

<<旅游策划>>

图书基本信息

书名：<<旅游策划>>

13位ISBN编号：9787309055450

10位ISBN编号：7309055454

出版时间：2007-6

出版时间：复旦大学出版社

作者：沈祖祥

页数：427

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>

<<旅游策划>>

前言

一位旅游策划先行者和他的定制化旅游策划原创样本余明阳国际信息科学院院士，中国策划研究院终身院长，上海交通大学品牌研究所所长、教授、博士生导师复旦大学旅游系沈祖祥教授邀请我为他的新作《旅游策划——理论、方法与定制化原创样本》作序，高兴之余，又有点诚惶诚恐。

至今为止，我写过不下几十个序，但沈教授和我素未谋面，不知道是否拿捏得准。

但看了沈教授的简历以后，心中便油然而生一种亲切的感觉。

我跟沈教授起码有很多共同之处，相信我能读得懂他。

首先，我们俩是同龄人，都属兔；其次，我们俩都毕业于复旦大学，是校友；第三，他学历史出身，我学哲学出身，俗话说，文史哲是一家；第四，他研究旅游，我研究品牌，旅游离不开品牌，旅游也是品牌研究的重要领域；第五，他崇尚策划与创新，我做了近二十年的策划，而且从中国策划研究院成立至今一直担任院长一职，对策划的理解有共同之处；最后，他做旅游指导，我爱旅游实践，国内外的重大旅游景点我基本全去过，想到这里，就斗胆接下了这个任务。

沈教授的书有很多亮点值得关注，我读下来觉得有几个方面是应当引起读者朋友们注意的。

一、以理论的思路指导实践，以实践的素材丰富理论。

中国的大学在评估体系方面这几年颇受指责。

有人说什么叫大学教授？

所谓大学教授，就是把人人都知道的事情说的谁都听不懂，本来老百姓挺明白，教授一说便云里雾里不知所云，美其名曰这是学术的高深。

于是大学里有一种很不好的习惯，就是理论跟现实严重脱节。

学术界听不懂实际工作者的话，实际工作者也听不懂学者的话。

一方面，急需指导的实际工作者在苦苦摸索，希望寻找理论上的依据，而另一方面，学者却热衷于在书斋中自娱自乐，写着谁都看不懂的论文，玩着学术游戏，以申报上一项课题作为成功的一半，以发表完一篇论文作为工作的完成。

至于社会影响、现实功能一概可以忽略不计。

这样一来，不但导致中国高校资源的严重浪费，也会导致中国的企业因缺乏科学指导而屡屡在同样的问题上付出学费。

<<旅游策划>>

内容概要

现代人们在旅游策划上涂抹了太多的神秘色彩。

旅游策划的魅力到底在哪里?旅游策划者的智慧真的来自神助吗?旅游策划真的像人们所说的那样高深莫测吗?旅游策划“迷雾重重”。

本书以一个旅游策划先行者的眼光,观察和重新绘制“世界旅游策划地图”,从策划出发,发现新的世界旅游体系和标杆,探求旅游成功的世界方法,关注国际视野中的旅游策划态势,为中国旅游策划进程中已经存在或可能出现的问题,寻求多元化的解决方案。

为中国旅游策划的崛起求解,为中国旅游策划的发展求路。

深度解读中国旅游策划的历史与现状,全程记录中国旅游策划的发展过程及其变迁。

系统总结中国旅游策划理论与实践的经验得失,认真探究中国旅游策划风格和流派的滥觞;

深刻记录一个旅游策划者从流放自我到找到自我的心路历程,让你感受一种叫做旅游策划的力量;努力描绘波澜壮阔的中国旅游策划变化的宏大图景,对旅游策划深度解密; 全程回溯和解剖旅游策划由感知——起起伏伏的跳动脉搏,体味——峰回路转的产业激变,到记录——荣辱苦甘的策划沧桑;

; 一处突出重围的曾经战场,一部理念交织实践、困顿伴随突破、以学术精神和态度写作的旅游策划“思想”著作,一部本土化原创性旅游策划实战“纪实”文集,同时也是一部旅游策划的“另类”教案!

<<旅游策划>>

作者简介

沈祖祥，男，1963年生，上海市崇明县人。

1985年毕业于上海复旦大学历史系。

90年代中叶起，“喜新厌旧”，被迫转行旅游。

现为复旦大学旅游系副教授，近百家市、县、区政府及企业旅游顾问。

主持各类旅游规划及策划项目二百余项。

一个沉默寡语，但在思想和行动上绝不安分守己，喜欢激荡思想，特立独行，对旅游缺乏热情但被迫狭路相逢，且行且吟的孤独跋涉者。

在并不热烈但却还算欢腾的喝彩声中，竭尽全力将学术幻化为美妙的舞台，凭借自己的努力和命运的眷顾出版了国内第一部旅游策划学著作《旅游策划学》和《旅游智业先锋--沈祖祥旅游策划理论与实践》，主编有《中国旅游MBA丛书》、“大学旅游系列教材”、“21世纪大学旅游教材”、“21世纪旅游管理”丛书以及《旅游与中国文化》、《旅游文化概论》、《旅游文化学导论》、《中国宗教旅游》、《旅游心理学》等著作。

不经意间，成为一个著作等身的“现代文盲”。

<<旅游策划>>

书籍目录

序一 一位旅游策划先行者和他的定制化旅游策划原创样本
 序二 沈祖祥, 中国旅游策划先行者前言
 定制化旅游策划的原创样本——独立旅游策划的现实与理想
 上篇 悲哀地亲吻旅游策划的思想灵魂——我和我追逐的梦
 第一章 我和我追逐的梦
 一、朝朝暮暮 暮暮朝朝
 二、和旅游策划狭路相逢
 三、思想魔方在披荆斩棘中行进
 第二章 历练冰与火的折磨
 一、抛出学者生命的真实弧线
 二、教书: 一种营造自己目标和梦想的边走边想
 三、读书: 不过是一个姿态, 而不是内容
 四、写作: 我不是一个非常“听话”的作者
 五、演讲: 走来走去的精神归宿
 中篇 定制化旅游策划的原创样本——我策划我作主
 第三章 旅游资源开发策划——后旅游时代, 旅游资源重几许
 一、画河漂流: “稀缺”造就“价值”——安徽宁国东津河漂流“借船出海”策划纪实
 二、1000个观众眼中有1000个哈姆雷特——同质资源“妙笔生花”策划纪实
 三、发现, 需要一双睿智的眼——江苏盱眙旅游“第一”资源“人无我有”发掘策划纪实
 四、慈母手中线, 牵动的是我们哪一根“神经”——浙江湖州孟郊故里“剑走偏锋”策划纪实
 第四章 旅游规划策划——规划是一种大手笔的整合
 一、做些加法, 做些减法: 规划修编的不二法则——浙江安吉县旅游发展总体规划修编“加减乘除”策划纪实
 二、创新无处不在: 旅游设施“景观化方案”鲜活出炉——浙江丽水旅游设施“多管齐下”策划纪实
 三、旅游度假村: 一半是海水, 一半是火焰——江西吉安君山湖度假村“以小博大”策划纪实
 四、在纷繁的时代, 走归零之路——宁波四明山旅游度假区“一指禅定”策划纪实
 第五章 旅游营销策划——商业的价值在旅游的梦想中飞升
 一、一套专注的细节执行——河南郑州康百万庄园“三点合一”营销策划纪实
 二、我营我销我作主——国际儿童旅游嘉年华策划纪实
 第六章 旅游战略策划——数策划成败, 还看战略
 一、森林公园之森林旅游的非典型性策划——江苏盱眙铁山寺国家森林公园规划“五位一体”策划纪实
 二、温酒出天关, 美名扬天下——浙江天关山酒业“借力打力”发展战略策划
 三、从大地中寻找生命的灵感——秦皇岛市祖山风景区“颠覆传统”策划纪实
 第七章 旅游品牌策划——品牌乃是旅游的核心竞争力
 一、合纵连横: 迅速打造中国旅游的世界品牌——长三角旅游发展总体规划“轻舞飞扬”策划纪实
 二、去除老品牌的品牌魔咒——宁波东方伊甸园“内涵外延”策划纪实
 第八章 旅游形象策划——形象的价值决定自身的价值
 一、惊世骇俗, 一飞冲天——浙江舟山普陀区打造“世界福都”旅游主题形象“一字共振”策划纪实
 二、颠覆传统, 再造流程——温州瑞安旅游“流程再造”策划纪实
 三、可以预想一个不远的将来——浙江安吉白茶园策划纪实
 第九章 旅游产品策划——整合的效益: 1+1>2
 一、现代智慧的重组, 整合策划渐行渐近、浮出水面——浙江安吉竹博园“一站式”整合策划纪实
 二、资源整合: 串联遗失的美好——浙江安吉天荒坪“掌心工程”策划纪实
 三、王者归来: 一场关于星星和月亮的成长对话——中国大竹海“奔月工程”策划纪实
 四、踏破铁鞋寻“洞”: 为美丽插上想象的翅膀——浙江湖州水云洞景区“能量扩散”策划纪实
 第十章 旅游概念策划——概念炒作, 旅游聚焦的黄金法则
 一、“黄浦江源”: 裂变安吉旅游格局——浙江安吉黄浦江源“无中生有”策划纪实
 二、发现神秘世界里的“桃花源”——浙江舟山东极岛“无限超常”策划纪实
 三、光怪陆离“蒙太奇”, “白马”摇身变“黑马”——山西晋城白马寺山森林公园“蒙太奇”策划纪实
 第十一章 旅游节庆策划——捕捉城市节庆名片背后的旅游商机
 一、中国节庆国际化的可能性——青岛国际啤酒节“反弹琵琶”策划纪实
 二、温州旅游: 有“金”可“淘”——中国财富旅游文化节策划纪实
 第十二章 旅游事件策划——寻找支点, 撬动地球
 一、用“中国元素”演绎“世界主题”——2010年中国上海世博会中国馆主题策划纪实
 二、给孩子一本好的教辅读物, 送孩子一个美丽人生旅途——“跟着课本游中国”策划纪实
 下篇 奋力破解旅游策划的理论密码——规划是技术 策划是艺术
 第十三章 旅游策划原理
 第一节 策划概述
 一、策划历史
 二、策划的定义
 三、策划的类型
 第二节 旅游策划概述
 一、旅游策划的概念
 二、旅游策划的本质
 三、旅游策划的基础
 四、旅游策划的类型
 第三节 旅游策划的理论学科体系
 一、旅游策划的研究对象
 二、旅游策划的学科特点
 三、旅游策划的学科性质
 四、旅游策划的理论体系和内容体系
 五、旅游策划研究的内容
 六、构建旅游策划学科体系的意义和方法
 第十四章 旅游策划的特征
 第一节 旅游策划的谋略特征
 一、旅游策划的谋略特征
 二、旅游策划的战略特征
 第二节 旅游策划的可持续发展特征
 一、

<<旅游策划>>

- 、 旅游策划的公平性 二、 旅游策划的持续性 三、 旅游策划的资源观 四、 旅游策
- 划的协调性 五、 旅游策划的全球观 第三节 旅游策划的智力特征 一、 旅游策划的“
- 三高”特点 二、 智力在旅游策划中起主导作用 三、 智力在旅游策划中起“核能”作用
- 第四节 旅游策划的创造特征 第五节 旅游策划的程序特征 第六节 旅游策划的风险特征
- 第七节 旅游策划的竞争特征 第八节 旅游策划的集体性特征 第十五章 旅游策划的原则 第
- 一节 旅游策划的个性原则 第二节 旅游策划的旅游原则 第三节 旅游策划的文化原则 一
- 、 旅游策划的文化背景 二、 文化差异与旅游策划表现 三、 文化是旅游策划的核心和灵
- 魂 第四节 旅游策划的可持续原则 第五节 旅游策划的创新原则 一、 旅游策划的求
- “新”创新原则 二、 旅游策划的求“异”创新原则 三、 旅游策划的求“最”创新原则
- 四、 旅游策划的求“需”创新原则 第六节 旅游策划的系统原则 一、 整体谋划原则
- 二、 结构谋划原则 第七节 旅游策划的主题原则 第八节 旅游策划的道德原则 第九
- 节 旅游策划的心理原则 一、 旅游策划者的心理状况和心理素质 二、 旅游策划应以旅游
- 者的心理需要为出发点 第十节 旅游策划的效益原则 一、 社会效益原则 二、 经济效
- 益原则 第十一节 旅游策划的优化原则 一、 最优理论 二、 旅游策划中的最优原则
- 第十二节 旅游策划的弹性原则 一、 系统弹性 二、 精神弹性 三、 过程弹性
- 第十三节 旅游策划的全胜原则 第十四节 旅游策划的操作原则 第十五节 旅游策划的艺术原则
- 第十六章 旅游策划的程序 第一节 旅游策划程序 一、 国外学者对策划程序阶段的划分
- 二、 国内学者对策划程序阶段的划分 三、 旅游策划程序的基本模式 第二节 旅游策划
- 程序的第一阶段: 界定问题阶段 一、 选定合适的策划人(或小组) 二、 界定问题 第
- 三节 旅游策划程序的第二阶段: 拟定计划阶段 一、 拟定计划 二、 组织分工 第四节 旅
- 游策划程序的第三阶段: 调查分析阶段 一、 确定调查的内容 二、 收集二手资料
- 三、 收集原始资料 四、 整理资料 第五节 旅游策划程序的第四阶段: 策划创意阶段 一
- 、 创意的来源 二、 寻求策划创意的线索 三、 确立策划方案 第六节 旅游策划程序的
- 第五阶段: 写作策划书阶段 第七节 旅游策划程序的第六阶段: 修改和实施阶段 一、 答辩(征
- 求意见) 二、 修改 三、 实施 第十七章 旅游策划的技巧 第一节 旅游策划的“金三
- 角” 第二节 旅游策划中的“势” 一、“势”的定义及其在旅游策划中的作用 二、
- 旅游策划中“势”的运用 第三节 旅游策划中的“时” 一、 旅游时机的特点 二、 旅
- 游策划中“时”的把握 第四节 旅游策划中的“术” 第十八章 旅游策划智慧宝典 第一节 旅
- 游策划怎样发现亮点 一、 什么是亮点 二、 发现亮点必须坚持“三性”原则 三、
- 亮点营造法则 第二节 旅游策划怎样打造卖点 一、 什么是旅游卖点 二、 旅游卖点的
- “梦想”主张: 旅游卖点到底“卖”什么 三、 旅游卖点的五重境界理论 四、 旅游卖点的
- 营造法则 五、 旅游卖点提炼的两种途径 第三节 旅游策划怎样寻找主题 一、 什么是
- 旅游主题 二、 旅游“主题”策划问题面面观 三、 旅游策划的主题提炼与确定法则
- 第四节 旅游策划怎样魔鬼定位 一、 旅游策划须定位先行 二、 旅游策划定位的核心和实
- 质 三、 旅游策划的魔鬼定位理论 四、 旅游策划“五位定位”的思想和方法 五、
- 旅游策划“三元定位”理论 第五节 旅游策划怎样创新概念 一、 旅游概念的策划 二
- 、 旅游产品概念策划须坚持的三个原则 三、 旅游概念策划的“三气”理论 四、 旅游概
- 念营造的“十性标准” 后记 穿越时空的凄美之鸟

<<旅游策划>>

章节摘录

(二) 一个不去博览群书的现代文盲对于阅读, 我一直都无法培养出极大兴趣, 也无法让它成为工作和生活中的良好习惯。

虽然我也知道, 博览群书的阅读对一个人是多么的重要, 尤其是从事高校教学与科研的学者、教师, 但我依然缺乏激情和欲望。

在这个信息科技高速发展的时代, 我不懂外语, 甚至不会电脑, 不懂上网, 感觉自己真像个标标准的现代文盲。

(三) 不想为附庸风雅而去买书装点门面我不但不喜欢读书, 并且也极少买书, 不仅没有逛书店的习惯, 甚至连学校图书馆也懒得去。

自己都有些纳闷, 怎么对书就那么没感觉, 少了根筋似的漠然。

不过, 后来我也想通了, 读书就和很多事一样, 是强求不来的。

附庸风雅为买书而买书没有意义, 装腔作势装点脸面没有必要, 与其虚伪的勉强, 不如坦然面对本真的自己。

(四) 从来都没有知识匮乏产生的困惑书到用时方恨少, 这是常态, 而我很少面临这样的尴尬。

比如当年写《择日》, 写《旅游与中国文化》, 我没有任何这方面的基础知识, 临时抱佛脚, 学习了一些相关术语, 就写了。

又比如, 我为上海百味佳餐饮企业做规划, 没有任何餐饮企业的经验, 又从来不搞饭店管理研究, 只是到那家连锁餐饮饭店看了一天, 回来翻了些餐饮管理方面的书, 就写了。

结果大家都说我写得好。

其实所有的事情都是触类旁通的, 只是术语有所区别。

(五) 真正看完的书屈指可数不会超过50本从小到大, 除了教科书, 我认真看完并研读的书不超过50本, 大部分的书都让人看不懂。

我有我的方法。

我相信, 无论是文化还是文明, 智慧还是精神, 都包含着一个传承的问题, 说到底, 就是一个“根”

。经典, 凝聚的是理想和智慧, 是永恒存在的知识, 是恒长之真理。

先秦的文字、古代的书, 是我们文化的根和源。

因此, 我倾向于读经典的书, 因为觉得它们是最有价值的, 蕴涵着普遍而具有指导性的真理, 会对我们的行为处事以及思维方式产生重大影响。

<<旅游策划>>

后记

穿越时空的凄美之鸟“品牌：穿越时空的凄美之鸟”，是我于2006年岁末在海南三亚由中国品牌协会等单位联合主办的“首届中国旅游品牌大会”上，作为大会演讲主讲嘉宾所作的主题报告的演讲题目。

光阴流转，击节称叹：.无论是在时间的距离还是空间的尺度中，旅游策划带给我的不正是这种企图逃避天定命运的遥望想象吗？

我不正是在旅游策划领域，将时间的具体刻度模糊，又将自己个人生命中的无数细节仔细打磨，使它发光、发亮的那只凄美之鸟吗？

旅游策划，一路伴随辛酸。

第一个感谢的首先是我自己，因为我依然还能坚守这块阵地，并且能够穿越形式，感悟生命，一次又一次地理解生命的坚强和脆弱。

其次，的的确确需要感谢的是我的爱人和我的孩儿。

家庭生活原本烂漫多彩，但却都因我经历着那么多的动荡和矛盾，混杂许多心酸和无奈。

他们负载生命和灵魂的绘画与他们的关怀一起给了我内心的温暖和感动。

还有，感谢这几年来我一届又一届的研究生，陪伴我在旅游策划的荒原上奔跑。

感谢许春霞、张蕾、李雪峰、马海鹰、冯飞、徐颖等为项目完成及书稿出版曾经作出的努力。

同时还要感谢上海交通大学管理学院品牌研究所所长、教授、博士、博士生导师，国际信息科学院院士、中国策划研究院终身院长，著名品牌策划专家余明阳教授，中国营销学院院长丁一教授给予的热情洋溢的鞭策、鼓励、强力推荐以及精彩点评。

书稿曾经取名《一个旅游策划先行者和他的定制化旅游策划原创样本》、《旅游策划：走来走去的灵魂归宿》、《旅游策划：穿越时空的凄美之鸟》，后来也曾一度设想用《我和我追逐的梦——沈祖祥旅游策划实战纪实》、《定制化旅游策划的原创样本》这样稍微有点个性化的书名，但遭到了学者朋友们的规劝，理由非常简单，而且也非常充分：这是理论书、学术书，于是被迫只好再玩一次深沉。

<<旅游策划>>

媒体关注与评论

这样的书不但在旅游界罕见，在整个中国的学术界都难能可贵--著名品牌策划专家余明阳教授一位旅游策划先行者和他的定制化原创样本--著名营销策划专家丁一教授

<<旅游策划>>

编辑推荐

《旅游策划:理论方法与定制化原创样本》：“理论+应用”、“实战+纪实”、“史料+传记”、“学术+案例”，所有这些融为一体，高度契合，构成《财务管理概论》的亮点和卖点。

所以，你应当看看这《旅游策划》，看看作者如何利用旅游策划原理、理论和方法，按照一些你以往从未想到的规则创新理论，独步方法，作出一些最后导致成功的正确判断。

其中的诀窍，绝对是值得你慢慢阅读、慢慢摸索的。

一部理念交织实践，困顿伴随突破，以学术精神和态度写就的旅游策划“思想”著作。

一部本土化原创性旅游策划“实战”纪实文集，一部旅游策划的“另类”教案。

全程回溯一个“旅游策划先行者”的心路历程，解剖旅游策划由感知——起伏的跳动脉搏，体味——峰回路转的产业激变，到记录——荣辱苦甘的策划沧桑。

<<旅游策划>>

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>