

<<工业旅游理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<工业旅游理论与实践>>

13位ISBN编号：9787511206954

10位ISBN编号：7511206956

出版时间：2012-1

出版时间：光明日报出版社

作者：李炯华

页数：246

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>

<<工业旅游理论与实践>>

内容概要

《工业旅游理论与实践》界定了工业旅游的内涵；阐述了工业旅游的理论基础与指导意义；探讨了工业旅游发展的驱动机制及产生的效应等。

<<工业旅游理论与实践>>

作者简介

李炯华，中国科学院地理科学与资源研究所博士，中华女子学院管理学院副教授、学术委员会和学位委员会委员，中华女子学院旅游发展研究中心主任，东北师范大学兼职教授、硕士生导师。主要从事旅游规划与管理、旅游资源与环境等方面的研究和教学工作。先后主持或参与二十余项国家级、省部级、校级和区域旅游规划等旅游学理论与实证研究课题，在国内外核心期刊和学术会议上发表论文近二十篇。

<<工业旅游理论与实践>>

书籍目录

第一章绪论 / 1 第一节选题背景及研究意义 / 1 第二节国内外研究述评 / 2 第三节研究方法 / 5 第四节本书内容的框架体系 / 5 第二章工业旅游概述 / 7 第一节工业旅游的界定 / 7 第二节工业旅游的特征 / 10 第三节工业旅游的功能 / 13 第四节工业旅游与传统旅游方式的不同点 / 14 第三章工业旅游的理论基础 / 16 第一节旅游系统理论 / 16 第二节旅游区位理论 / 17 第三节企业成长理论 / 18 第四节循环经济理论 / 20 第五节旅游地生命周期理论 / 21 第六节工业生态学理论 / 21 第七节产业结构演进理论 / 22 第八节旅游市场学理论 / 23 第九节旅游文化学理论 / 23 第十节景观生态学原理 / 24 第四章工业旅游发展的驱动机制 / 26 第一节工业旅游的起因 / 26 第二节工业旅游的发展历程 / 28 第三节工业旅游发展的驱动机制 / 34 第五章工业旅游的效应分析 / 55 第一节对工业企业产生的效应 / 55 第二节对旅游业的效应 / 59 第三节对区域（或城市）的效应 / 60 第四节对社会的效应 / 60 第五节对旅游者的效应 / 61 第六章工业旅游的发展条件和开发模式 / 63 第一节工业旅游的发展条件 / 63 第二节我国开展工业旅游项目企业的基本特征 / 68 第三节工业旅游的开发模式 / 71 第七章工业旅游的昂谱（RMP）分析 / 87 第一节昂谱（RMP）分析模式简介 / 87 第二节工业旅游开发的R性分析 / 88 第三节工业旅游开发的M性分析 / 92 第四节工业旅游开发的P性分析 / 94 第五节工业旅游开发的原则 / 100 第八章我国工业旅游发展研究 / 103 第一节我国工业旅游的发展背景 / 103 第二节我国工业旅游发展现状分析 / 105 第三节我国工业旅游的空间结构特征 / 109 第四节我国工业旅游发展战略与前景展望 / 112 第五节主要结论 / 116 第九章工业旅游实证研究 / 118 第一节新疆盐湖城工业旅游项目 / 118 第二节山东乳山金洲矿业集团工业旅游项目 / 146 第三节 中国石油独山子石化工业旅游项目 / 179 附录 / 206 参考文献 / 238

章节摘录

版权页：插图：（二）旅游商品开发类型 1.吉祥物 旅游吉祥物是向外宣传区域旅游形象的重要载体，如大连将老虎滩海洋极地动物馆从国外引进的白鲸“彼得”（后征名为“海娃”）定为大连市旅游吉祥物。

独山子也可以采取类似的方式，以具有特色的动物、植物、民间传说、民间工艺为候选内容，通过网络、报刊杂志、电视等宣传媒体在全国范围内发起吉祥物设计的征集活动，吸引全国的读者、观众和专业设计团体的参与，组织独山子旅游吉祥物的评审组，从中选定最合适贴切的作品。

2.旅游文化商品系列 高品位的纪念徽币和艺术品（可以石化为代表）、具有一定深度的地方文化著作和介绍书籍、地图、明信片，介绍本地风景、风情的光盘等。

3.石化及后续产品系列 工艺美术蜡制品、蜡烛、凡士林、橡胶制品、塑料制品、编织袋、打包带等。随着国内外，尤其是周边地区旅游业的迅速发展，包括旅游商品开发在内的旅游业的竞争势必日益激烈，旅游者面临着更多的选择机会，因此，旅游商品生产和营销就显得更为重要。

1.强化旅游商品的研制与开发力度 与科研、设计、生产单位合作，成立旅游商品专门研制、开发机构，并结合独山子的产业和地方文化特色，进行有目的性、针对性的开发。

挖掘民间工匠和艺人在传统地方特色的商品、土特产品、纪念品制作、开发的能力。

资金、技术、工艺、生产、销售等方面发展横向联合，促进商品的设计、研制、生产和销售。

用新闻媒介和宣传组织力量，壮大旅游商品设计和营销力量。

有重点地树立和强化一批旅游商品名牌。

逐步建立几个主要的具有研制、生产、销售多功能于一体的旅游商品生产基地，以形成竞争、比优的良好氛围。

努力拓宽旅游商品的旧概念，将一切能被游客接受，并愿意购买的产品均可开发成旅游商品。

2.加强对旅游商品开发的扶持 政府及相关部门在政策的制定上应考虑到扶持旅游商品的发展，对重点旅游商品生产厂家应扶持发展；建立、健全旅游商品管理机构，以协调全市的旅游商品生产、经营和销售，与工商、城监等部门密切配合，监督旅游商品的质量、商品价格，规范市场行为；建立起有利于旅游商品研发的良性机制，培训旅游商品销售人员和导游，提高旅游商品生产、销售人员的服务意识。

3.创名牌旅游商品 对旅游商品项目进行分析、整理，形成不同系列，完善产品系列化，提高品位，强化深度、力创名牌。

在现代市场竞争中，旅游商品生产企业要面对市场，实施名牌战略，提高产品的竞争力。

对旅游商品项目进行分析、整理，形成不同系列，完善产品系列化，不断提高产品质量及文化品位。

坚决杜绝粗制滥造产品进入独山子市场，培育有信誉的独山子旅游购物市场。

通过旅游商品力争保名牌、力创具有独山子特色的名牌，提高旅游商品市场占有率，为企业带来良好的经济效益和社会效益。

<<工业旅游理论与实践>>

编辑推荐

《高校社科文库:工业旅游理论与实践》编辑推荐：关注工业旅游，洞悉我国工业旅游发展战略与前景

<<工业旅游理论与实践>>

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>