第一图书网, tushu007.com

<<旅游商品学>>

图书基本信息

书名：<<旅游商品学>>

13位ISBN编号：9787503225697

10位ISBN编号：7503225696

出版时间：2005-02-01

出版时间：中国旅游出版社

作者：钟志平

页数：288

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

前言

旅游购物是旅游活动的重要组成部分，旅游商品是旅游购物赖以发展的物质基础。
我国具有丰富的旅游商品资源，科学有效地开发旅游商品、发展旅游购物，对提升旅游业的经济效益和社会效益具有十分重要的现实意义。
在我国旅游业蓬勃发展的今天，旅游商品的发展已引起各地高度重视。
培养懂得旅游商品经营知识的旅游管理人才已纳入旅游院校的人才培养方案，《旅游商品学》正是为适应这种需要而特意编写的。
本书理论性与实用性结合得比较好，内容丰富，资料翔实，论证科学，语言通顺，并含有一些新的研究成果，既是旅游商品经营者的必备书，又可作为旅游院校的必读教材。
在写作本书过程中，得到了中国旅游出版社的大力支持，特别是殷钰编审的热情帮助才促使这本书面世。
在此，我表示衷心的感谢。
为编写本书，曾经查阅参考了许多同志的论著、文献、资料、消息报道和大量的统计资料，除了书后开列的参考文献、资料外，还有一些可能没有列入，请原作者原谅。
在此，向所有这些论著的作者表示真诚的谢意！

第一图书网, tushu007.com

内容概要

旅游购物是旅游活动的重要组成部分，旅游商品是旅游购物赖以发展的物质基础。
我国具有丰富的旅游商品资源，科学有效地开发旅游商品、发展旅游购物，对提升旅游业的经济效益和社会效益具有十分重要的现实意义。
在我国旅游业蓬勃发展的今天，旅游商品的发展已引起各地高度重视。

<<旅游商品学>>

书籍目录

前言第一章 绪论第一节 旅游商品学研究的客体一、旅游商品的界定二、旅游商品学研究客体的范围三、旅游商品的定义四、旅游商品的特征第二节 旅游商品学的基础理论一、旅游商品是具有交换价值的劳动产品二、旅游商品的二重性三、旅游商品整体概念第三节 旅游商品学研究对象一、旅游商品使用价值二、旅游商品学研究的内容第四节 旅游商品学研究的意义一、提升旅游产业的经济效益和社会效益二、增强旅游要素知识的均衡性三、充分发挥旅游商品资源的潜力第五节 旅游商品的发展概况一、世界旅游商品的发展二、我国旅游商品的发展第二章 旅游商品分类第一节 旅游商品分类的原则一、旅游商品分类的概念二、旅游商品分类的基本原则三、旅游商品分类的基本要求四、选择旅游商品分类标志的基本原则第二节 旅游商品分类的意义一、旅游商品分类有助于旅游商品经营管理工作的顺利进行二、旅游商品分类有助于了解商品的性能、特征三、旅游商品分类有利于旅游商贸现代化的发展第三节 旅游商品的分类方法一、按流通形式进行分类二、按原材料分类三、按用途分类四、按开发生产方式分类五、按标准化程度分类六、按照旅游商品的属性作为分类标志七、按旅游商品特色的市场空间分类八、按照制造方法分类九、按外观形态分类十、其他分类方法第四节 旅游商品编码一、旅游商品编码概念与意义二、旅游商品编码的原则第三章 旅游商品质量第一节 概述一、旅游商品质量研究的意义二、旅游商品质量的内涵三、旅游商品质量构成第二节 旅游商品质量要求一、旅游商品自然质量的基本要求二、旅游商品社会质量的基本要求三、旅游商品文化质量的基本要求第三节 旅游商品质量的决定和影响因素一、原材料是形成旅游商品质量的基础二、生产制造过程是形成旅游商品质量的关键三、旅游商品的物流条件是保护旅游商品质量的有力措施四、社会环境对旅游商品质量的影响第四节 旅游商品质量变化一、旅游商品自然质量的变化二、旅游商品社会质量的变化第五节 旅游商品质量分析一、旅游商品质量特性二、旅游商品质量分析原则三、旅游商品质量的评价第四章 旅游商品文化第一节 概述一、文化的特征二、旅游商品文化的内涵三、旅游商品文化研究的原则第二节 旅游商品文化的特征与形成一、旅游商品文化的特征二、旅游商品文化的形成第三节 旅游商品文化对旅游商品的影响一、旅游商品文化对旅游商品设计的影响二、旅游商品文化对旅游商品生产工艺的影响三、旅游商品文化对旅游商品消费的影响四、旅游商品文化对旅游商品市场的影响第五章 旅游商品标准化第一节 概述一、旅游商品标准化的内涵二、旅游商品标准的概念及种类第二节 旅游商品标准化的发展一、旅游标准化的发展二、旅游商品标准化的现状第三节 旅游商品标准的制定一、旅游商品标准制定的原则二、旅游商品标准的内容

章节摘录

插图：1.形象表现法形象表现法也称为具象表现法，是依据旅游商品的具体形象，直接、具体地来表现旅游商品的方法。
其特点是直观、鲜明、逼真，依据旅游商品形体力求以“形”似真实地显现商品的形体结构和外部形象，给人直观地、真实地认识旅游商品、了解旅游商品。
形象表现法适用于实用性和艺术性兼有的旅游商品、旅游馈赠品、特色玩具、民族服饰、传统器皿、旅游（休闲）食品等。
形象表现法最常用的形象图形是摄影和绘画。
摄影是再现旅游商品形态的重要手段，可以真实、生动地表现旅游商品外部形态色彩，对选购者具有直观感染力和诱惑力，能获得最佳的装潢效果。
如以旅游地风景、风土人情或以人物的摄像等说明旅游商品的销售对象，更具有间接表现旅游商品、丰富旅游商品包装的表现力的特殊作用；绘画是依据生产者对商品宣传的需要和消费者爱好的需要，对旅游商品包装进行的艺术加工和图案组合，使包装画面对旅游商品更富有表现力。
如用古典风格的绘画显示旅游商品的古朴名贵；用民族风俗和民间风格的装饰性绘画显示旅游商品的地方特色；用现代喷笔画和水彩画技术显示旅游商品的形象，更具明显的层次效果。
2.抽象表现法抽象表现法是以旅游商品的具体形象的概括与抽象的描绘进行包装图案的设计方法。
它是运用点、线、面的系列组合创造出新的视觉形式，把旅游商品品质特性含蓄地、神似地表现出来，以激发人的联系和感情，是旅游商品形象的高度概括与升华。

编辑推荐

《旅游商品学》：高等院校旅游教材

第一图书网, tushu007.com

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