

<<国际化旅游发展战略研究>>

图书基本信息

书名：<<国际化旅游发展战略研究>>

13位ISBN编号：9787201060927

10位ISBN编号：7201060929

出版时间：2008-11

出版时间：天津人民出版社

作者：王文君 编

页数：289

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>

<<国际化旅游发展战略研究>>

前言

该书是天津市教委科研专项课题《天津国际化旅游发展战略研究》（项目编号：2006ZH93）的部分成果，属于专著型科研成果。

天津市旅游业发展已经进入新的以质量提升为特点的发展时期，这就是以服务滨海新区开发开放为契机，着力打造“近代中国看天津”文化旅游品牌，重点建设都市观光、休闲度假和商务会展三大旅游品牌体系支撑项目，加速推进旅游产业转型升级，天津旅游业发展步入健康快速发展阶段。2007年全市接待海外旅游者103.23万人次，旅游外汇收入7.79亿美元，与上年比较分别增长17.2%和24.4%；国内旅游接待人数6017.75万人次，旅游收入685.92亿元，同比分别增长9.8%和13.8%。

旅游外汇收入和国内旅游收入分别位居全国第10位和第11位。

都市旅游业和城市的经济发展水平相辅相成，相互促进。

旅游业发达是国际化大都市的一个基本特征。

1966年，英国规划大师彼得·霍尔就将都市旅游业解释为世界城市的一种主要产业部门，是国际化大都市的七大特征之一。

纽约、伦敦、东京、巴黎、香港、洛杉矶、新加坡、法兰克福、悉尼、多伦多、日内瓦、布鲁塞尔、柏林、大阪等不仅是世界著名大都市，同时也是世界著名旅游城市，旅游业是否发达已成为衡量一个城市能否跨入世界级城市行列的标志。

<<国际化旅游发展战略研究>>

内容概要

《国际化旅游发展战略研究》以发展战略研究为主线，以国际化旅游研究为切入点，以天津滨海新区纳入国家发展战略为契机，以天津市旅游产业发展为研究对象，从旅游产业集群建设、核心竞争力培育、支撑体系建设、区域竞合模式、旅游资源多语建构、旅游人力资源开发等方面，深入探讨了天津市国际化旅游发展的相关问题，力求为天津国际化旅游城市建设提供具有前瞻性、科学性、创新性的发展战略依据。

<<国际化旅游发展战略研究>>

书籍目录

第一章 国际旅游的意义、发展战略与特征第一节 发展国际旅游的意义与条件第二节 旅游的国际化战略第三节 国外学者对“旅游”内涵的新阐释第四节 国际旅游的跨文化特征第二章 旅游对经济和社会文化影响研究第一节 天津市旅游经济影响研究第二节 旅游对接待地的社会文化影响及对策研究第三节 旅游业和目的地社会变化关系的实证研究——以天津蓟县盘山周边为例第三章 国际化旅游营销战略研究第一节 天津市旅游业发展概况第二节 天津市进行旅游营销战略的必要性第三节 天津市旅游业营销战略环境分析第四节 国际旅游营销战略探讨第四章 国际化旅游人才战略研究第一节 国际化旅游人才战略的理论基础第二节 国际化旅游人才战略的愿景、目标和人才结构第三节 国际化旅游人才应该具备的能力特征第四节 国际化旅游人才战略的构成第五章 国际旅游服务战略研究第一节 国际旅游服务战略研究的理论基础第二节 国际旅游服务战略方法研究第三节 服务柔性战略在国际旅游服务中的应用第六章 国际化旅游环境战略研究第一节 城市旅游环境概述第二节 国际化旅游城市环境可持续发展第三节 国际化旅游城市绿色环境战略第七章 国际化旅游产品战略研究第一节 国际化旅游产品发展战略的含义第二节 国际化旅游产品战略环境分析第三节 国际化旅游产品竞争战略第四节 国际化旅游产品战略导向下的上海新天地模式第五节 他山之石：韩国旅游商品开发的经验借鉴第八章 国际旅游城市标准研究第一节 国际旅游城市的概念第二节 国际城市与国际旅游城市的类型第三节 国际旅游城市的特征第四节 国际旅游城市的标准第九章 国际化与城市旅游开发第一节 城市旅游的概念及其进展第二节 城市旅游的地位与作用第三节 城市旅游产品体系构成第四节 城市旅游开发原则第五节 国际化与城市旅游开发参考文献后记

<<国际化旅游发展战略研究>>

章节摘录

(二) 风俗习性环境差异与旅游的国际化战略 这是针对来自不同国家游客的生活习惯与环境适应力, 而采取不同的旅游国际化发展战略, 需要对不同客源国的社会生活习俗有深入的研究。这一点, 世界第一旅游大国法国做得比较好。

法国旅游机构针对不同国家游客的特点和习惯, 作出不同的安排。

如日本人喜欢在巴黎观光, 随后去阿尔卑斯山勃朗峰作短促停留, 然后匆匆赶到日内瓦购物, 最后到意大利落脚。

为了挽住这些衣兜里揣着大把外汇的游客, 法国专门为日本人开设了高尔夫球场, 在勃朗峰为他们提供了优秀的滑雪场, 还设法让日本人尝遍法国美味佳肴, 在服务上注意日本人与欧美人的区别。

德国人崇尚大自然, 法国便特意安排一条旅游专线, 沿途下榻处全是恬静的乡村小客栈, 保证德国游客可享受到远离闹市喧嚣的安宁。

(三) 目标市场成熟程度与旅游的国际化战略 根据客源国目标市场开发的程度, 发展旅游的国际化战略又可分为成熟市场战略和成长市场战略。

1. 成熟市场战略 成熟市场指来自客源国的游客已有到目的地国旅游的较长历史, 或反过来说, 目的地国家早已成为客源国的传统旅游地。

对这种成熟市场, 需要在稳定既有客源的基础上, 进一步挖掘市场潜力。

例如澳大利亚对英国市场的发展战略就值得借鉴, 既有针对回头客的措施, 又进一步密切同合作伙伴的关系, 并创新与旅游者的交流方式。

.....

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>