

<<休闲城市研究>>

图书基本信息

书名：<<休闲城市研究>>

13位ISBN编号：9787503851193

10位ISBN编号：7503851198

出版时间：2008-1

出版时间：第1版 (2008年1月1日)

作者：鲁开宏

页数：257

字数：320000

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>

## <<休闲城市研究>>

### 内容概要

至于说到休闲事业和休闲生活，正如我在给作者的上一本书所作的序里指出的：“长期以来，由于我国民族文化的特性和生活水平的限制，我们的理论界和规划设计界对休闲的关注相对薄弱。但现在情况发生了很大的变化”。

生态学是关于关系的科学，其现代理念涉及到生物与生物、生物与环境、人与其它生物、人与人、人与环境的方方面面的关系。

人（个人以及作为社会的人的群体）不能总是在紧张、焦虑和疲惫的状态下处理这些关系。

所以，即使是从生态学的角度来看，能得出的结论也是相同的——一个普遍有闲的社会才是人性化的社会，也才能是幸福与和谐的。

过去关于休闲事业的专门论著不多，本书是在新的大形势下应运而生的，但从一开始就期望它以完整的面貌出现，是不现实的。

然而作者对生态学的理念以及对休闲事业发展的经济学方面、社会学方面、规划设计方面以及运营管理方面的思考反映出作者知识面的宽阔和思想的活跃。

该书对于有关休闲事业的研究人员、规划设计工作者以及正在学>>这方面课程的学生来说，是一本不错的研究和教学参考书。

作者不仅进行了理论探索，对于休闲事业的实践也投入了相当的关注，并介绍了不少实际的案例，想来对于从事休闲事业的策划、投资、经营管理等各方面人员来说，也是一本不错的读物。

本书虽然力图建构一个比较全面的关于休闲事业发展的理论体系，但其深度尚显不足，仍然有许多值得深入探讨的东西。

许多理论和观点也有待实践的进一步检验。

这些都是前进中的问题，希望作者能坚持下去，更多的实践，更多的研究。

在这本书发表之际，我对作者的期望是，更加深入的实践工作，进一步完善理论体系，并在理论的指导下做出更多成功的实践。

在我国经济高速发展，生活水平不断提高，人民追求更加幸福的生活，同心协力建设和谐社会和节约型社会的今天，这本书是适合时代并能提供一定帮助的。

特此为序。

## &lt;&lt;休闲城市研究&gt;&gt;

## 书籍目录

序作者序 序言 搭建生态化休闲生活平台 第一章 休闲城市定义及一些理论问题 第一节 圣塔芭芭拉的启示 第二节 城市定义的分类 第三节 休闲城市、休闲城市区域 第四节 休闲城市与观光旅游型城市的比较 第五节 休闲城市的级别 第六节 休闲城市或区域形成的空间条件 第七节 休闲城市或区域一般具备的条件 第八节 休闲城市区域的生命周期 附录：圣塔芭芭拉的一组图片 第二章 深圳东部概况 第一节 空间定义 第二节 自然地理概况 第三节 社会经济概况 第四节 现有主要休闲资源 第三章 为什么休闲城市区域是深圳东部最好的选择 第一节 深圳东部区域经济条件与主导产业的选择 第二节 从理论上深圳东部区域性主导产业的选择 第三节 深圳市民对休闲生活区有一个实际的需要 第四节 深圳吸引外地游客需要一个实质性创新 第四章 规划与设计 第一节 休闲住区的规划原则 第二节 景观园林规划及设计原则 第三节 休闲住宅设计原则 第四节 道路规划原则 第五节 给排水规划原则 第六节 能源规划原则 第七节 生态服务功能规划原则 第八节 体能运动规划原则 第九节 体现业主价值观的弹性设计 附录：西冲——一个模拟的区域性休闲规划实例 第五章 休闲性住区安排 第一节 东部休闲住区用地述评 第二节 述评所依据的一般原则 第六章 休闲性活动安排 第一节 休闲性运动 第二节 休闲性劳作 第三节 公园 第四节 特色餐饮 第五节 休闲性购物 第六节 温泉与洗浴 第七节 夜生活和养生 第八节 其他 第七章 企业运营 第一节 休闲地产的核心——休闲住宅营销 第二节 俱乐部与会所 第三节 休闲区的餐饮和住宿业 第四节 休闲性动物园和植物园 第五节 广告与公共关系 附录：一个高尔夫球俱乐部章程和会员管理案例 第八章 生态环境、可持续发展以及恢复生态学 第一节 生态学与生态建筑 第二节 生态住区操作全景 第三节 东部休闲区森林生态管理 第四节 集水区生态管理 第五节 高尔夫球场对环境的影响及其对策 第九章 业主投资安排 第一节 一般休闲房投资增值的来源 第二节 东部休闲房投资增值前景 第十章 建设及发展资金来源 第一节 企业自有资金投资 第二节 银行信贷及企业(财团)间拆借 第三节 房地产投资基金 第四节 其他 第五节 各种资金组织方法述评 附录一：两个案例 附录二：关于在深圳市鹅公社区及其附近通过森林生态投资基金和休闲住宅业主投资安排恢复地带性森林植被并设立自然保育区的建议 第十一章 休闲城市经济学 第一节 休闲城市的收入 ..... 第十二章 休闲城市社会学 尾语 建设一个普遍有闲的社会

## 章节摘录

四、家庭周期与休闲住宅销售 家庭是一个动态过程，是随时间的延伸而连续不断地变化着的，但仍可以被划分为性质上明显不同的若干个阶段，常见的是把家庭的整个动态过程划分为单身家庭、初婚期家庭、生育期家庭、满巢家庭、空巢家庭等几个阶段，它们共同组成了一个完整的家庭周期。

处于不同家庭周期阶段的家庭具有一些不同的特点，这些特点也会反映在对于休闲生活的认识上，从而影响到对于休闲住宅购买的动机、欲望以及实际的支付能力，也是休闲住宅的销售人员所必须注意到的。

总的来说，上述几个阶段的家庭对于休闲住宅的购买倾向，可以作如下排序： 满巢家庭>空巢家庭>单身家庭>初婚期家庭>生育期家庭 具体分析如下： （1）满巢家庭：满巢家庭是结束了主要生育期但孩子仍未成年独立生活而留在身边的时期。

一般人在20多岁结婚，30岁前后怀孕、生子并哺育幼儿，当这些结束以后到孩子长大后独立生活，正值人生的中年时期。

在此时期家庭已经有了充足的资金积累，支付能力远大于此前的任何一个时期；家庭生活比较稳定，逐渐从繁忙的家庭锁事中摆脱了出来，而工作、事业又十分紧张；是一生中享受家庭美好亲情关系的最佳时期，朋友和商业伙伴交往又特别频繁。

人在中年时思考问题比较理性，又不愿意迁就生活中的不足（如城市中的各种弊端）而积极地寻求改变现状。

所有这些都是最容易促成他们接受休闲生活概念、产生购买休闲住宅动机并最终达成交易的有利因素。

处于此期的家长们最重视子女的教育和培养，因此郊外生活对青少年身体的生长和身心的发育所特有的益处，也是促成成交的一件有效的武器。

.....

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>