

<<北京旅游新业态>>

图书基本信息

书名：<<北京旅游新业态>>

13位ISBN编号：9787513620628

10位ISBN编号：7513620628

出版时间：2013-1

出版时间：中国经济出版社

作者：蔡红，李平生 著

页数：267

字数：250000

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>

<<北京旅游新业态>>

前言

蔡红教授和李平生教授的新著《北京旅游新业态：理论创新与实践发展》即将付梓，嘱我为之写几句话，作为首都经贸大学出身的老校友，又作为二位教授的老朋友，都责无旁贷。

通观全书，其理论创新在于新业态，实践发展的基础是北京旅游这些年来的业态创新。几年来，中国旅游业新意识，新做法，新现象不断产生，逐步形成了新业态的概念，并成为大家共同的关注点，本书集中了大家的关注，从高端旅游入手，通过国际比较，对于北京的业态创新逐次展开；继而在赛事营销方面深入，最后落实到精细化管理、文化创意的结合和乡村旅游的创新，有理论分析，有实证研究，有操作方案，很多事情可以拿过来直接操作，在研究思路和方法上也是一种创新。

中国旅游发展30年来，从业态创新的角度看，一直处于摸索和变化的过程中。首先是变化阶段，大体上可以分为三个阶段。

一是二十世纪80年代，旅游发展刚刚开始，供给短缺是主要制约，因此增加供给成为压倒一切的任务。

从经营角度看，是传统模式占主导地位，也是外国旅行商主导中国旅游市场的阶段。

二是90年代，国内旅游开始兴起，出境旅游也开始起步，市场格局发生了重大变化，旅游方式也开始多元化，商务旅游和特种旅游等新产品进入市场。

.....

<<北京旅游新业态>>

内容概要

《中国经济文库·应用经济学精品系列(2)·北京旅游新业态：理论创新与实践发展》以北京旅游新业态为主题，一方面阐释以新产品、新融合为代表的产品型新业态，如高端旅游产品、文化创意旅游产品；另一方面研讨以新投资、新升级为代表的经营型新业态，如乡村旅游新业态、农耕休闲产业带。

同时，对于旅游学研究中若干概念欠明晰的高频学术名词如高端旅游产品、文化创意旅游等作了较为系统全面的重新界定和解读。

《中国经济文库·应用经济学精品系列(2)·北京旅游新业态：理论创新与实践发展》作为旅游理论与实务研究成果的汇集，既可以看做一个思考的过程，也可以看做行业发展的记录。

《中国经济文库·应用经济学精品系列(2)·北京旅游新业态：理论创新与实践发展》在对样本城市北京旅游的实证研究中，系统运用了多种方法，旨在构建一种理论研究体系以及与之相配套的研究方法，从而为城市旅游新业态研究提供一种富有启发的学术范式。

<<北京旅游新业态>>

作者简介

蔡红, (1968.5-), 女, 经济学博士。首都经济贸易大学工商管理学院旅游管理专业教授、北京旅游学会副秘书长、常务理事, 美国密歇根州立大学访问学者。主要研究领域: 旅游营销、高端旅游及乡村旅游等。2001年入选北京市哲学社会科学新世纪“西人工程”。

先后出版《中国高端旅游市场: 定位与开发》等3本著作, 参编《2010年度北京旅游产业发展研究》《乡村旅游“北京模式”研究》等著作8本。近年来陆续主持省部级课题1项, 完成了由北京市旅游委、北京市教委等下达研究课题12项, 规划策划项目8项, 咨询研究2项, 发表专业论文20余篇。

李平生, (1950.7-2012.5), 男, 生前系首都经济贸易大学旅游管理专业教授、首都经济贸易大学旅游研究中心主任。长期从事产业经济学、旅游管理的教学与研究, 公开发表和出版学术成果200万字, 其中3部专著和40多篇论文。先后主持或参与4项省部级课题和7项北京市教委课题、20多项政府和企业委托课题。曾先后获得中国国际贸易学会优秀科研成果二等奖、北京市优秀教学成果二等奖。

<<北京旅游新业态>>

书籍目录

- 序·弄潮儿在涛头立
- 第一章 北京高端旅游产品开发研究
 - 一、北京高端旅游资源与产品的界定
 - 二、北京高端旅游资源与高端旅游产品现状与问题
 - 三、北京高端旅游市场与消费特征分析
 - 四、世界一流旅游城市开发高端旅游产品的经验借鉴
 - 五、北京高端旅游产品的开发重点及其思路
 - 六、北京开发高端旅游产品的体系构建
 - 七、做好高端旅游产品的时空规划
 - 八、明确北京高端旅游产品开发战略
- 专题研究报告一 建设《北京高端旅游资源及产品库》准则
 - 一、建设《北京市高端旅游资源及产品库》的依据
 - 二、建设《北京市高端旅游产品与资源库》的准则
 - 三、《北京市高端旅游产品与资源库》的产品与资源分类
- 专题研究报告二 北京高端旅游资源采集与汇编模板
- 专题研究报告三 北京发展高端旅游产品的文化资源优势
 - 一、皇家文化资源系列
 - 二、京城文化资源系列
 - 三、长城文化资源系列
 - 四、首都文化资源系列
 - 五、民俗文化资源系列
 - 六、士人文化资源系列
 - 七、会所文化资源系列
 - 八、异域文化资源系列
 - 九、会展文化资源系列
 - 十、商业文化资源系列
- 专题研究报告四 北京的高端养生旅游资源与产品研究
 - 一、高端养生旅游资源分类和内涵
 - 二、北京高端养生旅游产品
- 第二章 利用国际知名体育赛事进行北京旅游营销的研究
 - 一、利用国际知名体育赛事营销北京旅游的现状分析
 - 二、利用国际知名体育赛事进行北京旅游营销存在的问题
 - 三、对策研究和对于下一阶段工作的建议
- 第三章 北京旅游精细化管理研究
 - 一、旅游精细化管理的内涵
 - 二、北京旅游精细化管理发展现状和实践探索
 - 三、北京旅游精细化管理面临的挑战及原因分析
 - 四、提升北京旅游精细化管理的目标对策和措施建议
- 第四章 北京文化创意旅游研究
 - 一、文化创意旅游研究的现实意义
 - 二、文化创意旅游研究的理论价值
 - 三、文化创意旅游理论研究
 - 四、北京文化创意旅游研究~以大兴区文化创意旅游为例
- 第五章 北京乡村旅游产业发展的对策研究
 - 一、北京乡村旅游产业发展的现状

<<北京旅游新业态>>

二、北京乡村旅游发展存在的问题

三、北京乡村旅游产业发展对策

第六章 北京市密云县101农耕休闲产业带创意策划研究

一、策划总论

二、101农耕休闲产业带发展的SwOT分析

三、旅游资源类型与评价

四、市场分析与定位

五、发展目标与战略

六、空间布局与项目策划

七、产品策划

八、形象与营销策划

九、基础设施项目策划

参考文献

索引

后记

<<北京旅游新业态>>

章节摘录

版权页：插图：2.本草矿物养生旅游的核心资源 本草矿物类养生旅游产品是指以有养生、康体、保健、美容功效的药疗、食疗、足疗、茶疗、水疗、温泉浴、药浴、香汤沐浴、瑶浴、藏浴、矿泥浴、沙浴等为核心的旅游产品，由于上述养生品均以植物（药材、粮食、蔬果、香草）、动物、矿物、泉水为原料，故称此类产品为本草矿物类养生旅游产品。

天开瑞祥不老山庄是北京最大的集养生、疗养、会议、休闲为一体的生命保养圣地，位于北京房山上方山国家森林公园。

山庄依山傍水、鸟语花香，山脚下功德湖水碧波荡漾，天开古寺幽静神秘，山顶上的“五行功能餐厅”，为游客调配最专业的药膳和养生美食；531生命大讲堂、睡眠养生区的客房、运动休闲养生设施都有辅助养生之功效。

北京圣莲山中草药种植基地在房山区圣莲山下，海拔在1000—1960米处，山清水秀，绿化率高达85%，生态资源极为丰富，是种植中草药的首选之地。

基地采用北京寿春堂医药保健品公司专利技术，研制、开发纯天然“中草药”，主导产品是“黄芩茶”、“养颜茶”、“护肝茶”、“清泉茶”、“清咽茶”、“清脂茶”等，使游客能够随时随地轻松健康养生。

北京天工盛宴餐饮是在运营多年的百草厨艺工作室的基础上重新打造的，专注于养生膳食、养生药膳的研究和发展，由国内久负盛名的养生药膳大师、烹饪大师、知名资深的酒店餐饮专业人士和国内顶级的中药材培植专家及养生学专家组建，集养生药膳开发、特种蔬菜培植研究、名贵中药材培植研究于一体。

中医药养生文化园模拟人体经络布局，与金、木、水、火、土五个特色区相通。

五区对应人体五脏，分别介绍相应脏器的养生方法。

游客可以在山石溪流、亭廊叠水、中草药植物营造的养生氛围中放松身心，还可以在药房茶社品尝药茶，在养生坊听专家讲养生知识，体验养生器械，听养生音乐。

此外，养生园还设有针灸铜人、24节气地雕、养生长廊等特色设施。

道康国际养生会所的养生项目主要是中草药植物精华液，利用植物鲜提采集技术，使中草药的有效成分如产品中的藏红花、肉桂、党参、巫溪天麻、独活、牛膝等得以充分的保留，疏通经络，活血行瘀；采用纳米技术，加强中草药精华液的渗透能力，增强中草药精华液的重要有效成份作用于经络的速度，活血行瘀、补养气血、滋润五脏。

昌平区南口镇羊台子村东老峪生长着300多种野生草药，有何首乌、翻白草、山姜、防风、水荆芥、薄荷、尖谷、山参、苜蓿、茺蒿、车前子、柴胡、地黄、白芨等。

该沟谷主要依靠人工有机栽培、种植野菜和草药，开发中草药疗和食疗产品，满足休闲养生游客的强身和延寿需求。

丽然国际养生会所提供瑶浴养生和砭石汗蒸养生。

瑶族药浴来源于云南古老的瑶族部落，是瑶族保健养生之瑰宝，药材均来源于云南大山深山区的野草植物，产品主要成份为黑钩藤、通脱木、半枫荷、散血藤等二十多种中药药材。

无污染特殊的生态环境，令药材尤为珍贵。

<<北京旅游新业态>>

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>