游产品业态特征主要有:

1. 国际化水平高

作为中国首都和发展中的世界城市,在京常住外国人口已



经超过 10 万人。其主要构成为外国使馆和国际组织驻华机构人员、外企人员、被中资机构雇用的外国人、留学生等。这些人经常到郊区进行旅游观光和休闲。因此,这些人已经成为北京旅游国际市场中非常特殊的重要组成部分。以上述群体为市场,满足其乡村旅游需要的京郊旅游业态近年来大量出现,如顺义区的意大利农庄、怀柔区的小园等。这些业态,其投资、管理方为在京外国人,其经营内容和方式、理念不同于国内,其服务对象的主体也同样为外国人。

2. 投资经营主体多样化

乡村旅游,其投资经营主体为农民或农民的联合体(如各类合作社)。但是在京郊旅游的投资主体中,出现了大量城市人口,包括上述在京外国人。这是北京城市发展特点在乡村旅游领域的又一显著反映。

除以上显著特征外,京郊旅游还有投资额高、经营规模大、政府主导力度强、产业融合度高等特点。

(二)八大业态

北京市旅游委在对全市乡村旅游的发展实践深入调研基础上,总结推出了 8 种全新乡村旅游业态,制定了《北京市乡村旅游特色业态标准及评定》系列标准,每一种业态都有相对应的详细界定、释义,并对各区县特色鲜明的示范基地予以标注。8 种特色鲜明的乡村旅游创新业态标准已从 2009 年 11 月 1 日起开始实行,正式接受全市乡村旅游经营者的申报。

1. 国际驿站

是指以家庭(户)为基本旅游接待单位,并形成一定规模的经营主体。游客居住国际驿站可亲身体验当地人们的日常生产、生活过程,参与中国传统或当地传统节日及其他特色活动。



2. 采摘篱园

能提供观赏和采摘特色蔬菜、果品或其他特色农作物等休闲活动的高新农业实验基地或种植基地,具有观赏、采摘、学习和科普等综合功能。

3. 乡村酒店

具有休闲、娱乐、求知、教育功能的综合性旅游住宿单位,是将农业景观、生态景观、田园景观与住宿、餐饮设施进行结合,能够为游客提供乡村休闲体验的经营主体,主要分为温泉康复治疗型、特色餐饮型、体验农事型、餐饮会议型、采摘休闲型、田园风格型、拓展登山型、特殊风格建筑型等。

4. 养生山吧

依托山地资源,以绿色健康、养生为经营理念,从事颐养身心、健康休闲、舒适度假的活动场所。

5. 休闲农庄

占地 100 亩以上,以农业生产和乡村生活为依托,以农耕文化为核心,利用田园景观为游客提供乡村生产、生活休闲体验以及住宿、餐饮等基本服务设施的经营主体,能够较好地满足游客的体验需求。

6. 生态渔村

依托乡村良好的自然生态、村容风貌和渔业特色产业,以“鱼、渔”和水体景观为主题旅游吸引物,可提供特色餐饮、观光游览、休闲娱乐等服务的乡村旅游接待场所。

7. 山水人家

山水人家是具有一定规模,以自然山水景观为资源实质、以游山玩水为代表活动,能够为游客提供集观光、娱乐、住宿、餐饮、购物等多功能于一身的山水环境度假场所。

8. 民族风苑

以少数民族建筑、服饰、风俗生活形式和宗教信仰与生产方