

<<中国旅游饭店业二十年>>

图书基本信息

书名：<<中国旅游饭店业二十年>>

13位ISBN编号：9787503230004

10位ISBN编号：7503230002

出版时间：中国旅游饭店业协会 中国旅游出版社 (2006-11出版)

作者：蒋齐康 编

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>

## <<中国旅游饭店业二十年>>

### 内容概要

《中国旅游饭店业二十年（1986-2006）》分回顾与评论、历史文献、中国旅游饭店业协会大事记；资料与数据；标准与规范5部分。  
内容包括我国旅游饭店档次评判标准研究；关于我国旅游饭店投资失控问题的思考；星级制度法律关系的特殊性；论我国饭店实施绿色营销的现状、任务和发展趋势等。

## &lt;&lt;中国旅游饭店业二十年&gt;&gt;

## 书籍目录

回顾与评论从追逐市场的企业到资本追逐的产业——中国旅游饭店业二十年发展进程评论(1986~2006)历史文献我国旅游饭店档次评判标准研究(刘晓光白京生刘晓军)关于我国旅游饭店投资失控问题的思考(张凌云)企业文化——饭店生存和发展的基础(叶培)论涉外酒店中的主客关系及其他——海峡两岸旅游研讨会(申葆嘉)试论酒店法律关系的特殊性——兼论酒店立法的必要性(李力)星级制度与饭店业市场管理(魏小安)中国旅游饭店业的十大跨越——献给建国五十周年和改革开放二十年(王大悟)关于旅游饭店发展失衡的思索(宋志伟 刘德谦)中国饭店企业集团化战略：发展模式与政策导向(邹统钎)论我国饭店实施绿色营销的现状、任务和发展趋势(袁国宏)透析饭店可持续发展的优化模式与有效机制——来自现代饭店实用运转学的运作理念与运营实践(张楠武建国)中国内地外方管理饭店人力资源管理现状及对策研究(谷慧敏)试论我国经济型饭店发展的基础及意义(张辉秦宇厉新建)我国饭店集团品牌结构的战略选择(邹益民戴维奇)“非典”对提升饭店业经营管理的启示(王建平)关于中国城市饭店产业评价的思考(张润钢)论我国本土旅游饭店集团与跨国旅游饭店集团竞争战略的选择木具体选择——兼论锦江国际集团竞争战略类型的选择(何建民)饭店管理实践中的常见法律问题三论(刘卫)中国内地与中国澳门饭店法规比较研究(王新建杨文棋)论中国饭店产业结构优化的宏观目标与路径选择(戴斌)中国旅游饭店业协会大事记辛勤服务的十年中国旅游饭店业协会大事记(1995~2005)中国旅游饭店业协会历届负责人名单资料与数据中国旅游饭店业二十年数据公报中国旅游饭店业1984~1985年统计资料中国旅游饭店业1987年统计资料中国旅游饭店业1988年统计资料中国旅游饭店业1989年统计资料中国旅游饭店业1990年统计资料中国旅游饭店业1991年统计资料中国旅游饭店业1992年统计资料中国旅游饭店业1993年统计资料中国旅游饭店业1994年统计资料……标准与规范

## &lt;&lt;中国旅游饭店业二十年&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：（三）跨国公司的扩张：管理与投资20世纪90年代中期前，饭店领域中的跨国公司在 中国只是小规模介入，以管理输出的方式为主，源于业主对专业化管理的要求，这一时期的代表包括 假日、喜来登、半岛和香格里拉等。

之后，更多的跨国饭店集团进入国内，它们的影响力逐渐扩大，向多个地域市场和客源市场扩张。 加入WTO后，中国的开放和国际化进程加快，政策透明度提高，投资壁垒进一步降低，成为外资进入 的又一个“黄金期”。

目前已有30多个知名的跨国饭店集团，包括洲际、希尔顿、喜来登、万豪、雅高、四季、凯悦、香格 里拉等全球饭店知名品牌均已经进入了中国市场，进入的速度在加快。

进入方式更为灵活多样，以前以管理输出为主，近期则是管理输出、带资管理、合资、独资、特许经 营、并购等多种方式综合使用。

另外，它们还通过信息技术和与航空公司等关联产业结成战略联盟的方式扩大影响力。

国外的房地产公司、投资银行与投资基金等开始以投资、收购等方式介入国内的饭店项目或饭店企业 ，主要对象是北京、上海等发达地区的高档酒店、酒店式公寓、写字楼等优质物业以及具有成长前景 的饭店企业。

跨国饭店集团已经实施了“全品牌战略”，一些顶级品牌相继进入北京、上海、广州等大城市，加上 以前的一些品牌，已形成了对当地市场的全面覆盖，国际品牌饭店成为中国饭店高档市场的领头羊。

跨国饭店集团已开始关注经济型饭店，宜必思、速8等在国内的出现证明了它们规模扩张的新动向。

目前，中国市场成为跨国饭店集团的重要战略市场，它们正逐步向网络化和集群化方向发展，已经启 动了“二线战略”，从而开辟了中外饭店较量的第二战场。

它们在占领和巩固沿海发达的大中型城市以及高档饭店市场的基础上，逐渐向内陆中小城市以及中低 档饭店市场大规模扩张，与本土饭店展开了直接竞争。

目前，跨国饭店集团的运作还仅仅停留在单体饭店，对中国的饭店集团还没有现实的并购与重组行为 ，但从发展趋势来看，跨国公司把中国饭店业纳入其全球范围的市场配置和要素组合则是必然的趋势 。

<<中国旅游饭店业二十年>>

编辑推荐

《中国旅游饭店业二十年(1986-2006)》由中国旅游出版社出版。

<<中国旅游饭店业二十年>>

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>