

# 乡村

## 旅游经营与管理

RURAL TOURISM OPERATION AND MANAGEMENT

主编 © 贾荣



# 乡村旅游经营与管理

主 编 贾 荣

副主编 王毓梅 叶春近 苟 倩  
王 婷 何道刚

## 内 容 简 介

《乡村旅游经营与管理》分两大部分：其一是概述认知部分，含乡村旅游基本知识概述、乡村旅游资源概述、乡村旅游发展模式、乡村旅游投资与管理模式、乡村旅游可持续发展五个章节；其二是实践操作部分，含乡村旅游规划实务、乡村旅游形象建设、乡村旅游产品策划、乡村旅游市场拓展、乡村旅游餐饮服务管理、乡村旅游客房服务管理、乡村旅游标准化管理。本书紧跟乡村旅游业发展现状和趋势，力求满足乡村旅游经营、服务与管理岗位的实际需要，具有较强的应用性、实用性、指导性和创新性。

版权专有 侵权必究

---

### 图书在版编目（CIP）数据

乡村旅游经营与管理 / 贾荣主编. —北京：北京理工大学出版社，2016. 10  
ISBN 978 - 7 - 5682 - 3140 - 4

I. ①乡… II. ①贾… III. ①乡村旅游 - 旅游业 - 经营管理 - 中国  
IV. ①F592. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 230734 号

---

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775（总编室）  
(010) 82562903（教材售后服务热线）  
(010) 68948351（其他图书服务热线）

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京泽宇印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 18.25

字 数 / 450 千字

版 次 / 2016 年 10 月第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷

定 价 / 59.80 元

责任编辑 / 李慧智

文案编辑 / 李慧智

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

---

图书出现印装质量问题，请拨打售后服务热线，本社负责调换

## 用创新性思维引领应用型旅游管理本科教材建设

市场上关于旅游管理专业的教材很多,其中不乏国家级规划教材。然而,长期以来,旅游专业教材普遍存在着定位不准、与企业实践背离、与行业发展脱节等现象,甚至大学教材、高职高专教材和中职中专教材从内容到形式都基本雷同的情况也不少见,让人难以选择。当教育部确定大力发展应用型本科后,如何编写出一套真正适合应用型本科使用的旅游管理专业教材,成为应用型本科旅游专业发展必须解决的棘手问题。

北京理工大学出版社是愿意吃螃蟹的人。2015年夏秋,出版社先后在成都召开了两次应用型本科教材研讨会,参会的人员有普通本科、应用型本科和部分专科院校的一线教师及行业专家,会议围绕应用型本科教材特点、应用型本科与普通本科教学的区别、应用型本科教材与高职高专教材的差异性进行了深入探讨,大家形成许多共识,并在这些共识基础上组建成教材编写组和大纲审定专家组,按照“新发展、新理念、新思路”的原则编写了这套教材。教材在四个方面有较大突破:

一是人才定位。应用型本科教材既要改变传统本科教材按总经理岗位设计的思路,避免过高的定位让应用型本科学生眼高手低,学无所用;又要与以操作为主、采用任务引领或项目引领方式编写的专科教材相区别,要有一定的理论基础,让学生知其然亦知其所以然,有发展的后劲。教材编写组最终确定将应用型本科教材定位为培养基层管理人才,这种人才既懂管理,又会操作,能为旅游行业广为接纳。

二是课程和教材体系创新。在人才定位确定后,教材编写组对应用型本科课程和教材体系进行了创新,核心是弥补传统本科教材过于宏观的缺陷,按照市场需要和业务性质来创新课程体系,并根据新课程体系创新教材体系,譬如在《旅行社经营与管理》之外,配套了《旅行社计调业务》《旅游产品设计与开发》《旅行社在线销售与门店管理》等教材。将《饭店管理》细化为《前厅服务与管理》《客房服务与管理》《餐饮服务与管理》,形成与人才定位一致的应用型本科课程体系和教材体系。与此同时,编写组还根据旅游业新的发展趋势,创新了许多应用型本科教材,如《乡村旅游经营与管理》《智慧旅游管理与实务》等,使教材体系更接地气并与产业结合得更加紧密。

三是知识体系的更新。由于旅游业发展速度很快,部分教材从知识点到服务项目再到业务流程都可能已经落后了,如涉旅法规的变更、旅游产品预订方式的在线化、景区管理的智慧化以及乡村旅游新业态的不断涌现等,要求教材与时俱进,不断更新。教材编写组在这方面做了大量工作,使这套教材能够及时反映中外旅游业发展成就,掌握行业变化动态,传授最新知识体系,并与相关旅游标准有机融合,尽可能做到权威、全面、方便、适用。

四是突出职业教育,融入导游考证内容。2016年1月19日国家旅游局办公室正式发布了《2016年全国导游人员资格考试大纲》(旅办发〔2016〕14号),大纲明确规定:从2016年起,实行全国统一的导游人员资格考试,不指定教材。本套教材中的《旅游政策与法规》《导游实务》《旅游文化》等属于全国导游资格考试统考科目,教材紧扣《全国导游资格考试大纲》,融入了考证内容,便于学生顺利地获取导游证书。

为了方便使用,编写体例也极尽人性化,大部分教材各章设计了“学习目标”“实训要求”“小知识”“小贴士”“知识归纳”“案例解析”和“习题集”,同时配套相应的教学资源,无论是学生还是教师使用都十分方便。

当然,由于时间和水平有限,这套教材难免存在不足之处,敬请读者批评指正,以便教材编写组不断修订并臻完善。希望这套教材的出版,能够为旅游管理专业应用型本科教材建设探索出一条成功之路,进一步促进并提升旅游管理专业应用型本科教学的水平。

四川省旅游协会副会长

四川省导游协会会长

四川省旅发委旅行社发展研究基地主任

四川师范大学旅游学院副院长

陈乾康

随着高等教育迈向大众化发展的趋势,人才培养逐渐由重理论、重学术向重实践、重能力转变,强调职业素质、职业技能与职业能力的培养,注重培养适宜时代发展需要的应用型人才。旅游管理作为一门应用性极强的学科,在探索应用型本科的专业建设、课程体系重构、教学手段革新、教学内容丰富等方面走在前列,对其他专业向应用型本科转型具有引领示范性作用。

2015年10月国家旅游局、教育部联合出台了《加快发展现代旅游职业教育的指导意见》,其中指出要“加强普通本科旅游类专业,特别是适应旅游新业态、新模式、新技术发展的专业应用型人才培养。”在当今时代背景下,本套“旅游管理专业应用型本科规划教材”对推动普通本科旅游管理专业转型,培养适应旅游产业发展需求的高素质管理服务人才具有重要的意义。具体来说,本套教材主要有以下四个特点:

## 一、理念超前,注重理论结合实际

本套教材始终坚持“教材出版,教研先行”的理念,经过了调研旅游企业、征求专家意见、召开选题大会、举办大纲审定大会等多次教研活动,最终由几十位高校教师、旅游企业职业经理人共同开发、编写而成。

## 二、定位准确,彰显应用型本科特色

该套教材科学区分了应用型本科教材与普通本科教材、高职高专教材的差别,以培养熟悉企业操作流程的基层管理人员为目标,理论知识按照“本科标准”编写,实践环节按照“职业能力”要求编写,在内容上凸显了教材的理论与实践相结合。

## 三、体系创新,符合职业教育要求

本套教材按照职业教育“课程对接岗位”的要求,优化了教材体系。针对旅游企业的不同岗位,出版了不同的课程教材,如针对旅行社业的教材有:《旅行社计调业务》《导游实务》《旅行社在线销售与门店管理》《旅游产品设计与开发》《旅行社经营与管理》等,保证了课程与岗位的对接,符合旅游职业教育的要求。

#### 四、资源配备，搭建教学资源平台

本套教材以建设教学资源数据库为核心，制作了图文并茂的电子课件，从方便教师教学，还提供了课程标准、授课计划、案例库、同步测试题及参考答案、期末考试题等教学资源，以便于教师参考；同步测试题中设置了单项选择题、多项选择题、判断题、简答题、技能操作题及参考答案，便于学生练习和巩固所学知识。

在全面深化“大众创业，万众创新”的当代社会，学生的创新能力、动手能力与实践能力成为旅游管理应用型本科教育的关键点与切入点，而本套教材的率先出版可谓是一个很好的出发点。让我们一起为旅游管理应用型本科教育的发展壮大而共同努力吧！

教育部旅游管理教学指导委员会副主任委员  
湖北大学旅游发展研究院院长



我国乡村旅游最早产生于 20 世纪 80 年代初期的广东深圳的“荔枝观光节”，真正意义上乡村旅游的兴起是 20 世纪 90 年代后的事了。进入 21 世纪，农村发展的外部环境、农业生产经营方式、农村经济社会结构、农民就业和收入结构等都发生了重大而深刻的变化，国家旅游局审时度势，开展了创建全国农业旅游示范点工作，全国农业旅游示范点的数量迅速增加。实践证明，乡村旅游迅速成长为全国多个省份旅游产业和农村经济发展新的增长点。但是，乡村旅游无论在经营理念、经营方法、经营策略、人员素质方面均存在不足。本教材在乡村旅游的项目开发、形象建设、产品策划、市场拓展、乡村旅游点的餐饮服务、客房服务、标准化管理等方面进行有益的探索，希望它能够成为乡村旅游经营、管理、服务从业人员提供必要的帮助。

## 1. 本书的适用范围

本书可作为应用型本科院校、高等职业院校旅游类、农业经济管理类、休闲类专业的课程教材，也可作为乡村旅游从业人员的业务参考书和提升培训教材，还可供从事旅游、农村、农业、规划等有关部门的领导、专家和工作参考。

## 2. 内容与结构

全书共十二章，前五章主要是理论部分。作为起点，第一章相当于引论，介绍乡村旅游基础知识；第二章是乡村旅游资源的探讨；第三章和第四章分别介绍国内常见的几种乡村旅游发展模式和乡村旅游投资与管理模式；第五章是乡村旅游可持续发展的问题分析。后七章是实务部分。第六章是乡村旅游规划实务，第七章是乡村旅游形象建设，第八章是乡村旅游产品策划，第九章是乡村旅游市场开拓，第十、十一章主要谈乡村旅游餐饮服务和乡村旅游客房服务两个方面的内容，第十二章主要是乡村旅游标准化管理。全书遵循应用型本科既注重基础理论知识，又强调实践操作能力的原则，结合我国乡村旅游发展的实际，比较系统地阐述了乡村旅游经营与管理的基本原理和方法。

## 3. 本书的特点

本教材紧跟我国乡村旅游业发展现状和趋势，力求满足乡村旅游经营、服务与管理岗位的实际需要，具有较强的应用性、实用性、指导性和创新性。该教材具有以下两个显著特点：

首先,立足创新,理论联系实际,强调对现实问题的解读。全书共分十二章,教材将知识学习与能力培养紧密结合,正文链接了丰富的资料,穿插了很多现实、生动的乡村旅游案例,同步设有实务训练,在拓展学习的同时,训练学生发现、分析和解决实际问题的能力。

其次,体例完整,按照学生认知规律来设计教学环节。在正文前设置了“学习目标”、“实训要求”“引导案例”栏目,在正文中设置了“小贴士”“操作示范”栏目,在正文后设置了“实务训练”“知识归纳”“案例解析”“思考题”栏目,便于学生从不同的角度来掌握乡村旅游经营与管理的相关知识,提升实践能力。

#### 4. 编纂分工

本书是理论研究与教学实践的总结,参加本书编写的都是拥有多年教学工作经验与实践经验的高校教师。本书由贾荣提出写作大纲,贾荣和叶春近修订大纲,各章初稿的写作分工如下。第一章:苟倩;第二章:杨铎、贾荣;第三章:苟倩;第四章:叶春近、贾荣;第五章:王毓梅、贾荣;第六章:贾荣、杨铎;第七章:何道刚;第八章:王毓梅;第九章:王毓梅、贾荣;第十章:何道刚、贾荣;第十一章:王婷、贾荣;第十二章:王婷。初稿完成后,由贾荣对各章内容进行了修改、总纂和定稿。

#### 5. 鸣谢

在本书的大纲确定阶段,得到了四川师范大学陈乾康教授的指导和修订建议,在此向他表达深切的感谢!在本书的编写过程中,参阅了国内外大量的相关研究成果,在书中我们都尽可能地做了说明,在此谨向原作者表示诚挚的谢意!本书的出版工作得到了北京理工大学出版社陈鹏编辑的大力支持,在此向他表示衷心的感谢!同时,由于编者水平及资料所限,本书在内容、体例编排等方面尚有诸多不足之处,恳请同行和广大读者朋友们批评指正,以便今后再作修订和完善。

贾 荣

2016年4月30日

|                       |    |
|-----------------------|----|
| <b>第一章 乡村旅游基础知识概述</b> | 1  |
| 第一节 乡村旅游的起源及发展        | 2  |
| 一、乡村旅游的产生及发展阶段        | 2  |
| 二、国内外乡村旅游发展现状         | 3  |
| 第二节 乡村旅游的内涵           | 5  |
| 一、国内外学者对乡村旅游的解读       | 5  |
| 二、乡村旅游的概念及其特征         | 8  |
| 第三节 乡村旅游的功能与意义        | 9  |
| 一、乡村旅游的功能             | 9  |
| 二、乡村旅游的意义             | 10 |
| <b>第二章 乡村旅游资源概述</b>   | 12 |
| 第一节 乡村旅游资源的内涵         | 12 |
| 一、旅游资源的概念与内涵          | 13 |
| 二、乡村旅游资源的概念与内涵        | 13 |
| 第二节 乡村旅游资源的分类         | 19 |
| 一、乡村自然旅游资源            | 20 |
| 二、乡村人文旅游资源            | 22 |
| 第三节 乡村旅游资源的开发         | 24 |
| 一、乡村旅游资源开发的内涵         | 24 |
| 二、乡村旅游资源开发的原则         | 25 |
| 三、我国乡村旅游资源开发出现的问题     | 26 |
| <b>第三章 乡村旅游发展模式</b>   | 29 |
| 第一节 乡村旅游发展模式概述        | 29 |
| 第二节 民俗风情型发展模式         | 30 |
| 一、发展背景                | 30 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 二、主要特征 .....          | 30 |
| 三、典型案例 .....          | 32 |
| 第三节 农场庄园型发展模式 .....   | 33 |
| 一、发展背景 .....          | 33 |
| 二、主要特征 .....          | 34 |
| 三、典型案例 .....          | 35 |
| 第四节 景区依托型发展模式 .....   | 37 |
| 一、发展背景 .....          | 37 |
| 二、主要特征 .....          | 38 |
| 三、典型案例 .....          | 38 |
| 第五节 度假休闲型发展模式 .....   | 39 |
| 一、发展背景 .....          | 39 |
| 二、主要特征 .....          | 39 |
| 三、典型案例 .....          | 40 |
| 第六节 特色产业带动发展模式 .....  | 41 |
| 一、发展背景 .....          | 41 |
| 二、主要特征 .....          | 41 |
| 三、典型案例 .....          | 42 |
| 第七节 现代农业展示型发展模式 ..... | 43 |
| 一、发展背景 .....          | 43 |
| 二、主要特征 .....          | 44 |
| 三、典型案例 .....          | 45 |
| 第八节 旅游小城镇型发展模式 .....  | 45 |
| 一、发展背景 .....          | 45 |
| 二、主要特征 .....          | 46 |
| 三、典型案例 .....          | 46 |
| 第四章 乡村旅游投资与管理模式 ..... | 48 |
| 第一节 乡村旅游投资模式 .....    | 49 |
| 一、农户自主投资 .....        | 50 |
| 二、政府主导投资 .....        | 51 |
| 三、外来投资 .....          | 52 |
| 四、合作经营 .....          | 53 |
| 第二节 乡村旅游管理模式 .....    | 55 |
| 一、“农户+农户”模式 .....     | 55 |
| 二、“公司+农户”模式 .....     | 56 |
| 三、“公司+社区+农户”模式 .....  | 57 |
| 四、公司制模式 .....         | 59 |
| 五、股份制模式 .....         | 60 |

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| 六、“政府+公司+农村旅游协会+旅行社”模式 .....      | 62        |
| 七、“政府+公司+农户”模式 .....              | 63        |
| 八、个体农庄模式 .....                    | 64        |
| <b>第五章 乡村旅游可持续发展 .....</b>        | <b>66</b> |
| 第一节 乡村旅游可持续发展的内涵 .....            | 69        |
| 一、旅游可持续发展 .....                   | 69        |
| 二、乡村旅游可持续发展 .....                 | 71        |
| 第二节 乡村旅游可持续发展的目标 .....            | 73        |
| 一、乡村生态可持续发展 .....                 | 73        |
| 二、乡村社会和文化可持续发展 .....              | 74        |
| 三、乡村经济可持续发展 .....                 | 74        |
| 第三节 乡村旅游发展存在的问题 .....             | 74        |
| 一、区域发展不平衡 .....                   | 75        |
| 二、乡村文化逐渐变淡 .....                  | 75        |
| 三、乡村旅游的生态压力大 .....                | 75        |
| 四、经营管理不完善 .....                   | 77        |
| 第四节 乡村旅游可持续发展的途径探讨 .....          | 81        |
| 一、政府工作 .....                      | 81        |
| 二、乡村旅游产品品牌的构建 .....               | 81        |
| 三、建立有效利益分配和调控机制 .....             | 82        |
| 四、注重经济利益、资源和生态环境、社会文化效益综合发展 ..... | 82        |
| <b>第六章 乡村旅游规划实务 .....</b>         | <b>86</b> |
| 第一节 乡村旅游规划概述 .....                | 86        |
| 一、乡村旅游规划的内涵 .....                 | 86        |
| 二、乡村旅游规划的目的 .....                 | 87        |
| 三、乡村旅游规划的原则 .....                 | 88        |
| 四、乡村旅游规划的类型 .....                 | 90        |
| 第二节 乡村旅游规划的程序 .....               | 93        |
| 一、规划准备和启动 .....                   | 94        |
| 二、调查分析 .....                      | 94        |
| 三、确定总体思路 .....                    | 100       |
| 四、制定规划 .....                      | 100       |
| 五、组织实施 .....                      | 101       |
| 第三节 乡村旅游规划的内容 .....               | 101       |
| 一、规划背景 .....                      | 101       |
| 二、基础分析 .....                      | 102       |
| 三、总体构思 .....                      | 103       |

|                           |            |
|---------------------------|------------|
| 四、策划规划 .....              | 105        |
| 五、保障体系 .....              | 107        |
| <b>第七章 乡村旅游形象建设 .....</b> | <b>110</b> |
| 第一节 旅游形象与乡村旅游形象 .....     | 111        |
| 一、形象与旅游形象 .....           | 111        |
| 二、旅游形象系统 .....            | 113        |
| 三、乡村旅游形象 .....            | 114        |
| 第二节 乡村旅游形象设计 .....        | 116        |
| 一、乡村旅游形象设计的作用 .....       | 116        |
| 二、乡村旅游形象设计原则 .....        | 117        |
| 三、乡村旅游形象定位 .....          | 117        |
| 四、乡村旅游形象设计的基本过程 .....     | 118        |
| 第三节 乡村旅游形象传播 .....        | 120        |
| 一、旅游传播与乡村旅游形象传播 .....     | 120        |
| 二、乡村旅游形象传播的构成要素 .....     | 121        |
| 三、乡村旅游形象传播的特征 .....       | 121        |
| 四、乡村旅游形象传播策略 .....        | 122        |
| 第四节 乡村旅游品牌塑造 .....        | 125        |
| 一、旅游品牌 .....              | 125        |
| 二、乡村旅游品牌的价值与意义 .....      | 125        |
| 三、乡村旅游品牌塑造策略 .....        | 125        |
| <b>第八章 乡村旅游产品策划 .....</b> | <b>131</b> |
| 第一节 乡村旅游产品的内涵 .....       | 132        |
| 一、乡村旅游产品的概念 .....         | 132        |
| 二、乡村旅游产品的特征 .....         | 132        |
| 三、乡村旅游产品的分类 .....         | 134        |
| 第二节 乡村旅游项目策划 .....        | 136        |
| 一、乡村旅游项目的特点 .....         | 136        |
| 二、乡村旅游项目策划的原则 .....       | 137        |
| 三、我国乡村旅游项目策划要点 .....      | 137        |
| 第三节 乡村旅游产品开发策略 .....      | 139        |
| 一、乡村旅游产品的资源要素及合理组合 .....  | 139        |
| 二、乡村旅游产品配套活动 .....        | 141        |
| 第四节 乡村旅游商品开发设计 .....      | 146        |
| 一、乡村旅游商品的概念和种类 .....      | 146        |
| 二、乡村旅游商品开发的原则 .....       | 148        |
| <b>第九章 乡村旅游市场拓展 .....</b> | <b>151</b> |
| 第一节 乡村旅游客源市场分析 .....      | 152        |

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 一、地理区域结构          | 152 |
| 二、人口特征结构          | 153 |
| 三、购买行为结构          | 153 |
| 四、心理结构            | 153 |
| 第二节 乡村旅游消费者行为调研   | 153 |
| 一、乡村旅游市场的客源构成及特点  | 153 |
| 二、乡村旅游市场需求的影响因素   | 155 |
| 三、乡村旅游消费者的消费决策    | 155 |
| 第三节 乡村旅游销售渠道开拓    | 156 |
| 一、乡村旅游销售渠道的类型     | 156 |
| 二、乡村旅游销售渠道开拓策略    | 157 |
| 第四节 乡村旅游的营销推广     | 159 |
| 一、乡村旅游产品组合策略      | 159 |
| 二、乡村旅游价格策略        | 160 |
| 三、乡村旅游营销渠道策略      | 161 |
| 四、乡村旅游智慧营销策略      | 161 |
| 第十章 乡村旅游餐饮服务管理    | 166 |
| 第一节 乡村旅游餐饮服务概述    | 166 |
| 一、餐饮业的内涵          | 166 |
| 二、乡村旅游餐饮业         | 167 |
| 第二节 乡村旅游餐饮服务要求及规范 | 167 |
| 一、餐饮服务礼仪规范        | 167 |
| 二、托盘              | 169 |
| 三、摆台              | 170 |
| 四、餐巾折花            | 171 |
| 五、上菜、分菜           | 172 |
| 六、斟酒              | 173 |
| 第三节 乡村旅游餐饮管理      | 174 |
| 一、餐饮管理的任务         | 174 |
| 二、餐厅楼面管理          | 175 |
| 三、餐饮安全卫生管理        | 176 |
| 第四节 乡村旅游特色菜品开发    | 177 |
| 一、乡村旅游菜品的特征       | 177 |
| 二、乡村旅游特色餐饮开发的原则   | 178 |
| 三、乡村旅游特色菜品的开发     | 179 |
| 第十一章 乡村旅游客房服务管理   | 182 |
| 第一节 乡村旅游客房服务概述    | 183 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 一、客房部的地位                    | 183 |
| 二、客房部的主要任务                  | 183 |
| 三、客房部硬件概况                   | 184 |
| 第二节 乡村旅游客房服务要求及规范           | 188 |
| 一、客房服务仪容仪表整理步骤及规范           | 188 |
| 二、客房清扫服务规范及要求               | 189 |
| 三、公共区域清洁工作规范及要求             | 194 |
| 四、客房突发情况及投诉处理方法             | 195 |
| 第三节 乡村旅游客房管理                | 197 |
| 一、客房组织机构管理                  | 197 |
| 二、客房服务质量管理                  | 200 |
| 三、客房物资用品的管理                 | 202 |
| 四、客房安全管理                    | 206 |
| 第四节 民宿产品的开发                 | 208 |
| 一、民宿的定义                     | 208 |
| 二、民宿的特点                     | 208 |
| 三、民宿的分类                     | 210 |
| 四、民宿客房设计要素                  | 211 |
| 五、民宿的打造与开发                  | 214 |
| 六、民宿的发展趋势                   | 215 |
| 第十二章 乡村旅游标准化管理              | 218 |
| 第一节 乡村旅游标准化概述               | 219 |
| 一、乡村旅游标准化的内涵                | 219 |
| 二、我国乡村旅游标准化的历程              | 219 |
| 第二节 全国休闲农业与乡村旅游示范县、示范点创建及评定 | 222 |
| 一、申报的基本条件                   | 222 |
| 二、申报范围及程序                   | 227 |
| 三、认定及管理                     | 231 |
| 附录                          | 233 |
| 参考文献                        | 273 |

## 乡村旅游基础知识概述

### [学习目标]

1. 了解乡村旅游的产生、发展阶段以及国内外学者对乡村旅游概念的界定。
2. 明确国内外乡村旅游的发展现状。
3. 掌握乡村旅游的功能和意义。

### [实训要求]

1. 通过实地乡村旅游体验,加深对乡村旅游内涵的理解。
2. 能联系实际,深刻体会乡村旅游的功能。

世界最原始的乡村旅游缘于古人求生存谋发展,捕猎和驯养是其最初形式。远古的先民们为生存而进行的奔波、流浪之旅饱含行路过程中胜利的愉悦、失败的懊丧和对未来的希望,是原始人从生存斗争中引发的旅行或旅游的原始模式,揭开了乡村旅游序幕。夏、商、周时期的男女相约而游、春天“修楔之旅”、先秦游学、帝王巡游、外交聘问、宫廷婚旅、学子游学、谋士游说、王侯游猎等丰富多彩的功利旅游活动,都发生在广袤的乡村地区。自唐朝起,城郊游乐,旅游下移,春节、元宵节、寒食节、清明节等时节踏青游春,附以荡秋千、踢足球、打马球、拔河、斗鸡等游乐活动,形式多样。

18世纪后半期,乡村旅游作为一种社会休闲活动而正式在欧洲出现,受“浪漫旅游者”的影响,尤其在斯科特的文学作品和特纳油画的感召下,大量的旅游者涌入苏格兰高地。1865年意大利“农业与旅游全国协会”的成立拉开了国际乡村旅游序幕。20世纪20年代,铁路的发展使更多的人能够去乡村,从而使乡村旅游发展迅速。在英国、德国、美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、西班牙等发达国家,乡村旅游逐渐已成为大众化的社会活动。

现代意义上的乡村旅游在我国出现较晚,以1978年中国台湾苗栗县大湖葡萄园的偶然开辟为发端。此后,改革开放较早的深圳举办荔枝节,各地效仿,也纷纷开办了各具特色的

观光农业项目。20 世纪 90 年代初,北京、广东、上海、苏南、山东等地乡村旅游悄然兴起,并以 1998 年“华夏城乡游”正式拉开乡村旅游序幕。1999 年推出“生态旅游年”,以“返璞归真,怡然自得”为口号,推出观鸟、徒步、垂钓、探险、登山等乡村旅游活动;2002 年推出“民间艺术游”;2004 年为“中国百姓旅游年”,等等。至此,中国乡村旅游进入前所未有的发展时期,乡村旅游市场也出现了空前繁荣。2004 年、2005 年国务院 1 号文件先后两次将“三农”问题提到前所未有的高度,因乡村旅游是解决“三农”问题的助推剂,是旅游扶贫的“试金石”,受到各地乡村的高度重视。

但是,在乡村旅游发展的过程中依然存在着两种思路。一种是无视或轻视乡村建设,用资本代替人本,用商人消灭农人,用人造妄为的设计来改造乡村,用城里的奢华之风浸染乡土。这样的乡村旅游规划,是用拙劣的商业化投资来毁坏乡村的自然与人文。

而另一思路是立足于乡村建设,将乡村旅游作为乡村建设的一个牵引机,用乡村建设作为乡村旅游的基础。乡村建设涉及乡镇规划、乡村经济和乡土文化;在乡镇规划中保持农村的特色,在乡村经济中保留农业的份额,在乡土文化中保存农民的精神家园。我们应该意识到乡村建设对于中国社会和中国文化的意义,乡村旅游中的生活分享让旅游者得到的不仅是一种贴近自然的生活方式,而且可以促使人们去思考,去体验,让成年人能够回忆起童年,让大城市的孩子们能够有机会去近距离感受真实的泥土和生机。

## 第一节 乡村旅游的起源及发展

### 一、乡村旅游的产生及发展阶段

有关国际乡村旅游的起源,业界和学界的说法不一,一种说法是乡村旅游起源于 1855 年的法国,当时法国巴黎市的贵族组织到郊区乡村度假旅游;另一种说法是乡村旅游起源于 1865 年的意大利,那一年意大利成立了“农业与旅游全国协会”,专门介绍城市居民到乡村休闲旅游。尽管众说纷纭,但乡村旅游起源于 19 世纪的欧洲却是大家的共识。

纵观国际乡村旅游规划发展的过程,大致可以分为三个阶段:

#### (一) 19 世纪中期到 20 世纪前期的萌芽——兴起阶段

城市人开始认识农业旅游价值,并参与了乡村农业旅游,如法国、意大利。

#### (二) 20 世纪中期到 20 世纪 80 年代的观光——发展阶段

乡村观光农业发展,形成农业和旅游相结合的新产业,如西班牙、日本、美国。

#### (三) 20 世纪 80 年代后的度假——提高阶段

观光农业由观光功能向休闲、度假、体验、环保多功能扩展,如日本、奥地利、澳大利亚。

我国的乡村旅游起步较晚,一种说法是,萌芽于 20 世纪 50 年代,当时为外事接待的需要,在山东省安丘市石家庄村率先开展了乡村旅游活动;另一种说法是,在 20 世纪 80 年代后期,改革开放较早的深圳首先开办了荔枝节,主要目的是为了招商引资,随后又开办了采摘园,取得了较好的效益。于是各地纷纷效仿,开办各具特色的观光农业项目。国内学者绝