

<<体验业改变未来>>

图书基本信息

书名：<<体验业改变未来>>

13位ISBN编号：9787802348646

10位ISBN编号：7802348641

出版时间：2013-1

出版时间：中国发展出版社

作者：振中

页数：260

字数：246000

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>

## <<体验业改变未来>>

### 前言

你愿意带你的小孩一起去体验陶瓷制作、传统造纸、模拟的地震、模拟的月球行走，和小孩一起学习关于这方面的科技、人文知识吗？

如果你是南方人，所在城市的郊区最近建了一个小小的人工草原，能让你纵马驰骋，还有蒙古包、塞外食品、蒙古式篝火晚会等内容，你愿意体验一下吗？

如果有一个演艺体验公司，你可以同你的恋人或小孩亲自参加演一个剧本片断，演艺体验公司提供指导、场地、道具以及必要的配角，并将你们的演出摄制下来刻录成DVD赠送给你，你愿意体验一下吗？

有需求就会有市场。

本书就是试图告诉人们，其实我们还有体验的需求，我们可以提供各种体验服务来满足消费者的体验需求，来形成一种新的生产，新的市场，新的经济和产业，新的财富源泉。

近几年来，有关体验的报道频频见诸报端。

一则新闻是介绍青年学生在科技馆体验月球行走的，画面上的少男少女很兴奋地像宇航员一样“飘飘然”地行走着。

这种体验深深地吸引和影响了他们，也让笔者意识到体验业的产业价值和魅力，以及由此产生的巨大的消费需求和经济利益。

第二则新闻是一群老师带着孩子在一个陶瓷博览会上体验制作陶瓷，大家也很兴致盎然。

第三则新闻是北京全聚德烤鸭店在店庆期间举办了一个活动，即让顾客在技术人员的指导下体验烤鸭的过程，画面上那位中年妇女看上去也是很有兴趣、很愉快的样子。

这些信息都显示了体验业的重要性。

2006年8月，笔者正式开始了本书的写作。

让人高兴的是，从2006年开始写本书至今，社会上涌现出来的各种体验服务越来越多。

但是，这些体验服务总量规模还较小，尚未形成真正的体验产业，也缺乏系统的理论作为其发展的精神支持。

笔者希望能有一批有识之士，看到体验业的价值及其潜力所在，大力推动我国乃至全世界的体验服务迅速发展，成长为一个真正的产业，既造福人们，也成就自己。

感谢我的父母，他们不仅抚育了我，而且在极其艰难的情况下尽力支持我接受较好的教育。

也要衷心地感谢我的姐夫和姐姐，他们在支持我的学业时不遗余力，像父母一样揽起这份额外的责任。

同时，还要感谢您，亲爱的读者，感谢您选择和阅读本书！

祝愿您阅读后有一些小小的收获。

虽然笔者是尽力而为，但由于学识水平和获取资料的途径有限，加上资料甄别的难度大等原因，本书难免会出现一些不足或错误，欢迎大家提出宝贵的建议和批评指正。

电子邮箱：41396951@qq.com 博客：tiyanye.blog.sohu.com 作者 2012年10月

## <<体验业改变未来>>

### 内容概要

《体验业,改变未来》作者六年磨一剑,以独特的视角讲述了体验的相关概念、体验项目的分类,分析了发展体验业的市场需求和经营策略,并提出了部分体验企业的创业方案,这对体验企业的从业者有很好的借鉴作用。

《体验业,改变未来》要告诉人们,体验无处不在,每个人也有体验的需求:不是专职陶瓷工,也可以过一把陶瓷制作瘾;不住在草原,同样可以体会到纵马驰骋的潇洒……

## <<体验业改变未来>>

### 作者简介

振中，2005年毕业于北京中央财经大学。  
现居深圳，正在筹办国际、国家体验行业组织、论坛、网站等机构。

## <<体验业改变未来>>

### 书籍目录

#### 第1章 生活中的体验业

- 体验模拟地震 学习生活科学
- 让消费者体验失重飞行的美国“零重力”公司
- 儿童职业体验馆发展迅猛
- 景德镇体验陶瓷制作的游客日益火爆
- 体验有趣的传统婚礼
- 新兴的体验项目——激光镭射野战
- 潜水体验成为时尚项目

#### 第2章 体验的相关概念及属性

- 什么是体验
- 体验的四大属性
- 一些不属于体验的行为
- 体验业的主要属性及与娱乐等的区别
- 体验资源的基本属性和种类
- 体验经济理论
- 体验业与体验营销

#### 第3章 体验和体验项目的分类

- 按体验对象不同进行分类
- 按体验目的不同进行分类
- 按主要消费者的来源地不同进行分类
- 按体验对象与日常需求的关系进行分类
- 其他分类

#### 第4章 为什么要发展体验业

- 体验业——财富新源泉
- 体验业——获取成绩的新途径
- 体验业——促进文化新发展
- 体验有风险，投资需谨慎

#### 第5章 体验消费需求分析

- 物质和生命的存在与发展
- 意识与体验需求
- 心理调节与体验需求
- 体验需求属于人的高级需求
- 影响体验需求的因素

#### 第6章 体验消费市场分析

- 根据年龄划分的消费市场
- 按经济发展水平划分的消费市场
- 按日期特殊性划分的消费市场
- 按文化体验资源划分的消费市场

#### 第7章 体验企业的经营策略分析

- 投资项目分析
- 服务内容的经营策略
- 营销策略分析
- 体验服务的推广

#### 第8章 体验资源及未来

- 重要的体验资源

<<体验业改变未来>>

展望体验业的未来

第9章 部分体验企业的创业方案

演艺体验企业创业方案

乡村生活体验企业创业方案

野外生存体验企业创业方案

军事体验企业创业方案

第10章 体验服务商

国内外现有的部分体验服务提供商

部分其他不规则的体验服务

参考文献

## <<体验业改变未来>>

### 章节摘录

版权页：插图：3 一些不属于体验的行为 单纯的看和听等不属于体验 笔者认为，对新事物的体验是一个综合而立体的行为，它需要体验者充分调动自己的视觉、嗅觉、听觉、触觉和味觉，以具体的动作、行为来接触和感受新事物。

虽然并不是要求每一次体验都必须全部用到上述工具或行为，但是至少应该是多项组合的。

因此，笔者认为，一般情况下，单纯的看和听等不适宜视为真正的体验。

举例来说，在傣族泼水节上，如果游客只是旁观，那么他的行为算不上体验行为，只属于旅游行为；如果游客参加了泼水节目，体验了泼水的快乐和情趣，则他的行为既构成旅游行为，又属于体验行为。

进一步说，如果当地旅游开发部门没有设计游客参与的环节，则他们仅仅是在发展旅游业；如果设计了游客参与的环节，则他们既在发展旅游业，也在发展体验业。

在此情况之下，正因为人的多个器官参与了体验过程，所以体验中的学习更加高效，人们所获得的知识 and 感觉也不会轻易被忘记。

亚里士多德在《形而上学》中认为，人们在通过感觉认知世界时依靠最多的是视觉。

视觉确实是非常重要的体验手段，相对于触觉、嗅觉、听觉等，视觉既是方便快捷的，也是容易实现的，同时还是获得信息最多的（如嗅觉难以提供很多的信息，有时听觉无法获得任何相关信息）。

但是在这里，读者要注意，笔者的定义是，仅仅依靠视觉和听觉是不能构成合格的体验的。

这一点直接导致了旅游业和体验业的诸多区别，本书中会多次提到这些区别，请读者留意。

玩电子游戏不属于体验 现在很多电子游戏是三维的大型游戏，玩这种游戏在某种程度上符合普通汉语语义上的体验，但是不属于本书所定义的体验。

例如有的游戏内容是赛车，玩游戏者即使没有驾驶经验，也可以挑选自己喜欢的虚拟赛车，然后在虚拟的立体的马路上驾驶赛车一展身手，或与其他人一决雌雄。

由于虚拟的高度逼真性，玩游戏者能在一定程度上体验到真正赛车的一些感觉或经验。

类似的游戏还有驾驶战斗机攻击敌方，在某个三维环境中的枪战、搏击等。

## <<体验业改变未来>>

### 编辑推荐

体验业给我们带来知识与欢乐，将变革知识与休闲时代。  
体验业带来全新的休闲方式，《体验业,改变未来》将带你走进一个全新的领域——体验业。

<<体验业改变未来>>

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>