

《深圳旅游市场初论》

图书基本信息

书名：《深圳旅游市场初论》

13位ISBN编号：9787503215742

10位ISBN编号：7503215747

出版社：中国旅游出版社

作者：骆仲遥

页数：346

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

书籍目录

目录	
序一	
序二	
前言	
第一章 深圳旅游市场面临的竞争态势	
第一节 我国旅游业的发展历程和现状	
一 我国旅游业的发展历程	
二 我国旅游业的起步	
三、我国旅游业发展的现状	
四、我国旅游业的腾飞	
五 我国旅游业接待海外旅游者概况	
六 1997年我国旅游业概况	
第二节 广东省旅游业的发展与现状	
第三节 深圳周边部分省市旅游业概况	
一 广州市旅游业发展概况	
珠海市旅游业发展概况	
三 汕头市旅游业发展概况	
四 厦门市旅游业发展概况	
五 海南省旅游业发展概况	
第四节 深圳旅游业的发展与现状	
深圳旅游业的起步	
二 深圳旅游业的发展	
第五节 深圳旅游市场面临的国际竞争态势和影响	
一 国际旅游市场概况	
二 亚洲和太平洋地区旅游业现状	
三 国际旅华市场的新变化	
四 2010年世界旅游业发展预测	
五 亚洲金融危机对旅游业的影响	
六 香港旅游业概况	
七 日本的旅游政策及旅华市场形势	
八 韩国的旅游政策	
九 马来西亚的旅游政策	
十 澳大利亚的旅游政策	
第六节 深圳旅游市场面临的国内竞争态势	
第二章 旅游市场的变化与趋势	
第一节 世界旅游发展趋势	
第二节 亚洲旅游市场格局的变化	
第三节 深圳旅游市场的变化与趋势	
一 客源流向的变化	
二 客源结构的变化	
三 旅游方式的变化	
第三章 深圳旅游市场面临的困难和问题	
第一节 国际方面的因素	
一 外部因素	
二 市场力量	
第二节 国内方面的因素	
一 当前影响旅华市场的主要问题	

二 我国旅游业发展的制约因素

第三节 客观原因剖析

第四节 主观原因剖析

一 结构不平衡 布局不合理

二 旅游企业自身的原因值得引起重视

三 旅游商品创汇不突出

四 深圳旅游环境尚待改善

第四章 市场开发的对策

第一节 加强“大旅游”观念的宣传，取得全社会各行业的参与和支持

一 旅游形象的设计与促销

二 建立和完善市场服务体系

三 积极策划，精心组织和指导盛事活动

第二节 加大宣传促销的广度和力度 积极拓展国际国内两个市场

一 增加促销投入

二、提高专业水准，注重拓展实效

第三节 加强市场调研和现代信息技术的应用 适应市场竞争与变化

一 增创新优势必须首先做好调查研究

二 应用现代信息技术，迎接新的市场挑战

三 针对市场变化，采取相应对策

第四节 挖掘客源市场潜力 营造新的增长点

一 台湾市场

二 俄罗斯市场

三 美国市场

四 英国市场

五 加拿大市场

六 印度市场

第五节 注重旅游产品的开发，不断拓展“拳头”产品

一 大力发展特种旅游产品

二 大力开展人文旅游

三 顺应旅游潮流 提高供给水平

第六节 细分游客市场 建立和健全旅游商品生产与销售体系

第七节 注重旅游教育体系 培养市场营销人才

第八节 注重科技发展在旅游发展中的作用

第九节 充分发挥旅游管理部门的宏观调控与管理职能 促进旅游业更快的发展

一 被动参与

二 主动参与

附录 作者旅游文选（1993—1998年）

后记

《深圳旅游市场初论》

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:www.tushu111.com