

<<旅游文化>>

图书基本信息

书名：<<旅游文化>>

13位ISBN编号：9787811410020

10位ISBN编号：7811410028

出版时间：2010-8

出版时间：安徽师范大学出版社

作者：黄成林 编

页数：324

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>

<<旅游文化>>

前言

改革开放30年，我国国民经济与社会发展取得了举世瞩目的伟大成就。

国富民强，和谐安定催生旅游业的快速发展，我国旅游业从小到大，从弱到强，已经实现了从旅游资源大国向亚洲旅游大国进而向世界旅游大国的历史性跨越，正积极向世界旅游强国的目标迈进。

入境旅游快速增长。

从1978年至2007年，我国入境旅游接待从180.92万人次增加到13 187.33万人次，增长71.9倍，年均增幅达15.9%；过夜旅游人数从72万人次增加到5 471.98万人次，增长75倍，年均增幅16.1%，高出同期世界旅游同类指标12个百分点；旅游外汇收入从2.63亿美元增加到419.19亿美元，增长158.4倍，年均增幅达到19.1%，高出同期世界旅游同类指标10个百分点。

我国已经成为世界第四大入境旅游接待国。

国内旅游持续攀升。

1993年至2007年的15年间，我国国内旅游接待从4.1亿人次增长到16.1亿人次，年均增速达到10.3%；国内旅游收入从864亿元增长到7 771亿元，年均增幅达到17%。

我国已经形成世界上最大的国内旅游市场。

出境旅游蓬勃发展。

自1997年起，我国在试办港澳游、边境游的基础上，正式开展中国公民自费出境旅游业务。

之后，出境旅游目的地的数量逐步增加，截至2007年底，除香港、澳门两个特别行政区外，已有132个国家成为我国公民出境旅游目的地。

中国公民出境旅游人数增速迅猛，2007年已达到4 095.4万人次，是2000年的3.9倍，其中因私出境旅游人数达到3 492.4万人次，已占到出境总人数的85%。

我国已经成为亚洲最大的出境旅游客源国。

<<旅游文化>>

内容概要

本套系列教材有三个特点：一是专业系统性。

旅游高等教育系列教材计划出版28本，涵盖高等院校旅游管理专业全部教育教学内容，避免各院校使用教材分散，常出现一个专业使用多个版本的教材而不利于专业教学的一体化和系统化。

二是实践应用性。

本套教材充分体现了旅游高等教育的人才培养应用型特色和能力本位，调整了新形势下旅游人才必须具备的能力基础和技术基础，突出了旅游人才的创新素质和创新能力的培养。

三是参与广泛性。

在对旅游专业的人才培养模式和教学内容体系改革进行充分调查研究和论证的基础上，充分吸收高等院校旅游管理专业在探索培养技术应用型专门人才方面取得成功经验和教学成果的骨干教师参加编写

。本套教材适用于高等院校旅游管理专业使用，同时对旅游行业的工作者与旅游爱好者有重要参考价值。

本系列教材是作者在百忙之中完成，我感谢我的同事们的敬业精神。

同时，对于系列教材总体框架设计可能存在的缺憾，对于每本教材的疏漏与不足，我并代表作者表示歉意，恳切希望广大读者批评指正，不断推动旅游高等教育教材建设的发展与提高。

<<旅游文化>>

书籍目录

总序前言第一章 旅游文化与文化旅游 第一节 旅游、文化及其相互关系 一、旅游 二、文化 三、旅游和文化的关系 第二节 旅游文化、文化旅游及其相互关系 一、旅游文化 二、文化旅游 三、旅游文化和文化旅游的关系第二章 山岳文化 第一节 名山起源和发展 一、名山的起源 二、名山的发展 三、名山的衰落 四、名山的复兴 第二节 名山的价值和作用 一、名山的价值第三章 水文化第四章 传统民居文化第五章 园林文化第六章 牌坊文化第七章 饮食文化第八章 宗教文化第九章 戏曲文化致谢

<<旅游文化>>

章节摘录

插图：第一章 旅游文化与文化旅游第一节 旅游、文化及其相互关系三、旅游和文化的关系从广义文化概念角度讲，旅游属于文化范畴，旅游是一种文化现象。

从文化在旅游中的重要性而言，文化是旅游的灵魂和源泉，没有文化就没有旅游。

从旅游活动过程看，旅游者既消费文化又创造文化，旅游者在作跨文化的交流。

对于旅游者来说，旅游活动是经济性很强的文化活动。

对于旅游经营者来说，旅游活动是文化性很强的经济活动。

(一)文化是旅游的灵魂，旅游是文化的利用方式之一旅游活动的出现是人类文化发展到一定阶段的产物；旅游是人们谋求身心需求得到满足的行为过程，是一种文化现象；绝大多数旅游动机的刺激因素来自文化方面。

旅游具有承载文化、展示文化、传播文化的功能，文化始终伴随着旅游的全过程。

自从有旅游活动以来，旅游与文化像孪生兄弟，有着天然的联系。

文化是旅游的“根基”和“灵魂”，旅游是文化的利用方式之一，没有文化的旅游就没有魅力。

没有旅游的文化也缺少活力。

旅游的优势体现在市场上，文化的优势体现在内涵上。

站在旅游的角度看，抓住了文化就抓住了旅游的核心价值；站在文化的角度看，抓住了旅游就抓住了文化的巨大市场。

旅游过程已经成为旅游者体验文化、欣赏文化、享受文化的过程，文化因素已经渗透到现代旅游活动的各个层面。

因此，可以说，文化是旅游者的出发点和归结点，是旅游业的生命力所在，是旅游景观魅力的源泉；

旅游和文化可以相互融合，相互促进，相得益彰，共同繁荣。

改革开放以来，特别是20世纪末以来，文化在旅游中的重要地位越来越进一步凸显。

回顾我国旅游业发展历程，从开发景点卖门票、兴建酒店卖床位到发掘内涵卖文化，从景点驱动、需求驱动到形象驱动，从卖方市场、买方市场到引导消费，从要素驱动、投资驱动到创新驱动，无一不在一步步地凸显出文化之于旅游的重要性。

<<旅游文化>>

编辑推荐

《旅游文化》：高等院校旅游管理专业系列教材,安徽省高等学校“十一五”省级规划教材

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>