

<<中国旅游消费研究>>

图书基本信息

书名：<<中国旅游消费研究>>

13位ISBN编号：9787301062296

10位ISBN编号：730106229X

出版时间：2003-4

出版时间：第1版 (2003年1月1日)

作者：宁士敏

页数：268

字数：233000

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>

<<中国旅游消费研究>>

内容概要

本文运用实证分析与规范分析相结合的方法，对中国旅游消费问题进行了深入研究，丰富和发展了旅游经济理论和消费经济理论，抽象出对中国旅游业及旅游消费有指导意义的理论观点及对策思路。

重点阐述了旅游业的综合性、生产性和商品性，揭示了旅游消费问题的特殊性；分析了中国旅游消费市场的特点，揭示了现阶段中国旅游消费发展面临的主要问题；论述了经济发展总体水平、产业结构高级化和生活方式的变革，特别是国家城市化水平对旅游消费潜量的形成和释放所起的决定性作用，并对此进行预测；阐明了旅游消费作为国民经济新的增长点可以适度超前发展，发挥先导作用；分析了中国旅游消费品市场均衡问题，提出了开发与投资、客源与偏好、供需与竞争的决策导向；指出要正确认识和处理旅游消费与人口、资源、环境的两重性，坚持可持续发展战略；提出要发挥后发优势，加强政府的宏观调控，深化旅游体制改革，使中国跻身世界旅游强国的对策。

本书适合旅游专业的学生和旅游业实际工作者阅读。

<<中国旅游消费研究>>

作者简介

宁士敏，北京大学经济学博士、高级经济师、律师；曾任伊春市秘书长、副市长、市委常务副书记；现任黑龙江省旅游局局长。

曾主持国家级、省部级攻关课题项目；撰写、主编出版《中国林业企业干部读本》、《林业企业管理概论》、《世界旅游经济文化大典》等专著和书籍，与人合作出版《市场经济与领导科学》、《中国领导科学——组织卷》、《人的素质开发研究》等书；发表学术论文近百篇，有多篇刊载在国家经济类核心刊物上；多次获省部级科技成果和社会成果奖。

近年关注中国旅游经济发展，在理论与实践研究方面取得重要突破。

<<中国旅游消费研究>>

书籍目录

引论 第一篇 中国旅游消费研究问题的提出 第1章 旅游消费的性质、构成及产生 1.1 旅游消费的性质界定 1.2 旅游消费的构成因素 1.3 旅游消费的产生和发展 第2章 中国旅游消费问题的特殊性 2.1 国家二元经济结构下的旅游消费 2.2 国家体制转轨时期的旅游消费 2.3 加民生活水平由温饱上升为小康过程中的旅游消费 2.4 国家逐步扩大开放过程中的旅游消费 2.5 在本国其他重要社会因素影响下的旅游消费 第二篇 中国旅游消费现状分析 第3章 中国旅游消费市场主体、客体和媒体现状分析 3.1 中国旅游消费主体的现状分析 3.2 中国旅游消费客体的现状分析 3.3 中国旅游消费媒体的现状分析 第4章 现阶段旅游消费发展面临的主要问题 4.1 旅游人口规模小,平均旅游消费倾向偏低 4.2 旅游渐肖费优势产品开发不足,战略规划和调整任务重 4.3 旅游消费支持条件薄弱消服务功能滞后 第三篇 影响中国旅游消费的经济和社会因素 第5章 经济发展程度决定旅游消费水平 5.1 经济发展引发旅游消费愿望并决定支付能力 5.2 产业结构升级换代为旅游消费提供客观条件 第6章 生活方式变动拉动旅游消费 6.1 消费社会化促进旅游消费 6.2 享受时尚化吸引旅游消费 6.3 追求文化化推动旅游消费 6.4 家庭结构变革便利旅游消费 第7章 国家城市化水平决定旅游消费潜量的形成和释放 7.1 国家城市化及其对旅游业的影响 7.2 农村城市化是旅游消费战略潜力所在 7.3 城市城市化是直接促进旅游消费的现实途径 第四篇 旅游消费促进旅游业成为国民经济新增长点 第8章 旅游消费的适度超前发展和先导作用 8.1 旅游消费的适度超前发燕尾服 8.2 旅游消费的先导作用 第9章 适度旅游消费是旅游业成为国民经济新增长点的关键 9.1 旅游消费有利于扩大总需求和增加总供给 9.2 旅游消费有利于增加财政和居民收入 9.3 旅游消费有利于扩大社会就业 9.4 旅游消费有利于创汇引资 9.5 旅游消费有利于把握经注意全球化机遇和迎接挑战 第五篇 中国旅游消费的产品、市场和价格的定位 第10章 旅游消费的产品定位:开发与投资 第11章 旅游消费的市场定位:客源与偏好 第12章 旅游消费的价格定位:供需与竞争 第六篇 中国旅游消费增长与旅游业发展对策思路 第13章 充分发挥中国旅游业的后发优势 第14章 旅游消费应遵循可持续发展战略 第15章 坚持旅游资源市场配置与政府调控的统一 参考文献 后记

<<中国旅游消费研究>>

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>