

<<中国旅游产业发展模式及运行方式>>

图书基本信息

书名：<<中国旅游产业发展模式及运行方式研究>>

13位ISBN编号：9787503241277

10位ISBN编号：7503241276

出版时间：2011-3

出版时间：中国旅游出版社

作者：张辉

页数：397

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>

<<中国旅游产业发展模式及运行方式>>

内容概要

进入新时期，我国旅游产业发展模式正在进行历史性的转型。

张辉编著的《中国旅游产业发展模式及运行方式研究》以中国旅游产业转型的历史背景作为分析基础，对旅游产业发展模式及运行方式的诸多方面进行了较为全面的论述，既探讨了旅游产业定位、旅游调控机制、旅游产品创新、旅游市场秩序等旅游业实践中的重要问题，同时又结合区域旅游合作、旅游企业“走出去”战略、散客化等新的发展趋势进行了分析，为我国旅游产业运行的研究构建了一个较为完整的体系和框架。

研究中较多地引入制度经济学理论对旅游产业发展进行分析，既丰富了旅游产业经济学的理论，同时对我国旅游产业实践也具有一定的借鉴价值。

作者简介

张辉，北京交通大学旅游系主任，教授；陕西师范大学“三秦学者”岗位特聘教授、博士生导师。北京市旅游学会副会长，中国旅游未来学会副会长，《旅游管理》（人大报刊复印资料）、《旅游科学》编委。

2003年起享受国务院政府特殊津贴。

长期从事旅游经济宏观理论与旅游产业研究，先后主持多项国家级研究项目。

出版《旅游经济学》、《旅游经济论》等著作十余部，在《光明日报》（理论版）、《经济日报》（理论版）《商业经济与管理》《旅游学刊》等报刊杂志发表论文数十篇。

荣获省部级社会科学优秀成果奖一等奖2项，二等奖2项，三等奖3项。

参与并主持省部级及地市旅游规划项目30余项。

2003年获“新世纪中国改革人物”称号。

书籍目录

致读者

第一章 旅游产业与旅游产业发展模式

第一节 旅游产业概念界定

第二节 中国旅游产业发展模式

第三节 非常规发展模式下中国旅游产业的成就与问题

第四节 中外旅游产业发展模式比较

第二章 旅游产业模式演进：产业功能的转变和再定位

第一节 我国旅游产业模式演进的环境分析

第二节 中国旅游产业功能的转变与再定位

第三章 旅游空间模式演进：旅游区域合作新方式

第一节 旅游空间运行基本概念

第二节 我国区域旅游合作的发展历程

第三节 区域旅游合作的基础与条件

第四节 区域旅游合作的模式分析

第四章 旅游产业机制模式演进：旅游调控机制的深化

第一节 旅游经济“哑铃”模型与制度变迁

第二节 经济转型与中国旅游产业政府主导式发展

第三节 中国旅游产业政府主导制度变迁

第五章 旅游产业成长模式：走出去战略与跨国经营

第一节 国际旅游业的发展趋势

第二节 中国旅游业国际竞争力分析

第三节 中国旅游企业国际竞争的问题与对策

第六章 旅游产业运行方式

第一节 中国旅游产业运行方式

第二节 板块旅游运行方式

第三节 转型时期的旅游产业运行方式

第七章 旅游产业融合与新业态

第一节 旅游产业融合的发展背景与动因

第二节 旅游产业的融合发展及新业态

第三节 旅游产业融合的影响及发展策略

第八章 旅游目的地的产品创新

第一节 旅游目的地产品的创新发展

第二节 传统旅游目的地的产品创新

第三节 中国旅游目的地产品创新成功案例分析

第九章 旅游产业运行与旅游市场秩序

第一节 旅游市场秩序的内涵与意义

第二节 转型期我国旅游市场秩序紊乱的表象

第三节 转型期我国旅游市场秩序紊乱的成因

第四节 我国旅游市场秩序的规制

参考文献

章节摘录

版权页：插图：然而，在此过程中，旅游目的地的概念弱化，这对于旅游产业链的延长和旅游经济收益的提高形成重大障碍。

同其他经济产业不同，旅游产业链的长短与旅游者的旅行距离、旅游类型和旅游目的地性质相关。在旅游目的地空间体系中，旅游景区仅仅是一个提供单项游览功能的空间载体，因此，以旅游景区为依托，一方面使旅游消费受到限制，不能充分发挥旅游经济的关联性特点；另一方面强化了景区在旅游发展中的依赖性，必然加重了旅游资源的开发强度，不利于自然环境的保护。

旅游经济是企业经济与地理经济的结合，只有同时将景区开发与目的地经营列入发展重点，在景区开发与规划中推进目的地建设，在目的地经营与形象推广时兼顾不同景区的发展定位，才是健康的、协调的旅游发展之路，才是旅游经济做大、做强的重要动力。

（六）旅游企业国际竞争和国内竞争的不协调旅游产业的市场竞争力是由旅游目的地竞争力和旅游企业竞争力共同构成的。

我国作为世界第一大旅游目的地国家，在整体旅游形象日益提升的情况下，旅游企业国际竞争的弱化成为我国立足世界旅游市场的短板。

以获取旅游外汇收入为目的的旅游产业，必然伴随着国际化投资行为弱化的现象，严重阻碍中国旅游企业国际化竞争的步伐。

世界旅游发达国家旅游产业发育过程表明，在旅游经济全球化条件下，一个国家旅游企业竞争力的高低是与这个国家的旅游企业全球化发展和跨国经营行为相联系的，而这些又与这个国家居民的出国旅游行为相关联。

世界知名的跨国旅游企业之所以出现在美国、日本和德国这些重要的客源地国家，正是这种经济联系和经济规律的现实表现。

编辑推荐

《中国旅游产业发展模式及运行方式研究》由中国旅游出版社出版。

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>