



中国旅游与

高等职业教育研究

理论、方法与案例

梅振华 著

■ 文化旅游融合

■ 旅游市场策略

■ 旅游产品开发

■ 乡村旅游发展



九州出版社
JIUZHOU PRESS



中国旅游与

高等职业教育研究

理论、方法与案例

梅振华 著

- 文化旅游融合
- 旅游市场策略
- 旅游产品开发
- 乡村旅游发展



九州出版社
JIUZHOU PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游与高等职业教育研究：理论、方法与案例 /
梅振华著. —北京：九州出版社，2018. 1

ISBN 978-7-5108-6666-1

I. ①中… II. ①梅… III. ①旅游教育—高等职业教育—中国—文集 IV. ①F590-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 033549 号

中国旅游与高等职业教育研究：理论、方法与案例

- 作 者 梅振华 著
出版发行 九州出版社
地 址 北京市西城区阜外大街甲 35 号 (100037)
发行电话 (010) 68992190/3/5/6
网 址 www.jiuzhoupress.com
电子信箱 jiuzhou@jiuzhoupress.com
印 刷 三河市华东印刷有限公司
开 本 710 毫米×1000 毫米 16 开
印 张 17.5
字 数 295 千字
版 次 2018 年 5 月第 1 版
印 次 2018 年 5 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5108-6666-1
定 价 58.00 元
-

★版权所有 侵权必究★

记录·感恩·前行

(自序)

2001年的夏天,高考失意的我误打误撞进了曲园历史文化学院,开始了旅游管理专业四年的学习生活。命运似乎总是爱在关键时刻开玩笑,硕士没中、心灰意冷的我毕业后迈进了淄博职业学院,记得那是2015年的夏天。

十三年的时光倏忽而过,七年的旅游管理专业教师,六年的旅游管理专业负责人,期间被派到北京、上海、广州、杭州等诸多旅游企业学习实践经验,亦读完了青岛大学旅游管理硕士,到陕西师范大学完成了一年的访学……一路走来,十分感谢命运帮我做的选择,这本书首先就是我个人的成长记录。同时,我是幸运的,无论是上学还是工作期间,总是遇到热心无私帮助我的老师、同事和朋友,他们的理解、支持和帮助让我始终充满前进的动力,因此,本书又是带着一种感恩的情怀。再者,十三年的努力,文字虽浅陋,但亦是不断前行的鞭策。习总书记在2018年新年贺词中说:“九层之台,起于累土,要把这个蓝图变为现实,必须不驰于空想,不骛于虚声,一步一个脚印,踏踏实实干好工作。”

幸福都是奋斗出来的,这本书是前行的开始。

二〇一八年元月一日

目 录

CONTENTS

游客体验视角下的淄博乡村民宿发展研究	1
古商城文化旅游开发研究	
——以周村古商城为例	9
周村古镇旅游探微	57
探索商业古镇休闲旅游产业发展路径	
——以淄博周村古镇打造休闲之都为例	61
博山区石马镇南沙井村乡村旅游发展策划	68
齐国故都文化旅游发展刍议	78
弘扬齐文化,助推淄博文化旅游融合发展研究	82
应对我国旅行社产品同质化问题的策略探讨	93
移动互联网背景下我国旅游产品创新研究	97
从《花儿与少年》第二季看现代旅游节目的特色	103
基于在线网站调查的旅游产品开发研究	
——以西安市为例	108
高职院校专业课程地图的构建与应用	
——以酒店管理专业为例	117
《导游基础知识》	
——中国传统民居建筑专题教学设计与反思	123
高职院校“中国旅游地理”课改探讨	127
浅谈面试中的第一印象	131
高职旅游管理专业课程双语渗透方式的探索与研究	134

“导游讲解”课程建设调研报告(2014 年) 140

“导游业务”成人教育课程建设与改革探索 149

《导游业务》网络课程混合式翻转课堂教学实践 166

《旅游景区服务与管理》课程标准设计 172

“导游业务”虚拟仿真软件项目建设初探 179

旅游管理专业人才培养状况报告(2016 年) 182

旅游管理专业学分制人才培养方案(2017 级) 206

旅游管理专业“十三五”发展规划(2016 - 2020 年) 254

旅游管理专业关于麦可思报告问题整改工作报告 261

职业院校技能大赛高职学生组“导游服务”赛项竞赛反思 267

游客体验视角下的淄博乡村民宿发展研究

为了解淄博市乡村旅游民宿发展状况和游客对淄博市乡村旅游民宿的看法,调查组于2017年7月至8月在淄博市对市民和旅游者进行了问卷调查和现场访谈。调查结果显示:淄博市乡村旅游发展已经有了良好的市场基础并进入提质升级阶段,民宿发展潜力巨大;乡村民宿建设能有效拉长游客消费链,可以发挥稳增长、促消费、减贫困、惠民生等方面的积极作用;游客体验认为淄博乡村民宿富有特色但仍有巨大提升空间。

习总书记曾强调:“新农村建设一定要走符合农村实际的路子,遵循乡村自身发展规律,充分体现农村特点,注意乡土味道,保留乡村风貌,留得住青山绿水,记得住乡愁。”近年来,淄博市城郊观光农业、农家乐旅游等蓬勃发展,为了解淄博市乡村旅游民宿发展状况和游客对淄博市乡村旅游民宿的看法,对市民和旅游者进行了问卷调查和现场访谈。

1 调查方法及基本情况

1.1 调查方法

为了真实地反映淄博市乡村旅游民宿发展状况和游客对淄博市乡村旅游民宿的看法,推论出有价值的评价意见,本次调查方法和原则如下:

第一,问卷调查对象是淄博市民和旅游者,通过问卷星设计问卷,利用微信、球球等方式获得问卷结果。调查随机性强,须对统计数据进行甄别确定样本,保证统计数据能基本准确地反映调查情况。

第二,调查组人员以旅游者身份进入乡村民宿住宿体验,与游客交谈,观察游客反映,掌握游客真实看法。

第三,利用问卷星软件将问卷调查所得资料进行统计、分析,并以统计图表形式体现出来。

1.2 调查、回收和数据整理

实地访谈于2017年7月至8月在淄博博山乐瞳、中郝峪、上小峰村、南沙井村,淄川牛记庵、梦泉村等地进行。问卷调查通过走访以上村落并辅助微信、球球完成。

1.3 有效样本构成情况

经过统计整理,我们确认有效样本629份。由于调查随机,问卷样本的年龄构成情况如下:

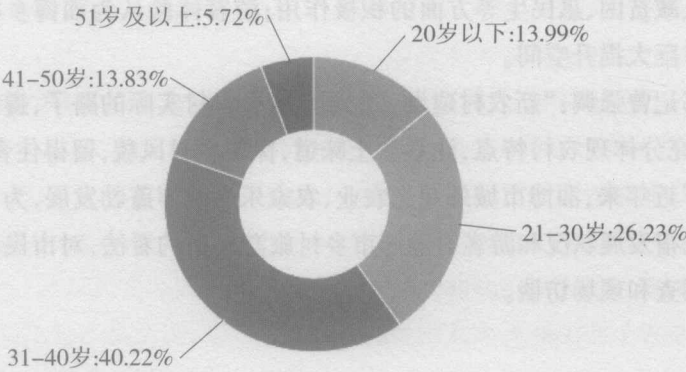


图1 问卷年龄分布情况

女性占62.16%,男性占37.84%;企事业职员、公务员、私营业主、教师、学生等各行各业都有,月收入集中在2000-6000元之间,4000-6000元/月占比31.16%。

2 调查结果

2.1 淄博乡村旅游及住宿情况

调查显示,被调查者绝大多数参与过淄博乡村旅游,但在住宿的选择上存在较大个体差异:有 56.28% 的人选择乡村民宿,32.59% 的人选择连锁酒店,4.93% 的人选择星级宾馆,6.2% 的人选择其他。

39.11% 的被调查者从未住过乡村民宿,54.69% 的人偶尔入住,6.2% 的人经常入住。

2.2 游客消费行为情况

2.2.1 选择住淄博乡村民宿的理由

游客选择乡村民宿的理由多是因为亲近自然,欣赏田园风光(69.95%);体验乡村生活,感受当地民俗文化(60.41%);放松身心、缓解压力(50.24%)。

2.2.2 订购民宿的渠道

网络预定(36.09%)和直接到前台办理(29.25%)居多,通过旅游机构(13.35%)和电话预定(11.61%)较少。

2.2.3 到达淄博乡村民宿的交通方式

自驾车(75.52%)占绝对优势,公共交通、自行车等占比小。

2.2.4 入住的乡村民宿住宿价位情况

价位集中在 100 元以下/人/天(48.81%)和 100 - 200 元/人/天(43.08%), 200 - 300 元/人/天(6.36%)和 300 元以上/人/天(1.75%)占比小。

2.3 游客体验

2.3.1 认为淄博乡村民宿最具吸引力的地方

一半以上的游客认为可以品尝到当地特色的美食(67.89%),规模小、安静优雅(57.87%),独立干净的公共庭院(52.31%)以及体验特色的农活采摘等项目(53.38%)是淄博民宿最具吸引力的地方。

2.3.2 认为淄博乡村民宿亟须改进的地方

游客认为淄博乡村民宿亟须改进的地方见多,见下图:

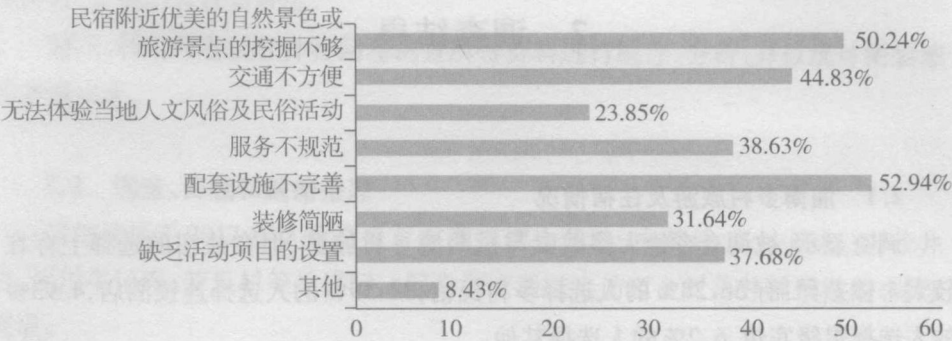


图2 游客认为淄博乡村民宿亟须改进的地方

2.3.3 住乡村民宿最担心的问题

房间卫生及洗漱问题(65.66%)最为突出,人身财产安全(19.71%),男女混住现象(7.31%),其他(7.31%)。

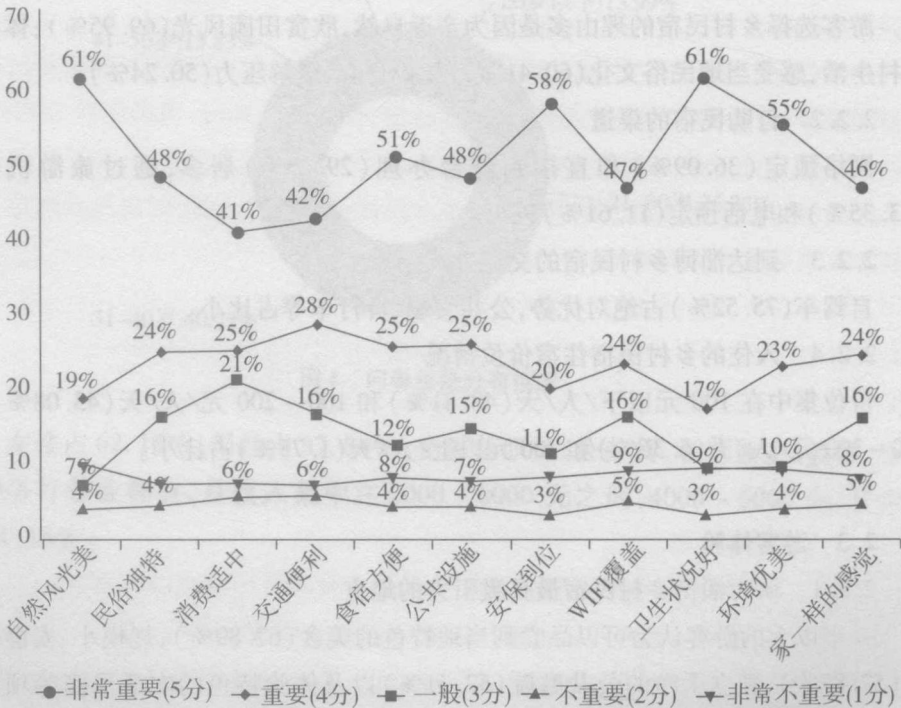


图3 游客理想中的乡村民宿

2.3.4 通常在淄博乡村民宿停留时间

停留2-4天(60.1%)最多,其次是一天之内(35.77%),5-7天(2.23%)和一周以上(1.91%)者较少。

2.3.5 游客理想中的乡村民宿

认为“自然风光美”与“卫生状况好”非常重要占比61%;安保到位、环境优美、食宿方便次之。

2.3.6 可以接受的民宿离景区(城区)的路程

1小时以内(46.26%),1-2小时(39.75%),2-3小时(12.4%),3小时以上(1.59%)。

2.3.7 游客的常住地

淄博市内区县游客(74.09%)占绝对优势,省内其他地市(20.03%),省外(5.88%)。

3 结论、分析和建议

3.1 结论

(1)淄博市乡村旅游发展已经有了良好的市场基础并进入提质升级阶段,民宿发展潜力巨大。乡村民宿游客为各地户外团、亲子游、自驾游、培训学校组织的文化之旅、旅行社旅行团等,尤其是山东省周边及淄博市民已明确表现出对乡村民宿高涨的热情,年龄集中在25岁到50岁之间,女性偏多,实际访谈中发现,暑期、周末、节假日带孩子到淄博周边乡村旅游的市民较多。

(2)乡村民宿建设能有效拉长游客消费链,可以发挥稳增长、促消费、减贫困、惠民生等方面的积极作用。乡村民宿游客自驾游偏多,停留时间1-4天,选择的价位不高于200元/人/天。60%的游客选择乡村旅游民宿是出于“亲近自然,欣赏田园风光”和“体验乡村生活,感受当地民俗文化”的想法,被“当地特色美食”,“民宿规模小、安静优雅”,“体验特色的农活采摘等项目”所吸引,但是得到的实际满足仍有待提高。实际访谈中发现,乡村旅游民宿不能脱离乡村旅游,丰富多彩的乡村旅游项目是民宿客源的重要推动力。

(3)游客体验认为淄博乡村民宿富有特色但仍有巨大提升空间。最具吸引力

的地方是“可以品尝到当地特色的美食”,“规模小、安静”,“体验特色的农活采摘等项目”以及“独立干净的公共庭院”等。认为淄博乡村民宿亟须改进的地方是“配套设施不完善”、“附近优美的自然景色或旅游景点挖掘不够”、“交通不方便”“服务不规范”以及“缺乏活动项目设置”等。住民宿最担心的是房间卫生及洗漱问题。多数游客理想中的乡村民宿“自然风光美”、“卫生状况好”、“安保到位”以及“环境优美”十分重要。

3.2 分析

同时在调查中也暴露出一些问题。

(1) 民宿建设目标低,不能满足游客需求。

目前,大多数淄博乡村旅游民宿的开发与建设基本以农家乐为目标,卫生及洗漱等基本问题成为游客最担心的问题。同时缺乏活动项目设置,大多数游客只能从事吃农家饭、散步、聊天、打牌等活动,不能满足游客旅居休闲度假、养生、养老、亲子、研学、体育运动等多层次提高生命质量的需求。

(2) 软硬件配套不足,影响游客的回头率。

民宿附近的自然景色或旅游景点的挖掘不够,公共交通不方便,服务不规范,配套设施不完善,当地的人文风俗和民俗活动体验度差,游客逗留时间短、重游率低。

(3) 整体与个体缺乏科学有效的规划,地域特色不明显。

有的村“腾笼换鸟”,将原住民迁离,整体改造原住民房子给游客住,缺少了乡情、乡音、乡俗和乡礼的乡村只剩单调的空壳;有的村过分追求迎合城市化,原有的乡野情趣荡然无存;诸多村子生搬硬套“慢生活”招牌,没有摸清自己的特色。

(4) 村民环保意识欠缺,可持续发展亟须提上日程。

游客对良好的生态环境的追求越来越迫切,清新空气、清澈水质、绿色食品、清洁环境等越来越珍贵,大量游客涌入为乡村带来巨大的垃圾,道路和河流中随处可见空瓶、塑料袋等,环境可持续发展问题必须得到重视。

(5) 从事乡村旅游的人才缺乏,导致发展后劲不足。

从事乡村民宿的大多是中老年人,年轻人都外出打工,受劳动力限制,许多乡村民宿经营者无力从事农业生产,以乡村旅游为核心带动餐饮、住宿、娱乐、观光、购物、种养、手工业等相关产业也缺乏人才支撑,长此以往,发展后劲不足,很容易被模仿和超越。

(6) 市场营销局限性大,亟待尽快融入地方旅游业。

多数民宿靠的是散客直接电话或网络预定,缺乏与旅游机构尤其是旅行社的合作。游客获取乡村民宿信息的渠道少,市场推广力度小。中郝峪在与旅游同行合作营销方面走在了前列。

3.3 建议

(1) 树立“打造精品”的理念,创造乡村民宿品牌产品。

针对山东省内尤其是淄博市民休闲度假消费特征,改进民宿产品质量,完善设施条件和配套条件、提高服务水平,改善公共交通,在保持环境真实性的同时,增加学习性、参与性、趣味性,让游客在旅游过程中学习知识、了解当地文化、风俗、传统制作技术等,打造乡村民宿精品。

(2) 依托附近景区资源,“以景带村”优势互补。

淄博众多的、地方特色浓郁的乡村常常分布在风景名胜区内周围。但目前由于种种原因,各自为政,极少数民宿异军突起,但后劲不足。随着市场由观光型向度假型过渡,能够满足游客“自然体验+文化体验”的精心设计乡村体验式旅游活动将更受青睐,民宿与景区可以资源优势互补。

(3) 多方联动,拓宽营销渠道。

乡村民宿的发展可以依托附近成熟景区迅速打开市场,树立自己的品牌。也可以依托广告宣传、旅游经销商、线上线下等多渠道宣传推广。还可以通过区域内的旅游企业联合,有效占领市场份额。

(4) 加强对规划的统一调度和审核,突出特色

各个乡村的民宿应该因地制宜,避免生搬硬套、崇洋媚外。依托各自乡村的文化、自然资源,根据市场细分需求,指定科学合理的旅游规划,设计不同层次、特点鲜明的民宿产品,从而实现整个区域内乡村旅游民宿的健康、协调、可持续发展。

(5) 加强政府的指导与监督,调动财智资源进入乡村旅游的积极性。

加强政府的指导,改善乡村旅游基础设施和配套服务;建议政府对各点的乡村旅游民宿发展给予指导与帮助,并监督其发展过程中乡村生态环境和乡村风貌的保护,保证环境效益与经济效益并行。发挥政府作用,调动财力、人力资源进入乡村旅游,为乡村旅游发展形成助推力。

4 结束语

淄博乡村旅游市场需求旺盛、富民效果突出、发展潜力巨大,其民宿发展状况和游客对淄博市乡村旅游民宿的看法有一定的代表性。本调研报告如能为淄博市乡村旅游发展提供参考,我们将感到十分高兴。同时,我们深感自己见解肤浅,人力物力有限,对调查工作和数据统计分析也缺乏经验,在此恳请大家指正。

古商城文化旅游开发研究

——以周村古商城为例

摘要:周村古商城是明清时期发展到现在唯一活着的古商业街市,与中国南方的佛山、景德镇、朱仙镇齐名,成为无水路相通的全国四大旱码头之一。乾隆南巡时御赐周村为“天下第一村”。1904年,周村正式开埠后,商业更加繁荣,成为辐射鲁中、跨江越河的著名商品集散地,被誉为“金周村”、“旱码头”,是我国近代资本主义经济萌芽的典型代表。作为鲁商文化的代表,拥有丰富的文化旅游资源。前期旅游开发只着眼于古商城物质遗产的开发与保护,其自身宝贵的文化资源优势没有充分发挥利用,其原因脱离不了非物质性的文化遗产开发保护这个难题。为了提高古商城的文化品位,深入、立体地挖掘古商城历史文化资源,本文从非物质文化遗产角度对古商城文化进行评析,探讨古商城开发的模式、价值评估、载体研究以及古商城文化资源的有形化利用,分析宣传与推广措施,最后得出具有研究结论与启示。

本文首先比较分析了国内外众多学者对非物质文化遗产基础理论的相关研究、讨论,随着近期《中华人民共和国非物质文化遗产法》的颁布,非物质文化遗产的概念、内涵之争尘埃落定;之后综述了非物质文化遗产特征与价值,提出与物质文化遗产相对比的既不是物质又不能完全脱离物质的特性,在肯定其文化价值的基础上也肯定其经济价值;对相关概念进行整合性研究,肯定了开发利用即为有效保护,继而拓展研究了非物质文化遗产的开发保护利用。其次,对古商城文化及其特征进行梳理。将古商城文化概括为鲁商文化和民风民俗两部分。从时间角度、空间维度评析鲁商文化的形成与发展、地域传播,并介绍受鲁商文化熏陶下形成的民风民俗。再次,通过多次实地考察,总结出周村古商城文化旅游发展中存在的问题;同时提出开发时的原则及应注意的事项。最后通过问卷调查,分析游客

对古商城不同类型文化的感兴趣程度及认可的开发模式,经过数据统计分析,确定周村古商城文化旅游的开发思路及宣传推广策略。

文章的结语部分,总结了本文的研究结果和启示,提出研究中存在的不足及将来进一步努力的方向。

关键词:非物质文化遗产、古商城文化、旅游开发

1 导 言

1.1 研究背景

2009年12月1日,国务院出台了《国务院关于加强发展旅游业的意见》国发(2009)41号文件,首次从国家层面明确了中国旅游业的产业定位和发展目标,并对中国旅游业的健康有序发展提供了一系列保障政策,标志着旅游业正式进入国家战略体系。2010年7月23日,国务院办公厅又印发了《贯彻落实国务院关于加强发展旅游业意见重点工作分工方案》的通知,在深化旅游业改革开放、优化旅游消费环境、倡导文明健康的旅游方式、加快旅游基础设施建设、推动旅游产品多样化发展、培育新的旅游消费热点、提高旅游服务水平、丰富旅游文化内涵、推进节能环保、促进区域旅游协调发展、加强规划和法制建设、加强旅游市场监管和诚信建设、加强旅游从业人员素质建设、加强旅游安全保障体系建设、加大政府投入、加大金融支持和完善配套政策和措施等十七个方面做出了具体要求。中国旅游业的发展迎来了前所未有的发展政策机遇和发展环境。

随着国民人均收入的不断增加,旅游者已经不再满足于“走马观花”式的旅游方式,在注重旅游产品质量的同时,更加注重情感的愉悦和满足。旅游者从注重产品本身转移到注重接受产品时的感受,追求旅游产品的文化价值和内涵,逐渐形成了文化偏好。以鉴赏异国异地传统文化、追寻文化名人遗踪或参与体验旅游目的地举办的各种文化活动为目的的文化旅游已成为当前旅游者的一种风尚。但是,在目前形式多样的文化旅游中,旅游开发局限于景点景区的物质资源,在旅游策划中均以坛庙、寺观、博物馆等建筑静态展示,反映物质对象内涵的、历史真实和沉淀的、宝贵的无形文化资源变成了遥远的、可敬不可亲的、可拜不可爱的鸡肋,无法落脚到人们现实的幸福生活上,无法融入区域旅游和社会经济发展中,失

去了时代价值和意义。游客们只是浏览了景点景区的表层躯壳,内涵体验远远不能满足。景点景区缺乏文化供给深度挖掘,也就成了“有说头,没看头,更没玩头”的地方,已经难以满足游客们当下的文化需求。如何发掘景点景区的非物质文化遗产内涵,将其文化价值合理多样的表现出来,提供给消费者高品位文化又富有参与性、体验性的难忘经历,同时生成具有保护意义的认知扩大,是非物质文化遗产旅游开发保护研究的重要课题。

周村区是淄博市辖区。“十二五”期间,淄博要继续坚持文化兴旅战略,创新开发文化旅游资源,深化旅游产品的文化内涵,积极推进文化资源的旅游产业化进程,使文化成为淄博旅游的灵魂,使文化旅游成为淄博旅游的主体和持续发展的动力源泉。强调通过“三个创新”——即创新文化旅游的发展思路、创新文化资源的利用方式、创新文化资源的经营模式,改变淄博老旧的文化资源利用方式,真正实现文化资源的产业化利用。

周村古商城在明清时期成为我国北方的重要商镇,是封建社会后期经济转型中兴起的手工业、商业重镇,是中国北方丝绸之路的源头所在,素有“天下第一村”、“金周村”、“旱码头”、“丝绸之乡”的美誉。周村资源众多,具有浓郁地方特色,具有唯一性和不可替代性。作为较新的旅游目的地,古商城没有根本摆脱老旧的文化资源利用方式,没有真正实现文化资源的产业化利用。前期已经重点对古建筑进行修缮整治,并恢复建设十余处景点,形成完整的历史文化街区体系;定期举办旱码头文化节,政府和周村古镇景区工作人员组织各种各样的宣传活动,如周村古镇征文比赛、周村旅游月、摄影大赛、在电视台做专题节目等,类型丰富多样,但没有真正抓住古商城文化内涵,没能深度利用文化旅游资源。游客所期待的符合时代性的多功能旅游产品没有出现,缺乏深度体验和欣赏,文化资源优势没有足量地发挥,致使这些活动都如昙花一现,相关带动和后续效应较差。

1.2 研究意义

文化与旅游密不可分,文化赋予旅游产品以旺盛持久生命力,旅游产品是文化的外在表现形式。文化遗产资源所具有的特殊价值对旅游者有着强烈吸引力,而文化内涵缺乏的空壳旅游目的地必定不会有强大的影响力和长久的生命力。只有将非物质文化遗产活化到载体中转化为旅游资源,较好地维系遗产文化的真实性,开发具有吸引力的旅游产品项目,同时注重与保护相结合,才能充分表现地域文化遗产的魅力,发扬传承地域内独特的文化,从而促进地区经济、社会的可持续