

<<城市旅游形象提升攻略>>

图书基本信息

书名：<<城市旅游形象提升攻略>>

13位ISBN编号：9787500470557

10位ISBN编号：750047055X

出版时间：2008-11

出版时间：中国社会科学出版社

作者：王晞

页数：290

字数：270000

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>

## <<城市旅游形象提升攻略>>

### 前言

本书是我的博士生王晞在其博上论文基础上进一步修订而成的。

1999年8月，我离开生活了将近18年的广西壮族自治区那片红土地，作为引进人才调入上海华东师范大学资源与环境科学学院工作。

基于人文地理学教授们专业方向选择不冲突，除了将“行政区划与城乡发展”、“城市与区域发展规划（含土地利用规划）”作为我的主要研究方向以外，还将“旅游发展与管理”作为自己的主导研究方向，实际上，研究的还是旅游地理学的内容，或者是基于地理学的视角研究旅游发展与管理问题。

几年来，我在上海滩的“二次创业”，充满了艰辛。

没有想到的是，竟是“旅游发展与管理”的学术研究方向，吸引了一批致力于“旅游发展与管理”的年轻学者聚集在华东师范大学中国行政区划研究中心，他们小仅给我带来了职业的生气，也给中国行政区划研究中心带来了朝气蓬勃的人气。

在短暂的8年时间内，从中国行政区划研究中心毕业了8名人文地理学旅游发展与管理方向的博士研究生，14名人文地理学旅游发展与管理方向的硕士研究生。

如今，他们有的是高校的青年骨干教师；有的继续在高校攻读博士学位；有的在读博士生被选派出网留学深造；有的是政府公务员；有的是大中型企事业单位的业务骨干；有的是高校博士后研究人员。

## <<城市旅游形象提升攻略>>

### 内容概要

《城市旅游形象提升攻略》以多学科视角，全面、系统地阐释与论证了城市旅游形象的科学刻画、城市景观空间的整治方法、城市旅游目的地与客源地的互动机制以及城市旅游感知形象的诊断评估、审美与体验环境的整合模式，针对当前我国城市旅游形象构建存在的问题提出了创新性的理论与观点。研究中采用了不少第一手数据资料，首次对中国旅游符号之一——桂林的城市旅游形象进行实证分析，有关结论对我国城市旅游竞争软实力增长及可持续发展具有启示和借鉴意义。

本书作为城市旅游形象问题研究的学术新著，对城市旅游推广机构具有决策参考意义，可供高等院校旅游管理、城市与区域科学类专业师生，以及从事城市旅游发展与管理、城市旅游形象研究的专业人员参考。

## <<城市旅游形象提升攻略>>

### 作者简介

王晞，女，汉族，理学博士，桂林旅游高等专科学校副教授。

有多年任职旅游业界实践经历。

主要研究方向区域旅游发展与管理、公共礼仪与职场形象、酒店品牌建设等。

主持/参与《桂林旅游目的地形象提升与可持续发展研究》、《高职高专旅游与休闲管理专业构建研究与实践》等七项

## &lt;&lt;城市旅游形象提升攻略&gt;&gt;

## 书籍目录

序第一章 绪论 第一节 城市旅游形象研究背景、目标和意义 第二节 城市旅游形象相关研究进展 第三节 本书的研究思路、主要内容与研究设计第二章 多元透视：城市旅游形象理论 第一节 旅游地理学理论 第二节 心理与行为学理论 第三节 景观规划学理论 第四节 营销传播学理论 第五节 其他学科理论第三章 系统分析：城市旅游形象模型 第一节 城市旅游形象概念的辨析 第二节 城市旅游形象系统的核心结构 第三节 城市旅游形象系统的动态分析 第四节 城市旅游形象系统的理想图式 本章 要点回顾第四章 现实形象：城市景观空间整治与风景保护 第一节 城市旅游形象的精神意蕴 第二节 城市旅游形象的个性演绎 第三节 城市旅游景观空间整治与风景保护 本章 要点回顾第五章 媒介形象：城市旅游整合营销传播策略 第一节 城市旅游形象传播的媒介环境 第二节 城市旅游形象传播的路径创新 第三节 城市旅游媒介形象的优化模型 本章 要点回顾第六章 感知形象：城市旅游审美与体验环境整饰 第一节 城市旅游感知形象的影响因素 第二节 城市旅游感知形象的诊断评估 第三节 城市旅游审美与体验环境的空间耦合 本章 要点回顾第七章 实证案例：桂林城市旅游形象提升研究 第一节 桂林旅游目的地的形成与发展过程 第二节 桂林城市旅游形象塑造的现状分析 第三节 桂林城市旅游形象建设的绩效评估 第四节 桂林城市旅游形象提升的理性思考第八章 城市旅游形象提升未来之路 第一节 本书研究结论 第二节 未来探索展望附录参考文献后记

## <<城市旅游形象提升攻略>>

### 章节摘录

第一章 绪论 第二节 城市旅游形象相关研究进展 旅游目的地形象（简称旅游地形象，以下同）研究自20世纪70年代已成为国外旅游学界的热门话题。S. 派克（S. Pike, 2002）以旅游目的地形象分析为题，对1973—2000年全球发表的142篇文献进行了综述。

其中，北美和欧洲共有97篇，亚洲有25篇，澳大利亚19篇。

越来越多的研究者发现，目的地形象问题是吸引游客最关键的因素之一，旅游地之间的竞争在很大程度上是形象的竞争。

尽管国内的旅游形象研究比国外晚了二十多年，但以旅游地开发和规划实践的迫切需要为契机，很快发展成为旅游理论研究中最受关注的领域之一。

根据本书对中国学术期刊全文数据库检索的结果，1997--2005年，相关研究以“旅游形象”为题名模糊检索出316篇，“景区形象”12篇，“旅游意象”8篇，共计336篇。

谢飞帆（1998），李蕾蕾（1999），郭英之（2003），程金龙、吴国清（2004），赵飞羽、陈桂林（2004），李飞、黄耀丽等（2005），张海霞、张旭亮（2005），汪克会（2005）先后从旅游地形象研究在西方的崛起、旅游感知形象研究综述、旅游形象研究的回顾与展望、旅游地形象研究进展、旅游地形象测量方法和城市旅游形象研究等不同的角度对该领域的研究进行了回顾与总结。

.....

<<城市旅游形象提升攻略>>

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>