

<<潮汕旅游资源的灵气与神韵>>

图书基本信息

书名：<<潮汕旅游资源的灵气与神韵>>

13位ISBN编号：9787811355161

10位ISBN编号：7811355167

出版时间：2010-6

出版时间：暨南大学出版社

作者：王德春，李重芬 著

页数：168

字数：200000

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>

<<潮汕旅游资源的灵气与神韵>>

前言

2002年12月，我从广州乘车前往地处潮州的韩山师范学院应聘教职，第一次踏上潮汕这一片遥远的热土。

北方彼时已进入寒冷的冬季，可是岭南依然到处生机盎然。

一路上，苍茫的远山，涌动的大海，盛开的三角梅和蓝天白云，像一幅幅优美的画面，不时从窗外掠过。

当汽车穿越凌空飞架的汕头海湾大桥时，遥望内海络绎不绝的万吨巨轮和码头上密布如林的起重机长臂，以及外海一望无际的太平洋，我的内心充满激动和愉悦。

时隔不久，恰逢教育厅研究项目申报，政史系主任齐学栋教授建议我申报一项研究课题。

因为第一次潮州之旅留下的美好印象始终萦回在脑际，加之旅游管理专业发展的需要，我欣然从命，贸然提出一份题为“潮州旅游资源的深度开发”的研究课题，后经潘晟博士加上“市场营销”四个字，正式提交学院科研处审议并上报该课题。

原本没抱多大期望，不料教育厅经专家组评议于2003年秋季批准了题为“潮州市旅游资源的深度开发和市场营销”的研究课题。

拿到课题之后，特别是随着研究的逐步深入，我才真正体会到这个课题的真正分量。

首先，要做好这样一个课题，必须对潮州乃至整个潮汕地区的风景资源和人文风情资源有一定深度的全面了解，这对于初次踏入这块陌生的土地和社会的学子来说，并非易事。

其次，研究课题本身是一项实践性很强的应用性研究，如何向本地政府部门和旅游开发单位提出一整套确实有应用价值的思路、建议和可操作方案，也是个不小的难题。

再次，最大的挑战还是来自：面对一个风景资源、人文旅游资源的级别和比较优势并不特别突出的旅游目的地，如何通过出神入化的策划、设计、深度开发、宣传推介和市场营销，达到树立旅游品牌、感召众多游客来访、促进旅游目的地旅游业发展繁荣的最终目的？

<<潮汕旅游资源的灵气与神韵>>

内容概要

本书针对潮州旅游资源开发现状及其存在的若干问题，并根据现代游客的审美情趣和旅游发展的一般特点，尝试对潮汕风景资源和文化资源进行巧妙构思、设计和策划，并在此基础上提出一些富有创意和可操作性的旅游景点开发方案和旅游形象传播方案，用以指导地方旅游资源开发活动，创造能满足游客观光游览、度假休闲、娱乐、购物等多种需求的条件。

本书在文字表述方面刻意追求诗意，不仅力图使文字具有可读性，具有优美的修辞、文采和意境，而且以多幅意境优美的图片展示潮汕风景风情迷人的灵气与神韵，巧妙利用图文并茂的形式强化艺术和情感的感染力。

因此，本书不仅是一份构思巧妙、思维严谨的学术研究报告，而且是一本有关潮汕风光和民俗风情的宣传手册。

本书读者群体主要为具有较高文化水平与审美情趣的大学生和城市白领，也适合用做普通高校旅游专业和文学专业的阅读参考书。

<<潮汕旅游资源的灵气与神韵>>

书籍目录

自序第一章 潮汕地区旅游资源概述 一、潮汕地区自然和历史概况 二、潮汕风景资源概述 三、人文旅游资源简介第二章 潮汕旅游资源的比较优势 一、关于潮汕旅游资源的基本评价 二、潮汕旅游资源的比较优势 三、阳光沙滩的“普适性”和“可替代性”问题第三章 潮汕旅游资源的灵气与神韵 一、旅游及其审美愉悦的产生 二、风景名胜的灵气与神韵 三、灵气与神韵的广泛性 四、潮汕风景的灵气与神韵 五、潮汕风情的灵气与神韵第四章 潮州核心景区的深度开发 一、核心景区存在的突出问题 二、核心景区的深度开发 三、潮州文化神韵展示项目策划 四、潮州核心景区娱乐项目策划第五章 潮汕旅游信息传播和主题晚会策划 一、旅游信息传播的一般方法和技巧 二、旅游节庆项目策划问题 三、潮州旅游节庆项目策划 四、主题晚会策划问题 附：主题歌舞晚会·潮汕行 附录：深圳世界之窗概况第六章 潮汕旅游产品的市场营销 一、潮汕旅游产品简介 二、潮汕旅游产品营销存在的问题 三、旅游产品的分销渠道 四、潮汕旅游产品的整合营销第七章 潮汕旅游客源市场的分析和预测 一、旅游客源市场的形成条件 二、潮汕旅游客源市场现状分析 三、潮汕旅游客源市场的开拓方向问题 四、内地旅游客源市场的培育第八章 潮汕旅游业的可持续发展 一、潮汕地区自然、水体和城市环境现状 二、潮汕旅游环境面临的各种压力 三、旅游资源和生态环境的保护机制问题 四、潮汕旅游交通网络的改善参考文献致谢

<<潮汕旅游资源的灵气与神韵>>

章节摘录

因此，我建议：“将整个金山南麓片区纳入旅游景点范围，拆除山顶隔离墙，使北阁景点与金山景点连成一体；参考林大川《韩江记》等地方文献，对金山景点进行周密设计，恢复金山子城庄严肃穆、傲然挺立的英雄气节和神圣地位，使之成为名副其实的潮州圣山，成为潮州旅游的最高境界；通过恢复、拓展金山北阁景点，使之沿牌坊街、开元寺、东门骑楼街、广济门城楼和古城垣北段，将潮州古城著名景点连成一片，形成一个布局紧凑、内涵丰富、规模宏大的统一景区，可以大大提升潮州古城文化旅游区的魅力和社会知名度，为潮州古城文化旅游增添几分浓郁的、神圣的色彩。

”根据第三章的立论，第六章在论证旅游信息传播及营销策略时指出：旅游宣传和旅游信息传播，实质上就是宣传展示旅游目的地风景资源和风情资源的灵气与神韵。

“风景资源的灵气与神韵，既是自然神奇造化的结果，也是人类文化和审美的结晶。

任何地方，不管其风景资源多么美丽，多么出神入化，多么妙不可言，如果没有人类去发现，去欣赏，去讴歌赞美，实际上等于虚无。

可以这样认为，只要和人类的思想情感联系起来，特别是和特殊的历史人物及其传奇故事联系起来，即使一个地方的风景资源并不出类拔萃，这个地方依然潜藏着令人向往的灵气与神韵。

潮汕大地发生过许多英勇悲壮的历史史诗和可歌可泣的传奇故事，宋少帝、文天祥、陆秀夫、马发、郑成功、郝尚久、周恩来、杨石魂、陈赓等历史人物和英雄豪杰，皆在潮汕大地留下令人荡气回肠的英雄事迹和传奇故事。

旅游资源的灵气和神韵，很大程度上潜藏在这些历史人物及其悲剧性故事之中，值得重视、发掘和艺术再现。

”我建议：组织协调本地作家和艺术家，集中力量创作一批主题突出、特色鲜明、艺术造诣极高的歌曲、音乐、舞蹈、歌剧、电视剧等，将潮汕地区最好的风景资源，如凤凰洲、青澳湾、柘林湾、磐石公园，以及最好的人文景点，如潮州开元寺、牌坊街、湘子桥、金山子城，以及最精美的潮绣、木雕、陶瓷艺术品、雕塑艺术品，与地方风情和传奇故事有机结合起来，充分展示潮州文化和潮汕风情的灵气与神韵，从而追求轰动效应和令人折服的艺术效果。

<<潮汕旅游资源的灵气与神韵>>

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>