

<<生态旅游·太湖源模式>>

图书基本信息

书名：<<生态旅游·太湖源模式>>

13位ISBN编号：9787301163122

10位ISBN编号：7301163126

出版时间：2010-4

出版时间：北京大学出版社

作者：张建国，薛群慧，华雯 著

页数：225

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>

## 前言

改革开放近三十年来,浙江省坚持以人为本,以全民创业为重要实现手段,在体制、机制、市场、产业、科技等诸多领域进行了异常活跃的创新,由于积极营造宽松良好的创新环境,最大限度地发挥人民群众创新的主动性和积极性,大力鼓励和引导民营经济健康发展,使“敢为天下先”的浙江人的艰苦创业取得了丰硕成果。

据统计,2006年度全国500强民营企业中,浙江占了203席,总数居全国第一位;全国民营企业自主创新50强中,浙江占了19席。

“浙江现象”本质就是浙江人的敢为人先、自强不息、勇于创新,从而创造了一个又一个的奇迹,涌现出了“温州模式”、“义乌经验”以及“浙江精神”,培养了一大批“风云浙商”。

浙江也因此成为举世瞩目的经济社会又好又快发展的重要地区之一。

“浙江现象”也已经成为社会公认的发展模式,并引发众多学者研究与揭秘的重要课题。

从这个意义上说,“浙江现象”不仅是浙江的,也是全国的。

旅游产业的发展与创新,也是浙江现象的重要组成部分。

旅游产业是创意产业,更需要务实创新。

没有思路,就没有出路;没有创新,就没有发展。

浙江旅游产业发展,源于创新拓展。

近年来,浙江旅游发展取得了显著成就。

主要表现在民营资本的投入为区域旅游产业提升提供了强大的发展动力;杭州成为首批中国最佳旅游城市,“世界休闲博览会”的举办,率先启动了我国休闲旅游产业;产业生态旅游理论创新与实践探索,为我国生态旅游产业化提供了宝贵经验;绿色饭店标准制定与实施并在全国推广,推进了酒店业的生态化发展;旅行社管理体制与机制创新,有效地促进了旅游联合体以及区域整合战略的发展;主题旅游以及文化旅游的发展与创新,在弘扬优秀传统文化的同时也极大地推进了文化创新与经济繁荣;横店影视旅游、义乌购物旅游正在成为具有核心竞争力和良好发展势头的新型旅游形式,等等。

## <<生态旅游·太湖源模式>>

### 内容概要

《生态旅游·太湖源模式》为“浙江现象·旅游创新系列丛书”中的一个组成部分，以太湖源景区为实证案例，深入剖析了浙江生态旅游的发展历程、模式内涵和开发效应。

《生态旅游·太湖源模式》既具有比较成熟的生态旅游景区建设与管理的理论和方法，也有编著者历年来从事教学研究与企业管理实务的成果和心得，既注重《生态旅游·太湖源模式》的系统性及与整套丛书的协调性，更注重其实用性，具有新资料、新视野和实践性的特点。

观点新颖、思路清晰、内容详略得当，深入浅出，不仅可供旅游院校的学生和生态旅游从业人员学习参考使用，也可供生态旅游管理者、研究人员及生态旅游景区规划设计人员参考使用。

## 书籍目录

- 第1章 生态旅游概述1.1 生态旅游产生的社会背景1.1.1 生态旅游的产生,是一个时代“生态觉醒”的产物1.1.2 旅游业负面效应日益显现而面临转型的必然选择1.2 生态旅游概念之争1.2.1 生态旅游概念的争议与发展1.2.2 生态旅游概念之争的后果1.3 概念的扩充与完善1.4 生态旅游与其他旅游形式之间的关系1.4.1 生态旅游、替代性旅游与传统大众旅游1.4.2 生态旅游与自然旅游1.4.3 生态旅游与探险旅游1.4.4 生态旅游与可持续旅游1.5 生态旅游产品的核心准则1.6 生态标识与生态旅游认证1.6.1 开展生态旅游认证的意义1.6.2 主要的生态标识与生态旅游认证第2章 生态旅游业的发展历程2.1 生态旅游业的产生根源2.2 生态旅游业的发展历程2.2.1 兴起阶段(20世纪六七十年代—20世纪80年代)2.2.2 蓬勃发展阶段(20世纪80年代初—20世纪90年代中叶)2.2.3 稳定发展阶段(20世纪90年代中叶至今)2.3 生态旅游业国内外现状2.3.1 国外生态旅游业的发展现状2.3.2 我国生态旅游业发展概况2.4 国内外旅游产业发展模式比较2.4.1 国际旅游产业发展模式的类型2.4.2 中国旅游产业发展模式2.5 现代生态旅游产业状况剖析2.5.1 生态旅游旅行社2.5.2 生态旅游饭店(绿色饭店)2.5.3 生态旅游交通2.5.4 生态旅游商品与生态旅游康乐2.6 生态旅游产业发展趋势2.6.1 世界生态旅游业发展趋势分析2.6.2 中国生态旅游业发展趋势分析第3章 浙江省生态旅游的崛起3.1 浙江省生态旅游的兴起3.2 浙江省生态旅游的发展现状3.2.1 浙江省发展生态旅游的基础3.2.2 浙江省开展生态旅游的主要区域3.2.3 浙江省生态旅游发展的成就3.2.4 生态旅游资源开发与保护存在的问题3.3 浙江省生态旅游发展战略3.3.1 进程规划3.3.2 发展战略3.3.3 六大建设区3.3.4 三大产业带第4章 太湖源生态旅游的缘起与发展4.1 太湖源生态旅游概述4.2 从瑞晶洞到龙须沟4.3 太湖源生态旅游的形成4.4 生态富民、和谐农村4.3.1 白沙村生态致富的三个阶段4.3.2 白沙村生态致富的形式4.3.3 白沙村生态致富的来源第5章 太湖源生态旅游保护性开发模式5.1 生态旅游开发在区域可持续发展中的功能与作用5.1.1 生态旅游为区域发展提供资金支持,使保护工作落到实处5.1.2 生态旅游开发带动周边社区发展5.1.3 生态旅游可增强公众的自然保护意识5.1.4 生态旅游可提高自然保护区的知名度5.2 生态旅游开发中保护与开发之间的矛盾5.3 保护性开发——生态旅游开发与保护的互动与双赢5.4 生态旅游保护性开发的实现途径5.4.1 我国生态旅游发展中存在的主要问题5.4.2 我国生态旅游保护性开发的实现途径5.5 太湖源生态旅游的保护性开发模式5.5.1 太湖源景区模式的产生背景5.5.2 太湖源生态旅游的保护性开发模式第6章 太湖源生态旅游的社区参与模式6.1 社区参与理论概述6.1.1 相关概念6.1.2 社区参与的相关理论6.1.3 生态旅游与社区参与的关系6.2 太湖源社区参与生态旅游的概况6.2.1 太湖源及太湖源社区概况6.2.2 太湖源社区参与旅游的历程——从“卖山头”到“卖生态”6.3 太湖源社区参与生态旅游的模式6.3.1 太湖源生态旅游的各相关利益者6.3.2 太湖源社区居民参与生态旅游的主要内容6.3.3 太湖源社区参与生态旅游的模式第7章 太湖源生态旅游营销模式7.1 太湖源生态旅游的宣传与市场定位模式7.1.1 “唤起民众”——激发从内部员工到社会公众的生态旅游推广意识7.1.2 太湖源生态旅游产品的定位7.1.3 产品设计7.2 太湖源生态旅游的促销模式——“把支部建在连队”、“空军步兵协同作战”7.2.1 运用多种信息传播方式7.2.2 利用影视手段宣传7.2.3 编制详细的太湖源生态旅游资料7.2.4 旅游人员推广7.2.5 活动推广7.2.6 会议营销7.2.6 太湖源宣传促销模式理论总结7.3 太湖源生态旅游的分销模式7.4 太湖源生态旅游的价格策略7.4.1 优惠促销策略7.4.2 折扣定价策略7.4.3 太湖源定价策略的总结第8章 太湖源生态旅游管理模式8.1 “环境—旅游者双向导向”型旅游者管理模式8.1.1 以人为本,充分满足旅游者需求8.1.2 旅游者与环境和谐共处8.1.3 “环境—旅游者双向导向”型旅游者管理模式8.2 太湖源景区环境管理模式8.2.1 太湖源景区自然环境管理8.2.2 太湖源景区人文环境管理8.3 太湖源景区旅游安全管理模式8.3.1 太湖源安全管理组织机构8.3.2 太湖源完善安全责任制度8.3.3 太湖源安全教育培训机制8.3.4 落实安全督导检查机制8.3.5 制定安全应急预案8.3.6 理顺应急响应机制8.3.7 建立有效的旅游安全考核奖惩机制8.4 太湖源景区人力资源管理模式8.4.1 引才模式8.4.2 太湖源景区用才模式8.4.3 管理员工模式8.4.4 员工激励模式第9章 生态旅游开发太湖源模式的行业示范效应9.1 太湖源模式的经验鼓舞着太湖源人拼搏不息9.2 太湖源模式对临安生态旅游的发展起到了重要的引领作用9.3 太湖源模式对长三角区域及全国的生态旅游开发具有重要的借鉴意义附录1 太湖源志附录2 太湖源景区导游词附录3 太湖源生态旅游开发大事记参考文献



章节摘录

事实上,发展到今天,在地球上已经很难找到不受或很少受人类活动干扰的生态系统了。同时,原生性的区域未必适合开展生态旅游。

一般情况下,人迹罕至的地方生态环境好,对城市居民有吸引力,但不能旅游的地域也很多。人迹罕至的区域包括大森林、大沙漠、大戈壁、大雪原和孤岛等,这些区域有些气候环境十分恶劣,有些不适合人类生存(沙漠、戈壁、雪原);有的地段辐射强(戈壁、沙漠),有害于人体健康;甚至在森林中也有些植物群落对人体健康有害。

旅游者根本无法获得舒适的休闲、度假、享受的目的。

随着人类活动领域的拓展,生态旅游区域又涵盖了那些自然生态系统和人为的技术生态系统并存的区域,如各类自然保护区、人工生态系统保护区等。

随着“社会生态学”概念的提出,其活动领域又进而拓展到了纷繁复杂的社会生态领域,一些社会文化环境独特的区域也涵盖其中,更加强调了一种人、自然、社会文化和经济和谐统一的思想。

到了生态时代的今天,高度技术和高度城市化的生活使人们对自然的需求超出任何一个时代。人们对自然的渴望也使“自然”这一概念逐步泛化,进而要将纯自然生态旅游资源又扩及那些可供游人开展生态旅游活动的人为的生态旅游资源,如农业生态旅游资源、城郊田园旅游资源等。只要这些人造生态系统符合生态学原理,具有教育游客热爱自然、保护自然的功能,都应该算做生态旅游的资源范畴。

这也符合旅游活动和市场资源多样性的原则。

<<生态旅游·太湖源模式>>

编辑推荐

本书是生态旅游的“中国化实践”，以一个企业为案例对生态旅游中国化过程中面临的问题进行了集中剖析。

将旅游企业发展过程所面临的问题放到一个环境中去集中剖析与研究，以期对同类旅游企业的经营和管理能够提供全方位的参考。

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>