

<<旅游购物品开发与营销>>

图书基本信息

书名：<<旅游购物品开发与营销>>

13位ISBN编号：9787811123678

10位ISBN编号：7811123673

出版时间：2007-9

出版时间：云南大学出版社

作者：刘惠余

页数：335

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>

## <<旅游购物品开发与营销>>

### 前言

旅游者的活动由食、住、行、游、购、娱六大要素构成。

世界旅游业较发达国家的成功经验表明，当一个地区的基础设施（住、行、游、娱乐）已趋于完善之后，旅游业要想取得更大的经济效益，一定要加强薄弱环节的建设。

因为旅游购物品是旅游弹性消费中最大的一个组成部分，所以尤其要突出发展旅游购物。

我国旅游业经过二十多年的发展，呈现繁荣兴旺的态势，旅游业在我国经济运行中占有举足轻重的消费强势地位，对刺激国内消费需求具有明显的作用。

然而，旅游业最直接的衍生物——旅游购物品的开发却相对滞后，在购买旅游购物品时，常使旅游者感到旅游购物品在品质、文化内涵、款式等方面未突出地方性、艺术性、纪念性、实用性等特色，往往乘兴而来败兴而归，使旅游购物大大落后于旅游业的发展。

因此，如何进一步改进旅游购物品的开发与营销，如何使我国的旅游购物品充满活力和魅力，使我国旅游业的发展再上一个新的台阶，是今后我国旅游业发展的关键，也是值得旅游业业内人士探讨的重要课题。

《旅游购物品开发与营销》一书，力求从旅游购物品可持续发展的实际需要出发，收集整理了大量有关旅游购物品的文献资料，进行分析、总结和研究，提出了自己的观点和见解，对读者有一定的启迪和帮助。

本书有三个明显的特点：一是系统性。

作者采取多层面、多角度的手法，较全面、系统地阐述了现代旅游购物品的基本理论和基础知识，做到既注重学术的共识性、定义的规范性，又在此基础上有所创新，有所突破，涉及面广，综合性强。

二是知识性。

作者以理论联系实际，深入浅出，列举了大量的中外旅游购物品开发与营销成功的案例，读者可从中获得启发。

三是实用性。

本书是一本集旅游购物品设计、开发、营销于一体的关于旅游购物品开发与营销的专著，既可作为高等院校旅游及相关专业的教材，也可作为旅游从业人员及管理人士的参考读物。

本书从诸多学者和专家的文章和著作中得到启示，并融入了作者多年来从事旅游购物品研究的成果，具有一定的创新性。

## <<旅游购物品开发与营销>>

### 内容概要

《旅游购物品开发与营销》一书从旅游购物品可持续发展的实际需要出发，书中收集整理了大量有关旅游购物品的文献资料，并进行分析、总结和研究，还提出了作者自己的观点和见解，对读者有一定的启迪和帮助。

本书是一本集旅游购物品设计、开发、营销于一体的关于旅游购物品开发与营销的专著，既可作为高等院校旅游及相关专业的教材，也可作为旅游从业人员及管理人士的参考读物。

## <<旅游购物品开发与营销>>

### 书籍目录

前言第1章 旅游购物品概述 第一节 旅游购物品的发展及研究 第二节 旅游购物品的定义 第三节 旅游购物品的属性 第2章 旅游购物品的分类 第一节 旅游购物品分类概述 第二节 旅游购物品分类的依据 第三节 旅游购物品的门类和品种第3章 旅游者购物心理研究 第一节 旅游者的消费需求 第二节 旅游者购物的心理活动过程 第三节 旅游者的购买动机 第四节 旅游购物品消费者市场购买行为分析第4章 旅游购物品与文化 第一节 旅游购物品与中国传统文化 第二节 旅游购物品与外来文化 第三节 打造文化品牌发展旅游购物品第5章 旅游购物品需求与供给分析 第一节 旅游购物品需求分析 第二节 旅游购物品供给分析 第三节 旅游购物品供求分析第6章 旅游购物品开发 第一节 旅游购物品开发的新构想 第二节 旅游购物品开发的指导思想与原则 第三节 旅游购物品开发的实施细则 第四节 旅游购物品开发的实施对策第7章 旅游购物品设计 第一节 旅游购物品设计的基本概念 第二节 旅游购物品的设计导向 第三节 旅游购物品的审美 第四节 旅游购物品的包装装潢设计第8章 旅游购物品市场营销 第一节 市场营销学简介 第二节 旅游购物品市场营销环境分析 第三节 旅游购物品营销策略 第四节 旅游购物品市场营销管理第9章 旅游购物品商场布局 第一节 旅游购物品商场布局概述 第二节 旅游购物品商场设计方案 第三节 旅游购物品商场经营陈列第10章 旅游购物品质量管理 第一节 旅游购物品质量 第二节 保证和提高旅游购物品质量的重要意义 第三节 旅游购物品质量管理 第四节 ISO 9000标准与旅游购物品的质量管理第11章 旅游购物品的发展趋势 第一节 我国旅游购物品发展的现状及对策 第二节 旅游购物品的发展趋势 第三节 全球一体化的旅游购物品附录参考文献

## 章节摘录

(二) 中国传统名茶1. 绿茶绿茶是最古老的茶叶品种。

绿茶是不发酵的茶叶，初制时采用高温杀菌，以保持鲜叶原有的嫩绿。

多酚类全部不氧化或少氧化，叶绿素未受破坏，香气清爽，味浓，收敛性强。

绿叶绿汤，色泽光润，清香芬芳，味爽鲜醇。

绿茶产量大，品种多，其中以西湖龙井茶、太湖碧螺春茶、黄山毛峰茶最为著名。

(1) 西湖龙井。

产于杭州市西湖龙井村及其附近而得名。

其中尤其以狮子峰所产为最佳，被誉为“龙井之冠”，每年清明节前采摘的芽称“明前茶”，也称为“莲心”，极为名贵。

龙井茶具有干茶扁平挺直，大小长短匀齐，色泽绿中透黄，茶香清高鲜爽，宛如茉莉清香，味甘而隽永。

泡在玻璃杯中，清汤碧液，可见茶芽直立的特点，世人誉为“色绿、香郁、味甘、形美”四绝。

以虎跑泉水冲泡，号称杭州“双绝”。

(2) 太湖碧螺春。

产于江苏吴县太湖上的洞庭山区，又名“洞庭碧螺春”。

原名为“吓煞人香”，后经康熙皇帝改名为“碧螺春”。

碧螺春茶产于碧螺峰，以茶质绝佳而闻名。

其特点是条索纤细，卷曲成螺，绒毛遍布，具有花香果味。

(3) 黄山毛峰。

产于安徽黄山市，是毛峰茶中的佳品。

其特点是茶叶肥壮，大小均匀，银毫形如雀舌，油润光滑，绿中微黄，冲泡后人口醇香鲜爽，回味甘甜沁人心脾。

特级黄山毛峰，又称黄山云雾茶，产量极少。

2. 红茶红茶出现于清朝，用全发酵法制成。

制作关键是渥红（发酵）以促进酶活性，使多酚类充分氧化。

红叶红汤，香甜味醇，具有水果香气和醇厚的滋味，还具有耐泡的特点。

红茶多以产地命名，以安徽祁红、云南滇红尤为出众。

祁红又称祁门红茶，是祁门工夫红茶的简称。

主要产于安徽省祁门县及附近的东至、黟县等县。

1875年黟县人余干臣从福建罢官回原籍经商，便仿效福建“闽红”制法，在至德县（今东至县）尧渡街设立茶庄试制红茶，成功后扩大红茶经营，别人亦效仿之。

于是很快祁红声誉超过闽红，1915年获巴拿马国际博览会金奖。

祁红条索紧细秀长，色泽乌润，毫色金黄，汤色红艳透明，叶底鲜红明亮，人口醇和，回味隽厚，味中有浓郁的既似果香又似花香的香气，清鲜持久，国外誉为“祁门香”。

祁红在国际市场上与印度大吉岭茶、斯里兰卡乌伐茶齐名，并称为世界三大高香名茶。

<<旅游购物品开发与营销>>

编辑推荐

<<旅游购物品开发与营销>>

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>