

<<城市旅游开发与品牌建设研究>>

图书基本信息

书名：<<城市旅游开发与品牌建设研究>>

13位ISBN编号：9787811353754

10位ISBN编号：781135375X

出版时间：2009-9

出版时间：暨南大学出版社

作者：梁明珠

页数：237

字数：310000

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>

<<城市旅游开发与品牌建设研究>>

内容概要

本书除了导论外共有四章，各章所阐述的主要内容如下：第一章为旅游开发与品牌建设基本理论，重点根据本文的写作内容，简单论述旅游地品牌建设理论、旅游地生命周期理论、区域竞合理论、产业集群理论、环城游憩带理论、度假区开发相关理论、主题公园开发相关理论、文化和古迹旅游资源开发相关理论、农业生态旅游区开发相关理论、旅游资源开发与保护理论和旅游业可持续发展理论。本章不仅就旅游开发与品牌建设的相关理论进行了简要阐述，还重点指出了旅游资源开发过程中应注意对资源的保护，做到可持续利用：既满足当代人的需要，又不对后代人满足其需要的能力构成危害。

第二章为城市旅游发展综合研究。

本章主要收录了笔者对广州旅游课题的研究成果。

其中“广州市旅游文化资源开发总体构想”是笔者参与广州市第十一次社科招标课题并获得二等奖的研究成果，是笔者长期对广州旅游文化资源开发的思考及系统研究的成果。

“广州市旅游形象调研报告”及“广州市旅游区（点）调研报告”是笔者受广州市旅游局委托，对广州主要旅游景区（点）及广州整体旅游形象所作的调查研究。

特别值得一提的是，对广州旅游形象的研究，采用对游客进行问卷调查的方法，收集了上千份有效问卷，并在此基础上进行数量分析及实证研究，这是对以往主要采用定性方法对广州旅游形象进行研究的突破和补充。

对广州市旅游区（点）的研究则是在对广州旅游区（点）的分类基础上对其历史发展沿革、发展现状及存在问题进行研究。

“广州市旅游品牌构建”依据品牌理论，针对广州特色，提出了城市旅游品牌构建框架和措施，对推动城市旅游品牌建设具有积极意义。

第三章为区（镇）旅游发展研究。

本章主要概括广州市各个区及城镇的旅游发展总体规划。

笔者曾受广州市番禺区、黄埔区、越秀区、荔湾区和从化市政府委托，主持和参与了以上各区（镇）的旅游发展规划及发展研究。

这些区（镇）近年来旅游发展较快，取得了较大成效，其发展引人注目，是广州市旅游发展较好的区域。

我们在对这些区（镇）进行旅游规划时，除了注重符合国家旅游规划规范要求外，在《广州市番禺区旅游发展总体规划》、《广州市黄埔区旅游发展总体规划》及《广州市越秀区沿江地区商贸旅游开发总体规划》等规划中均通过游客问卷调查了解市场需求和游客行为特征，后者还结合观察法和调查法对规划区的商业业态及布局，以及交通流量等进行实地调查。

《广州市荔湾区商贸旅游资源整合与竞争力提升研究》则是以价值工程的方法，对荔湾区如何整合旅游资源，进一步提升旅游竞争力所进行的研究。

第四章为旅游区（点）策划/规划研究。

本章是对旅游区（点）的策划/规划研究，包括香江野生动物世界、宝墨园、莲花山、余荫山房、化龙农业大观园及从化流溪温泉度假区等。

这些景区（点）均是广州市重点发展的旅游点和旅游项目，包括了主题公园、园林、风景名胜区、历史古迹、观光农业及旅游度假区，从景区（点）类型而言较为完备，具有较好的代表性。

而广州市重大市政建设项目“广州从化流溪温泉度假区旅游开发总体策划”则是对旅游度假区所进行的旅游开发策划，这也是未来旅游研究的新方向和旅游区（点）发展趋势的必然。

<<城市旅游开发与品牌建设研究>>

书籍目录

导论第一章 旅游开发与品牌建设基本理论 第一节 旅游地品牌建设理论 第二节 区域竞合理论 第三节 产业集群理论 第四节 环城游憩带理论 第五节 旅游资源开发与保护理论 第六节 旅游业可持续发展理论第二章 城市旅游发展综合研究 第一节 城市旅游文化资源与产品开发 第二节 城市旅游形象调研与塑造 第三节 城市旅游产品的开发与提升 第四节 城市旅游品牌构建第三章 区(镇)旅游发展研究 第一节 城市重要旅游区域研究 第二节 都市民俗承载地旅游发展与规划研究 第三节 城市特色旅游街区与购物街区资源整合研究 第四节 城郊重点旅游镇总体规划第四章 旅游区(点)策划/规划研究 第一节 度假区开发与旅游策划 第二节 旅游集群与主题公园规划 第三节 主题选择与仿古园林规划 第四节 古迹旅游资源开发与规划 第五节 农业旅游与观光农园旅游规划参考文献结语

章节摘录

(3) 商都文化资源开发分析。

广州市特定的社会经济背景，所处粤港澳大三角、改革开放前沿的特殊地域，中西文化交融的历史沿革，现代化商都的城市定位，都要求在发展大旅游文化的开发思路下，用新视角、多层面拓展旅游文化资源，尤其是通过寓旅于商、商旅互动发展，凸显主导旅游吸引，构筑商都特色，求取系统最优和整体开发效益。

发掘广州的商业文化和都市风情，关键是找到商贸活动、旅游需求和文化的结合点，使文化有一个物质的、可触摸的载体形式。

具体包括：建设特色街区；大力举办会展，积极推动商旅互动发展等。

广州是具有全国意义的商业中心和著名的购物城市，购物是游客在广州的重要旅游内容。

现代普通消费者购物的特点是随意性和休闲性，在观光中购物，在购物中休闲，因此，倚重古商都的文明、展示岭南文化的内涵、凸显商业中心区的特色、扩展步行街的区域、设计特色街区风格，是寓旅于商、实施商旅互动发展的新思路。

(4) 节庆文化资源开发分析。

从融入花城文化来看，春节逛花街不仅是为了买花，更多的是赏花、品花，从熙熙攘攘的人流和成片的花海中体会节日的乐趣，共造欢乐祥和的节庆气氛；从融入饮食文化来看，每年国庆期间举行的广州国际美食节，除了组织众多海内外饮食企业参与，推出招牌菜、创新菜，切磋厨艺外，还吸引大量中外游客前往品尝、助兴，人们从节庆活动中体会到“食在广州”的乐趣，领略了羊城美食的博大精深；从融入音乐艺术内容来看，它将高雅艺术带给大众，使南国音乐得以发扬光大，还挖掘和拯救了许多濒临失传的民间艺术。

因此，旅游节庆活动已显示出其极强的生命力和吸引力。

整合城市综合优势，须从城市规划着手，以岭南文化为灵魂，将市政建设与旅游开发相结合，将旅游发展融入商贸活动之中，从而实现市政建设与旅游开发一体化、寓旅于商、商旅互动发展的新格局。

2.广州市旅游文化资源开发构想的实施措施 (1) 全面普查旅游文化资源，编制旅游文化资源开发总体规划。

全面普查古迹旅游资源，定出重点开发与保护点(区)，确保开发有序进行；实现城市建设与旅游开发一体化；编制全市旅游文化资源开发总体规划，有效实现总体控制。

(2) 建立政府与企业、文物部门与旅游部门的联动机制。

加大政府开发资金的投入和城市规划的配合；引入企业行为，激活古迹景点的市场适应性；加强文物部门与旅游部门的协调和沟通，共同推进旅游文化建设。

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>