第一图书网, tushu007.com

<<温泉开发的策划与规划>>

图书基本信息

书名：<<温泉开发的策划与规划>>

13位ISBN编号：9787811226478

10位ISBN编号：7811226472

出版时间：2009-5

出版时间：东北财经大学出版社有限责任公司

作者：王艳平，王捷　编著

页数：206

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

前言

本书书名最先拟为“温泉教化”，后又改为“温泉世界”，最后定为“温泉开发的策划与规划”。
作者最初直白地设想要落脚于温泉教导我们该如何，后来考虑到教化这个词在中文里不常用，可能招致歧义和让人感觉到作者的不谦虚，尽管书中特意解释了教化概念并用habituation（习惯化）做英文的对应词，但为了避免歧义和或许是作者潜在的自我保护意识在起作用，后来还是由犹豫走向决然，选择了“温泉世界”来替代“温泉教化”。
在对完成的书稿做了一段时间的搁置后以及经过两作者的再次讨论，觉得还是要直面市场需求，要突出实用性，深度见解应该做到浅出，深入的感悟需要直白，为此就有了目前的“温泉开发的策划与规划”书名。
尽管几易书名，但内容基本没有做大的改动，这也维持了初衷，并且在初稿至定稿，也没有初衷被逐渐淡化的感觉，很庆幸初衷并没有发生伴随写作过程的内容滑变。
选择“教化”一词的最初灵感来自于对一本日文专业书籍的阅读，本书也提到了自然公园起到了教化人们的作用。
用“温泉世界”做书名，基本上受谢彦君教授在（旅游体验研究》中（南开大学出版社，2006）给出“旅游世界”概念的启发，尽管此前作者曾有感于温泉世界梦幻般的色彩、感受和忘我，但当时最多说出过类似“温泉乌托邦”这样介乎于认真和玩笑之间的词语，作者之一也仅仅曾发表过关于“温泉更宽衣”和“温泉恍惚感”的论文。
尽管书中刻意做了“温泉世界”与“旅游世界”的概念区分，但“原创在先”与“修用在后”的关系是毋庸置疑的。
“温泉教化”是基于现在的一种进行时，“温泉世界”是基于未来的理想状态，向前的行进与站在未来状态高度上的反身建设，所要涉及的内容和期望达到的目标是一样的，“温泉世界”是结果，“温泉教化”是途径。
然而，先后的两种命名考虑都被放弃了，无论是站在现在立场的“温泉教化”还是站在未来立场的“温泉世界”，都有一种哲理性的味道在其中，莫不如以工具性的“温泉开发的策划与规划”做书名。
也可以这样理解：“温泉教化”是基于人地关系的一种非功利考虑，“温泉世界”是基于体验与新社会性形成之关系的探索性考虑，而“温泉开发的策划与规划”是基于市场需求的实用性考虑。
现在，我们只有首先将温泉建设得有模有样，客体只有存在了才能让认识者获得各种各样的视角，各种视角的生成也是有先后顺序的。

内容概要

本书是高校教师与温泉经理人两作者对温泉旅游与温泉休闲多年关注的心得总结（本书系重庆箱根温泉投资顾问公司助推的温泉文化系列的第一本），写作重点并不是要通过引经据典来证明书中观点的正确性，而是期望有关人士通过轻松阅读而获得启示、参考，甚至是希望给予这些朋友以否定本书内容的兴趣，以便达到活跃思维来振兴温泉事业的目的。
正是基于这样的考虑，作者很斗胆地期望阅读群体为致力于温泉开发与经营的企业家、具有阅历的成人群体，以及热爱温泉和以温泉为生的人们，向这些值得尊重的人们和盘托出我们或许是不谦虚但自认为是很执著的想法来。
　由于本书不仅仅是面向学科与学校教育，故在内容结构上没有从最基本的内容开始搭建，这种摒弃“下对齐”而追求“上对齐”的写作方式，是为了体现前行的姿态。
我思故我在，活跃在温泉实践前线上的人们需要这样的价值取向。
当然，生活中的人们还是经常地寻找“下对齐”的依托，以求内心世界的踏实，就如同人们的个子高矮各不同，但大家都站在了同一个地平线上。
　　本书力图在内容上成系统、有特色，但客观上可能是很肤浅和支离破碎的。
两位作者都是学习者，真心希望本书能够以作业的形式呈交给业内的诸位先生，以求通过向社会学习并经过师生间的反复研讨，为实现善待温泉资源、引领温泉地经济、让蒸蒸日上的生活再开一面的目标，做出一份自己应有的贡献。

作者简介

王艳平，1962生，男，黑龙江人，东北财经大学旅游与酒店管理学院教授，重庆箱根温泉投资顾问有限公司首席文化顾问，日本千叶大学博士，北京师范大学硕士、学士。
研究方向为温泉旅游、中日旅游、遗产旅游。
学科背景为地理、环境保护、旅游。
已经发表论文60余篇，出版《温泉旅游研究导论》、《旅游规划学》、 《遗产旅游管理》等著作。

书籍目录

第一章 感悟温泉　第一节 温泉缘　第二节 温泉教化　第三节 温泉旅游　第四节 温泉休闲　本章关联词汇第二章 温泉神化与崇拜　第一节 神化历程　第二节 温泉神化技术　第三节 绿色SPA　本章关联词汇第三章 温泉精细使用　第一节 温泉精细使用补偿　第二节 温泉精细使用技术　第三节 温泉诉求　本章关联词汇第四章 温泉旅游与休闲术语　第一节 温泉一级概念　第二节 历史温泉概念体系　第三节 现代温泉概念　本章关联词汇第五章 温泉旅游规划　第一节 温泉规划需求　第二节 温泉规划定位：主题、形象、唯一性　第三节 温泉建设布局　第四节 典型温泉地布局与建设景观模样　第五节 温泉产品开发　本章关联词汇第六章 温泉文化建设　第一节 洗浴文化　第二节 温泉文化构建　第三节 森林温泉情境　第四节 温泉经济活动四圈层构造　本章关联词汇第七章 温泉管理　第一节 温泉管理主体　第二节 温泉教育　第三节 温泉水卫生管理与洗浴安全　第四节 温泉养生　第五节 温泉旅游季节性管理　本章关联词汇

章节摘录

插图：第一章 感悟温泉第一节 温泉缘一、由俗到雅的洗浴洗澡原本是生活中的一件平常事，根本登不上大雅之堂。
然而，随着生活的富有，闲暇时间的增多，生活质量成为自由时间里人们的重要话题，这样就让之前比较俗的洗澡说法以洗浴、沐浴这样较为高雅的别名形式并以健康的名义开始出现在社交场合里，而且成为出现频率极高的常用词(popularword)。
参加奥运会的赛事马匹需要经常洗浴，那样可以取得好的成绩。
农场每日给饲养的肉牛做按摩可以让肉质更加香嫩，可以卖个好价钱，其实，按摩也是我们洗浴之后经常接受的服务项目。
与军营接触较少的民众或许不知道，在我们的防化部队中，也设立了洗浴专业，这个专业的战士们要在十几分钟内搭设帐篷、安装可快速加热的淋浴设备，以便全面消杀受沾染的战士身上的有毒菌物。
2008年，日本科学家小林诚、益川敏英等因为“小林一益川理论”（自发对称性破缺）摘得了2008年诺贝尔物理学奖的桂冠，可是很少有人知道，这个改变世界的理论竟然来自于益川敏英在洗澡时的灵感。
温泉是一种有用的洗浴资源，而且由于其多位于异地且水质高于普通水，这让温泉洗浴搭乘上了标有旅游和高尚两个标签的快车。
二、动物性感觉基础：温泉猴子不仅人类喜欢温泉，动物也对温泉情有独钟。
入浴温泉所感受到的那种失重感和温暖，那是唯有动物神经才能感受到的，人类对此的表达最多不过是快感、快乐、痛快、透快、畅爽等，怎么描述都不到位，而唯有在拥有体验之后才能点头认可各种表述。

编辑推荐

《温泉开发的策划与规划:构筑旅游与休闲的温泉世界》由东北财经大学出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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