

<<中国休闲经济>>

图书基本信息

书名：<<中国休闲经济>>

13位ISBN编号：9787801908063

10位ISBN编号：7801908066

出版时间：2005-10

出版时间：社会科学文献出版社

作者：魏小安

页数：386

字数：434000

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>

## <<中国休闲经济>>

### 内容概要

本书为研究新兴产业——休闲经济的产生背景、发展态势和市场变化的论文集，分为综合篇、产业篇和发展篇三大部分，全方位阐释休闲经济理论的内涵和外延，深入探讨和论证产业相关领域和项目，并提供政策性指导和可操作的规划建议。

本书作者曾为制定行业政策法规的主管官员，又是从事旅游研究多年颇有著述的学者。

既为官又治学的双重身份使这部具有学者独特视角和创见的论文集对行业有显而易见的指导作用。

## 作者简介

魏小安，男，1952年4月生于湖南衡阳。  
现任中国社会科学院旅游研究中心高级研究员。

魏小安自八十年代起从事旅游行政管理和旅游研究工作。  
历任国家旅游局政策法规司司长、旅行社饭店管理司司长、规划发展与财务司司长、中国国内旅游协会副会长、国家旅游局旅游质量监督管理所总监、全国旅游涉外饭店星级评定委员会办公室主任、全国内河游船星级评定委员会副主任委员兼办公室主任、中国烹饪协会副会长、中央国家机关烹饪协会副理事长等职务。

魏小安在旅游行政管理工作领域贡献卓著。  
自1988年至1993年，他是历年全国旅游工作会议主报告及国家旅游局其他主要文件主要起草人之一。  
1993年后，制定旅游行业管理的主要文件和各项标准。  
参与十几年来中国旅游业发展的各项重大决策，工作性成果累计200多万字。  
组织实施了旅游标准化、饭店星级评定、旅行社质量保证金、中国优秀旅游城市、旅游区（点）质量等级评定、三区建设等重要工作。

魏小安也是国内活跃的旅游学者，主要学术专长为旅游经济、旅游政策、旅游规划等。  
他曾在中国科学院地理所、上海社会科学院旅游中心、北京大学城市与环境科学系、中山大学旅游规划研究中心、北京第二外国语学院、旅游经贸学院等院校和研究机构担任研究员和客座教授。  
出版过大量研究著作，包括《旅游发展与管理》（中国旅游教育出版社）、《旅游饭店经营与管理2000问》（中国旅游出版社）、《新编旅游经济学》（上海人民出版社）、《中国旅行社行业发展报告》（中国旅游教育出版社）、《旅游标准化工作手册》（中国标准出版社）、《中国旅游业新世纪发展大趋势》（广东旅游出版社）、《中国旅游饭店业的竞争与发展》（广东旅游出版社）、《目击中国旅游——2001》（河北教育出版社）、《旅游热点问题实说》（中国旅游出版社）、《旅游纵横》、《旅游目的地发展实证研究》（中国旅游出版社）、《旅游强国之路》（中国旅游出版社）、《中国酒店批判》、《地方旅游发展创新》（广东旅游出版社）、《旅游开发项目创新》（广东旅游出版社）、《旅游企业发展创新》（广东旅游出版社）等。  
此外，主编《旅游调研》杂志60期及《旅游管理与服务》48期。  
在《中国旅游报》、《旅游学刊》等十几种报刊发表论文200多篇，共计50多万字。

## &lt;&lt;中国休闲经济&gt;&gt;

## 书籍目录

- 导言 休闲——生活的三分天下 一 我们过去活得太累了 二 永不消逝的“泡沫” 三  
 旅游是一种生活方式 四 休闲的未来与未来的休闲 综合篇 休闲度假的特点及发展趋势 一  
 休闲度假产业的发展背景 二 休闲度假市场的发育 三 休闲度假的特点 四 如何促  
 进发展 中国休闲产业的发展 一 休闲产业的培育 二 打造休闲名城 三 如何促进休闲  
 经济发展 四 结束语：中国休闲元年 从节日旅游到假日旅游——关于黄金周的探讨 一 黄  
 金周的规律性现象 二 对黄金周的意见 三 从节日旅游到假日旅游 四 隔周双休制 假  
 日消费价格该不该涨？  
 一 对假日消费的总体把握和总体判断 二 区别分析 三 价格管理与市场管理 后工  
 业时代与中国休闲文化 一 后工业时代的背景 二 我国后工业旅游的起步与发展 三  
 旅游和休闲市场的发展模式与导向 四 后工业化的旅游休闲组织 休闲产业与制度创新 你休闲  
 了吗？  
 ——《旅游卫视》对话录 世界休闲博览会的商机 一 休博会的意义 二 休博会的总体定位  
 三 休博会带来了什么？  
 四 休博会的商业机会 五 如何抓住商机？  
 世界休闲博览会宣传促销及发展总体策划案 一 基本评估 二 筹备冲刺：营销休博会  
 三 活动阶段：魅力休博会 四 从休博会到休闲城 休博会开幕式策划 产业篇 民俗旅游的特点  
 及发展 一 理论分析 二 现状分析 三 发展分析 产权酒店的发展 一 基本情况  
 二 房地产市场对酒店市场的影响 三 产权酒店的意义 四 权利变化、权利均衡与权  
 利保障 五 产权酒店的发展 初露端倪的个性化旅游产品 分时度假的中国化 一 为什么  
 会有分时度假？  
 二 分时度假产品的特点 三 分时度假的困难 四 发展问题 五 分时度假的重要  
 性 休闲房地产：概念辨析与产业发展 一 概念的辨析 二 链条与特点 三 产业发展  
 赛马场如何发展？  
 一 项目的意义 二 项目基础 三 项目风险评估 四 项目内容 五 操作 中  
 国邮轮经济：现象、活动与产业 一 怎么认识邮轮经济？ 二 对中国邮轮经济的分析 三  
 邮轮经济在中国的发展趋势 万泉河漂流 一 面临的困难和优劣势 二 市场 三 定位  
 四 产品的重新包装 五 发展 中国“死海”运城盐湖 一 运城盐湖的理念 二 如  
 何规划建设？  
 三 进一步延伸发展的问题 京都体育休闲区 一 休闲度假市场的形势 二 京都体育休  
 闲区的优势和弱势的分析 三 京都体育休闲区的总体思路 四 规划方案与项目安排 广东新  
 会古兜温泉 一 研究客源 二 研究资源 三 研究产品 四 发展问题 五 目标  
 海淀区皇家园林旅游休闲区 一 概念解析 二 存在的问题 三 解决方案 嘉兴湘家荡  
 旅游度假区 一 湘家荡的条件与不足 二 把握主题，培育需求 石象湖生态综合试验区  
 一 现状的评价 二 关于空间布局 三 周边联动 四 综合性开发 五 现在的项目  
 构想 博物馆的市场化 一 旅游与博物馆 二 博物馆的情况与问题 三 研究市场  
 四 深度发展 科技旅游的发展 一 科技旅游的市场基础 二 对科技旅游的认识 三 科  
 技旅游的基本情况 四 特点 五 促进发展 发展篇 国家旅游度假区发展分析 一 中  
 国旅游度假区产品发展过程与现状 二 国家旅游度假区的发展轨迹分析 三 休闲度假的市场的  
 形势和特点 四 下一步的工作安排 城市旅游的新发展——广州荔湾区建设中心游憩区断想  
 一 从广州的整体角度看荔湾区的旅游发展 二 中心游憩区的建设 三 具体项目的点评 环  
 城市休闲度假带 一 边缘性、新兴性与变化性 二 半壁江山 三 发展模式 四 市  
 场特点 五 12条经验 六 政府的误区 七 小康旅游与城市化发展 海岛文化的国际化发  
 展 一 产业定位 二 发展模式 三 关于海岛文化 四 发展目标 五 项目的综  
 合性配置 打造沿海后花园的江西旅游 一 后花园战略的意义 二 后花园的市场研究 三  
 目的地和旅游产品 四 后花园的开发建设 五 旅游的深化发展 黄山祁门旅游 一 祁

<<中国休闲经济>>

门在黄山旅游里的定位      二 祁门的旅游资源      三 祁门发展的优势和弱势      四 转换与创新  
新      五 关于牯牛降      六 形成一个好的机制      从旅游产业规划到休闲发展规划——对密云旅游  
发展总体规划的意见      一 对规划的总体看法      二 两个思路性的看法      后 记

## &lt;&lt;中国休闲经济&gt;&gt;

## 章节摘录

书摘休闲产业与制度创新 自1999年9月21日国务院发布了新的节假日管理办法以来,我们已经经历了15个旅游黄金周,国民的旅游需求全面释放,迅速成为国民经济生活中的消费热点。

2000年的“五一”黄金周,被新闻界惊呼为“井喷式”和“爆发式”的消费现象,其实这正是旅游消费达到临界点而产生的矩形排浪式消费的表现。

在这一过程中,也形成了一些特点,进一步形成了一些规律性的现象。

从需求角度来看,一是集中性冲击,这是世界性的现象,也是规律性的现象。

二是结构性变化,主要表现为春节期间民工潮、探亲潮、学生潮和观光潮集中流动,但流向遍布全国。

从大旅游的角度来看,上述“四潮”都在旅游范围之内,但目标相对明确,观光与“逃节”也联系在一起了。

“五一”期间春暖花开,处处宜游,中国传统文化中的“踏青”习俗扩大了范围,延长了路线,拓展了空间,以观光为主体的客流集中冲击,集中体现。

“十一”期间则转化为短线游、周边游为主。

流量并未减少,流向逐步变化。

消费结构和消费心理都有所调整。

三是随着阅历的增加和经验的积累,旅游者的成熟程度大大提高,自我保护意识也大大增强。

从供给角度来看,一是新的旅游区点不断增加,丰富了品种,也产生了一定的分流之效。

二是旅游行业全力以赴,如履薄冰,战战兢兢。

三是全社会动员,各行各业都在努力,以安全为上,秩序为本,效益为根,力求在黄金周做好这些工作。

为此,国务院成立了假日旅游部际协调会议,各地也层层组建,高效运行,从政府层面加强组织协调。

各级各类媒体进行预报,加强分析,指导旅游者,服务旅游者,都见到了好的效果。

这是世界旅游发展史上的创新之举,是市场创新、组织创新和制度创新共同作用的结果。

当然,创新也必然意味着不成熟,意味着探索,也同样包含着发展的过程,也预示着未来的发展前景。

但严格地说,上述还只是节日旅游,并不是完整意义上的假日旅游。

如果我们仅仅满足于节日旅游的火爆,就会使旅游运行的季节性起落更加突出。

按照高峰期配置经济资源,并不是经济人应有的行为,但如果不能满足高峰期的需求,又必然是质量的下降,或者是低质量的替代。

因此,要从节日旅游提升到假日旅游。

几年来,从政府部门到学界一直到旅游者,都提出了一系列有关的建议。

从目前的实情来看,比较集中也相对好操作的事情有三:一是全面落实带薪休假制度,这件事情不是制度的创新,只是已定制度的落实。

二是推行奖励旅游方式,对于企业而言,发货币、发实物和“发”旅游都是奖励方式,而奖励旅游却具有多方面的效应。

可以培养团队精神,可以扩大企业影响,也是一种员工培训方式。

这件事情在市场经济发达国家实行多年,已成常规。

三是抓好寒暑假市场,这一市场不仅是学生市场,而是围绕着学生形成的一个教职员工和家长的 market 群。

这三件事情如果能比较到位,假日旅游的发展就自然会上一个大台阶。

再进一步,则是从假日旅游到休闲时代。

目前,城市人的全年法定节假日114天,如果再加上各类其他休闲时间,总体闲暇时间将达到全年的三分之一。

这意味着我们迎来了一个新的时代——休闲时代,也意味着一个新的产业的形成,即休闲产业的形成

## &lt;&lt;中国休闲经济&gt;&gt;

，这在中国人几千年的社会生活中是一个根本的变化，也将引发一系列新的变化。

这需要建立新的生活观，新的文化观，新的产业观。

三分之一的时间处于休闲状态，我们学会怎么去生活了吗？三分之一的资源将向休闲产业转移，我们准备好了吗？古希腊哲学家亚里士多德曾经说过：“休闲可以使我们获得更多的幸福感，可以保持内心的安宁，我们需要崇高的美德去工作，同样需要崇高的美德去休闲。”

在这个自在但尚未自觉的时代中，市场经济又一次体现出自生的敏锐性和对资源基础性的配置作用。

几年来，一系列新的现象开始萌发。

度假市场在逐步发育之中，对应市场的新需求，度假产品也在逐步发展。

其中，国际化的分时度假和产权酒店变成了两个亮点，迄今为止，规模不大，但影响较大。

之所以能够如此，恰在于创新的意义。

由此也引发了不少的议论和批评。

另一方面，旅居结合，景观房产的概念也为业内所瞩目，并随着小康生活的来临而付诸实践，也见到了突出的效果。

同样，也有各种各样的不同意见。

“桔生淮南则为桔，移之淮北则为枳。”

桔枳之差在于土壤、气候和环境。

分时度假的基本要求是市场经济下的信用环境，产权酒店的基本要求是投融资环境，房地产创新的基本要求是文化环境，我们是否具备这样的良好环境？另一方面，中国又是个喜欢“刮风”的国度，凡有新事，必蜂拥而上，然后形成泡沫。

“风乍起，吹皱一池春水”还好说，狂风巨浪一起，又可能落了个“白茫茫大地真干净”。

此外，新事物需要新规则，形成新秩序，几年来的一些反复从客观上已经提出了这个要求。

但从根本来说，还是休闲时代需要休闲产业，休闲产业需要全面创新。

同样，这一创新应当是市场创新、组织创新和制度创新共同作用的结果。

而这些创新的前提或基础应当是理论创新。

需求呼唤供给，市场呼唤规范，行业呼唤发展，发展需要探索，探索需要研究，研究需要理论。

现在的状况是需求者忐忑，供给者彷徨。

许多人看到了这一市场，又不知深浅，不敢下水。

当然，也有若干先行者，但几乎无一例外地呛了水或正在呛水之中，这似乎又要陷入一个模式，即老话所说的“革命者死了，革命万岁”或新话所说的“新经济公司死了，新经济万岁”。

这种模式化的情景是否会在这一市场上复制，不得而知，但一句“中国国情”，曾使多少创新者扼腕叹息却是屡见不鲜的事实。

面对萌发的市场、艰难的探索和众多的困难，需要积极研究国际经验，跟踪国际动态，以他山之石而攻玉，以拳拳之心而促进。

我们需要以宽阔的视野，从国际到国内；以扎实的分析，从理论到实际；以敏锐的眼光，从环境到实务；以发展的预见，从现在到未来。

因为事物本身并不成熟，也有一些问题需要更深层次的探讨，但提出问题本身就是解决问题的基础。

希望今后不断有新的问题提出，也不断有新的探讨产生，以促进新的发展。

P.79-81

## <<中国休闲经济>>

### 媒体关注与评论

书评 休闲并非是一种新现象，但对它的研究，尤其是从经济的角度，从产业经营的角度的研究，并不多见。

这本书的特点在于，深入浅出，把深奥的理论通过活生生的例子进行了全面的诠释；还在于，独辟蹊径，从具体的、看来并无太多联系的活动中探究出规律，升华为理论。

因此，在休闲与旅游领域中，它是研究工作者了解实践、实际工作者探究理论的好书。

——中国社会科学院旅游研究中心主任博士生导师 张广瑞 读了最近的一些有关休闲的书籍和论文后，再读魏小安的《中国休闲经济》书稿，的确有耳目一新之感。

由于书中的内容多是来自实践，而且作者也没有刻意追求所谓理论完整的打算，所以既能够写起来洋洋洒洒，痛快淋漓；同时必然给读者带来阅读时的轻松愉快，会心有用…… ——中国社会科学院旅游研究中心副主任高级研究员 刘德谦 在休闲状态下、以休闲的心态阅读魏小安的《中国休闲经济》一书最合适不过了。

除了对小安先生的学识深深折服之外，也为中国第一部休闲经济著作的出版而欢呼雀跃。

他让我们理解了休闲产业的现在与未来，让我这个旅游从业者对旅游和休闲产业的前景充满了信心，又让我这个旅游管理者明白了应该怎样去培育休闲产业。

一部好书，要让人读懂，然后给人以启迪，我想，《中国休闲经济》一书完全做到了这一点。

——杭州市旅游委员会副主任旅游学博士 崔凤军

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>