

<<新编旅游开发与规划>>

图书基本信息

书名：<<新编旅游开发与规划>>

13位ISBN编号：9787307097889

10位ISBN编号：7307097885

出版时间：2012-7

出版时间：武汉大学出版社

作者：曹诗图，王衍用

页数：298

字数：372000

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>

## <<新编旅游开发与规划>>

### 内容概要

《新编旅游开发与规划》基于作者曹诗图、王衍用160余部旅游规划的实践与经验总结，依据国家标准《旅游规划通则》，结合丰富的案例，对旅游开发与规划的基础理论和方法进行了系统介绍。《新编旅游开发与规划》体系严谨，内容丰富，观点新颖，图文并茂，简明实用。

## <<新编旅游开发与规划>>

### 书籍目录

- 第一章 旅游开发与规划的基本知识和理论基础
  - 第一节 旅游开发与旅游规划的基本概念及内涵
  - 第二节 旅游规划的研究对象、研究内容与学习意义
  - 第三节 旅游规划和其他学科、其他规划的关系
  - 第四节 旅游开发与规划的理论基础
  - 第五节 旅游规划的基本理念、基本模式、程序与技术路线
  - 第六节 旅游规划的发展趋势、评价标准与问题反思
- 第二章 旅游资源调查与评价
  - 第一节 旅游资源调查
  - 第二节 旅游资源的单项评价
  - 第三节 旅游资源的整体评价
  - 第四节 旅游资源和旅游地的体验性评价
  - 第五节 旅游资源的技术性评价
  - 第六节 旅游资源的研究方向和评价应注意的问题
- 第三章 旅游市场分析与营销策划
  - 第一节 旅游市场需求与环境分析
  - 第二节 旅游市场预测
  - 第三节 旅游市场营销的基本理念
  - 第四节 旅游目标市场营销战略策划
  - 第五节 旅游目的地市场营销组合策略策划
- 第四章 旅游文化与旅游开发
  - 第一节 旅游文化与旅游文化开发概述
  - 第二节 文化在旅游开发中的应用领域
  - 第三节 不同类型旅游地的文化开发
  - 第四节 区域旅游文化开发与建设
  - 第五节 当今旅游开发的误区及旅游文化开发对策
- 第五章 旅游产品开发
  - 第一节 旅游产品概述
  - 第二节 旅游产品开发与组合原则
  - 第三节 旅游产品开发
- 第六章 旅游形象策划
  - 第一节 旅游形象策划的理论基础
  - 第二节 旅游形象策划与形象战略
  - 第三节 旅游形象的行销传播
- 第七章 旅游景区项目策划
  - 第一节 旅游景区项目策划的基本概念
  - 第二节 旅游景区项目策划的原则与内容
  - 第三节 旅游景区项目定位
  - 第四节 旅游景区项目布局和区划
  - 第五节 旅游景区项目设计要领
  - 第六节 旅游活动项目设计实务
- 第八章 旅游景区(点)开发与景观设计
  - 第一节 旅游景区(点)类型
  - 第二节 旅游景区(点)开发与景观设计的原则、任务和重点
  - 第三节 旅游景区(点)设计的主要方法

## <<新编旅游开发与规划>>

- 第四节 不同旅游景区(点)开发与景观设计要点
- 第五节 旅游景区(点)开发与景观设计手法和技巧
- 第六节 旅游景点建筑选址和建筑规划要求
- 第七节 旅游景点设计中的花木配置
- 第八节 旅游景区(点)游览线的设计

### 第九章 旅游发展规划

- 第一节 旅游发展规划的概念与框架
- 第二节 旅游发展规划编制的要求与成果
- 第三节 旅游发展规划的技术路线与编制程序
- 第四节 区域旅游发展战略的理论基础与区域旅游开发类型
- 第五节 旅游发展战略的制定
- 第六节 旅游发展规划的具体内容与重点解决的问题

### 第十章 旅游区(地)规划的层次与基本类型

- 第一节 旅游区(地)总体规划
- 第二节 旅游区(地)控制性详细规划
- 第三节 旅游区(地)修建性详细规划

### 第十一章 不同类型旅游区(地)开发规划

- 第一节 风景名胜区开发规划
- 第二节 森林公园旅游区开发规划
- 第三节 观光农业旅游区开发规划
- 第四节 旅游休闲度假区开发规划
- 第五节 城市旅游开发规划
- 第六节 主题公园开发规划

### 第十二章 旅游保障体系规划

- 第一节 政府保障体系规划
- 第二节 政策与法规保障体系规划
- 第三节 旅游管理保障体系规划
- 第四节 旅游发展的资金保障体系规划
- 第五节 旅游信息保障体系规划
- 第六节 旅游人力资源保障系统规划
- 第七节 生态环境保障体系规划

### 第十三章 旅游规划图的编制

- 第一节 旅游规划图概述
- 第二节 旅游规划图的编制程序与制作方法

### 参考文献

## &lt;&lt;新编旅游开发与规划&gt;&gt;

## 章节摘录

游览时间的规划首先要解决的是游览时间从哪里开始，即到哪个地方算是进入景区。

现在一般是到了售票处才算开始进入景区，这是一个很大的认识误区。

一般来说，离开干线公路，到了支线公路，就应该算进入景区，但由于普遍存在认识误区，所以支线路的状况不是很好。

干线要求通畅，而支线已经进入景区，对客人来说，就要求缓慢了，在规划设计方面，这条路的主要功能除了交通以外，应该是景观路、文化路、生态路，应该尽可能使旅游者感觉兴奋，这就需要在一路上规划设计一些景观，而不是像现在这样，只有到了景区门口，看到一块大牌子，才觉得到了景区。

这个问题在全国各地普遍存在，而且在景区的规划设计里，也是一个薄弱之处，这个薄弱之处在以后的规划中必须加强。

从进了景区门口开始，要规划设计客人的活动，争取每5分钟有一个兴奋点，每15分钟有一个高潮。

兴奋点就是客人看了有意思，高潮就是客人到这里会激动，要停下来照相。

如果在整个的游览过程中，始终有这样的感觉，客人就会说这个地方真好。

爬山时这样的感觉最典型，山上的风景很好，但是路上很枯燥。

所以沿途必须修一些景观，否则再好的景色也会被一路的枯燥抵消。

在操作时，不妨卡着表走，5分钟到了，就设计一个兴奋点，15分钟设计一次高潮。

设计的方式不拘一格，但这个地方必须有一个兴奋点。

（四）综合消费时间安排 综合消费时间就是以游览时间为主体，加上其他消费时间的总和，包括排队、买瓶矿泉水、坐下来抽支烟、吃点东西、看看热闹，等等的时间。

大体概念是3小时有一顿饭，6小时可以住一个晚上。

很多景区之所以摆脱不了单一的门票经济，就是在时间规划上没有下工夫。

游客走马观花，行色匆匆，经营者没有其他收入来源，只好在门票上做文章。

如果增加一些综合消费项目（如餐饮、娱乐、购物等），就会增加一些停留时间，在增加了收入来源的同时，综合消费时间也要累计。

而综合消费时间一旦超过了3小时、6小时的临界线，收入模式就会上台阶。

项目设计与布局的基本要求是兴奋持续，高潮叠出，当然，也不可能永远兴奋，永远高潮，到了一些地段让游客缓一缓、静一静，本身也是调剂性的体验。

.....

## <<新编旅游开发与规划>>

### 编辑推荐

曹诗图、王衍用主编的《新编旅游开发与规划》主要是针对旅游专业本科生编写的，供开设“旅游开发与规划”专业课程使用，也可以作为旅游专业研究生教学参考用书。

教材编写中吸取了现有同类教材的长处，内容涉及旅游开发与规划的主要理论、技术和方法，并力求反映当前旅游开发与规划的最新理论、方法和实践。

追求体系完整、简明扼要、深入浅出、通俗生动、务实求真。

教材中融入了大量的旅游开发与规划案例，书中不少内容是编写者长期从事旅游开发与规划的理论结晶和经验总结，并参考了不少同行专家的理论总结和一些经典案例，做到了理论与实践有机结合。

<<新编旅游开发与规划>>

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:<http://www.tushu007.com>