

<<景点开发与管理>>

图书基本信息

书名：<<景点开发与管理>>

13位ISBN编号：9787503217791

10位ISBN编号：7503217790

出版时间：2001-1

出版时间：斯沃布鲁克 (Swarbrooke)、 张文 中国旅游出版社 (2001-01出版)

作者：斯沃布鲁克

页数：390

译者：张文

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>

<<景点开发与管理>>

前言

这是一本关于景点（主要是人造景点）问题的综合性教科书。

本书阐述了景点的整个开发过程，并探讨了景点管理中的一些主要问题。

景点在旅游业中扮演着至关重要的角色，是刺激人们出游的重要动因。

但是，目前无论是在英国还是在其他国家还没有哪一本教科书像本书这样深入、全面地讨论景点问题。

本书的写作目的是既能成为有价值的教科书，也能受到业内人士的欢迎。

旅游专业的学生可以从中了解到景点在旅游中的作用；对于旅游接待专业的学生来说，该书可使他们学到旅游行业景点的管理技能。

商学院的学生也能从书中找到将管理原则应用于服务业的生动事例。

这本书也会令学习其他专业的学生感兴趣，如旅游规划、休闲与娱乐业经营、博物馆管理、环境管理、财务管理等。

除此之外，作者希望使该书成为景点业业内人士，无论是私营、国有，还是民办景点的管理人员的实用手册。

本书的写作方法简明易懂，包括了许多与景点开发和管理有关的切实可行的观点。

这本书共有三个主要的部分：第一部分设定了本书的讨论范围，界定了什么是景点，阐述了景点在旅游中所扮演的角色，讨论了景点产品和市场，并概述景点的商业环境。

第二部分探讨了开发新景点所涉及的问题，包括可行性研究、筹资、项目的设计与管理等。

第三部分阐述的是管理景点所面临的任務，如营销、财务管理、经营管理，以及人力资源管理等等。

本书还收集整理了许多案例，目的在于更好地说明景点开发与管理中的一些问题。

书的最后一部分是对景点业未来的预测。

在从事教学与学术研究工作之前，我在旅游行业任管理人员10年之久。

希望我的这段经历能够帮助我将最新的观点同实用的建议有效地结合在一起。

在写作过程中，我尽量使我认为对了解景点至关重要的一些关键性的观点贯穿于整本书之中。

这些观点是：所有的景点都处在迅速变化的商业环境之中。

这就要求景点的管理人员始终保持清醒的头脑，以便预测未来的变化并对变化作出及时的反应。

尽管有时很难确定谁是竞争对手，但景点还是处在激烈竞争的市场之中。

虽然景点的开发与管理的原则都是一样的，但还应该认识到国有、私营和民办景点之间存在着差异，差异主要表现在动机和目标的不同上。

就景点管理而言，我们应该认识到，为阅读上的清楚和方便起见，本书将管理方面的问题分在几章进行论述，但在实际工作中，这些问题是交错在一起的，是相互依存的。

从最广泛的意义上讲，营销是人造景点取得成功的核心。

本书尽量从国际的角度出发，采用了一些不同国家的例子。

但是，一本书的篇幅极为有限，很难做到全面地讨论多个国家的情况，这是件很令人遗憾的事情。

因为，探讨一下美国的情况，或法国，或东欧一些正在发生剧烈变化的国家的情况，将会是很有意思的事情。

其他国家的读者可以将我在第一部分所谈的内容与他们自己国家的具体情况相结合。

限于篇幅，本书没有能够讨论特殊活动和自然景点的问题。

不过这倒不算一个难解决的问题，因为读者可以找到大量的有关自然景点管理方面的材料。

至于特殊活动的管理，Gets和Hall两位权威作者有不少这方面的论著。

篇幅的有限使得本书只能概括一个涉及面非常广泛的问题。

这就不可避免地会出现对一些问题的探讨过于肤浅的情况。

在阅读过程中，读者可以发现我尽量在必要时指出了有待进一步深入探讨的地方。

最后，我要在这里感谢在我写作过程中给予我帮助的人们。

首先我要感谢所有那些向我无私地提供各种资料的景点管理人员和员工们。

<<景点开发与<管理>>

因为他们人数太多，我无法在这里一一提名致谢，但读者在侧读时可以对他们有所了解。

对于那些对我成书做出突出贡献的人们，我已在鸣谢中特别表示了谢意。

其次，我要感谢同我一起在旅游业中共事10年的所有的同事们，他们教给了我很多东西。

我还要感谢那些年中我的顾客们，是他们帮助我认识到了什么是市场。

我也要向我的学生们致以谢意，是他们使我不断地更新观点，使我对工作产生了极大的满足感。

在成书的过程中，我还得到了许多人的帮助，我在这里也要向他们表示感谢。

出版社的Kathryn Grant善解人意，使得出版工作顺利地完成；Joan Butt帮助我制作了所有的图表；Judy Mitchell破译了我潦草的字迹，快速准确地打成文稿。

我还要感谢我的父母，是他们培育了我观察问题、分析问题和讨论问题的能力。

他们为我做出了极大的牺牲，使我有机会去开发我的能力。

遗憾的是我所欠他们的是永远也无法偿还了。

最后，我还要感谢两位特殊的人物：我的妻子Sue Horner，她承担了由于我写书给家庭带来的所有的麻烦，没有她的帮助我是不能完成这本书的；我们的小儿子（现在已经不小了）John，他给我带来了欢乐，使我感到工作之外的生活乐趣。

最后我要说的是：祝大家阅读愉快。

如果您认为这本书有帮助，那么我所有的努力将是值得的。

约翰·斯沃布鲁克

<<景点开发与管理>>

内容概要

《景点开发与管理》共有三个主要部分：第一部分设定了《景点开发与管理》讨论范围，界定了什么是景点，阐述了景点在旅游中所扮演的角色，讨论了景点产品 and 市场，并概述产业环境。

第二部分探讨了开发新景点所涉及的问题，包括可行性研究、筹资、项目的设计与管理等。

第三部分阐述的是管理景点所面临的任務，如营销、财务管理、经营管理，以及人才资源管理等

<<景点开发与<管理>>

作者简介

作者:(英)约翰·斯沃布鲁克(John Swarbrooke)

<<景点开发与管理>>

书籍目录

前言第一部分 概述 1 导论 2 景点在旅游中所扮演的角色 3 景点产品 4 景点的市场 5 商业环境与景点
第二部分 景点的开发 6 开发的过程与可行性研究的作用 7 影响景点成功的主要因素 8 景点项目的
资金筹措 9 景点的设计 10 开发项目的管理第三部分 景点的管理 11 经理扮演的角色与管理方式 12
营销观念 13 战略性营销规划 14 营销战略的实施 15 人力资源管理 16 财务管理 17 经营管理 18 管
理与景点的“绿色行动” 19 质量管理 20 应变管理与未来规划第四部分 案例分析第五部分 景点的未
来 参考书目 译后记

<<景点开发与管理的>>

章节摘录

书摘 景点的发展史 追溯景点的历史发展过程远比想象的困难。主要表现在两个方面。

第一, 一个地方须有多少访问者, 才能够被称为“景点”, 这个“量”很难确定。

在罗马时期, 每年光顾埃及金字塔的可能只有几十个罗马人。

那时, 金字塔是景点吗? 还是由于旅游团的出现, 交通服务设施的改善, 成千上万的旅游者开始访问金字塔之后, 金字塔才真正成为景点的呢? 同样, 大峡谷已存在了上百万年。

最初被美洲土著人发现后, 就是景点了呢? 还是直到现代交通工具的发展使得那里的大众旅游成为可能之后, 才被看作是吸引旅游者的景点了呢? 其次, 到一个地方去的目的问题。

是不是只有为了广义的消遣和娱乐目的而到一个地方去, 这个地方才能被称作景点呢? 那么, 出于责任和义务而光顾的地方, 能算得上景点吗? 譬如, 是不是只有当大多数的人都是为了消遣和娱乐的目的, 而不是出于宗教信仰, 来拜访神殿和教堂时, 神殿和教堂才能被称为景点呢? 许多传统的节庆活动也存在同样的问题。

比如, 在英国, 从什么时候起德比郡的盛装节(当地人为保证来年的富裕生活而举办的活动)不再是一种宗教活动, 而成为吸引游客的活动了呢? 自然景观和那些本不是为吸引旅游者而建造的景观, 无疑是历史最悠久的景点。

出于多种原因, 其中包括社会的变迁、科技的发展, 这些地方经过漫长的时间逐渐成为了景点。而那些特意为吸引旅游者设计开发的景点是现代的产物, 从存在的第一天起就是纯粹的景点。

节庆活动也可分为两种。

一种是传统的活动, 现在已经专门为旅游者服务, 如伦敦的军旗礼阅兵式。

另一种是特别为吸引旅游者而举办的, 如近年来在欧洲各地兴起的诸多的艺术节。

近几十年来, 世界上的景点和访问景点的人数都在迅速地增加。

这反映了自50年代起, 世界旅游业的快速发展和发达国家国内短途旅游的不断增长。

构成增长的原因很多, 包括: 可自由支配收入的增加。

更多的闲暇时间, 如带薪假期, 越来越多的人享有双休日, 因弹性工作制而积累的额外假期。

因科技的发展而出现的先进的订系统和高速的飞机。

大众拥有汽车后, 个人移动能力的增加。

受教育程度的提高。

媒体提供有关旅游目的地和景点的信息, 增进了人们对景点的了解。

政府和私营企业认识到了旅游所带来的经济效益, 加大了对旅游目的地和景点的促销力度。

包价度假旅游的出现, 使得大多数人能够支付旅游费用, 消除了去陌生国家旅游的恐惧心理。

上述所列举的原因, 不仅是旅游受欢迎的根本原因, 也是景点受欢迎的根本原因。

从这一点我们也可以看出景点和旅游业密不可分的关系。

最初阶段 没有人知道哪些是世界上最早的景点。

但是, 古希腊人和古罗马人常常外出游览观光, 这是众所周知的。

他们访问的场所大多是艺术或建筑珍品的所在地。

埃及的金字塔就是吸引古罗马旅行者的景点。

这样的场所激发他们的想象力, 使他们得到美的享受。

除此之外, 古罗马人还利用滨水的别墅进行一些娱乐活动, 如钓鱼、游泳等。

古罗马人还将他们对有水的景点的偏爱带到了他们所建立的殖民地。

因此, 就出现了巴思温泉疗养地这样的地方。

到目前为止, 还没有证据表明世界上那一时期的其他某个景点, 在长达1000多年的时间里, 有巴思那么大的访问量。

当然, 这并不是说以后的考古挖掘不能发现这方面的证据。

中世纪 中世纪的欧洲是宗教旅游兴起的时期。

宗教旅游无疑可被视为早期的大众化旅游。

<<景点开发与管理>>

为满足宗教旅游者的需求,各项服务设施应运而生,如旅店、旅行指南等。

旅行者长途跋涉涌向当时的景点、朝觐者的目的地——宗教圣地。

人们设计出固定的路线,将一个个宗教圣地联系起来。

比如:孔波斯特拉的圣雅克路线。

访问宗教圣地是出于信仰,但同时也是进行社交活动和游山玩水的好机会。

应该注意的是,在欧洲基督教圣地吸引着大批的朝觐者前来朝觐的同时,其他宗教圣地(如沙特阿拉伯的麦加)也在接待着大批的来访者。

文艺复兴 与中世纪大规模的宗教旅游不同的是,文艺复兴时期的非宗教旅游仅为少数知名人士的活动。

他们访问各种各样的景点,既有美学意义上的,也有宗教意义的景点。

异国的自然风光和文化也是吸引文艺复兴时期旅游者的重要因素。

景点与城市振兴、区域政策和国家经济发展 近年来,世界各国政府和地方当局都看到了旅游具有推动经济发展的潜力。

但遗憾的是,他们只重视旅游的经济效益,而没有认识到旅游所带来的经济、环境和社会文化问题。

因此,他们总是将旅游作为总体规划的中心,将景点作为特别的重点,企图以此来达到城市振兴、区域和国家经济发展的目的。

然而,这样的做法常常是不成功的。

英国的城市振兴 英国的工业城镇受到80年代初经济衰退的严重影响,使这些城镇赖以生存的传统制造业大批倒闭。

中央政府感到必须振兴这些地区,改善其经济状况,减轻这些城镇越来越严重的社会问题。

旅游被选作达到此目的的主要方法。

中央政府选择了非选举产生的开发公司来具体实施,而不与地方当局协力,因为与地方当局合作常会卷入政治纠纷。

中央政府为达到振兴城市的目的,资助了许多景点。

下面是几个这方面的例子。

园艺节 英国政府投入了数千万英镑举办了五次园艺节:利物浦(1984年)、斯托克(1986年)、格拉斯哥(1988年)、盖茨黑德(1990年)、艾伯威尔(1992年)。

政府希望通过园艺节活动重新利用荒置的土地,将衰退的工业区添加到游览图中。

但是,园艺节结束后,政府却发现很难维持节庆活动所开创的局面。

因此,五次园艺节之后,政府决定不再举办园艺节了。

滨水区的开发 汲取美国东海岸的经验,英国政府投入了大笔的资金,将滨水区开发为集零售、娱乐、办公、住宅于一体的综合功能区域。

一些地区开发得很成功,吸引着大量的游人。

比如,利物浦的艾伯特港每年就接待上百万游客,但所赢利润并没有完全用于改善最下层、最贫穷的居民们的生活。

国家对博物馆放权 伦敦的一些国际著名的、国家支持的博物馆正逐步在工业城镇建起分馆,以刺激这些城镇的振兴。

位于布拉德福德的国家摄影、电影和电视博物馆(科学博物馆的一部分)就是一个很好的例子。

不久,皇家纹章收藏品将有一部分被安放在利兹滨水开发区的一个博物馆中。

政府试图以旅游振兴城市的意图是显而易见的,因为美国城市的发展战略取得了成功。

70090年代,美国的景点大大地带动了城市旅游的发展。

比如,劳(Law)介绍了1993年丹佛的一个调查结果:至少有50%访问丹佛的人是因该市的博物馆和美术馆而前往的。

除了中央政府的努力取得了一定的成功以外,地方当局也在建设景点试图振兴城市。

英国的例子有:威根码头这样的文化遗产景点、顿谷体育馆、福奇池和设菲尔德竞技场等类的体育设施。

法国的区域发展 法国政府大规模开发的主要目标是区域和乡村开发,而不是城镇的振兴。

<<景点开发与管理>>

中央和地方政府以及民间团体都利用景点来达到这一目标。

以下是三个这方面的例子。

滨海布洛涅的诺西卡 诺西卡是在布洛涅度假地新开发的、现代化的、以水族馆为主体的景点，为的是吸引旅游者来加来海峡北部旅游。

为了抓住海峡隧道所提供的入境旅游机会，也为了鼓励法国人访问布洛涅而不是去英格兰东南部旅游，法国专门设计了这个景点，以此来应付隧道的开通给法国旅游带来的威胁。

设计的目的 如前所述，景点的设计必须满足不同的，有时显然是相互矛盾的目的。这就要求必须作出一定的让步。

这一部分将着眼于与景点有关的一些最常见的设计的目的。

首先，讨论两个财政方面的目的。

利润和收入的产生 景点的设计要以创收为导向，以确保达到所制定的经济目标。

设计可以帮助创收的方法有许多。

1. 设计特别引人注目的景点入口，这样会吸引驱车或步行路过景点的人访问景点，即我们所说的“过路生意”。

2. 建造高效的售票处，使游客的通过量不因此而受阻。

3. 景区内可赢利的设施要建在合适的地点，以确保最合理地发挥其创收的潜能。

例如，将商店建在游览线路的终点处，以免游客拿着买的东西游历景点，有时可能会长达几个小时以上。

这种便利的设计，加上一般人游览后都有买些纪念品的愿望，为零售点尽可能多地创收提供了保证。

同样，餐饮点的位置应与如何使用联系起来。

游客很少在游玩之前吃饭，因此，大多数咖啡厅和餐厅应建在游览路线的中间或接近终点处。

然而，有些游客喜欢边走边吃零食，而不是坐下来吃一顿饭，因此在大景点内需要四处设些快餐亭，出售饮料和冰淇淋之类的东西。

4. 除位置外，可创收的设施的设计应能对消费者构成吸引力，以保证收入的最大化。

店内要明亮，陈列要引人注目，商品的陈列布局应该让客人看到所有的陈列品之后再从出口出去。

这样可增加他们找到自己想买东西的可能性。

像在超级市场中一样，收款台附近应摆些不贵的小物品，以吸引人们在排队付款时随手拿起些什么，如糕点等。

餐饮店也需要对所售食品进行陈列和展示以吸引顾客。

5. 为使收入达到最大的可能，零售和餐饮店也要设计得有效率，尽量不让客人排长队，不要让顾客因长时间得不到服务而离开。

节俭运营 设计不仅要帮助景点创收，还应该使经营成本降至最低。

好的设计主要可以在三个方面降低成本，即人力、能源和商品。

人力通常是景点预算中最大的一笔单项支出，然而这项成本可通过设计来降低。

例如，餐饮店内的布局，可通过设计使服务于每个顾客所需的时间达到最短。

此外，设计上的特色也可降低成本，例如将售票处和商店设计在一起，员工可同时完成两份任务。

陈列设计要尽可能地减少维修；信息栏可极大地降低对导游和接待人员的需求。

设计不仅可用来降低劳动力成本，而且，如上述例子所示，还可用来提高效率和生产率。

对许多景点来说，另一笔可观的成本是能源，而这项支出也可通过设计来降低。

例如，巧妙地使用自然光来降低对人工照明的需要。

景点的设计还可利用一处产生的热能来为另一处供暖，以此来降低成本。

最后，实用的设计还可防止由小偷小摸引起的商品丢失。

这一点对解决零售店中的偷窃很重要。

例如，将付款台设在出口处，并安装上镜子可以减少偷窃行为。

这样的安排可以帮助收款员监视顾客，或至少使顾客感到如果他们想偷窃商品就会被发现。

.....

<<景点开发与管理>>

媒体关注与评论

前言这是一本关于景点(主要是人造景点)问题的综合性教科书。本书阐述了景点的整个开发过程,并探讨了景点管理中的一些主要问题。

景点在旅游业中扮演着至关重要的角色,是刺激人们出游的重要动因。但是,目前无论是在英国还是在其他国家还没有哪一本教科书像本书这样深入、全面地讨论景点问题。

本书的写作目的是既能成为有价值的教科书,也能受到业内人士的欢迎。旅游专业的学生可以从中了解到景点在旅游中的作用;对于旅游接待专业的学生来说,该书可使他们学到旅游行业景点的管理技能。

商学院的学生也能从书中找到将管理原则应用于服务业的生动事例。

这本书也会令学习其他专业的学生感兴趣,如旅游规划、休闲与娱乐业经营、博物馆管理、环境管理、财务管理等。

除此之外,作者希望使该书成为景点业业内人士,无论是私营、国有,还是民办景点的管理人员的实用手册。

本书的写作方法简明易懂,包括了许多与景点开发和管理有关的切实可行的观点。

这本书共有三个主要的部分:第一部分设定了本书的讨论范围,界定了什么是景点,阐述了景点在旅游中所扮演的角色,讨论了景点产品和市场,并概述景点的商业环境。

第二部分探讨了开发新景点所涉及的问题,包括可行性研究、筹资、项目的设计与管理等。

第三部分阐述的是管理景点所面临的任务,如营销、财务管理、经营管理,以及人力资源管理。

本书还收集整理了许多案例,目的在于更好地说明景点开发与管理中的一些问题。书的最后一部分是对景点业未来的预测。

在从事教学与学术研究工作之前,我在旅游行业任管理人员10年之久。

希望我的这段经历能够帮助我将最新的观点同实用的建议有效地结合在一起。

在写作过程中,我尽量使我认为对了解景点至关重要的一些关键性的观点贯穿于整本书之中。

这些观点是:所有的景点都处在迅速变化的商业环境之中。

这就要求景点的管理人员始终保持清醒的头脑,以便预测未来的变化并对变化作出及时的反应。

尽管有时很难确定谁是竞争对手,但景点还是处在激烈竞争的市场之中。

虽然景点的开发与管理的原则都是一样的,但还应该认识到国有、私营和民办景点之间存在着差异,差异主要表现在动机和目标的不同上。

就景点管理而言,我们应该认识到,为阅读上的清楚和方便起见,本书将管理方面的问题分在几章进行论述,但在实际工作中,这些问题是交错在一起的,是相互依存的。

从最广泛的意义上讲,营销是人造景点取得成功的核心。

本书尽量从国际的角度出发,采用了一些不同国家的例子。

但是,一本书的篇幅极为有限,很难做到全面地讨论多个国家的情况,这是件很令人遗憾的事情。

因为,探讨一下美国的情况,或法国,或东欧一些正在发生剧烈变化的国家的情况,将会是很有意思的事情。

其他国家的读者可以将我在第一部分所谈的内容与他们自己国家的具体情况相结合。

限于篇幅,本书没有能够讨论特殊活动和自然景点的问题。

不过这倒不算一个难解决的问题,因为读者可以找到大量的有关自然景点管理方面的材料。

至于特殊活动的管理,Gets和Hall两位权威作者有不少这方面的论著。

篇幅的有限使得本书只能概括一个涉及面非常广泛的问题。

这就不可避免地会出现对一些问题的探讨过于肤浅的情况。

在阅读过程中,读者可以发现我尽量在必要时指出了有待进一步深入探讨的地方。

最后,我要在这里感谢在我写作过程中给予我帮助的人们。

首先我要感谢所有那些向我无私地提供各种资料的景点管理人员和员工们。

因为他们人数太多,我无法在这里一一提名致谢,但读者在侧读时可以对他们有所了解。

<<景点开发与管理>>

对于那些对我成书做出突出贡献的人们，我已在鸣谢中特别表示了谢意。

其次，我要感谢同我一起在旅游业中共事10年的所有的同事们，他们教给了我很多东西。

我还要感谢那些年中我的顾客们，是他们帮助我认识到了什么是市场。

我也要向我的学生们致以谢意，是他们使我不断地更新观点，使我对工作产生了极大的满足感。

在成书的过程中，我还得到了许多人的帮助，我在这里也要向他们表示感谢。

出版社的Kathryn Grant善解人意，使得出版工作顺利完成；Joan Butt帮助我制作了所有的图表；Judy Mitchell破译了我潦草的字迹，快速准确地打成文稿。

我还要感谢我的父母，是他们培育了我观察问题、分析问题和讨论问题的能力。

他们为我做出了极大的牺牲，使我有机会去开发我的能力。

遗憾的是我所欠他们的是永远也无法偿还了。

最后，我还要感谢两位特殊的人物：我的妻子Sue Horner，她承担了由于我写书给家庭带来的所有的麻烦，没有她的帮助我是不能完成这本书的；我们的小儿子(现在已经不小了)John，他给我带来了欢乐，使我感到工作之外的生活乐趣。

最后我要说的是：祝大家阅读愉快。

如果您认为这本书有帮助，那么我所有的努力将是值得的。

约翰·斯沃布鲁克

<<景点开发与管理>>

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>