

<<体育旅游>>

图书基本信息

书名：<<体育旅游>>

13位ISBN编号：9787310024728

10位ISBN编号：7310024729

出版时间：2006-3

出版时间：南开大学出版社

作者：维德

页数：297

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>

<<体育旅游>>

前言

序言：体育旅游研究进展1966年，Don Anthony为英国体育休闲中心委员会写了一篇题为“体育和旅游”的文章（Anthony，1966）。

该论文成为最早描述体育和旅游相互联系的文献，尽管它只是简单回顾了度假旅游中体育活动扮演的角色，但它却是体育旅游研究发展过程中一个重要的里程碑。

在Anthony文献问世后差不多40年的时间里，体育旅游研究一直为争取成为正统的学术研究领域而努力，正如Gammon和：Kurtzman（2002：V）描述的那样：“该领域【体育旅游】的研究和文献备受责难，在体育和旅游这两个各自相对成熟的学科中，要想找到属于体育旅游研究的独特领域，无疑是学术界的一大难事。

”导致这种责难的部分原因是体育旅游领域存在着模糊的内涵和零碎的界定。

在学术会议和专业的期刊杂志中，很多论文都是独立的、相互割裂的研究成果，因此，很难对体育旅游知识或者理论发展有所贡献。

1998年，Gibson分析了这个问题，指出很多类似的现象至今仍然存在，而且比较突出：该领域严重缺乏对政策、研究和教育的有机整合。

在政策层面，需要更好地加强体育部门和旅游机构的合作。

在研究层面，需要更多跨学科的研究工作，特别是建立在体育和旅游现有基础上的综合研究。

在教育层面，需要克服所谓的旅游专家和体育专家在相关领域的争斗。

（Gibson，1998：45）

<<体育旅游>>

内容概要

体育旅游在国内是一项新的旅游产品，与此相应体育旅游也是一门新的学科。

本书与国外流行的体育旅游专著和教材不同，没有过多涉及体育和旅游相互关联之后产生的影响，而把重点放在与体育旅游相关的主体方面。

本书主要研究了体育旅游参与者、决策者和供应商三个主要群体。

该套教材涵盖了旅游学科的各个分支，如旅游服务质量管理、城市旅游管理、旅游跨文化行为研究等，以较新的视角系统全面地反映了国际最新管理理念和模式，并为业界的实际工作提供了有益而又及时的指导。

该套教材具有前瞻性、系统性、指导性强的特点，适合作旅游专业高年级本科生及硕士、博士研究生的教材，同时也可作为旅游专业教师和专业内人士的参考用书。

<<体育旅游>>

作者简介

作者：(英国)Mike weed (英国)Chris Bull 译者：戴光全 朱竑

<<体育旅游>>

书籍目录

序言：体育旅游研究进展第一部分：体育旅游的背景研究 引言第一章 体育旅游及其兴趣的发展 1.1 早期体育旅游的发展 1.2 工业时期体育旅游的发展 1.3 20世纪体育旅游的发展 1.4 小结第二章 体育一旅游联系的回顾 2.1 体育和旅游联系的作用 2.2 小结：体育旅游的定义第二部分：体育旅游的参与者 引言第三章 体育旅游者的定义 3.1 体育的定义 3.2 旅游的定义 3.3 体育旅游者的定义 3.4 体育旅游场地 3.5 体育旅游组织 3.6 体育旅游者动机 3.7 小结第四章 体育旅游参与者的特征 4.1 首要体育旅游者 4.2 附带体育旅游者 4.3 体育爱好者 4.4 小结第五章 体育旅游者的类型 5.1 早期的体育旅游类型 5.2 体育旅游参与者模型 5.3 小结：模型的应用第三部分：体育旅游的政策 引言第六章 体育旅游政策的内容 6.1 政策社群概念的起源 6.2 政策社群的模型 6.3 体育和旅游政策社群的结构 6.4 小结第七章 体育旅游政策整合及其展望 7.1 政策整合的领域 7.2 体育旅游政策进展的张力 7.3 体育旅游政策网络运作的潜力 7.4 小结第四部分：体育旅游的供应商 引言第八章 体育旅游市场 8.1 含有体育内容的旅游 8.2 体育参与旅游 8.3 体育训练 8.4 体育节事 8.5 奢侈体育旅游 8.6 结论：体育旅游类型的特性第九章 体育旅游供应策略 9.1 转变潜在游客 9.2 提高重游率 9.3 扩大参与面 9.4 联合促销 9.5 捕捉偶发事件 9.6 创造竞争优势 9.7 开发潜在游客 9.8 结论：供应商综述第五部分：案例分析 引言第十章 马耳他体育旅游的多样化战略 10.1 马耳他的旅游产品 10.2 体育旅游现行市场的趋势和潜力市场 10.3 马耳他体育旅游发展的资源限制 10.4 体育旅游发展中政府的角色 10.5 小结第十一章 城市体育旅游：以谢菲尔德为例 11.1 谢菲尔德体育旅游发展 11.2 小结第十二章 威尔士的活动旅游 12.1 活动旅游市场和社会经济 12.2 威尔士活动旅游 12.3 小结第十三章 欧洲阿尔卑斯山的冬季滑雪旅游 13.1 滑雪环境 13.2 滑雪市场和经济影响 13.3 产业和景区组织 13.4 阿尔卑斯山滑雪者分类 13.5 滑雪动机 13.6 滑雪产业前景 13.7 小结结语：体育旅游理论研究与实践的展望参考文献译后记

<<体育旅游>>

章节摘录

1 体育旅游及其兴趣的发展 1.1 早期体育旅游的发展 关于体育旅游的最早文献记录可以追溯到公元前776年的奥林匹克运动会。

事实上,当时近100年里,希腊人的体育运动在奥林匹亚享有盛名 (Finley and Pleket, 1976)。

体育比赛是希腊人一生中必不可少的组成部分,而且每一个追求自我尊重的城市都有属于自己的体育场 (Davis, 1997)。

同时,旅行是当时体育发展的一个重要部分。

参赛者是专业的运动员,他们出行的目的就是为了得奖。

正如Davis指出的那样:“这些运动员都不是业余的,他们都经过千辛万苦的训练,期望得到丰厚的奖励。

”(Davis, 1997: 127) 除此之外,成千上万的观众前往目的地为他们的运动员和自己城市的荣誉而加油助威,可能跟现在众多的足球迷到现场看他们喜欢的球队比赛是一样的。

奥林匹克运动会可以吸引4万名来自希腊各地的观众 (Van Dalen and Bennett, 1971),当时人们在同一时间通过陆路、海路等不同的交通方式前往同一目的地,运动会期间似乎所有人没有其他任何活动安排了 (Finley and Pleket, 1976: 53)。

但他们没有今天的旅游者所享有的服务,当时能提供的食宿条件很差,很多旅行者都睡在帐篷里或者露宿。

尽管在4世纪时奥林匹亚已建了一个旅馆,但却满足不了人们的需求 (Baker, 1982, 引自 Standeven and De Knop, 1999)。

当时运动会中的旅游行为,被作为一种政治工具加以强调、利用。

体育旅游被认为有助于加强不同种族、不同文化间的紧密联系。

<<体育旅游>>

后记

体育旅游在国内是一项新的旅游产品。

与此相应，体育旅游也是一门新的学科。

2001年，国家旅游局推出“中国体育健身游”主题年活动，北京申办2008年第29届夏季奥林匹克运动会获得成功，这两个事件使得我国的体育旅游获得长足的发展。

随着旅游业的深度发展和人们生活水平的提高，人们的休闲时间越来越长，城市居民的休闲体育得到了全面、快速的发展，以健身为主要目的的体育旅游也成为市场的新宠。

在欧美国家，对体育旅游的研究已经进入了规范化的阶段，其涉及面广及社会学、地理学、休闲旅游、城市规划、体育学等几个社会科学领域。

与国外的体育旅游研究相比较，我国体育旅游的研究处于起步阶段。

当前，国内体育旅游不断发展，有许多问题需要深入探讨，本书的引进、翻译和出版恰逢其时。

本书的主要目的在于为体育旅游研究建立一个简明的理论基础。

纵观全书，以下三个特点是值得强调的。

本书最大的特点是：与国外流行的体育旅游专著和教材不同，本书并没有对体育和旅游相互关联之后产生的影响作过多的阐述，而是把重点放在考察与体育旅游相关的主体方面，主要研究了体育旅游参与者、决策者和供应商三个主要群体。

从理论根源来看，这三个主体是体育旅游最为重要的利益相关者。

其中，参与者是体育旅游的消费者，供应商是体育旅游的主要供给者，而决策者则介于参与者和供应商中间，在政策层面对这二者起着较大的影响作用，而且决策者（特别是政府）还在公共设施等方面起着供给者的作用。

对参与者、决策者和供应商三个主要群体的考察构成了本书主要的轮廓，勾画出了体育旅游最简明的框架。

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>