

<<全产业链视阈下的旅游发展>>

图书基本信息

书名：<<全产业链视阈下的旅游发展>>

13位ISBN编号：9787310039531

10位ISBN编号：731003953X

出版时间：2012-7

出版时间：南开大学出版社

作者：魏小安,魏诗华

页数：281

字数：339000

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>

<<全产业链视阈下的旅游发展>>

内容概要

视阈，是能产生视觉的最高限度和最低限度的刺激强度，形成有深度感觉的视景。

全产业链视阈是当今时代对中国旅游发展的要求。

随着时代的发展，旅游全产业链已经不仅是个例，而是成为带有普适性的核心竞争力。

魏小安、魏诗华所著的《全产业链视阈下的旅游发展》供读者借以观察和展望中国旅游业发展的未来。

<<全产业链视阈下的旅游发展>>

作者简介

魏小安，著名实战派旅游经济专家。

现任中国旅游研究院学术委员会主任、全国休闲标准化技术委员会副主任、中国旅游协会休闲度假分会秘书长。

1988年至2003年，任国家旅游局规划发展与财务司司长、政策法规司司长、旅行社饭店管理司司长等职。

出版专著及主编图书50余种，累计2000多，万字，在全国和国际旅游业界有口皆碑。

魏诗华，知名实战派旅游规划专家、休闲文化专家、旅游营销专家。

现任北京制源江山咨询有限责任公司董事长、三亚琼州学院客座教授、《商业文化》杂志副主编、迈视制源中国旅游新媒体中心主任、西安曲江文化旅游研究院专家委员会委员、教育部发展中国国家旅游管理高级研修班讲师，主持、参与各类重大旅游规划、策划，设计、营销、课题项目近百个，推动、促进平遥、云台山千岛湖，沂水，丹江口等地旅游发展。

<<全产业链视阈下的旅游发展>>

书籍目录

导言：紧扣国家核心利益，谋求旅游长远发展

第一章 对应大时代，迎接新发展

第一节 国际经济摩擦时代的中国旅游

第二节 高速路网时代的旅游发展

第三节 大地产时代的旅游运作

第四节 低碳低耗时代的旅游发展

第五节 休闲时代的旅游转型

第六节 新技术时代的旅游升级

第七节 新生态时代的旅游深化

第八节 新海洋时代的旅游拓展

第九节 大活动时代的旅游定位

第十节 大产业时代的旅游交融

第二章 旅游项目创新发展

第一节 旅游项目新分析

第二节 旅游项目新理念

第三节 旅游项目新开发

第四节 旅游项目新模式

第五节 旅游项目新创意

第三章 新时期旅游企业集团面面观

第一节 风起云涌的发展态势

第二节 异军突起：新兴旅游集团

第三节 核心扩张：传统旅游集团发展

第四节 集团发展态势

第四章 旅游投资

第一节 中国旅游投资的现状与发展

第二节 建设良好的投资环境

第三节 酒店发展：热投资中的冷思考

第四节 中国古镇投资分析

第五章 旅游规划与设计

第一节 旅游智业发展

第二节 中国旅游规划发展的现状与趋势

第三节 旅游规划与旅游法

第四节 旅游情景规划与项目体验设计

第六章 旅游项目运营

第一节 景区十困

第二节 老景区走出新路子

第三节 旅游产业聚集区的发展

第四节 培育旅游要素市场

第五节 旅游电子商务与智能化

第七章 旅游市场营销

第一节 旅游市场营销新认识

第二节 旅游目的地营销新体系

第八章 区域旅游发展

第一节 乡村旅游：新局与新题

第二节 城市旅游：新思与新意

<<全产业链视阈下的旅游发展>>

第三节 县域旅游：深化、整合与发展

第四节 旅游扶贫：认识、措施与发展

第五节 休闲城市的创新与发展

第六节 城际旅游

结束语：中国旅游的时代视阈

<<全产业链视阈下的旅游发展>>

章节摘录

版权页：如何提高旅游产业的技术含量事实上已经成为一个问题，但是很多旅游企业还没感觉到这是个需求。

如，在国际竞争的大背景下，制造业如果没有相应的技术领先，在市场上就站不住。

中国旅游以前是靠劳动密集型，靠引进技术，后来发现这种模式在一个阶段是可用的，到了下一个阶段就必须调整。

可以说，随着旅游业现代产业特征的日益突出，传统的运营模式很难长期维系。

目前，虽然出现了一些高科技技术的应用，如携程网等。

但是，也要认识到，这其实并不是旅游科技的创造，只是现代信息科技的使用。

大家都知道，除了外联、计调、导游这三大块传统业务之外，旅行社一直有一个边缘性的业务就叫委托代办。

携程网所做的业务仍然是传统业务，是把委托代办这个环节集中放大，做成一个现代企业，这样一个现代企业的发展，实际上就是将传统业务、传统内容对应现代组织、现代手段和现代运营，虽然对应了现代的需求增长、产业结构的调整和产业的要求，但是仍然解决不了根本问题。

同样，由于旅游业技术落后，整个行业升级换代慢，自然也造成大家都在同一层次上竞争。

同质化产品、相同价格、相同服务的结果只能是打乱仗，成为恶性价格竞争，价格竞争到头，旅行社就是零团费、负团费。

这就是行业规模发展很大，速度很快，但是整个产业素质不高的根本原因。

二、核心技术 针对上述问题，应该如何从根本上解决？

无疑，转型、升级是必由之路。

转型就是要从传统的单一观光方式转向复合型的方式。

所以，对旅游发展的看法是什么时候旅行社淡化了，不用治理，旅游市场秩序就会好了。

因为游客本身都可以自己解决问题了，旅行社就必须完成转型升级。

这是根本所在，不是政府投入精力和力度的问题。

首先，最基本的要求就是提高技术含量。

技术有三类：一类叫高新技术，一类叫成熟技术，一类叫适用技术。

旅游发展的要求是高新技术运用，成熟技术推广，适用技术普及。

在这方面，旅游企业不用下太多功夫谋求当技术的创新者，客观上也当不了，认真地应用推广普及就可以了。

应该说，旅游可以有商标专利、新型包装专利等。

但旅游企业真正需要研究的是技术能带来什么，技术对旅游产业的推动有什么作用。

所以，这里面技术的推广就形成了流程的变化。

同理，现在行业里有一些技术含量较高的企业，实际上做的也主要是应用推广普及层面的工作。

比如华侨城，属于主题公园系列产品，就技术层面而言在世界上都属一流，但是华侨城企业自身并没有持有多少技术专利。

<<全产业链视阈下的旅游发展>>

编辑推荐

《全产业链视阈下的旅游发展》供读者借以观察和展望中国旅游业发展的未来。

<<全产业链视阈下的旅游发展>>

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>