

<<文化创意旅游发展策略研究>>

图书基本信息

书名：<<文化创意旅游发展策略研究>>

13位ISBN编号：9787550408326

10位ISBN编号：7550408327

出版时间：2012-8

出版时间：张玉蓉 西南财经大学出版社 (2012-08出版)

作者：张玉蓉

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>

<<文化创意旅游发展策略研究>>

内容概要

《文化创意旅游发展策略研究:以重庆为视角》在分析文化创意旅游发展背景及国内外研究现状基础上,综合运用产业经济学、管理学及传播学相关理论,采用规范与实证相结合,历史与逻辑相统一,系统分析与个别剖析相联系的分析分析方法对重庆文化创意旅游进行了深入研究。

<<文化创意旅游发展策略研究>>

作者简介

张玉蓉，女，1975年生，重庆人，重庆交通大学人文学院副院长、副教授，管理学博士，硕士生导师，英国格拉摩根大学商学院高级访问学者。

主要从事文化创意旅游研究，先后在《光明日报》、《管理工程学院》、《经济问题探索》等报刊和国际杂志上公开发表学术论文30余篇，其中1篇被人大复印资料检索，6篇被EI检索。

主持国家社科基金项目6项，主编《旅游经济学》教材1部。

曾获重庆交通大学教学成果二等奖1项，获重庆市教委论文一等奖1项，获重庆交通大学“十大青年教师标兵”荣誉称号。

<<文化创意旅游发展策略研究>>

书籍目录

第一章文化创意旅游发展概述 第一节文化创意旅游的发展背景 一、创意经济是文化创意旅游发展的现实背景 二、产业融合是文化创意旅游发展的理论依托 三、旅游业转型是文化创意旅游发展的根本动力 第二节文化创意旅游的相关理论 一、文化创意旅游的相关概念 二、文化创意旅游的特征及分类 三、文化创意旅游的理论溯源 第三节国内外文化创意旅游研究及发展现状述评 一、国内外文化创意旅游研究现状述评 二、国内外文化创意旅游发展现状述评 第二章重庆文化创意旅游发展概述 第一节重庆经济社会及文化创意旅游发展概况 一、重庆经济社会发展概况 二、重庆文化创意旅游发展概况 第二节重庆文化创意旅游发展的SWOT分析 一、重庆文化创意旅游发展的优势 二、重庆文化创意旅游发展的劣势 三、重庆文化创意旅游发展的机遇 四、重庆文化创意旅游发展的威胁 第三节重庆文化创意旅游发展的动力模型 一、政府引导力 二、企业推动力 三、高校原动力 四、法律约束力 五、环境整合力 第三章重庆文化创意旅游综合体的发展策略 第一节文化创意旅游综合体的概念及特征 一、文化创意旅游综合体的概念 二、文化创意旅游综合体的特征 第二节重庆文化创意旅游综合体发展概述 一、重庆文化创意旅游综合体的发展概况 二、重庆文化创意旅游综合体的基本特征 三、重庆文化创意旅游综合体发展存在的主要问题 第三节重庆文化创意旅游综合体的发展路径 一、加大政府对文化创意旅游综合体的支持力度 二、重视文化创意旅游综合体创意产品的研发 三、培养高素质文化创意旅游人才 四、完善文化创意旅游综合体发展的市场体系 第四节重庆湖广会馆文化创意旅游综合体发展的案例分析 一、重庆湖广会馆文化创意旅游综合体发展概况 二、重庆湖广会馆文化创意旅游综合体发展的主要策略 第四章重庆影视旅游的发展策略 第一节影视旅游基本理论 一、影视旅游的概念及特征 二、影视旅游的开发原则 三、影视旅游的开发模式 第二节重庆影视旅游发展概况 一、重庆影视旅游发展取得的主要成绩 二、重庆影视旅游发展存在的主要问题 第三节重庆影视旅游的发展路径 一、发挥政府对影视旅游的主导作用 二、完善重庆影视旅游发展规划 三、突出重庆影视旅游产品文化创意内核 四、切实保护重庆影视旅游资源 五、构建重庆影视旅游宣传网络 六、重视重庆影视旅游人才培养 七、构筑重庆影视旅游产业链 第四节重庆武隆影视旅游发展的案例分析 一、重庆武隆影视旅游发展的SWOT分析 二、重庆武隆影视旅游发展的主要策略 第五章重庆动漫旅游的发展策略 第一节动漫旅游基本理论 一、动漫旅游的概念及特征 二、国内外动漫旅游的发展及启示 第二节重庆动漫旅游的发展概况及SWOT分析 一、重庆动漫旅游发展概况 二、重庆动漫旅游发展的SWOT分析 第三节重庆动漫旅游的发展模式 一、动漫主题公园模式 二、动漫基地模式 三、动漫产业园区模式 四、动漫景点交互模式 第四节重庆动漫旅游的发展路径 一、科学制订重庆动漫旅游发展规划 二、塑造重庆动漫旅游品牌 三、构筑重庆动漫旅游发展平台 四、丰富重庆动漫旅游营销手段 五、加强重庆动漫旅游人才培养 第六章重庆节庆旅游的发展策略 第一节节庆旅游基本理论 一、节庆旅游的概念及分类 二、国内外节庆旅游的发展及启示 第二节重庆节庆旅游发展概况 一、重庆节庆旅游发展取得的主要成绩 二、重庆节庆旅游发展存在的主要问题 第三节重庆节庆旅游的发展路径 一、加强政府对节庆旅游的引导 二、完善重庆节庆旅游的市场运作模式 三、激发市民参与节庆旅游的热情 四、开发重庆节庆旅游特色产品 五、打造重庆节庆旅游优秀品牌 六、构建重庆节庆旅游营销体系 七、建设重庆节庆旅游监督保障体系 第四节重庆山水都市旅游节发展的案例分析 一、重庆山水都市旅游节概况 二、重庆山水都市旅游节的主要特点 三、重庆山水都市旅游节发展的主要策略 第七章 重庆民族地区文化创意旅游的发展策略 第八章重庆乡村文化创意旅游的发展策略 第九章重庆文化创意旅游发展的对策与建议 参考文献 后记

章节摘录

版权页：（三）影视旅游市场营销亟待加强 影视旅游开发的重点是制造聚焦效应，利用影视产品和影视活动集聚人气和关注度吸引旅游者前来，所以高水平的市场营销是非常必要的。

近年来，尽管有多部优秀影视作品在重庆取景拍摄，但重庆在影视旅游发展方面仍处于起步阶段，其中一个重要原因即是影视旅游的市场营销相对滞后。

重庆旅游企业对于影视产品带来的巨大旅游商机没有予以更多的重视，在影视剧拍摄、放映、宣传期间往往没能抓住时机与影视发行方的合作，从而错过了最佳的宣传机会。

同时，重庆各大旅游企业和影视企业也很少借助影视剧的影响力对影视进行及时的宣传推广和营销，在开发相关的影视旅游产品方面也较为滞后。

在重庆拍摄过的多部电影中，除了《满城尽带黄金甲》和《十面埋伏》本身强大的市场运作在一定程度上提升了重庆相关景区的人气和关注度之外，其他的影片对于相关景区景点都没有太大的宣传影响作用，片中重庆的外景拍摄地也只有少数心细的重庆本地人能发现。

永川茶山竹海是张艺谋拍摄的《十面埋伏》的重要外景地，尽管影片上映后取得了较好的票房收入。对茶山竹海景区也起到了一定的宣传作用。

但由于宣传营销环节上的一些疏忽，部分影迷误以为《十面埋伏》是在四川宜宾蜀南竹海外景地拍摄的，从而在一定程度上制约了永川茶山竹海旅游的发展。

这一尴尬局面的出现一方面说明四川蜀南竹海在景区的市场知名度方面更胜一筹，另一方面说明重庆茶山竹海在影视营销宣传方面较为薄弱。

<<文化创意旅游发展策略研究>>

编辑推荐

《文化创意旅游发展策略研究:以重庆为视角》由张玉蓉著，西南财经大学出版社出版。

《文化创意旅游发展策略研究:以重庆为视角》的主要特色在于研究视角新颖独特，针对文化创意旅游这一前沿性问题进行深入分析。

此外，注重理论分析与实例解析的结合是《文化创意旅游发展策略研究:以重庆为视角》的又一特色。因而，《文化创意旅游发展策略研究:以重庆为视角》不但适用于从事旅游管理、产业经济学和文化传媒专业理论研究的人士作为专业参考书，也适用于相关的政府部门和企业人士阅读。

<<文化创意旅游发展策略研究>>

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>