

<<甘肃文化旅游开发论>>

图书基本信息

书名：<<甘肃文化旅游开发论>>

13位ISBN编号：9787010092911

10位ISBN编号：7010092915

出版时间：2010-12

出版时间：人民出版社

作者：窦开龙

页数：316

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>

## <<甘肃文化旅游开发论>>

### 内容概要

《甘肃文化旅游开发论》从文化与旅游融合的角度，从文化开发的视角，以甘肃为实证案例，在对甘肃的人文旅游资源，从名人文化、红色文化、民族文化、民间文化、历史文化、都市与科技文化等视角分析梳理的基础上，较好地探索了文化旅游开发的现状、条件、产品、形象以及开发的对策建议，并探讨了文化旅游开发效应。

## <<甘肃文化旅游开发论>>

### 作者简介

窦开龙，男，汉族，1974年10月出生于甘肃古浪，陕西师范大学旅游与环境学院博士后流动站研究人员，兰州商学院副研究员。

2005—2008年在兰州大学学习，2008年获博士学位。

研究方向为区域旅游、民族旅游。

在《甘肃社会科学》、《宁夏大学学报》、《北方民族大学学报》、《干旱区资源与环境》、《生产力研究》等刊物发表论文40余篇，其中3篇被人大报刊复印资料全文转载。

主持和参与国家级等各类科研项目5项。

## &lt;&lt;甘肃文化旅游开发论&gt;&gt;

## 书籍目录

序一序二序三甘肃赞第一章 绪论 第一节 研究背景和意义 一、研究背景 二、研究意义 第二节 相关研究综述 一、甘肃旅游研究综述 二、旅游文化研究综述 三、文化旅游研究综述 第三节 研究设计和创新之处 一、研究思路 二、研究方法 三、研究内容 四、创新之处第二章 文化旅游开发的相关理论与实践 第一节 相关概念分析 一、文化、旅游 二、旅游文化、文化旅游 第二节 文化旅游开发的理论基础 一、比较优势理论 二、旅游地生命周期理论 三、文化变迁理论 四、可持续发展理论 五、“增长极”理论 六、“点-轴系统”理论 第三节 国内外文化旅游开发实践及启示 一、国外文化旅游开发实践 二、国内文化旅游开发实践 三、国内外文化旅游开发实践对甘肃的启示第三章 甘肃旅游文化的分类与整合 第一节 名人文化——甘肃精英与名流文化代表 一、人类始祖 二、政治名人 三、其他名人 第二节 红色文化——甘肃文化的壮丽华章 一、红色文化的形成 二、红色文化旅游资源 第三节 民俗文化——甘肃文化的特殊诗篇 一、艺术文化 二、宗教文化 三、饮食文化 四、服饰文化 五、婚俗文化 第四节 历史文化——甘肃文化的根脉 一、始祖文化 二、丝路文化 三、长城文化 四、黄河文化 五、三国文化 六、天马文化 第五节 都市与现代产业文化——甘肃文化新亮点和现代“变奏”曲 一、现代农业文化 二、现代工业文化 三、都市娱乐文化第四章 甘肃文化旅游客源市场与旅游者行为模式分析 第一节 甘肃文化旅游客源市场特点分析 一、甘肃文化旅游客源市场，概述 二、甘肃文化旅游入境客源市场特点分析 三、甘肃文化旅游国内客源市场特点分析 第二节 旅甘文化旅游者行为模式特点分析 一、旅甘文化旅游者结构特点 二、旅甘文化旅游者行为模式特点第五章 甘肃文化旅游开发条件分析 第一节 优势分析 一、人文历史悠久的优势 二、资源等级较高的优势 三、资源丰度高的优势 四、资源融合度高的优势 五、具有区域后发展效应的优势 六、部分文化旅游资源独一无二、知名度高的优势 七、丝绸之路横贯甘肃的优势 八、资源符合未来开发方向的优势 第二节 劣势分析 一、资源空间布局分散的劣势 二、区位不佳的劣势 三、基础设施落后的劣势 四、资源-产品转化率低的劣势 五、区域经济不发达、不和谐的劣势 第三节 机遇分析 一、国际方面的机遇 二、国内方面的机遇 第四节 威胁分析 一、外部旅游竞争的威胁 二、生态环境恶化的威胁 三、传统文化多样性消失的威胁 第五节 综合分析第六章 甘肃文化旅游开发现状与问题 第一节 甘肃文化旅游开发现状概述 一、文化旅游收入：大幅增加，间有波动 二、文化旅游模式：因地制宜，相继涌现 三、文化旅游品牌：丝路引领，颇受好评 四、文化旅游产业：规模扩大，体系渐成 五、文化旅游促销：力度加强，形式增多 第二节 甘肃文化旅游开发问题透析 一、旅游品牌：数量稀少，格局失调 二、旅游文化：浅表开发，文旅脱节 三、旅游协作：整体不力，各自为阵 四、旅游人才：求热供冷，面临困境 五、旅游促销：魄力不足，运作乏力 六、旅游企业：势力弱小，缺少珍珠 七、旅游资源：保护不力，惨遭破坏 八、旅游软环境：管理不佳，已成痼疾 九、旅游竞争力：文化大省，旅游弱区第七章 甘肃文化旅游开发战略模式 第一节 “板块发展，区域联动”——文化旅游空间战略模式 一、甘肃文化旅游空间组织模式演化 二、甘肃文化旅游空间组织模式创新 第二节 “文脉支撑，市场驱动”——文化旅游意象战略模式 一、甘肃文化旅游意象基础性分析 二、甘肃文化旅游意象的定位与推广 第三节 “优化结构，挖掘内涵”——文化旅游品牌战略模式 一、正确定位和完善文化旅游品牌结构 二、构建与开发系列文化旅游品牌 三、挖掘品牌文化内涵 第四节 “聚焦安全，综合治理”——文化旅游环境战略模式 一、营造青山和绿水：自然生态环境的优化 二、催生富人莫等闲：经济发展环境的优化 三、呼唤才兮云飞扬：旅游人才环境的优化 四、有法可依保规范：法制政策环境的优化 五、游客您大胆往前走：旅游安全环境的优化 第五节 “保护优先，注重传承”——传统文化发展战略模式 一、几多欢喜几多愁：开发热背后的文化变异和文化忧思 二、保护、研究和传承机制：破解旅游文化开发难题之关键 第六节 “多线辐射，主题主导”——文化旅游线路战略模式 一、主线 二、环形文化旅游线路 三、专项文化旅游线路 四、合作文化旅游线路第八章 甘肃文化旅游开发效应分析——以拉卜楞为个案 第一节 夏河县拉卜楞文化旅游开发概况 一、社区概况 二、拉卜楞文化旅游开发措施及成就 第二节 旅游开发背景下拉卜楞文化变迁的人类学调查 一、宗教文化变迁 二、饮食文化变迁 三、建筑文化变迁 第三节 旅游开发背景下拉卜楞文化变迁的统计学分析 一、研究方法和样本概述 二、效应测算 三、民族旅游效应感知差异分析 四、简要结论及建议附录 甘肃文化旅游

<<甘肃文化旅游开发论>>

开发行动策划(部分)主要参考文献后记

## <<甘肃文化旅游开发论>>

### 章节摘录

插图：兰州商学院青年教师窦开龙博士的著作《甘肃文化旅游开发论》即将出版面世，嘱我作序。我于文化旅游，充其量只是一个爱好者而已，自认不能承当这样的使命。

然而，为了作者所表现出的学术勇气和探索精神，我仍然乐于表达我的祝愿与希望，遂援笔为序，与之共勉。

甘肃是中华民族的发祥地之一。

历史的长河在这片古老而神奇的土地上留下了深厚凝重、源远流长的传统文化积淀。

这里，是华夏始祖伏羲氏、女娲氏的诞生地，是中国辉煌灿烂的农业文明的孕育地，人文荟萃，山河壮丽。

这里，有丝绸古道、大漠风光、冰川地貌、雪山绿洲等奇特的自然景观；有莫高窟、伏羲庙、麦积山、崆峒山等自然人文遗迹；有回藏文化、裕固风情等独特的民俗风情。

深厚的文化传统、美丽的自然景观、浓厚的民族风情，造就了甘肃文化旅游资源品位高、数量丰、特色浓的特点。

改革开放以来，甘肃逐步从一个长期封闭的环境中脱颖而出，旅游事业如雨后春笋般迅猛发展，逐步走向繁荣。

目前，以始祖文化、农耕文化、石窟文化、丝路文化、红色文化、民俗文化、黄河文化、三国文化为主要内容的文化旅游在甘肃旅游中彰显出突出优势，甘肃开发文化旅游业大有作为。

但是，甘肃旅游业在取得发展和迎来机遇的同时，也面临着不利因素和众多挑战。

因此，关注甘肃文化旅游开发的实际，以理论研究促进甘肃文化旅游业的发展是学术界的责任。

《甘肃文化旅游开发论》一书归纳和梳理了甘肃文化旅游的资源，审视了甘肃文化旅游的开发条件和背景，在充分论证的基础上提出了开发对策和建议。

本书具有较强的前瞻性、针对性、建设性和创新性等特点。

我相信，本书的出版对研究甘肃文化旅游发展、推动我校旅游管理学科发展将会产生积极的作用。

## <<甘肃文化旅游开发论>>

### 后记

这是我对旅游开发的再一次思考。

这是我从幼稚走向成熟的再次跨越。

这是我对甘肃旅游的再度关注。

每一次探讨，都会有新的经验总结和新的学术感悟。

每一次写作，都面临思维不畅和学识浅陋的束缚。

每一次跨越，都伴随身心的疲劳和思虑的苦恼。

每一次收获，都流淌轻盈的喜悦和顿悟的酣畅。

13年前，我在自卑、失望和苦恼的心态下，走向了工作岗位，走向了讲台；其后，年轻的我，和自己的学生一样，抬头望天，期盼自己的梦想也能一夜成真。

13年后，拼搏和工作了多年的我，终于找到了自己的研究方向：区域旅游经济开发，从此，一种异乎寻常的动力点燃我对旅游研究的激情，并在师长、领导和朋友的关怀下渐渐前行。

本书的写作与出版，就是见证。

从专科、硕士到博士后，就是过程。

本书能够出版，更多得益于领导的大力支持、导师的无私教诲和朋友的热情帮助：感谢西北师范大学经济管理学院樊元教授、李兴江教授，他们使我从农村走向城市，从中学讲台走向大学课堂，了解了甘肃区域旅游经济发展实况。

<<甘肃文化旅游开发论>>

编辑推荐

《甘肃文化旅游开发论》由人民出版社出版。

<<甘肃文化旅游开发论>>

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>