

图书基本信息

书名：<<中国旅游景区精品建设探索与实践>>

13位ISBN编号：9787100035606

10位ISBN编号：7100035600

出版时间：2002-12

出版时间：商务印书馆

作者：唐洪广

页数：292

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国旅游景区精品建设探索与实践>>

内容概要

《中国旅游景区精品建设探索与实践》是“全国旅游景区（点）管理与发展研讨会”的成果集成。该会议是我国旅游界首次召开的旅游景区发展专题会议，本书所选文章是对会议提交的全部论文依其学术水平，讨论价值和现实意义进行再创造的结果。既有整合性、政策性和学术与实践前瞻性的论述，又有对国内目前最具旅游吸引力和市场影响力的各类旅游景区的专门分析和论证，还有专题性的深入探讨，对促进我国旅游景区的精品建设和景区经营管理水平的提高具有重要参考价值。

书籍目录

中国旅游景区(点)建设的任务与方略
中国旅游景区管理与发展——旅游开发建设“十二题”
旅游景区的品牌化、精品化建设
以生态旅游为方略促进长江三峡旅游产品的升级换代
西部大开发背景下三峡库区旅游产业的发展前景
创新·旅游企业发展永恒的主题——浅析张关经营旅游之道
旅游景区的体制创新与经营发展——关于长春净月潭景区管理体制创新的几点思考
世界文化遗产的管理与经营
对大足石刻景区精品化发展的探讨
旅游景区的保护与开发利用
树立名牌意识，创建一流景区——世界名园的曙光
抓住奥运、“人世”契机加快青岛景区旅游业发展
发挥资源优势，开拓朝阳产业——宁波滕头生态旅游区创建之路
旅游景点景区文艺节目策划节庆活动、文化创新与客源市场的开拓
世界级的旅游绝品——关于“茶马古道”开发的初步设想
景区经营权能否放开
景区公司上市运营策略研究
全国首批4A级旅游景区规模化研究
中国精品旅游景区经营性分析——全国首批4A级旅游景区1999年经营状况

章节摘录

外部拉动开发有三种情况，第一种是中心城市拉动，就是处在中心城市边缘的景区通过中心城市拉动其发展。

这是一种非常理想的状态，涉及到旅游开发的选址，也涉及到旅游交通的配置。

第二种是龙头景区拉动，应该说，每一个地方都有龙头景区，当然自己能变成龙头景区最好，但如果自己变不成龙头景区，就需要研究如何去搭龙头景区的班车，来拉动自己的开发。

这种搭车的方式很多，比如说产品方面有互补性，在交通方面距离比较近，可以形成环线，这是一种搭车的方法。

在管理上、品牌上、资金上，也可以形成这种方式。

第三种是市场集聚的拉动。

市场集聚的拉动，可能没有中心城市，可能没有龙头景区，但市场集聚本身也可以形成一个很大的拉动作用。

这就需要我们进一步地研究。

比如说，江苏、浙江、福建，都有很多专业化的市场，每一个专业的市场在某种程度上都可以拉动一片景区，至少可以拉动一批景点。

当然这方面的工作实际上做得还不够。

外部拉动开发基本就是这样三种方式。

市场集聚除刚才说的形式之外还有另外一种形式，即一个地方消费能力很强，就可以无中生有，这也是市场集聚的开发方式。

2.开发拉动社会景区开发，对社会要有责任，要尽义务，这是景区自身发展的要求。

如果景区不和当地的社区处理好关系，旅游开发也很难进行。

所以，景区首先需要开放。

景区的开放也是多方面的，如果没有开放的意识就很难保证长足的发展。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>