

<<中国旅游经济发展与创新研究>>

图书基本信息

书名：<<中国旅游经济发展与创新研究>>

13位ISBN编号：9787563717996

10位ISBN编号：7563717994

出版时间：2009-7

出版时间：旅游教育出版社

作者：厉新建

页数：284

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

一、详细占有材料，贴近旅游实践 理论联系实际是任何研究都应该遵循的一条基本原则，应用性学科的研究尤其如此，更应该遵循“是何——为何——如何”的研究逻辑。但知易行难，在旅游研究过程中恰恰常会发现忽略详细占有材料的问题，一些研究，往往是在尚不知“是何”的情况下，却洋洋洒洒地去论述“如何”。

比如，旅游跨国经营的问题，多数人从日本经验出发，机械地推断我国的跨国经营应随着出境游的扩展而大发展，而不顾及我国出境旅游者的消费特征、跨国经营目的地国发展空间的大小、港澳台地区出境游先行优势对内地跨国经营的影响等方面的现实情况。

类似这样的研究成果最多只能是一些原则性、口号性的研究，并不能对旅游经济的发展起到多大的实践指导作用。

再如，近些年来，随着我国社会经济的发展、私家车拥有量的增加、高速公路建设的加快，自驾车旅游成了研究的焦点。

有很多研究指出，汽车租赁网络建设是推动自驾车旅游的关键。

这种思路本身没有错，可关键问题不在于我国是否需要建设完善的汽车租赁网络，而是为什么我国没有出现这样的租赁网络。

租赁网络不发达，实际上与我国的交通管理及地方保护主义等制度性因素之间有着非常密切的关系。

技术性的问题好解决，制度性的障碍才需要进行深入探讨。

因此，旅游研究者首先必须是一个真正意义上的旅游者，应该用自己的眼睛更多地去看看这个缤纷的世界，而不是在斗室中展开想象的翅膀。

研究者应该更多地深入实践，应该相信实践是最好的老师，应该高度重视实践中企业家们的创造性。

<<中国旅游经济发展与创新研究>>

内容概要

中国有条件成为世界旅游教育的中心。

为了使这个美好的目标得以实现，旅游研究工作者就需要在旅游理论方面取得更多的理论创新成果，而不只是从国外旅游研究同行那里寻找论题和智慧。

旅游研究的综述是需要做的，理论工具也是需要“拿来”的，同时，以外文文献发表时间为综述质量之优劣的判断标准和只“拿来”无“主义”的现实，都是应该改变的，研究如果只是停留在综述和“拿来”的层面，我国的旅游研究水平只会永远处于世界旅游研究的“外围”！

同样地，旅游学科也永远只能处于我国专业学科体系的“边缘”。

客观地讲，选择这个题目进行研究，有些超出自己的能力，但是，能够写一些对旅游研究和旅游发展实践或许有用的文字，一直是笔者的理想。

本书的编写分为十个专题，分析了我国旅游经济发展与创新的问题，主要是从旅游目的地总体意义上进行研究，包括旅游市场发展、旅游目的地发展与创新的框架性思路、旅游向休闲的转型问题、旅游体验问题、遗产型目的地开发与利用问题，以及旅游就业、旅游教育、旅游保险等问题，同时也对一些目的地现实发展中的具体领域问题进行了分析，包括旅游索道建设、经济型饭店发展等问题。

<<中国旅游经济发展与创新研究>>

书籍目录

前言第一章 旅游市场发展现状与对策 第一节 市场发展概况 一、2007年旅游市场发展 二、入境旅游市场发展轨迹 三、国内旅游市场发展轨迹 四、出境旅游市场发展轨迹 第二节 旅游竞争力的比较分析 一、我国服务贸易发展的现状 二、开放环境下的竞争力比较分析 第三节 出境旅游发展建议 一、对政府的建议 二、对旅游企业的建议第二章 旅游目的地发展与创新 第一节 旅游经济发展的理论基础 一、旅游经济——需求流动型的群簇经济 二、旅游经济——内生信息化与诚信要求的经济 三、旅游经济——本地化刚性的经济 四、旅游经济——主体共享的经济 五、旅游经济——敏感而顽强的经济 第二节 旅游目的地发展创新的基本框架 一、旅游目的地的层次 二、关于目的地发展的优势 三、关于目的地发展的保护与开发问题 四、关于目的地优势发挥的逻辑与框架 五、目的地发展的其他重要问题 第三节 旅游目的地交通发展与创新 一、旅游目的地交通发展的要求 二、旅游集散中心发展问题 第四节 住宿、餐饮与购物创新发展思路 一、住宿产品价值链创新发展思路 二、旅游目的地餐饮发展创新思路 三、旅游目的地购物发展创新思路第三章 依托休闲促进旅游业转型发展 第一节 旅游业向休闲产业拓展的必要性 一、蓝海战略对旅游行业管理的战略启示 二、已有工作模式对旅游行业管理的要求 三、旅游行业管理需要新的管理空间 第二节 向休闲领域拓展管理范围的途径 一、以黄金周改革为切入点,推动旅游管理向休闲领域扩张 二、通过行业标准和休闲报告推动部门形象新认知 第三节 休闲发展与管理的组织架构(以英韩两国为例) 一、英国对休闲领域的大部门管理架构 二、韩国休闲旅游领域的部门 第四节 澳大利亚休闲统计的借鉴 一、澳大利亚的文化与休闲统计系统 二、澳大利亚统计体系的启示第四章 旅游体验的理论与实践 第一节 国外旅游体验研究的主要进展 一、对旅游体验的界定和分类 二、对旅游体验理论的简要概括 三、对旅游体验质量的认识 四、对旅游体验真实性的认识 五、旅游体验的管理问题 第二节 旅游体验——基于体验经济的核心思想第五章 遗产性目的的价值与发展第六章 我国旅游就业测算与对策第七章 我国旅游教育发展与创新第八章 我国旅游保险发展与创新第九章 索道业发展问题与对策第十章 经济型饭店发展分析主要参考文献

章节摘录

第一章 旅游市场发展现状与对策 在国家旅游局2005年中国旅游业发展重大课题之一的《三大旅游市场协调发展的政策研究》中，笔者对市场发展提出了以下16条建议：（1）国内旅游是每个国家（除国内需求贫乏的小国外）旅游经济发展最重要的基础。

同时，也是旅游相关中小企业发展最重要的基础。

政府应该采取措施帮助中小企业实现现代化。

（2）发展国内旅游不仅是出于经济发展的目的，而且应该提升到推动经济发展地区平衡、巩固民族特性、提升国民素质和生活质量、推动社会和谐发展的高度上来加以认识，应该通过各方努力制定《中国旅游法》。

（3）国家对国内旅游的重视应该落到实处，采取诸如与“韩国人首次游韩国”相类似的全国性国内旅游营销活动。

（4）应该采取措施缓解因为收入分配体制方面的原因，而导致的国内旅游支付能力贫乏问题。

（5）应该在闲暇时间安排上，充分考虑国内旅游休闲的需要。

（6）应该将国内旅游放在与入境旅游同等重要的位置上。

（7）大力发展入境旅游是多数国家的一贯政策取向，入境旅游仍是我国最具出口竞争力的服务贸易部门，应该一如既往地采取措施推动入境旅游数量和质量的改善。

（8）应该从部门设置上保障旅游相关政策之间的协调和部门协调，包括建立旅游工作小组、部际协调会议（每月一会）等机构。

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>