第一图书网, tushu007.com

<<旅游策划文化创意>>

图书基本信息

书名：<<旅游策划文化创意>>

13位ISBN编号：9787501779956

10位ISBN编号：7501779953

出版时间：2007年8月1日

出版时间：中国经济出版社

作者：武彬

页数：347

字数：389000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书论述的是几位才华洋溢的教授带领着一群满怀理想的职业旅游规划师、景观师，为改变祖国河山面貌而作出的不懈努力。
他们踏遍千山万水，尝尽酸甜苦辣，为一些曾经鲜为人知的“穷山恶水”地区找到了致富之路。
书中经典的旅游策划范例，正是他们经历的漫长而曲折道路的缩影。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

武彬，供职于浙江大学城市学院，浙江大学亚欧旅游规划设计研究院。

<<旅游策划文化创意>>

书籍目录

第一章 绪论——河山，因我们的到来而改变　第一节 创意规划——发展经济的引擎　第二节 创意规划与旅游资源的匹配　第三节 创意资源是旅游资源的升华第二章 创意规划概念　第一节 创意基点与要素　第二节 策划创意特色　第三节 策划创意程序第三章 创意构成　第一节 创意原则　第二节 老余杭开发创意　第三节 南宋皇城遗址规划创意第四章 形象策划创意　第一节 形象位置排列　第二节 “ 江南　第一关 ” 形象策划　第三节 “ 江南大运河 ” 之形象创意　第四节 “ 徽商之源 ” 形象策划第五章 创意特征　第一节 创意特征　第二节 廊檐、骑楼建筑文化特征　第三节 浙江庆元百山祖创意特征　第四节 杭州塘栖 “ 古运河 ” 创意特征第六章 刨意形成　第一节 创意形成　第二节 浙讧 “ 北天目山规划 ” 创意形成　第三节 “ 太湖源生态规划 ” 创意形成第七章 文化创建　第一节 文化内涵　第二节 财神庙、文庙、武庙、城隍庙　第三节 牌坊　第四节 大运河开发文化创建　第五节 杭州清河坊开发文化创建第八章 规划概念与地域特征　第一节 创意规划概念　第二节 创意概念定义　第三节 “ 美人风情谷 ” 创意概念　第四节 西溪开发创意概念　第五节 南宋皇城遗址创意概念第九章 创意规划要点　第一节 上虞地域文化特征　第二节 浙中经济与地域文化　第三节 江山旅游潜力　第四节 德清地域文化　第五节 新市镇地域文化第十章 工业旅游规划创意　第一节 浙江安吉天荒坪抽水蓄能电站景区开发　第二节 遂昌金矿景区开发　第三节 浙江永康 “ 五金 ” 旅游文化开发第十一章 “ 名景 ” 周边开发创意　第一节 安徽青阳五溪景区开发　第二节 舟山勾山景区开发　第三节 杭州的 “ 两湖游 ” 第十二章 小品刨意　第一节 小品　第二节 市井　第三节 古桥　第四节 现代 “ 景观桥 ” 创意　第五节 宝塔　第六节 楼阁　第七节 标识、标牌　第八节 主题雕塑第十三章 老屋开发　第一节 民居的 “ 景观化 ” 处理　第二节 民宅——百年伟业　第三节 江南 “ 石库门房 ”　第四节 见证历史的旧楼　第五节 北山路的龚宅第十四章 古迹开发　第一节 古迹保护　第二节 婺源古村开发　第三节 古寨旅游开发第十五章 红色之旅　第一节 红色之旅热点　第二节 山回路转 “ 雷打石 ”　第三节 红色之旅——泰顺　第四节 浙江舟山岛展茅景区开发第十六章 景区 “ 门面 ” 刨意　生态式大门　宜景式大门　烘托式大门　乡土式大门　牌坊式大门　借景式大门　古城式大门　仿洋式大门　几何式大门　景致式大门　复古式大门　虚拟式大门　造景式大门　震撼式大门后记

第一图书网, tushu007.com

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