

《旅游原创策划》

图书基本信息

书名：《旅游原创策划》

13位ISBN编号：9787561429402

10位ISBN编号：7561429401

出版时间：2005-6

出版社：四川大学

作者：杨振之

页数：286

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《旅游原创策划》

内容概要

《旅游原创策划》是中国目前第一部系统阐述旅游策划理论及作者原创旅游策划实战案例的总结。目前中国虽然出版了两三本旅游方面的专著，但都是一般意义上的理论阐释，缺乏实用性的理论研究和实战性的案例总结。本书开创了策划理论与案例研究相结合的先河，将旅游策划的理论研究和实战研究融为一体，为投资商、旅游业界、学界、政界提供了具有指导意义的参考文本。

作者简介

杨振之，1965年4月生，重庆市人，博士，四川大学旅游学院教授，旅游规划与景区管理系主任，旅游管理专业硕士研究生导师。研究方向为旅游规划、策划，风景区管理与目的地营销，特别专长于旅游总体策划与项目策划，善于将理论研究与实践相结合，注重从实践中提炼理论素材。拥有10多年的旅游规划、策划、项目论证的经验。

代表性的研究成果有《旅游资源开发与规划》、《青藏高原东缘藏区旅游业发展及其社会文化影响研究》等五部专著，在《旅游学刊》、《人文地理》等全国性有影响的学术刊物上发表论文30篇，主持了《邓小平故居保护区修建性详细规划》、《邓小平故居保护区标志标牌系统规划设计》、《都江堰市旅游发展总体规划》、《四川阆中古城旅游总体策划及道台衙门、学署、贡院、武庙清初四大建筑项目可行性研究》、《四川周公山温泉度假区总体策划》、《陕西张良庙—紫柏山风景区修建性详规及总体策划》、《湖北宜昌长江三峡入口区旅游开发总体策划》、《四川省江油市旅游营销策划》等旅游规划、策划、项目可行性研究近30项。

《旅游原创策划》

书籍目录

绪论 旅游策划与后旅游策划上篇 旅游策划理论研究 第一章 “形象遮蔽”与“形象叠加”的理论研究 一 旅游地“形象遮蔽”与“形象叠加”的理论框架 二 “形象遮蔽”与“形象叠加”实证研究 第二章 旅游地形象定位的支撑要素 一 旅游资源的本我特质及其释放 二 旅游者的感知、认知 三 旅游地的空间竞争 四 旅游市场定位 五 旅游地形象定位与旅游地产品特色定位 第三章 旅游行为主体的经济行为研究 一 旅游地的性质和旅游线路的产业空间布局 二 旅游行为主体的经济行为分析 三 个案研究：旅游行为主体的经济行为对旅游规划的意义 第四章 旅游产品策划的理论与实证研究 一 旅游产品策划 二 从旅游产品策划的角度认识旅游资源 三 如何把握旅游产品策划中的资源要素 第五章 借助策利、延长旅游地生命周期的模式 一 旅游地生命周期的三种模式 二 两个案例的比较 三 旅游地生命周期的评估和对策 第六章 旅游营销策划的“智慧之树”创新模型 一 IP理论模式介绍 二 21+8P=“智慧之树”模型中篇 风景区总体策划与旅游项目策划 第七章 邓小平故里旅游总体策划 第八章 中国历史文化名城阆中古城旅游总体策划 第九章 陕西省张良庙—紫柏山风景区开发总体策划 第十章 四川周公山温泉度假区总体策划 第十一章 甘孜藏族自治州康巴岭嘎建设项目可行性研究报告 下篇 城市休闲业及旅游房地产策划 第十二章 世界文化遗产丽江古城东郊环境整治项目策划 第十三章 长江三峡风景区入口区旅游开发总体策划参考文献后记

第四阶段：平稳发展期的特征。这个时期可分为巩固和停滞两个阶段。此时，游客增长率已经下降，但游客人数总量依然增长，社区的经济、社会、环境问题严重。到了停滞阶段，游客数量达到最大，多年来停滞不前，人造景观在大量取代自然、文化吸引物，接待设施出现过剩，酒店之间抢夺客源现象严重，市场混乱，低价竞争导致社区服务质量大幅下降。社区居民对游客产生反感。此时在旅游地的开发战略上、在生态环境保护和治理上、在服务质量和市场规范上若不作出及时的调整，旅游地将进入衰落期。反之若进行了针对性的再开发过程，旅游地可能重现生机，进入复苏阶段。

第五阶段：衰落或复苏时期的特征。在衰落阶段，游客被新的目的地所吸引，已不将该目的地作为旅游的选择，社区接待多是慕名而来的大尺度远距离的游客，何况远距离的游客数量也将越来越少，因为旅游地的形象已遭破坏。大批旅游设施被改用作其他设施，房地产转卖程度高，社区居民又满怀激情地投入到旅游设施的收购行为之中。投资者的资金大规模从本地撤走。另一方面经过重塑旅游地的形象，推出新的有特色的旅游产品，使旅游地进入复苏期。

2. 旅游地生命周期可能出现的另两种模式

Butler的旅游地生命周期曲线有两个问题有待完善：其一，若旅游地发展过程中，在快速增长期，旅游地又开发出了新的旅游产品，而且这个新产品具有强大的吸引力，在很大程度上，改变了旅游地特色，则旅游地吸引力也就大增，旅游地将进入高速增长期，平稳发展期也就迟迟不会到来，而且高速增长期会延续很长时间，旅游地生命周期延长，运行的轨迹也将大大改变。其二，若在旅游地的“平稳发展”期，旅游地又推出了新产品，且这次新产品的推出是旅游地预先经周密策划，旨在调整旅游地生命周期的运行轨迹的。即此次新产品的推出改变或更进一步强化了旅游地形象，旅游地产品结构得到了较大的调整，致使旅游地吸引力大增。于是，旅游地的“平稳发展期”很快结束，又进入“快速增长期”，衰落或复苏期在较长时期内不会出现。……

精彩短评

- 1、书很不错，案例介绍什么都很好，和理论结合紧密
 - 2、从旅游市场变化趋势，判断旅游方式变化，并提出许多原创案例，有很高的参考价值。这本书还被我经常翻阅呢。
 - 3、自从看了这本书我真的越来越喜欢杨振之教授了
 - 4、内容还可以，。。。不过我用到的少
 - 5、工作效率高，运费贵啊。
 - 6、shuhenjiu buhaokan
 - 7、可以，挺实用的，做旅游的可以看下
 - 8、书很好~~书很好~~
 - 9、书的专业性还是有的，可以借鉴一些东西~
 - 10、很适合在办公中应用在理论部分，每一点一滴的理论并不是平铺直叙，而是都有相应的案例跟着，并穿插在文字当中，是理论结合实际的典型，并能够让人引发和工作中相结合的东西，有很大的借鉴作用。在案例部分，都有图表来辅助理解，而且案例是杨博士的公司的作品，从自己的作品总结的理论，更具代表性和实用性
 - 11、还没怎么细看，不过粗粗翻了一下，还可以
 - 12、看了一遍，整体架构不错，内容也能理论结合案例，虽是学院派出的书，但感觉不到学院派那种“论文”书的枯燥
 - 13、对初学者有帮助~
 - 14、全英文的吧 对旅游专业挺有用的
 - 15、刚收到的书，还没看呢，不过因为看到很多好评，所以充满信心！
 - 16、总体来说，内容不错，理论与实例相结合，有一定的借鉴
 - 17、这本书编写的不错，前边的理论分析和后边的案例论证，感觉受益颇多！对做旅游规划与策划有帮助
 - 18、有价值当当客服注意了，怎么搞的，怎么弄个纸箱子就发过来了，我收到的时候箱子破了，书倒是没有少一本，但是箱子里面进了不少的灰尘，所有书的封面全弄脏了，我整整擦了3片湿纸巾才弄得差不多，但是也还是灰蒙蒙的，还有磨损痕迹。不敢想象要是进水了怎么办发货先弄胶纸蒙一下会更好一点的
 - 19、是正版书，印刷精美，纸张好。实用的工具书。
 - 20、有些自己总结与形成的不错的东西。比一般的教材书要好很多。比较实际。
 - 21、杨老的书，值得一看
 - 22、看了几遍了，一直没时间写评论。这本书可能是川大旅游学院杨振之教授的扛鼎之作了，着力很深，而且可读性很强。在旅游原创策划领域，川大的杨教授是我所知的（本人才疏学浅，视野较窄）能够很好将地域文化与策划、规划理论结合起来的大家。而很多国内所谓名家，我看都只不过是国外规划理论照搬过来的应声虫，缺乏自己的见解。搞点翻译还差不多。中国旅游策划和规划界最为缺乏的是将国外的理论很好消化，并以某地的地域文化为根本和基础，考虑中国特殊情况和文化背景的人才和著作。而《旅游原创策划》正是试图这样做的成功实例。而且本书策划实例丰富，绝非从理论到理论东拼西凑的合成品。值得一读。
 - 23、旅游策划理论很全面，适合入门学习
 - 24、购买本书的目的在于看看案例，看看实实在在的策划思路，有助于实际工作的运用。阅读后基本达到目的，日后应该还有用得上的时候~~~~~
 - 25、该书表达的理念还算比较先进，值得一看。
 - 26、杨老师的口碑在业绩不错，此书最大特点在于源自杨老师的一线实战经验，有的放矢。尤其对于年轻的规划人员已经刚起步的规划机构来说，实为一本难得的参考与学习书目。本书中杨老师凭借多年规划经验，与经受的若干不同种类规划，整理、总结出一套颇有见地的旅游规划理念。本人十分受用。非常感谢杨老师的不吝赐教。
- 少有遗憾的是，此书所举出的实例，多数距离现今近8-9年时间了。思路很好，但有时代性问题，期望杨老师可以重新修编，出第二版。加入近年来的规划实例，则更好。

《旅游原创策划》

仅作为个人观感，欢迎拍砖。

27、我是学旅游管理的学生，这本书应该对专业挺有帮助的，还在看当中。。

28、大概看了一下，感觉还可以。质量也挺好的

29、内容详尽，有实用性和工作中的参考价值

30、还没开始看 随便翻了下觉得还不错

《旅游原创策划》

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:www.tushu000.com