

民俗 风情园

经营与服务

人力资源和社会保障部教材办公室 组织编写
MINSUFEENGQINGYUAN JINGYING YU FUWU

休闲农业服务人员实用技能

从开办到经营 从小到大到强

一本全面解析民俗风情园经营智慧的实务手册



中国



休闲农业服务人员实用技能

民俗 风情园

经营与服务

人力资源和社会保障部教材办公室 组织编写
MINSUFENGQINGYUAN JINGYING YU FUWU



中国人事出版社

图书在版编目(CIP)数据

民俗风情园经营与服务 / 人力资源和社会保障部教材办公室
组织编写. -- 北京: 中国人事出版社, 2017

休闲农业服务人员实用技能

ISBN 978-7-5129-1244-1

I. ①民… II. ①人… III. ①旅游业-商业经营-中国②旅游
服务-中国 IV. ①F592.68

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 281678 号

中国人事出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

*

三河市潮河印业有限公司印刷装订 新华书店经销

880 毫米 × 1230 毫米 32 开本 6.25 印张 112 千字

2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷

定价: 26.80 元

读者服务部电话: (010) 64929211/84209103/84626437

营销部电话: (010) 84414641

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

如有印装差错, 请与本社联系调换: (010) 50948191

我社将与版权执法机关配合, 大力打击盗印、销售和使用盗版
图书活动, 敬请广大读者协助举报, 经查实将给予举报者奖励。

举报电话: (010) 64954652

内容提要

本书向民俗风情园经营与服务人员介绍了经营民俗风情园的要领及做法，图文并茂，语言通俗活泼。

本书包括民俗旅游概述、民俗风情园观光服务、民俗风情园住宿服务、民俗风情园餐饮服务、民俗风情园娱乐服务、民俗风情园购物服务、民俗风情园会议服务、民俗风情园交通服务、民俗风情园后勤综合服务、投诉应对与处理等内容，共计 10 章。作为一本经营指导手册，本书可以帮助广大有志于从事民俗风情园经营与服务的读者了解开发民俗风情园的基本流程，掌握经营民俗风情园的要领，为广大民俗风情园经营者提供切实有效的指导。

前 言

随着现代都市生活节奏的加快，越来越多的都市人会在闲暇之际，邀上亲朋好友，一起享受放空慢生活。民俗旅游正是因为满足了游客“求新、求异、求乐、求知”的心理需求，因而受到人们极大的推崇。

作为民俗风情园经营者，要想赶上休闲旅游发展的步伐，将民俗风情园做大做强，需要考虑两个关键问题：一是如何把游客吸引过来，二是如何保证游客下次再来。本书秉持“实用、有用、能用”的宗旨，从管理与服务两大维度为民俗风情园经营者提供有效的解决方案。

本书围绕“如何开发民俗风情园、如何推广民俗风情园、如何经营民俗风情园”这一主线，从民俗风情园开发、设计、推广、经营、服务等方面进行了详细介绍，为民俗风情园做大做强提供了切实可行的指导。

在本书编写过程中，孙立宏、王淑燕、孙宗坤、程富建、刘井学负责资料的收集和整理，贾月、董连香负责图表编排，王淑敏参与编写了第1章、第2章，班克武参与编写了第3章、第4章，程淑丽参与编写了第5章、第6章，李艳参与编写了第7章、第8章，王伟华、么秀杰参与编写了第9章、第10章。

目 录

第 1 章 民俗旅游概述	1
1.1 民俗旅游开发	3
1.1.1 民俗旅游开发的原则	4
1.1.2 民俗旅游开发的模式	4
1.1.3 民俗旅游存在的问题与解决对策	7
1.2 民俗风情园设计	8
1.2.1 民俗风情园建设规划	8
1.2.2 民俗风情园服务项目设计	10
1.2.3 民俗风情园营销宣传设计	12
第 2 章 民俗风情园观光服务	17
2.1 导游服务	19
2.1.1 导游招聘与培训	19
2.1.2 景区导游解说服务	23
2.2 检票服务	31
2.2.1 票务工作岗位职责	31
2.2.2 票务岗位工作规范	32
2.2.3 检票闸口应急情况处理	32

第3章 民俗风情园住宿服务	35
3.1 对客服务语言规范	37
3.1.1 口头语言规范	37
3.1.2 肢体语言规范	37
3.2 客房服务管理	40
3.2.1 客房房间管理	40
3.2.2 对客服务管理	45
3.3 住宿管理	48
3.3.1 入住登记管理	48
3.3.2 客房安全管理	49
3.3.3 客房信息化管理	52
第4章 民俗风情园餐饮服务	55
4.1 餐饮服务概述	57
4.1.1 园区餐饮服务特点	57
4.1.2 园区餐饮服务类型	58
4.2 园区餐饮服务管理	60
4.2.1 园区餐饮单位的选址	60
4.2.2 园区餐饮单位的设计	62
4.2.3 园区餐饮经营方式的选择	64
4.2.4 园区餐饮菜单管理	66
4.2.5 园区餐饮服务质量控制	72
第5章 民俗风情园娱乐服务	77
5.1 娱乐服务设计	79

5.1.1	娱乐服务特点	79
5.1.2	娱乐服务设计流程	79
5.1.3	娱乐服务运作策略	81
5.1.4	娱乐项目设计	84
5.2	娱乐服务管理	87
5.2.1	影响因素	87
5.2.2	具体措施	88
第 6 章	民俗风情园购物服务	93
6.1	旅游商品开发与经营	95
6.1.1	民俗旅游商品开发	95
6.1.2	民俗旅游购物场所布局	98
6.1.3	民俗旅游购物场所规范	104
6.2	营销管理	105
6.2.1	游客购物动机分析	105
6.2.2	游客购物行为特点	107
6.2.3	民俗旅游购物产品的营销策略	110
第 7 章	民俗风情园会议服务	113
7.1	会前服务	115
7.2	会中服务	117
7.2.1	会场服务	117
7.2.2	会议用车	117
7.2.3	会议餐饮	119
7.2.4	会议摄影、摄像	124



7.3 会后服务	125
7.3.1 会议礼品	125
7.3.2 会议旅游	127
7.3.3 会议拓展	129
第8章 民俗风情园交通服务	135
8.1 园区交通服务规划	137
8.1.1 园区交通服务设计要求	138
8.1.2 园区交通服务设计	138
8.2 园区交通服务管理	149
8.2.1 园区交通服务运营管理	149
8.2.2 园区交通服务质量管理	152
第9章 民俗风情园后勤综合服务	155
9.1 租赁服务	157
9.1.1 租赁物品的配置	157
9.1.2 租赁物品的管理	158
9.2 救助服务	159
9.2.1 走失、迷路救援服务	159
9.2.2 游客遗留物品处理	160
9.2.3 游客丢失物品处理	161
9.3 医护服务	162
9.3.1 游客突发疾病应对服务	162
9.3.2 游客意外受伤应对服务	163
9.4 广播、咨询服务	165

9.4.1 广播服务	165
9.4.2 咨询服务	167
9.5 停车场服务	171
9.5.1 停车场服务标准	171
9.5.2 停车场保安员岗位说明	172
第 10 章 投诉应对与处理	175
10.1 投诉应对处理流程与工作标准	177
10.1.1 游客投诉处理程序	177
10.1.2 游客投诉处理标准	178
10.2 问题游客的应对方法	180
10.2.1 如何应对不愿交谈的游客	180
10.2.2 如何应对高傲自大的游客	181
10.2.3 如何应对多疑的游客	182
10.2.4 如何应对性急的游客	184



第 1 章

民俗旅游概述

民俗旅游开发

民俗风情园设计



1.1 民俗旅游开发

民俗旅游是指人们离开惯常住地到异地去,以地域民俗事象为主要观赏内容而进行的文化旅游活动的总和。其旅游产品主要是由旅游目的地民众的生活方式、饮食文化、民族特色等组成的。

对于民俗文化旅游开发而言,可以通过饮食、住宿、购物、交通、就业、招商引资等带动地区经济及当地民俗旅游经营者的收益。

作为各地所特有的居民生活方式的展示,以及对各个地方文化的了解,民俗旅游可以说是吸引游客的一种重要旅游资源,各地旅游部门对其较为重视。

按游客的行为动机进行分类,民俗旅游主要有4种类型,具体内容见表1-1。

表 1-1 民俗旅游的类型

类型	说明
消遣观光型 民俗旅游	民族风情多姿多彩,异族情调的“磁性”常常吸引着游客前去观光、消遣、游览
参与型 民俗旅游	游客对异域他乡的风土民情会有一种新鲜感,于是他们会前往民俗旅游地亲身体验当地的风土民情。例如傣族的泼水节,就属于这种类型。参与型民俗旅游重在体验

续表

类型	说明
考察型 民俗旅游	这是基于游客探索异域他乡民俗风情奥秘的心理而形成的民俗旅游模式。他们的旅游行为除一般的观光、消遣外,主要通过对特定的民俗旅游地的考察,获取某方面科学研究的第一手资料,或者以考察为契机印证自己所学的知识
娱乐型 民俗旅游	许多游客外出旅游就是为了观看或参加某一类民俗娱乐项目,借各种娱乐项目来舒缓压力、放松自我,诸如杂技、灯会等民俗活动就具有很强的娱乐性

1.1.1 民俗旅游开发的原则

民俗旅游满足了游客“求新、求异、求乐、求知”的心理需求,成为旅游行为和旅游开发的重要内容之一。近年来,各地旅游部门都大力开发本地区的民俗文化资源,使之成为新的经济增长点。在对当地民俗旅游资源进行开发时,不能盲目进行,需遵循一定的原则,如图 1-1 所示。

1.1.2 民俗旅游开发的模式

民俗旅游开发通过对民俗文化的丰富内涵进行精选和加工,激发人们前来观赏民俗、了解文化,其开发模式可以概括为 5 种,具体内容见表 1-2。

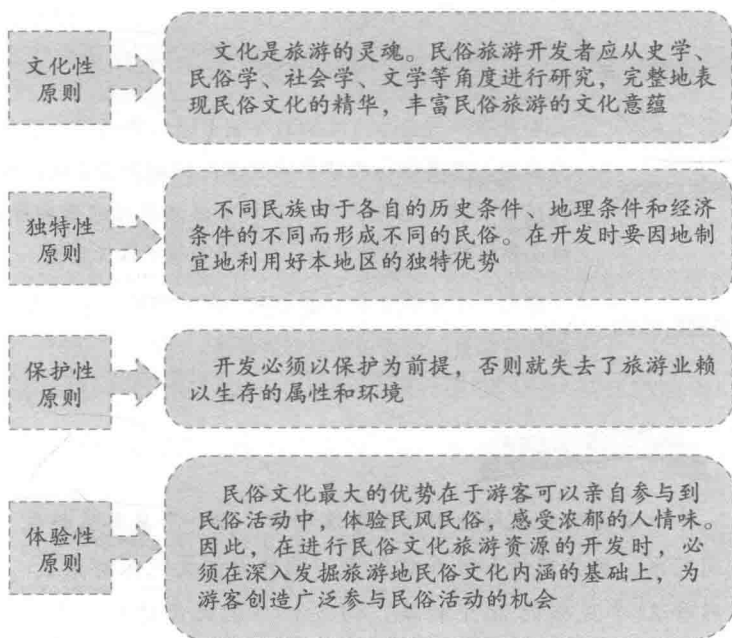


图 1-1 民俗旅游开发的原则

表 1-2 民俗旅游开发的模式

模式	说明
集锦荟萃式	指将散布于一定地域范围内的典型民俗集中于一个主题公园内表现出来（实例见下文）
复古再现式	它是对现已消失的相关民俗文化，通过信息收集、整理、重建、再现的方式，让游客了解过去的民俗文化（实例见下文）
原地浓缩式	即在当地选取合适地段建造以当地民俗文化为主题的主题园，集中呈现其民俗精华

续表

模式	说明
原生自然式	它是在一个民俗文化相对丰富的地域内选择一个最为典型、交通也比较便利的村落对游客展开宣传,以村民的自然生活生产和村落的自然形态为旅游内容,除必要的基础设施建设外,几乎没有进行加工改造
主题附会式	指将民俗文化主题与具有某一特定功能的旅游业设施结合起来,形成相得益彰的效果

实例参考

中国民俗文化村位于广东省深圳市,是一个集各民族民间艺术、民俗风情和民居建筑于一园的大型文化旅游景区,内含22个民族的25个村寨,均按1:1的比例建成。通过民族风情表演、民间手工艺展示、定期举办大型民间节庆活动等方式,多角度、全方位地展示我国各民族原汁原味、丰富多彩的民风民情和民俗文化,让游客充分感受中华民族的文化魅力。

实例参考

吴文化公园位于江苏省无锡市,公园以吴文化为内涵,建有稻丰圩、蚕桑巷、船桥史馆、交通馆、江南风情苑、教育馆、人文馆和学生教育营地等17个馆区,以丰富的文字资料、图片、实物、电化形象等,展现了四千年来吴地生产、人文、民俗的壮丽画卷。

1.1.3 民俗旅游存在的问题与解决对策

民俗旅游经过多年的发展,已经成为旅游业新的经济增长点,虽然发展态势较旺,但在发展过程中仍存在着一些问题。

1. 民俗旅游存在的问题

(1) 民俗旅游特色不鲜明。鲜明的地区特色是民俗旅游资源开发的基本出发点。但很多民族地区为了增加旅游地的吸引力,没有经过认真研究,就从形式上照抄照搬其他地区的一些民俗活动,使企业之间竞争加剧,既造成资源浪费,又加大了企业的投资和经营风险。

(2) 资源开发深度不够。有些地方在恢复民俗事项时,只重形式,没有对其文化内涵予以深入的考证和探究,只从经济利益和迎合游客的角度出发,赋予传统民俗以新的具有较强功利性的功用,从而使纯正的民俗文化变了质。

(3) 对外宣传不到位。一些地方的民俗文化没有得到切实有效的宣传,因此,也就不可能得到外界的认可与接纳,在商品经济的大潮中必然无法占据市场。

相关链接

民俗旅游对民俗传统文化产生冲击。由于游客的大量涌入,民俗旅游地的文化因日渐商品化而受到歪曲并失去原有的价值。例如某些传统工艺品的制作泛滥随意,已不是传统的风格和制作技艺。