

深圳旅游市场初论



[深圳旅游市场初论_下载链接1](#)

著者:骆仲遥

出版者:中国旅游出版社

出版时间:

装帧:平装

isbn:9787503215742

作者介绍:

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史和现状

一 我国旅游业的发展历史

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支持和参与
- 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
· · · · · (收起)

[深圳旅游市场初论_下载链接1](#)

标签

评论

[深圳旅游市场初论_下载链接1](#)

书评

[深圳旅游市场初论_下载链接1](#)