

XIANG CUN
LÜYOU JINGYING SHOUCÉ

乡村旅游

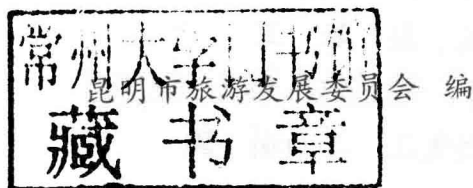
经营手册

昆明市旅游发展委员会 编

中国旅游出版社

乡村旅游

经营手册



中国旅游出版社

责任编辑：杨志敏

责任印制：闫立中

封面设计：中文天地

图书在版编目 (CIP) 数据

乡村旅游经营手册 / 昆明市旅游发展委员会编. --

北京：中国旅游出版社，2016.5

ISBN 978-7-5032-5639-4

I. ①乡… II. ①昆… III. ①乡村—旅游业—经营管理—中国 IV. ①F592

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 137875 号

书 名：乡村旅游经营手册

作 者：昆明市旅游发展委员会

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@cmta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京工商事务印刷有限公司

版 次：2016年5月第1版 2016年5月第1次印刷

开 本：720毫米×970毫米 1/16

印 张：18

字 数：300千

定 价：38.00元

I S B N 978-7-5032-5639-4

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

目 录

第一章 乡村旅游起源、发展与新业态	1
第一节 国外乡村旅游的起源与发展	2
一、国外乡村旅游的概念	2
二、国外乡村旅游的起源	3
三、国外乡村旅游的发展	3
四、国外乡村旅游的未来发展趋势	5
第二节 我国乡村旅游的起源与发展	6
一、我国乡村旅游的概念	6
二、我国乡村旅游的起源与发展	9
三、我国乡村旅游的未来发展趋势	10
第三节 乡村旅游业态	13
一、乡村旅游传统业态	13
二、乡村旅游新业态	17
三、乡村旅游业态的未来发展	54
参考文献	55
第二章 乡村旅游策划	58
第一节 主题策划	58
一、资源分析	59
二、市场分析	59
三、主题选择	61
第二节 产品策划	63

一、“食”在乡村	63
二、“住”在乡村	65
三、“行”在乡村	71
四、“游”在乡村	74
五、“购”在乡村	76
六、“娱”在乡村	78
第三节 形象策划	80
一、形象定位	80
二、形象设计	84
三、形象传播	87
参考文献	89
第三章 乡村旅游营销	90
第一节 乡村旅游市场细分	90
一、乡村旅游的需求类型	93
二、乡村旅游目标市场策略	94
第二节 乡村旅游的产品策略	99
一、旅游产品的生命周期策略	99
二、乡村旅游新产品策略	101
三、乡村旅游的品牌策略	104
第三节 乡村旅游价格策略	108
一、新产品价格策略	109
二、心理定价策略	111
三、促销定价策略	113
四、改进价格策略	114
五、需求价格策略	114
第四节 乡村旅游分销渠道策略	115
一、乡村旅游分销渠道的类型	115

二、乡村旅游渠道的设计与应用	117
第五节 乡村旅游促销策略	122
一、乡村旅游广告策略	123
二、乡村旅游营业推广	127
三、乡村旅游人员推销	131
四、乡村旅游公共关系	133
参考文献	137
第四章 乡村旅游经营	139
第一节 乡村旅游经营环境	139
一、乡村旅游经营环境概念	139
二、乡村旅游经营环境分析	142
三、乡村旅游经营环境分析案例	
——“原始部落野温泉”度假村	146
第二节 乡村旅游自主经营模式	148
一、“单体农户”模式	148
二、“农户+农户”模式	149
三、个体农庄模式	151
第三节 企业经营模式	152
一、“公司+农户”模式	153
二、“公司+社区+农户”模式	154
三、“股份制”模式	156
第四节 政府、行业参与模式	158
一、政府的作用	158
二、行业合作社的作用	159
三、“政府+公司+农户”模式	160
四、“政府+公司+农村旅游协会+旅行社”模式	162
参考文献	164

第五章 乡村旅游管理	166
第一节 乡村旅游管理概述	166
一、乡村旅游行业管理	166
二、乡村旅游企业管理	168
第二节 乡村旅游质量管理	169
一、质量管理理念	169
二、质量管理内容	170
三、质量管理实施	180
第三节 乡村旅游卫生管理	194
一、餐饮卫生管理	194
二、住宿卫生管理	195
三、饮用水卫生管理	196
四、旅游厕所卫生管理	197
第四节 乡村旅游安全管理	198
一、乡村旅游安全概述	198
二、乡村旅游安全预防	200
三、乡村旅游安全事故处理	202
第五节 乡村旅游员工管理	205
一、员工招聘	205
二、员工培训	209
三、员工激励	211
四、绩效评估	216
参考文献	220
第六章 乡村旅游服务	223
第一节 乡村旅游服务人员基本要求	223
一、基本素质要求	224
二、职业道德要求	225

三、知识技能要求	228
第二节 乡村旅游服务人员礼仪规范	239
一、乡村旅游形象礼仪	239
二、乡村旅游仪态礼仪	240
三、乡村旅游接待礼仪	244
四、乡村旅游服务语言礼仪	249
第三节 乡村旅游服务质量保障与提升	251
一、大力推行标准化服务	252
二、深入开展个性化服务	260
三、积极倡导人性化服务	265
参考文献	273

第一章

乡村旅游起源、发展与新业态

本章着重探讨国内外乡村旅游的基础知识，其中包括乡村旅游的概念、基本类型和国内外乡村旅游的起源、发展以及新业态等。本章的第一节重点讨论了国外乡村旅游的定义、起源、发展、基本类型和未来的发展趋势，对国外乡村旅游有初步了解。本章的第二节重点讨论了我国的乡村旅游，主要包括乡村旅游的定义、起源、发展和基本类型，并对我国乡村旅游未来的发展趋势做了大胆的预测。本章的第三节主要针对国内乡村旅游的发展重点讨论了乡村旅游的发展业态，主要包含乡村旅游的传统业态、目前的新业态和未来业态的发展趋势等。通过本章的学习，可以对乡村旅游形成较为全面的认识，对国内外乡村旅游的起源、目前和未来的发展脉络有较为清晰的了解。国内乡村旅游由于空间地域的不同而产生的资源特色组合的差异，以及时间上的起步早、晚不同而呈现不同地域的差异化特点和不同的业态形式。地区之间互相学习、取长补短，形成各自的特色，乡村旅游业态的多样性有利于我国乡村旅游的总体健康发展。国外乡村旅游相对于国内而言，因起步早，发展时间长，业态类型超前，也具有很多成熟的实践经验，因此，为促进我国乡村旅游的发展，了解国外乡村旅游新业态，借鉴国外的成功经验不失为一种好的办法。

第一节 国外乡村旅游的起源与发展

一、国外乡村旅游的概念

作为回归自然和寻找“乡愁”的旅游形式，乡村旅游成为现代旅游的一个重要分支。国外的乡村旅游（rural tourism），因起步早，发展时间长，目前已经发展成为相当成熟的产业。国外乡村旅游的定义众说纷纭，最具有代表性的是欧盟和世界经济合作与发展组织所下的定义。根据这个定义，国外的乡村旅游是指发生在乡村地区的旅游活动，并进一步认为乡村特点（Rurality）是其整体的核心和卖点。



知识卡片 1-1 国外乡村旅游的概念

（1）Gilbert 和 Tung 认为，乡村旅游是农户为旅游者提供食宿条件，使旅游者可以在农场、牧场等典型的乡村环境中从事各种休闲活动的一种旅游形式。

（2）Bernard Lane 认为，乡村旅游不仅仅是以农场或农庄为基础的旅游，还包括在乡村进行的运动休闲旅游、保健旅游、科普旅游、生态旅游、民俗文化旅游等，最根本的是它具有乡村特点。

（3）Edward Inskeep 和 Deegan & Dineen 则认为，农业旅游（agrotourism）、农庄旅游（farm tourism）和乡村旅游（rural tourism）是一回事，根本不用区分。

（4）欧盟（EU）和世界经济合作与发展组织（OECD）认为，乡村旅游指发生在乡村的旅游活动，并进一步认为乡村特点（Rurality）是乡村旅游整体经营销售的核心和独特卖点，是基于乡村地区，具乡村特点、经营规模小、空间开阔和可持续发展的旅游形式。

二、国外乡村旅游的起源

国外乡村旅游起源于19世纪的欧洲。中世纪时，欧洲大陆各国的贵族就已经开始有定期到乡村休闲度假的习惯。1855年，法国参议员欧贝尔带领一群贵族到巴黎郊外的农村度假，向当地人学习制作鹅肝酱馅饼、伐木种树、挖池塘淤泥、学习养蜜蜂，与当地农民同吃住。此后乡村旅游在欧洲悄然兴起。这一时期，英国和德国的贵族也有到乡村农场、农庄旅游的习惯。1865年的意大利“农业与全国协会”的成立，标志着乡村旅游的诞生。但起始阶段的乡村旅游只是上流社会贵族的休闲娱乐活动，普通民众很少参与。

三、国外乡村旅游的发展

国外乡村旅游分为三个发展阶段，即19世纪中叶到20世纪60年代的初期发展阶段，20世纪60年代至80年代的快速发展阶段和20世纪80年代至目前的规范发展阶段。

19世纪中叶至20世纪初，乡村旅游在欧洲各国得到进一步的发展，20世纪30年代，开始由欧洲扩展到美洲和亚洲。20世纪60年代至80年代，是乡村旅游快速发展阶段。由于各工业化国家城市化进程的加快，大量乡村居民移居城市，乡村旅游的市场日益扩大。在欧洲持续了一个世纪以及美洲近80年的乡村地区衰退，使乡村旅游的作用日益重要，乡村旅游为农民提供了第二个收入来源，带来了更多的就业，减少了人口的流失，带来了城市新观念（Louis A Dernoï, 1983）。为维持乡村的繁荣、稳定，乡村旅游被各国政府作为一种传统农牧业的替代方式加以推广，得以在各工业发达国家快速地发展。20世纪60年代，乡村旅游首先在欧洲和澳大利亚迅速发展，并于70年代影响波及所有发达国家。20世纪70年代后，乡村旅游在美国和加拿大等美洲国家也大力发展，南美的阿根廷乡村旅游就很有特色。

20世纪80年代后，欧美一些发达国家，乡村旅游已具有相当规模，并已走上规范发展的道路，国外乡村旅游进入规范发展阶段。2001年，意大利1万多家乡村旅游企业共接待游客达2100万人次，营业额达9000亿里拉（约合4.3亿美元），比2000年增加了12.5%。统计数据表明，瑞士大约20%的农场

接待付费游客，澳大利亚有 10%，英国有 7%（Butler et al., 1998），这一数据在德国和法国也分别达到 5% 和 2%（Béteille, 1996a; Moinet, 1996）。在英国、法国、德国和澳大利亚这些国家现在有 2 万 ~ 3 万家从事乡村休假的经营企业，在全球乡村度假市场占有优势（Weaver and Fennel, 1997）。在亚洲，乡村旅游近几年也快速发展。自 20 世纪 80 年代起，新加坡政府设立了十大高新科技农业开发区。在这些农业园区内，建有 50 个兼具旅游特点和提供鲜活农产品的农业旅游生态走廊，有水栽培蔬菜园、花卉园、热作园、鳄鱼场、海洋养殖场等，供市民观光。还相应地建有一些娱乐场所。不仅为新加坡人提供了农业旅游场所，每年还吸引了 500 万 ~ 600 万人次国外旅游者。1984 年，韩国政府开始把发展农业旅游作为振兴农村经济、提高农民收入的一项计划来推进。发展初期，旅游农场是其主要的产品类型。1988 年后，农业旅游产品数量和形式开始丰富起来。到 1997 年，韩国有 382 座旅游农场，每座农场平均土地面积为 2.5 公顷，投资价值为 69 万美元。目前，在韩国大城市周边的农渔村，都建有许多“观光农园”和“周末农场”，这些农园集休闲、体验、收获为一体，吸引了大批市民，生意非常红火。据韩国有关机构统计，仅 2000 年，利用周末和暑假到“观光农园”休假的城镇人口达 446 万人次，相当于城市人口的 1/8。另据韩国农村经济研究院的资料表明，韩国农村观光和民俗市场的经营规模，2001 年约达 2.84 万亿韩元。

为支持和规范乡村旅游的发展，许多国家实施了一系列项目或法规，在美国就有 30 个州有明确针对农村区域的旅游政策，其中 14 个州在它们的旅游总体规划中包含了乡村旅游（A. E. Luloff, 1994）。其他国家如日本的 General Recreation Establishment Law（作者译：《市民建设农园促进法》）、法国的“假期绿色居所计划（Stations Vertes de Vancennes）”与“欢迎到农场来（Bienvenue a la ferme）”、奥地利的“农场假期（Farm Holiday in Austria）”项目、意大利的 Toscana 乡村节庆与 Ecosert 计划、波兰的“波兰绿肺”项目，以及泰国的 Umphang 社区旅游项目等（刘军萍，2006）。乡村旅游成为乡村经济发展的重要力量，乡村旅游对推动经济出现不景气农村地区的发展起到了非常重要的作用（Thomas W. Blaine and Golan 1993; Dernoï 1983），对当地经济的贡献和意义得到了充分证明（Aliza Fleischer & Pizam, 1997）。包括加拿大、澳大利亚、新西

兰、东欧和太平洋地区在内的许多国家，都认为乡村旅游业是农村地区经济发展和经济多样化的动力（Derek R Hall, 1998）。

四、国外乡村旅游的未来发展趋势

综观其 100 多年的发展历程，国外乡村旅游未来的发展呈现如下趋势：政府的作用加强、专业化发展、乡村文化内涵的深入挖掘、乡村旅游与其他产业的高度融合、注重可持续发展等。

1. 政府作用加强

由于农场具有小规模的特点，政府在培训、资金支持、统一品牌和联合营销等方面将会发挥越来越重要的作用。

2. 专业化发展

随着乡村旅游发展的成熟与规范发展，为吸引更多的城市旅游者，乡村旅游从策划、规划、筹备、建设、市场营销和运营管理等环节都呈现出日益专业化的特点，乡村旅游的整体形象定位、产品设计、旅游服务设施的建设、针对性的市场宣传和企业专业化的管理等都不同于以往的自发和随意的特点。

3. 乡村文化内涵的深入挖掘

乡村文化是乡村旅游的核心所在，也是乡村旅游的灵魂和持久生命力。对区域历史文化和地域特色民俗文化的挖掘体现出不同区域乡村旅游的差异化特色。东欧的波兰和奥地利在乡村旅游中的乡村文化挖掘方面已经取得了相当成功的经验。

4. 乡村旅游与其他产业的高度融合

乡村旅游基于乡村地域和农业的特点，使其一开始就具有三产融合的特质。随着世界各地乡村旅游的快速发展，其与第一产业、第二产业和第三产业内部的融合态势进一步加强，高科技也逐步渗透到乡村旅游的各个服务层面。

5. 注重可持续发展

人口居住密集的城市环境污染较为严重，人均资源的消耗也很高，一方面，旅游者到乡村旅游寻找洁净、自然、原生态的乡村环境，回归传统原生态低耗能的乡村生活方式，旅游环保的乡村旅游有助于促进乡村的可持续发展；另一方面，可持续发展强调本地化（localization），即开发的目的是满足本地社

区发展的需要,建设本地产品供应链,鼓励地方工艺品生产,保证收益最大程度地保留在本地,确保开发力度在环境与社会承载力之内。



知识卡片 1-2 可持续发展

可持续发展(sustainable development)是由挪威前首相布兰特夫人(Mrs. Brundtland)提出的,她对可持续发展的定义得到了国际社会的普遍认可。布兰特夫人认为可持续发展是在满足当代人发展的前提下不要剥夺后代人的发展机会。可持续发展包括三个重要的原则,即“需要”的原则、“限制”的原则和“公平”的原则。“需要”的原则指的是世界上有很多地方还处于贫困状态,让更多的人摆脱贫穷,发展是必需的。“限制”的原则指的是人类的发展受一些发展因素的制约,要在环境、社会文化可承受的范围内寻求发展。“公平”的原则指的是不仅我们目前要发展,而且当代人的发展不能以牺牲后代人的发展为代价;不仅发达国家和地区要发展,而且也要给贫穷和不发达国家和地区以发展的机会。可持续发展包括环境的可持续发展、社会文化的可持续发展和经济的可持续发展三个方面。

第二节 我国乡村旅游的起源与发展

一、我国乡村旅游的概念

从国内学者对乡村旅游概念的论述中,可以看出目前关于乡村旅游定义主要是从旅游吸引物客体特性角度进行定义的。简单概括,乡村旅游具有如下主要特征:

(一) 乡村地域性

乡村旅游活动空间位于乡村地区,从近郊到广大的农村乃至偏远的野外。

(二) 乡村性

乡村性是乡村旅游生存的基础和核心,是乡村旅游的独特卖点。“乡村性”主要包含乡村自然生态景观、乡村产业和乡村文化三个方面。

(三) 城市为主体客源市场

乡村旅游有独特的乡村性吸引力,其乡村风景和风情往往能激发城镇居民的旅游热情。而全国各地乡村旅游地接待的旅游者,也主要是近距离的城镇旅游者。

(四) 类型的多样性

一方面,乡村旅游资源丰富多样,既有乡村自然风景,如乡村自然环境、田园风光、农事活动;又有具乡村特色的乡土文化,如民俗文化、农业文化、聚群文化、民居文化等。即使是同一类型的自然或人文景观,也由于时空的差异而使它们各具特色。另一方面,由于乡村旅游者主体需求的差异,而使乡村旅游产品呈现多样性的特征。乡村旅游地开发应当满足城镇居民观光、休闲、娱乐、度假、求知、购物等各方面的需求,这必然引导乡村旅游地在产品设计上呈现多样化的特征。



知识卡片 1-3 国内乡村旅游的定义

杜江、向萍(1999)认为,乡村旅游是以农业文化景观、农业生态环境、农事生产活动以及传统的民族习俗为资源,融观赏、考察、学习、参与、娱乐、购物、度假于一体的旅游活动。

何微(2004)认为,乡村旅游是以农业的自然和社会资源作为吸引物,以都市居民为客源市场,针对他们回归自然的旅游需求,满足游客观光、务农娱乐、休闲度假、购物等多种需求而开展的参与性强、文化内涵深厚、乡土趣味浓郁的新兴旅游活动。

吴必虎(2001)界定,所谓乡村旅游就是发生在乡村和自然环境中的旅游活动的总和。

贺小荣(2001)认为,乡村旅游是指以乡村地域上一切以吸引旅游者的旅游资源为凭借,以满足观光、休闲、度假、学习、购物等各种旅游需求为目的

的旅游消费行为及其引起的现象和关系的总和。

王秀红(2006)认为,乡村旅游是指,凡是发生在乡村地区,以乡村的自然田园风光或乡村特点的民俗文化、农业文化、聚群文化、民居文化等作为旅游吸引物吸引游客的旅游形式。

刘承良、吕军(2006)认为,乡村旅游指旅游者在乡村地区所从事的所有旅游活动,以实现乡村自然、人文的感知和体验,从而达到精神的升华。

何景明和李立华(2002)借鉴国外的乡村旅游的定义认为,狭义的乡村旅游是指在乡村地区,以具有乡村性的自然和人文客体作为旅游吸引物的旅游活动。

刘德谦(2006)认为,乡村旅游就是以乡村地域及农事相关的风土、风物、风俗、风景组合而成的乡村风情为吸引物,吸引旅游者前往休息、观光、体验和学习等的旅游活动。

邹统钎(2006)认为,客源地的城市性(urbanity)与目的地的乡村性(rurality)级差或梯度是乡村旅游的动力源泉,乡村旅游生存的基础是乡村性或乡村地格(rural placealitv)。乡村性是乡村旅游的中心和独特的卖点。

王兵(1999)认为,乡村旅游是以乡野农村的风光和活动为吸引物,以都市居民为目标市场,以满足旅游者娱乐、求知和回归自然等方面需求为目的的一种旅游方式。

肖佑兴等(2001)认为,乡村旅游是指以乡村空间环境为依托,以乡村独特的生产形态、民俗风情、生活形式、乡村风光、乡村居所和乡村文化等为对象,利用城乡差异来规划设计和组合产品,集观光、游览、娱乐、休闲、度假和购物为一体的一种旅游形式。

黄成林(2003)认为,乡村旅游是以乡村景观(包括农业文化景观、农业生态景观、农村聚落景观、农事活动等)及传统民俗为旅游资源,融观赏、考察、学习、参与、娱乐、购物、度假于一体的旅游活动。

孙颀(2006)认为,乡村旅游是指以远离都市的乡野地区为目的,以乡村特有的自然和人文景观为吸引物,以城镇居民为主要目标市场,通过满足旅游者休闲、求知和回归自然的需求而获取经济和社会效益的一种旅游方式。

本书的乡村旅游是指发生在乡村地区,以具有乡村特性的自然和人文吸引物为凭借,为满足以城市居民为主体的旅游者需求而从事的一切旅游活动。该定义主要包含三个层面的含义:

其一,乡村旅游发生的地域是在乡村地区,包括从近郊到广大的农村乃至偏远的野外。

其二,乡村性是乡村旅游存在的灵魂。乡村旅游的吸引物无论是体现地域特色地脉的自然旅游资源还是体现地域特色文脉的人文旅游资源,必须具有乡村性。

其三,乡村旅游是为满足城市居民为主体的旅游者需求而从事的一切旅游活动。由于旅游活动构成要素包括旅游者、旅游吸引物和介于旅游主体与客体之间的旅游中介机构,所以,乡村旅游还应当包括参与乡村旅游活动的乡村旅游者、乡村旅游地(含乡村旅游吸引物)、乡村旅游经营者和乡村旅游的中介机构等。

二、我国乡村旅游的起源与发展

我国有关乡村旅游起源的记载最早始于20世纪50年代。为接待外事的需要,山东省济南石家庄村率先开展乡村旅游活动。20世纪70年代初,在北京近郊四季青人民公社、山西昔阳县大寨大队出现了乡村旅游性质的政治性旅游活动。20世纪80年代初,在深圳举办的荔枝节和贵州郎德上寨的民族风情旅游活动。1987年《成都日报》报道了成都郫县友爱村的徐家大院徐纪元接待了首批来自成都市游客的乡村旅游,并把这种乡村旅游形式以“农家乐”来命名,标志着我国现代意义上乡村旅游的真正开端。

我国乡村旅游分为四个发展阶段,即20世纪80年代至1997年的初期自发发展阶段,1998年至2005年的政府推动快速发展阶段,2005年年底至2012年的规范发展阶段和2013年至今资本推动的高速发展阶段。

第一阶段:20世纪80年代至1997年的初期自发发展阶段。

20世纪80年代至1997年,随着城市居民收入的提升,在发达地区的城市周边,开始出现了城市居民的自发近距离出游,城市周边的部分村民出于接待这部分乡村旅游者的食宿需求,开始提供简单的食宿和水果采摘等形式的乡村旅游产品,但这个阶段的乡村旅游基本上处于被动满足旅游者的自发发展阶段。