

<<中国高端旅游市场>>

图书基本信息

书名：<<中国高端旅游市场>>

13位ISBN编号：9787501788446

10位ISBN编号：7501788448

出版时间：2009-1

出版时间：中国经济出版社

作者：蔡红

页数：204

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>

## <<中国高端旅游市场>>

### 前言

#### 第一部分绪论。

论证了撰写本书的理论价值和现实意义，介绍了本书研究的理论依据和国内外目前研究的现状，对于高端市场、高端产品、旅游体验、高端旅游业态等重点概念进行了界定。

明确提出高端旅游并非等同于奢侈旅游，事实上很多高端旅游者的旅游行为充满了一种人文关怀精神。

同时介绍了本书的研究方法，并提出了文章的创新点和研究中的不足之处。

#### 第二部分 高端旅游市场的基础理论研究。

介绍并界定了与高端旅游市场研究相关的概念，如高端旅游、旅游体验、休闲与休闲业、高端旅游市场等，明确提出高端旅游不等于商务旅游，事实上观光旅游、休闲度假、商务旅游、特种旅游中都涵纳着高端旅游要素；高端旅游也不等于奢侈旅游，应是高品质、高品格、个性化的旅游形式，高端旅游市场是一个重视价值观和生活方式的市场，高端旅游的核心价值是旅游体验。

供求理论、马克思的消费理论、微笑曲线理论、零售轮转理论、需求层次论、行为经济学畅爽理论、体验经济学理论构成了高端旅游市场研究的理论基础。

## <<中国高端旅游市场>>

### 内容概要

近年来，伴随着旅游消费升级的步伐，高端旅游市场也受到业界的特别关注。本书瞩目中国高端旅游市场这一真实对象，遵循科学发展观，以供求理论、休闲经济理论、消费理论、马克思的“人的全面发展”理论来阐述高端旅游特定市场产生的必然性，随之探求市场发展演变的内在规律性。

本书运用行为经济学“畅爽”理论、高峰体验理论和体验经济学相关理论来论证旅游的本质在于获得独特的“体验”，并对“体验”的层次做了充分论证。

本书选题切合实际，作者深入体验，付诸理论分解，明确高端旅游市场的定位与开发，结构严密，数据翔实，具有相当深度的理论解释力。

本书在区域经济定位与相关旅游开发方面，具有理论的启发意义与实践的指导作用，在高端旅游市场相关研究领域，也做出了积极的探索。

## <<中国高端旅游市场>>

### 作者简介

蔡红，女，经济学博士。

现任教于首都经济贸易大学工商管理学院旅游管理系，从事旅游管理、旅游营销等教学科研工作，发表论文20余篇，编著专业书籍3本。

参与了省部级以上课题6项，主持局级项目4项、局级课题4项。

2001年入选北京市中青年社科理论人才“百人工程”。

近年来的研究领域包括高端旅游市场、文化创意旅游、乡村旅游、奢侈品市场与品牌等。

其中：主持国家旅游局2006年重点规划项目《沿青藏线地区旅游发展规划》市场营销子课题的编制工作；主持江苏省旅游发展总体规划市场营销、促销子课题的编制工作；主持完成北京市旅游局下达的2008“一村一品”2个市级民俗村的创意策划项目等。

## &lt;&lt;中国高端旅游市场&gt;&gt;

## 书籍目录

自序前言第1章 绪论1.1 中国高端旅游市场产生的成因分析1.1.1 旺盛的内在消费需求1.1.2 强劲的外在供给驱动1.2 中国高端旅游市场研究的现实意义与理论价值1.2.1 现实意义1.2.2 理论价值1.3 方法、重点与体系1.3.1 本书研究方法1.3.2 本书研究重点1.3.3 本书体系结构第2章 高端旅游市场的基本理论2.1 高端旅游市场相关概念及其内涵2.1.1 旅游与旅游业2.1.2 休闲、休闲业与旅游业2.1.3 高端与高端旅游2.1.4 体验与旅游体验2.2 研究高端旅游市场的理论依据2.2.1 供求理论2.2.2 消费理论2.2.3 产业发展微笑曲线理论2.2.4 零售业态轮转理论2.2.5 体验经济理论第3章 高端旅游市场发展状况与客源市场潜力分析3.1 中国入境旅游市场中的高端市场发展态势3.1.1 中国入境旅游规模3.1.2 中国入境旅游主要客源国的构成和增长状况3.1.3 入境游客中高端旅游市场份额有所上升3.1.4 京沪入境旅游市场比较研究3.2 出境旅游市场中的高端市场发展态势3.2.1 中国出境旅游市场概况3.2.2 2007年以来中国对于出境旅游的相关政策3.2.3 中国出境旅游客源市场特征3.3 国内高端旅游市场发展——以苏杭为例3.3.1 国内旅游市场发展概况3.3.2 苏杭国内旅游发展状况和高端旅游发展概况3.4 国内高端旅游客源地的潜力分析3.4.1 国内高端客源市场的潜力分析3.4.2 需要特别关注的重要国内高端客源市场第4章 高端旅游产品的开发和设计4.1 高端旅游者的旅游动机和特征4.1.1 全球旅游市场的需求演变和新旅游者的特征4.1.2 我国高端旅游者的旅游动机和特征4.2 高端旅游产品体系4.3 高端旅游产品的开发和设计的原则4.3.1 创意原则4.3.2 精品原则4.3.3 人文原则4.3.4 体验原则4.3.5 时尚原则4.3.6 “三好一格”原则4.4 有效进行旅游者体验管理,提高旅游产品的体验度和满意度4.4.1 分析旅游者的体验世界4.4.2 建立旅游者体验平台4.4.3 设计旅游品牌体验4.4.4 建立与旅游者的接触4.4.5 致力于不断创新4.5 个案研究——内蒙古额尔古纳自驾车深度体验型旅游产品R&D4.5.1 额尔古纳市旅游资源和旅游产品概况4.5.2 额尔古纳全生态自驾车旅游产品体验记录4.5.3 额尔古纳全生态自驾车旅游产品的调研第5章 高端旅游市场促销策略研究5.1 高端旅游市场促销策略研究的意义5.2 国内外研究现状述评5.3 旅游促销研究的主要重点和难点5.4 高端旅游市场促销策略研究5.4.1 主题促销策略5.4.2 网络促销策略5.4.3 公关促销策略5.4.4 影视促销策略第6章 高端旅游市场案例研究第7章 结论附件 常驻北京的外国人旅游消费行为研究参考文献后记

章节摘录

第1章 绪论 1.2 中国高端旅游市场研究的现实意义与理论价值 1.2.1 现实意义 1.有助于落实中央提出的“坚持扩大内需的方针” 党中央、国务院将扩大内需、促进消费确立为我国经济社会发展的长期战略方针和基本立足点，强调促进经济增长要更多地依靠消费拉动、依靠第三产业带动。

在2008年温家宝总理所做的《政府工作报告》中又明确提出：今年国民经济和社会发展应坚持扩大内需方针，调整投资和消费关系，促进经济增长由主要依靠投资、出口拉动向依靠消费、投资、出口协调拉动转变。

然而，尽管我国已经初步完成从温饱型社会向小康型社会的过渡，但是却面临着广大消费者拥有相当于一年GDP总量的资产（货币）和低于世界平均消费率十几个百分点的双重矛盾。

其中的一个根本原因在于小康社会的商品结构没有得及时调整，无法满足市场经济条件下消费者已经形成的多层次、多形式和多结构的消费模式；因此，必须扩大差异性供应，开拓新的消费领域，才能达到启动市场、扩大内需的目的。

这其中就包括对于高端旅游市场的关注，就需要去研究这个市场的消费形式、消费需求和消费规律。

从蓬勃发展的北京商务旅游市场对于北京旅游收入高达50%的贡献率这一事实可以佐证研究高端旅游市场对于扩大内需的重要价值。

2.有助于倡导健康的消费观，提高国民素质 谈到高端旅游，很多人都将它与奢靡旅游联系在一起。

高端旅游的人均花费水平的确高于大众化旅游，但是我们在开发高端旅游产品的时候，还需要根据中国的实际情况，倡导健康的消费观，引导高端旅游市场改变消费观念，树立健康、理性的消费模式，避免给社会造成不良的影响。

## <<中国高端旅游市场>>

### 编辑推荐

《中国高端旅游市场：定位与开发》在区域经济定位与相关旅游开发方面，具有理论的启发意义与实践的指导作用，在高端旅游市场相关研究领域，也做出了积极的探索。

<<中国高端旅游市场>>

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>