

<<旅游资源开发与<管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游资源开发与<管理>>

13位ISBN编号：9787208093508

10位ISBN编号：7208093504

出版时间：2010-7

出版时间：上海人民出版社

作者：吴国清 编

页数：318

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

本书在编写过程中，正值金融风暴席卷全球。

此间旅游业虽然受到严重影响，但其帮助人们恢复信心、促进经济复苏的巨大作用同样引人关注。

2009年12月1日，在《国务院关于加快发展旅游业的意见》中明确了新时期旅游业的战略地位和任务要求：“要把旅游业培育成为国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。

”旅游资源是旅游业发展的基础和先决条件，因而新的时代特点和政策环境对旅游资源开发与管理提出了新的要求。

中国幅员辽阔、历史悠久、民族众多，绚丽多彩的自然旅游资源和博大精深的人文旅游资源为中国旅游业的持续发展注入了活力。

改革开放30余年来，我国的旅游资源开发与管理取得了巨大成就。

截至2009年底，我国共有38处世界遗产、112座国家历史文化名城、306个中国优秀旅游城市（大连、杭州、成都已被评为中国最佳旅游城市）、2351个全国重点文物保护单位、1000余个全国工农业旅游示范点、67处国家5A级旅游景区、1166处国家4A级旅游景区、187个国家级风景名胜区、710个国家森林公园与300余个国家级自然保护区。

旅游主管部门与旅游企业在开发与管理各类旅游资源的过程中，既有失败的教训，又有成功的经验，为本书的编写提供了大量的现实素材；广大学者在旅游资源分类、调查、评价、规划、开发、整合、管理等诸多领域所展开的有益探讨，为本书的编写提供了坚实的理论支撑。

本书紧紧围绕旅游本科及研究生人才培养的目标和需要，遵循内容的科学性与系统性、知识的前沿性与实用性、案例的典型性与代表性、组合的多元性与区域性、表达的精炼性与准确性等原则，力求在课程体系、教学内容和教学方法上有所突破，在内容取舍、难度权衡和表达方式等方面都充分考虑了目标读者的接受能力和实际需要，以提高学生整体素质为根本出发点，注重知识格局的科学性与经典性。

## <<旅游资源开发与管理>>

### 内容概要

本书紧紧围绕旅游本科及研究生人才培养的目标和需要，遵循内容的科学性与系统性、知识的前沿性与实用性、案例的典型性与代表性、组合的多元性与区域性、表达的精炼性与准确性等原则，力求在课程体系、教学内容和教学方法上有所突破，在内容取舍、难度权衡和表达方式等方面都充分考虑了目标读者的接受能力和实际需要，以提高学生整体素质为根本出发点，注重知识格局的科学性与经典性。

全书共分十一章，主要内容包括：旅游资源成因与分异，旅游资源调查与评价，旅游资源开发规划，旅游产品开发，旅游资源整合，旅游资源可持续发展，城市旅游资源开发等。

## 书籍目录

第一章 旅游资源概述 第一节 旅游资源及其内涵 一、旅游资源概念释义 二、旅游资源基本内涵 三、旅游资源认识误区 第二节 旅游资源基本属性 第三节 旅游资源研究进展 一、旅游资源研究范畴 二、旅游资源研究属性 三、旅游资源研究态势 四、旅游资源研究展望 第二章 旅游资源成因与分异 第一节 旅游资源分类 一、旅游资源分类概述 二、国外旅游资源分类方案 三、中国旅游资源分类方案 第二节 旅游资源形成 一、自然旅游资源形成条件 二、人文旅游资源形成条件 第三节 旅游资源地域分异 一、地域分异规律 二、中国旅游资源地域分异 三、中国旅游资源富集区分布 第三章 旅游资源调查与评价 第一节 旅游资源调查 一、旅游资源调查及其原则 二、旅游资源调查内容 三、旅游资源调查程序 四、旅游资源调查方法 五、旅游资源调查报告编制 第二节 旅游资源评价 一、旅游资源评价及其原则 二、旅游资源评价理论依据 三、旅游资源评价内容 四、旅游资源评价方法 第三节 旅游资源经济价值评估 一、旅游资源经济价值构成 二、旅游资源经济价值评估方法 三、旅游资源经济价值评估应用 第四章 旅游资源开发理论基础 第一节 旅游资源开发理论 一、区位理论 二、增长极理论 三、点轴开发理论 四、可持续发展理论 五、产品生命周期理论 六、游客行为理论 第二节 旅游资源开发模式 一、资源导向模式 二、市场导向模式 三、形象导向模式 四、产品导向模式 第三节 旅游资源开发程序 一、旅游资源开发方法 二、旅游资源开发程序 第五章 旅游资源开发规划 第一节 旅游资源开发规划概述 一、旅游资源开发规划的效用 二、旅游资源开发规划的原则 三、旅游资源开发规划的理论 第二节 旅游资源开发规划的编制 一、旅游资源开发规划的编制主体 二、旅游资源开发规划的编制程序 三、旅游资源开发规划的编制内容 四、旅游资源开发规划的技术方法 第三节 旅游资源开发规划的发展趋势 一、规划思想：科学发展观 二、规划方法：综合集成 三、规划机制：社区参与 第六章 旅游产品开发 第一节 旅游产品概述 一、旅游产品概念 二、旅游产品基本构成 三、旅游产品基本特征 第二节 旅游产品开发设计 一、旅游产品开发原则 二、旅游产品开发内容 三、旅游产品开发流程 四、旅游产品开发方法 第三节 旅游产品生命周期及其调控 一、旅游产品生命周期理论 二、旅游产品生命周期影响因素 三、旅游产品生命周期的调控 第七章 旅游资源整合 第一节 旅游资源整合概述 一、旅游资源整合及其效用 二、旅游资源整合原则 三、旅游资源整合理论 第二节 旅游资源整合形式与内容 一、旅游资源空间整合 二、旅游资源主题整合 三、旅游资源文化整合 第三节 旅游资源整合机制与模式 一、旅游资源整合机制 二、旅游资源整合模式 第八章 旅游资源管理 第一节 旅游资源产权管理 一、旅游资源产权管理概述 二、国外旅游资源产权管理 三、中国旅游资源产权管理 第二节 旅游资源信息管理 一、旅游资源信息管理概述 二、旅游资源信息管理系统结构 三、旅游资源信息管理系统开发 第三节 旅游资源质量管理 一、旅游资源质量管理概述 二、旅游资源标准质量管理 三、旅游资源全面质量管理 第九章 旅游资源可持续发展 第一节 旅游可持续发展 一、旅游可持续发展内含 二、旅游可持续发展原则 三、旅游可持续发展内容 第二节 旅游资源环境管理 一、旅游资源环境管理概述 二、旅游资源环境质量管理 三、旅游资源环境容量管理 第三节 旅游资源可持续利用 一、旅游资源开发影响 二、旅游资源保护手段 第十章 城市旅游资源开发 第一节 城市旅游资源开发概述 一、城市旅游的内含 二、城市旅游资源特征 三、城市旅游吸引体系构成 四、城市旅游资源开发原则 五、城市旅游资源开发模式 第二节 上海旅游资源开发 一、上海旅游资源概述 二、上海旅游资源基本特征 三、上海旅游资源空间格局 第三节 上海旅游资源开发实践 一、上海旅游资源开发历程 二、上海旅游资源开发特征 三、上海旅游资源开发路径 第十一章 区域旅游资源开发 第一节 区域旅游资源开发概述 一、“区域”概念界定 二、区域旅游资源开发时序 三、区域旅游资源开发区划 四、区域旅游资源开发模式 第二节 长三角区域旅游资源开发 一、长三角区域旅游资源概述 二、长三角区域旅游资源基本特征 三、长三角区域旅游资源的空间格局 第三节 长三角区域旅游资源开发实践 一、长三角区域旅游资源联合开发历程 二、长三角区域旅游资源联合开发路径 参考文献

## <<旅游资源开发与与管理>>

### 章节摘录

插图：（二）形态：客观存在性和多元化1.旅游资源包括物质的和非物质的形态物质的、有形的旅游吸引物（如名山、秀水、溶洞、瀑布、湖泊、古遗址、古建筑、珍稀动植物等），看得见、摸得着，易被人们所认可，称其为旅游资源是无可非议的。

然而那些无形的、非物质的旅游资源（如文化艺术、文学、科技、技艺、神话故事等），有时是难以被人们理解和认可的。

实际上，这些非物质要素是在物质的基础上产生的，与一定的物质相联系，依附于一定的物质而存在，并通过人们的想像被感受到（如历史记载、文学作品等能给人以充分的想像），通过人们的思维获得快感。

当然，这些想像和思维一般需要具有较高的文化修养和宽广的知识面以及丰富的想像力。

当这些无形的旅游资源与有形的旅游资源紧密结合后，就更加具有吸引力。

以湖北赤壁为例，由赤壁山、南屏山、金鸾山加上历史遗存的亭台楼阁所构成的赤壁古战场旅游区，单纯看有形的物质旅游资源，很难说赤壁和同类型的旅游区有什么绝对的竞争优势，但1800年前三国时期那场著名的“赤壁之战”，在战争中曹操、周瑜、诸葛亮等三国风云人物的粉墨登场以及那场战争背后的演义故事，激起了人们怀古的情怀和探究历史真相的好奇心，于是赤壁景区的命运改变了，由此可见非物质旅游资源对旅游者的巨大魅力。

2.旅游资源包括原生的、人造的和虚拟的形态作为旅游资源的自然存在、历史文化遗存等，是旅游资源的重要内容和组成部分，它们是原生的旅游资源。

<<旅游资源开发与<管理>>

编辑推荐

《旅游资源开发与管理》是由上海人民出版社出版的。

<<旅游资源开发与<管理>>

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>