

图书基本信息

书名：<<景区开发与管理教学指导案例集>>

13位ISBN编号：9787504727831

10位ISBN编号：7504727830

出版时间：1970-1

出版时间：中国物资出版社

作者：牟红，杨梅 著

页数：366

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

世界上不少地区的旅游出现了特色消失和旅游文化同质化现象，即使旅游导致文化特色的存留，那也是一种“文化孤岛现象”。

尽管旅游是一个极富前景的朝阳产业，但并非各个系统都在走向进化，而是自动趋于退化。

旅游系统进化是旅游现象的内部关系由简单到复杂、由低级向高级的上升性演化。

它有两大标志：第一，与人类社会发展取向的价值取向一致；第二，系统内部的丰富性、组织性、功能整合性的提高。

综观自然和人类社会发展史，系统的自发形态总是向着退化方向发展，即熵增的方向；而进化则需要人类自我控制的力度和范围的增强和拓展。

我国旅游产业急需通过系统升级完成进化，产业系统升级则按自身的动力机制和演进规律进行实现旅游产业向高端发展。

旅游产业系统升级的动力机制主要来自于高级经济因素——智慧、创意——的作用，它是创新发展的原动力机制。

创新能力作为高级经济因素，建立新的激励机制是关键。

旅游产业系统升级的动力机制还包括：消费需求的拉动机制、科技进步的带动机制、经济利益的驱动机制和体制政策的推动机制。

旅游经济素质是制约景区发展的主要因素，旅游经济素质是指旅游经济形态下所形成的并对该经济形态起能动作用的特定的观念和品质。

用高级经济因素和低级经济因素的比例和各自的利用效率来衡量旅游经济素质，可以为研究旅游产业系统升级另辟蹊径。

我们的观点是：旅游资源的优势是否能够发挥，依赖于高级经济因素是否发挥作用，而高级经济因素的比例决定了该地区旅游经济素质，也决定了各地区旅游产业是否具有产业升级的基础。

创意是方法、方案的创造性理念，是灵感的整理、加工、变形、组合。

灵感是潜意识的暗示、模糊印象的联想、灵机闪现（思想火花）。

创意是思想的冒险，是思维频道的转换，是否定自我的态度群重组，是一个痛苦的过程。

思想探险往往产生“柳暗花明”的结果。

内容概要

《景区开发与管理教学指导案例集》是同普通高等教育“十一五”国家级教材《景区开发与管理》配套使用的辅导教材，《景区开发与管理教学指导案例集》主要分为三个部分：第一部分是根据教材内容编写的实际案例；第二部分是各案例的分析；第三部分是背景资料，包括与各案例内容相关的资料。

《景区开发与管理教学指导案例集》与《景区开发与管理》内容对应，包括开发篇和管理篇。开发篇包括：景区开发、景区资源、景区形象、景区布局、景区产品和景区营销；管理篇包括：景区组织、景区运营、景区财务、景区设施、景区环境和景区法规。

《景区开

书籍目录

开发篇第一章 景区开发：高扬体验和可持续发展大旗[案例1]用“乡村mall”开发重构旅游业态[案例分析] 规划的创新就是把简单事情复杂化[案例2]用意识能动性创造景区的生命力方法研究[案例分析] 旅游景区景观设计的地域文脉内核探解[背景材料] 大唐芙蓉园第二章 景区资源：资源观与市场观一个都不能少[案例1] 中山古镇旅游资源调研分析[案例分析] 旅游资源分析使主题形象呼之欲出[案例2] 秀山土家族苗族自治县旅游资源开发方案[案例分析] 秀山土家族苗族自治县旅游资源开发方案评审意见[背景资料1] 新旧“资源”观[背景资料2] 旅游资源研究的深入思考第三章 景区形象：景区原生吸引力的改变[案例1] 重庆市永川区松溉古镇形象策划[案例分析] 解读松溉古镇形象[案例2] 重庆市涪陵区水磨滩水库形象策划的两个版本[案例分析] 用“相思”文化营造景区的主题“场”[案例3] 新农村旅游开发项目的不同定位[案例分析] 旅游产业导向的社会主义新农村建设案例[背景材料1] “旅游地形象策划”的10年[背景资料2] 长寿湖“快乐老家”主题情景度假区的策划第四章 景区布局：景区的功能单元和主题延伸[案例1] 重庆水秀巴南(乡村mall)万亩生态农业休闲观光园布局探析[案例分析] “金字塔群”立体布局构造的理论依据[案例2] 重庆市涪陵区青羊镇陈氏庄园景观生态布局[案例分析] 生态学原理构建景观的圈层结构模式[案例3] 三峡总体布局的思考[案例分析] 把土地当成一个生命体[背景材料] 旅游景区规划的风水泼墨第五章 景区产品：开发项目的创意设计[案例1] 瑞金“红色中国”原生态情境产品项目设计[案例分析] 旅游策划“三境界”[案例2] 重庆市涪陵区文馨水岸度假区情爱文化活动策划[案例分析] 文馨水岸度假区四季恋歌情爱文化活动设计分析[案例3] 横店影视城婚庆产品项目策划[案例分析] 蒙太奇梦幻婚典的卖点[案例4] 浙江湖州南浔古镇保护开发中的“古迹活化”[案例分析] “古迹活化”是历史记忆的艺术再生[背景材料1] “古迹活化”的含义和总体原则[背景材料2] 旅游景区之“超级秀场”运作[背景资料3] 重庆长江三峡黄金旅游带产品开发战略设计第六章 景区营销：狙击最佳目标市场[案例] 永川旅游营销战略纲要[案例分析] 永川市旅游规划的思维模型[背景材料1] 把永川旅游开发变成“人地关系”理论的实践场地[背景材料2] 旅游规划形象战略与营销策划的整合设计管理篇第七章 景区组织：管理系统的基础[案例1] “海兰云天”旅游管理规划[案例分析] 项目组织与实施计划”[案例2] 文馨水岸旅游发展保障体系[案例分析] 景区组织和劳动定员[背景资料1] 景区管理系统策划方案[背景资料2] 景区经营权纠纷的背后第八章 景区运营：景区运作体系的安全、优质、低耗[案例] 长江三峡区域旅游运营体系的战略构想[案例分析] 长江三峡区域旅游运营体系研究的意义[背景资料1] 发展中地区风景资源经营管理模式研究[背景资料2] 旅游目的地运作的商业策划[背景资料3] 四面山土地岩景区游览游憩系统设计第九章 景区财务：景区资金筹集、使用、回收和分配[案例1] 重庆市涪陵区文馨水岸投资估算与效益分析[案例分析] 投资旅游项目注意借鉴的经验[案例2] 重庆水秀巴南万亩生态农业休闲观光园融资渠道分析[案例分析] 旅游产业导向下的新农村建设的融资运作[背景材料1] 旅游行业的招商引资模式设计[背景材料2] 旅游投资的商业模式研究第十章 景区设施：全生命周期管理[案例1] 蜀南竹海风景名胜2004年贯彻实施“绿色环球21”标准情况的总结[案例分析] 分析提高景区设施全生命周期途径与意义[案例2] 水秀巴南景观设施设计[案例分析] “隐逸”文化展现浪漫主义[背景材料] 景区内服务设施管理研究第十一章 景区环境：游客从生理到心理的选择[案例1] 重庆涪陵区文馨水岸度假区生态环境保护规划[案例分析] 景区旅游环境与景区承载力[案例2] 重庆市人民政府关于加快发展巫山、奉节、巫溪“金三角”旅游经济的意见[案例分析] 加大“软开发”控制“硬开发”的建议[背景材料1] 旅游资源开发与保护的均衡选择[背景资料2] 旅游循环经济发展规划编制构想第十二章 景区法规：景区发展的保障[案例1] 三大景区相继解除合同，景区特许经营“收获”教训[案例分析] 景区经营权转让纠纷不断的原因[案例2] 景区经营开发，政府怎能既是裁判员又是运动员[案例分析] 景区开发中的政府角色[案例3] 从厦门游览者人身伤害案看景区安全责任的界定[案例分析] 景区安全责任的界定[案例4] 影视拍摄在吸引眼球的同时，更要强调生态和资源保护[案例分析] 保护意识、责任意识、和谐意识[背景材料1] 风景名胜区条例[背景材料2] 国家级自然保护区监督检查办法参考文献

章节摘录

目标是人生前进的航行灯没有坚定的人生目标，就不可能有成功的人生。很多人有着一身才华却只能随波逐流，沉浸在自己喜欢却无力实现的幻想中。因为，他们始终不明白自己到底应该做什么。迷失了前进的方向，只按照冲动和本能行事的人，绝不可能成就一番大事业。他的生命之舟只能在沙滩上搁浅，吃水不深，无法远航，不可能成为一个有所作为、有所成就的人。因为，目标是人生的灯塔。

一个不知道自己明天做什么和能否做成什么的人。

也就是一个没有明天的人。

每个人都有不同的特点，但是，坚定而明确的人生目标。

必定是成功人士的共同特征。

人生一旦有了目标，就有了巨大的前进动力。

目标是人生的灯塔，前进的动力，是人类进步的指南针。

只有当人们的行动有了明确的目标的时候，并能把自己的行动与目标不断加以对照，进而清楚地知道自己的努力与目标之间的距离，人们行动的动机就会得到维持和加强，就会自觉地克服一切困难，努力达到目标。

故事1. 马克的失误马克刚成家不久，有个朋友邀请他去露营。

这是个“只限男人”的旅行，马克相信那是今天一般人称为“男人帮”或某些类似这种不太雅的术语。

当时，他从美国地质研究所拿来几张地图，然后他们启程，到一个名为钻石盆口的地方去探险。在探险途中，他们在可诺峡谷里发现了一个极美的天然温泉。

冷冷的山泉瀑布自花岗岩峭壁上一泻而下，注入清澈的池塘；另有两股滚热的矿石温泉在此汇合，不同的水温混合着早晨清新的空气，酝酿出奇异的蒸汽漩涡。弥漫在池塘上，使得该处一片烟雾朦胧，它是如此宁静祥和却又令人叹为观止。

2. 累砂砂、沙相通。

风水格局中，砂统指前后左右环抱居所的山峦，环卫之山。

风水学将砂比成龙的环护山丘，龙的帐幕，龙的仆从。

砂山的形态以端装方正、秀丽为吉，而以破碎尖削、奇形怪状为凶。

旅游景区规划中，砂山是旅游景区周边具有景观审美价值的山体。

根据风水的要求，景区后方的山体要低垂收敛，前方山体曲折生动，左边山体起伏连绵，右边山体柔顺平滑。

这些山体与旅游景区的空间距离最近，决定着旅游景区的小环境，对旅游景区的生态气候、视觉景观、游客心理感受、环境质量都具有相当大的影响。

3. 观水水指水源、水流。

“江、河、湖、海、瀑、泉”等水体都是景区景观布置的核心区域。

观水实际上是考察地上地下水源和水流的形态及水质。

水质选择. 要求清明、味甘、“其色碧，其味甘，其气香，主上贵”。

水形选择，要求随山而流，弯曲生动，且有湾池，有静有缓为最妙。

景区规划中，流动的水流和静止水域具有不同的要求。

流动的水域区段是景区选址理想区域，水随山而行，景区选址宜选河道弯曲的内侧，水流三面环绕缠护之处。

若截水而成湖或泊，则应选取地形略有变化、草木繁盛的地方。

许多旅游景区是依静止的水域而建的，若以自然之形选址，最宜选于水域北侧建设，次之选择水域半月形的内环建设。

为了使静止的水域富有生机，人工修筑环渠，绿化植被是一个有效的途径。

总的说来，旅游景区的水，有张有弛，动静结合，与山林景观相结合为最佳。

4.点穴点穴也就是确定建筑的基址。

在景区规划中，穴指旅游景区最后的归宿之地，旅游景区的核心建设区域。

穴的选择，关键在于“内气萌生，外气成形，内外相乘，风水自成”。

通俗地讲，就是指景区内生机勃勃，植被茂盛；景区外山水围护，山岭葱郁、水流曲折。

旅游景区内外景观融洽而和谐，营造一个富有生机的自然环境。

编辑推荐

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>