第一图书网, tushu007.com

<<旅游营销中国>>

图书基本信息

书名：<<旅游营销中国>>

13位ISBN编号：9787501187225

10位ISBN编号：7501187223

出版时间：2009-3

出版时间：新华出版社

作者：伍飞，苏耀荣　著

页数：246

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

第一图书网, tushu007.com

<<旅游营销中国>>

内容概要

本书通过论证现代旅游在全球化过程中，在整合人类文明方面所体现出的价值，论述了旅游在推广中国国家形象上的重要作用。

本书适合从事中国软力量建设的各界人士阅读。

尤其适合大中专院校旅游、传播、广告、公关、国际政治等专业作教材之用。

第一图书网, tushu007.com

<<旅游营销中国>>

作者简介

伍飞，《环球游报》执行总编。
90年代初毕业于复旦大学新闻系。
主任记者。
曾就职于多家新闻媒体。
中国新闻奖、全国都市类报纸新闻评比一等奖获得者。
历任新闻部主任、副总编、执行总编等职。
2005年7月参与创办《环球游报》，提出“旅游整合世界人类共享文明”的新理念，得到国内外专家和驻华大使的广泛赞同，并被媒体誉为旅游界的“地标性”格言。
2007年被评为“东亚旅游十大知名人物”。
出版有《旅游整合世界》《与50位大使对话旅游》等多部作品。

第一图书网, tushu007.com

<<旅游营销中国>>

书籍目录

第1章　全球化浪潮下不断加速的旅游进程　第一节 人类进入“全球旅游”“全民旅游”时代　第二节 中国现代旅游“渐入佳境”　第三节 旅游观的改变及旅游价值的重新审视　旅游的内涵和外延不断变化　旅游的价值和地位日益凸显第2章　全球化过程中软力量的兴起　第一节 和平与发展渐成人类主流　“和平与发展”是世界人民的普遍愿望　多极化及全球化的世界趋势　第二节 软力量竞争是后文明时代国家竞争的主要形态　“软力量”地位的提升暑人类文明进步的标志　未来各国竞争主要体现在软力量的竞争　第三节 软力量资源大国变成软力量大国要传播第3章　中国又到了实现软力量的黄金时期　第一节　有硬力量才会有软力量　第二节 中华民族的再崛起昭示软力量的回归　第三节 中国实现软力量的障碍和困惑　“妖魔化中国”现象不会糍期消失　“核心价值观”缺失制约中国软力量的扩大第4章　旅游是软力量实现的最佳途径　第一节 旅游的硬整合力无可替代　第二节 旅游的软整合力无可估量　第三节 “旅游整合世界”既是目标也是途径　人类文明逐步共享　政治矛盾趋向缓和　宗教对话展现曙光第5章　旅游营销中国是一项复杂的系统工程　第一节 旅游营销中国的战略意义和现实意义　软力量建设关系到中华民族能否真正崛起　旅游在中国软力量打造中具有特殊地位　第二节 旅游营销中国要有融入世界的战略新思维　第三节 旅游营销中国要有全球化视野的执行团队第6章　如何构建旅游营销中国的战略体系　第一节 国家形象战略与营销战略须有机统一　第二节 “东方文化代表”是旅游营销中国的灵魂　第三节 旅游营销中国手段要有创新意识　创新是旅游营销中国的生命线　要大力扶持“民间力量”　第四节 旅游营销中国“功课”必须内外兼修　扎实建立公平正义的“和谐社会”　普及“人人都是国家形象”的公民意识　第五节 经济危机下旅游营销中国之挑战与机遇

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

第1章全球化浪潮下不断加速的旅游进程第一节 人类进入“ 全球旅游 ”“ 全民旅游 ”时代 旅游活动是人类最早的社会行为之一。
法国学者罗伯特·朗卡尔先生在其著作《旅游及旅行社会学》中说：“ 自有人类就有旅行 ”。
中国学者范能船先生在给《中国旅游史》所作序言中也有相同观点：“ 旅游的历史与人类的历史相始终 ”。
但是，由于生产力十分低下，在远古极不发达的条件下，旅游只是少数人即有权、有钱、有闲人的专利。
例如，古埃及的贵族们就常乘着小船，沿尼罗河顺流而下，一边欣赏两岸风光，一边享用美味佳肴，欢度休闲时光；我国的历代帝王如秦始皇、隋炀帝等最高统治者也经常在自己所管辖的领土上巡游。
通过巡游，一则可以炫耀自己至高无上的权威，以维护统治；二则可以饱览风光、愉悦身心。
而大部分群众因为整天都在为解决温饱问题而奋斗，很难有闲情雅致从事旅游活动。
人类旅游活动真正意义上的飞跃是欧洲工业革命的到来。
18世纪中叶到19世纪的一百年间，欧洲文明由于科学技术的快速发展而突飞猛进。
中产阶级队伍开始壮大，大部分劳工从乡村进入城市工作，过起城市生活。
随着工业革命的深入，人们不仅劳动时间缩短，休假日期增加，而且由于蒸汽机、轮船、火车、汽车、飞机等交通工具的发明，使得人们在旅游方式及范围等方面都有了质的变化。
1713年的《乌得勒支条约》开始了欧洲相对平静的时期，欧洲大陆重新对旅游者开放。
这个时期，欧洲各个国家的贵族青年，带着一位仆人或指导他们行为和学业的家族教师，到国外去旅游一两年，成为一种时尚。
“ 欧洲受过教育的阶级从来没有形成过比这更加世界主义化的社会，他们以法语为通用语言，经常出国游历——这是一个伟大的旅行时代——特别是在18世纪上半叶战争不甚频繁期间 ”。
（《西方旅游史》）18、19世纪，“ 大旅游 ”在欧洲各地都非常普遍，其中尤以英、法、德、俄、北欧国家等地的人出游最为常见。
并且这种旅游活动成为当时培育未来行政人才及政治领袖的一个重要方式。
旅游者们大都怀着一颗对古典文明和现代文化的崇敬之心，踏上“ 大旅游 ”之路。
他们一边游历大川、名山、古城，一边学习语言、文化、艺术、社交礼仪和风俗人情，日来夜往，走走停停，从一地到另一地，视野不断地开阔，思想不断地丰富。
被公认为第一个真正的旅行代理商的英国人托马斯·库克，第一次组织旅行所采用的交通工具就是火车。
公元1841年7月，英国人托马斯·库克凭借他的语言艺术和满腔热情，说服了540主张戒酒的人，从雷斯特乘火车到拉夫巴罗参加戒酒大会。
这是第一次集体打折扣的包租列车旅行。
后来，委托他筹备旅行的人增多，他成了短途旅游的组织者。
公元1846年他又成功地设置了旅游向导，这是历史上最早的导游。
公元1851年，库克组织了16万多人参加在伦敦“ 水晶宫 ”举行的第一次“ 世界博览会 ”。
公元1872年，库克组织了一次9人团体的环球航行，历时220天。
因此，托马斯·库克被誉为近代旅游业的创始者。
不过近代旅行、旅游活动虽然已有很大发展，但还未发展到能称为独立的经济行业——_旅游业的地步。
从整个时代来看，它只是一种局部地区个别人经营的旅游代理业。
现代旅游业崛起于第二次世界大战后，由于世界形势总体缓和，各国人民渴望和平，加上第二次世界大战期间航空和雷达导航等诸多技术的突破，为战后民用航空业的发展奠定了基础，也对旅游业产生了巨大的影响。
在20世纪60年代，现代旅游业开始加速，成为“ 后工业化社会 ”发展最快的行业之一。
1950年，旅游观光事业已经成为世界上的一个新兴产业。

第一图书网, tushu007.com

这一年，全球国际旅游过夜人数达2528万人次，国际旅游外汇收入达21亿美元。
在同一年，赖茨还以“地平线假日”旅游公司的名义组织了一次航空包机旅游，目的地是科西嘉岛。
他在这次实验性的旅游组织中采取了预订一些座位的办法，从而有效地降低了成本，很受游客欢迎，在随后的时间里，越来越多的旅游者接受了这种新的旅游方式。
1958年，波音707喷气飞机的问世标志着“大众旅游”时代的到来。
从欧洲到北美洲的旅行时间，由24小时缩短为8小时，从而为国际旅游的起飞奠定了划时代的里程碑。
到1970年，第一架宽体客机波音747投入运营，每次运载的旅客数量超过了400人，更大的、更多的乘客使机票价格进一步降低，航空旅游也因此变得更加迅捷、安全和舒适。
1960年，全球国际旅游过夜人数达6932万人次，是1950年的2.74倍，平均每年增长10.6%；国际旅游收入达68.67亿美元，是1950年的3.27倍，平均每年增长12.6%，远远高于当时世界经济的平均增长率。
这种发展趋势，在以后30年中继续巩固发展。
根据世界旅游理事会1997年公布的数字：1996年，全球旅游业总产值达3.6万亿美元，占世界国民生产总值的10.7%；旅游业的税收达6530亿美元，占世界间接税收收入的10.4%；旅游总消费达2.1万亿美元，占世界消费总支出的11.3%；旅游业直接和间接从业人员达2.55亿人，占世界就业总人数的1/9；对旅游业的投资达7660亿美元，占世界总投资的11.9%。
旅游业已经成为世界上最大的产业之一。
随着战后欧洲国家、美国、日本等发达国家汽车工业的快速发展和各国高速公路的大量兴建，自驾车旅游以惊人的速度取代了中短途的火车旅游和客车旅游。
到20世纪70年代，在美国平均每两个人拥有一部汽车。
美国旅游业对美国国民经济最突出的贡献，在于提供了庞大的就业岗位。
在美国，每8个居民中就有一个是从事旅游及相关行业的。
全美50个州，旅游业就业人数在各行业中排名前3位的有32个州，并且旅游业提供的就业岗位中大约有68.4万个属于经理水平以上的高层次就业岗位。
美国的旅游产品类型多样，可以满足游客的不同需求。
如刺激性、参与性的，洛杉矶的好莱坞、迪斯尼以及拉斯维加斯是代表；城市文化观光性的，纽约、华盛顿、费城、旧金山执牛耳；自然风景观光性的，尼亚加拉大瀑布闻名遐迩；休闲度假性的，夏威夷位居前列，等等。
美国的多元文化魅力四射。
如迪斯尼不仅吸引着美国游客，而且吸引着世界游客。
它的经营方针为“站在全球看世界”，至今已向法国巴黎、日本东京和中国香港输出了3个迪斯尼乐园。
2006年美国旅游收入排在全球首位。
1969年，在英国旅游业蓬勃发展的形势下，英国政府颁布了英国第一部旅游法——《英国旅游发展法》，成立了英国旅游局、英格兰旅游委员会、苏格兰旅游委员会和威尔士旅游委员会4个行政机构。
它们之间地位平等，英国旅游局为政府机构，主要负责对外市场宣传和提供咨询服务；另外个旅游委员会为半官方机构，负责国内市场宣传和本地区旅游设施的建设和发展。
其中，英国旅游局、英格兰旅游委员会由英国就业部领导，这反映了在高失业率背景下的英国政府期待通过发展旅游业来扩大就业。
英国在20世纪80年代，仅带住宿设备的家用旅行房车就有60万辆。
法国是世界上最早发展旅游业的国家之一。
早在中世纪时，巴黎就已成为欧洲各国的王公贵族、达官显贵、富商巨贾和文人骚士汇聚之处。
到了19世纪，巴黎已享有“世界花都”的美誉，世人以到过巴黎为荣。
法国政府历来重视旅游业，1910年，法国政府决定设立国家旅游局，旅游业成为法国政府最早干预的私人经营的行业。
而后，国家又制定了《旅游宪章》及一系列旅游法规和实施细则，为旅游业各部门快速、协调发展提供了强有力的保障。
社会（福利）旅游兴起于法国，发展迅速。

第一图书网, tushu007.com

政府将部分福利基金资助一些不以营利为目的的旅游公司发展旅游业，目的是让低收入家庭也能享受旅游度假的权利。
法国现已有社会（福利）旅游性质的度假村和露营中心近700处，遍及海滨、山区和乡村。
1999年全年至少出游一次的法国人占全国人口的3/4。
近15年来，法国每年的游客量和收入都有稳走的增长。
每到七八月份的巴黎，城内的度假大军沿着巴黎通往法国度假村的高速公路缓慢地行驶，巴黎这时成了外国旅游者的巴黎，几乎到处都是到巴黎的外国度假者。
2007年法国接待的外国游客数量预计为8000万人次，居世界第1位。
旅游业的产值在法国国内生产总值中的比例已高达6.3%。
负责该国旅游事务的国务秘书长夏泰尔表示，旅游业已成为法国一个“具有高度战略意义”的行业，是一个真正的产业，它起到推动法国经济增长的作用。
法国旅游事务单位表示，政府在旅游业方面的目标是争取到2015年接待外国游客数量增加到1亿人次。

第一图书网, tushu007.com

<<旅游营销中国>>

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