

<<民族地区文化旅游产业的可持续发展>>

图书基本信息

书名：<<民族地区文化旅游产业的可持续发展>>

13位ISBN编号：9787511106827

10位ISBN编号：751110682X

出版时间：2011-7

出版时间：中国环境科学出版社

作者：孙丽坤

页数：209

字数：230000

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>

<<民族地区文化旅游产业的可持续发展>>

内容概要

我国旅游业持续快速发展，进入了升级改造的新阶段。

孙丽坤所著的《民族地区文化旅游产业可持续发展》立足这一时代大背景，以可持续发展理论为指导，理论与案例相结合，从文化与旅游融合入手，研究民族地区文化旅游产业发展问题。

全书除绪论外共8章，分别论述了发展文化旅游产业的基础理论、民族地区丰富的文化旅游资源，基于创意理念的民族文化旅游产品策划、民族文化旅游形象创意，民族地区非物质文化遗产的持续开发、生态博物馆与新农村建设中的民族村寨发展，民族地区文化生态旅游的开发与保护，延边朝鲜族自治州文化旅游可持续发展等。

《民族地区文化旅游产业可持续发展》的完成对民族地区文化旅游产业发展，文化旅游项目策划和运作具有明显的参考意义，同时为文化旅游产业管理者和实践者制定相应的管理政策与发展战略提供了有效的科学依据，亦可供旅游管理专业师生、文化经济建设等领域的科研人员，相关行业管理人员参考阅读。

作者简介

孙丽坤，1962年12月出生于黑龙江省哈尔滨市，现任大连民族学院经济管理学院旅游管理系主任，副教授。

中国首届民族旅游专业委员会副主任，中国生态旅游专业委员会委员，国内外多家旅游企事业单位咨询专家。

近年来主要从事少数民族地区旅游可持续发展的教学和科研工作，注重理论联系实际，先后共主持省部级课题6项，国内外企业横向合作项目等30多项，在国家级、省部级核心期刊和国际会议等发表学术论文30余篇，出版5部专著、教材，获得全国、雀市级科研和数学奖励6项，并于2010年获得大连市“十佳”旅游教师称号。

中央电视台和《人民日报》《光明日报》都先后对其为民族地区政府旅游发展所作的研究工作及其个人事迹进行专题报道。

书籍目录

绪论

第一章 发展文化旅游产业的理论基础

第一节 文化旅游基本理论研究

第二节 旅游业对民族地区的文化影响

第三节 民族文化旅游可持续发展的基本思想

第二章 民族地区丰富的文化旅游资源

第一节 民族地区文化旅游资源概况

第二节 民族地区文化旅游资源开发的优势和难题

第三节 文化旅游产业发展模式

第三章 基于创意理念的民族文化旅游产品策划

第一节 旅游创意理念

第二节 图们市民族文化旅游产品创意策划

第三节 基于点轴理论的民族文化旅游空间发展模式

第四章 民族文化旅游形象创意

第一节 旅游形象创意

第二节 城市旅游形象策划

第三节 图们市旅游形象塑造

第五章 民族地区非物质文化遗产的可持续开发

第一节 非物质文化遗产研究综述

第二节 非物质文化遗产保护与开发

第三节 民族地区非物质文化遗产的旅游开发

第六章 生态博物馆与新农村建设中的民族文化村寨发展

第一节 生态博物馆研究综述

第二节 新农村建设与朝鲜族民族村寨旅游品牌战略

第三节 朝鲜族休闲度假村原生态模式

第七章 民族地区文化生态旅游的开发与保护

第一节 民族文化生态旅游的相关概念

第二节 图们市水域景观的文化生态开发

第三节 图们市朝鲜族生态旅游产品开发

第八章 延边朝鲜族自治州文化旅游可持续发展

第一节 旅游业发展现状

第二节 旅游产业发展

第三节 可持续开发对策

结语

参考文献

后记

章节摘录

版权页：插图：蒙古族的“那达慕”大会与傣族的“泼水节”和壮族的“三月三”时间、形式、内容不同。

拉萨的大昭寺、傣族的竹楼、苗族的寨楼、藏族的碉房、蒙古族的蒙古包、维吾尔族的窑洞式住房和布满葡萄架的庭院等，都鲜明地体现出了本民族的建筑格调。

各民族地区，由于自然资源的不同，形成了各具地方和民族特色的旅游商品。

如新疆的葡萄干和细羊毛，内蒙古的麦饭石和草原蘑，广西合浦的珍珠和花竹帽，西藏的氍毹和地毯、藏香等。

不同民族地区，旅游资源的季节变化特点不同。

如地处热带、亚热带的桂林等地，季节变化不很明显，冬夏基本都可供游人观光；而地处高纬度、高原地区的内蒙古草原与新疆等地只能在短暂的夏季开展旅游。

人文旅游资源一般不具有季节性，但各民族的重大节日却具有很强的时间性。

（二）景点分散 对于很多文化型的旅游目的地来说，经常面临的一个问题是景点景区分散，“满天星星”，不仅没有“月亮”，而且这些星星之间也过于分散，没有形成一个主题。

大量的旅游景点犹如散落的珠子，缺乏一根主线将其串起来；分散的旅游产品犹如散兵游勇，缺乏一个灵魂将其统领起来。

因此，有必要用文化这根主线来统领其旅游的整体发展。

所谓文化主线，就是旅游发展的灵魂，用来统一其旅游产品、要素，以此作为未来旅游产品设计、产业布局、目标市场定位、市场营销等各项工作的指针。

对于一个旅游目的地来说，确定什么作为本地旅游发展的文化主线是一个非常重要的问题。

这里面，既需要考虑本地的历史文脉，更需要研究现实的旅游需求；既需要寻找相关文化要素的共性主题，也需要凸显地域文化的独特个性。

文化主线的贯穿，首先体现在旅游目的地形象的塑造方面。

要通过挖掘本地的文化内涵，结合现代旅游者的需求审美塑造一个特色鲜明而富有文化品位的旅游形象。

文化旅游发展涉及诸多学科，研究难度非常大，从多学科的角度进行研究还有很多问题，有待进一步的研究和探索。

从文化角度而言，一方面要重视文化旅游产品的开发，利用历史的、地方的、民间的文化要素，结合现代的、国际的、主流的展示方式，开发出适合一般现代旅游者需求的产品，在这里，关键是如何将各种文化产品从过去的观光型转变为休闲型，把旅游活动从原来单纯的教育、宗教功能转变为全方位的体验，把原来静态的、历史的、死板的观赏对象转变为动态的、现代的、生动的体验对象；另一方面，在其他旅游产品（如度假、休闲、商贸旅游等）的开发中，注意文化内涵的挖掘。

编辑推荐

《民族地区文化旅游产业可持续发展理论与案例》一书，是旅游发展研究的一部力作。全书借鉴国内外文化旅游的相关前沿理论与研究方法，采用定性与定量相结合、理论与案例相结合的研究方法，围绕少数民族地区文化旅游可持续发展的理论和方法，以民族地区文化旅游资源开发为主导，对文化旅游产业的相关前沿理论与案例进行深入研究和分析、着重反映延边朝鲜族自治州民族旅游开发情况，熟练地驾驭丰富的实证材料、综合多门相关学科的知识、层层深入地做出独到的论证。

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>