

<<中国入境游客的满意度和消费行为>>

图书基本信息

书名：<<中国入境游客的满意度和消费行为>>

13位ISBN编号：9787563718672

10位ISBN编号：7563718672

出版时间：2009-12

出版时间：旅游教育出版社

作者：肖潜辉 等编著

页数：440

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>

<<中国入境游客的满意度和消费行为>>

前言

肖潜辉先生是我的老领导，同时也是我的老朋友，所以生活中我习惯于尊称他老肖。

老肖的新作《中国入境游客的满意度和消费行为（1998～2007）》即将出版之际，约我为之作序，我欣然应允。

我之所以应允老肖为之作序，除去成人之美的朴素情感外，更主要是出于两点考虑：一来是出于对学术精神的尊敬，二来是出于对其新作的欣赏。

就其学术精神而言，教师出身的老肖，无论是在国家旅游局担任不同部门领导期间，还是在天命之年以非凡的勇气转作旅游实业之后，都始终坚持用自己独特的视角对我国旅游业的发展与改革进行不懈的学术解读和学术探讨。

正因为如此，我在担任南开大学旅游学系主任期间，曾多次邀请老肖到校为学生举办学术讲座，而每每都获得学生的高度评价。

后来，我因工作需要调任北京第二外国语学院担任院长，并在旅游管理专业研究生的培养中推行学术、实践双导师制度。

承蒙老肖厚爱，他欣然接受我的邀请，担任了旅游管理专业的硕士生导师，并以其雄厚的学术功底、严谨的学术作风和新颖的学术观点，赢得了学生的爱戴和尊敬，他的这部力作正是他率弟子辛勤耕耘的收获。

就其新作而言，在全球性金融危机严重影响我国入境旅游发展的特定背景下，这一选题本身就具有重要的现实意义，也体现出作者敏锐的学术洞察力和强烈的社会责任感。

该著作充分利用国家旅游局和国家统计局十年来发布的入境游客调查资料，系统总结了十年来我国入境游客在各地的消费行为，全面分析了入境游客对各地的满意度，对各地乃至在全国范围内更加有针对性地加强管理、提升品质和开拓市场具有十分重要的指导意义。

为此，作为国家旅游局分管行业的副局长，我要对老肖和他的弟子们表示诚挚的感谢。

希望我的同事们能够从中获得有益的指导，同时也希望旅游学人们能够从中获得有益的启示。

<<中国入境游客的满意度和消费行为>>

内容概要

就其学术精神而言，教师出身的老肖，无论是在国家旅游局担任不同部门领导期间，还是在天命之年以非凡的勇气转作旅游实业之后，都始终坚持用自己独特的视角对我国旅游业的发展与改革进行不懈的学术解读和学术探讨。

正因为如此，我在担任南开大学旅游学系主任期间，曾多次邀请老肖到校为学生举办学术讲座，而每每都获得学生的高度评价。

书籍目录

现状篇 第一章 我国入境旅游发展状况 第一节 我国入境旅游的国际排名 第二节 我国各地入境旅游情况 第三节 我国城市入境旅游情况 第二章 我国各地入境游客的消费行为分析 第一节 最能吸引入境游客消费(人均天花费)的目的地排名 第二节 最能吸引入境游客停留(平均停留时间)的城市排名 第三节 入境旅游者重游率最高的省(自治区、直辖市)排名 第三章 我国各地入境游客的满意度分析 第一节 入境游客对各省(自治区、直辖市)旅游服务质量的评价和排名 第二节 入境游客对各省(自治区、直辖市)旅游接待设施的评价和排名 第四章 我国各地入境游客的消费偏好度分析 第一节 入境游客对各省(自治区、直辖市)旅游资源的偏好度 第二节 入境游客对各地旅游商品的偏好度 历史篇 第五章 我国各地入境旅游排名分析 第一节 我国各地入境旅游人数的变迁 第二节 我国各地旅游外汇收入的变迁 第三节 我国主要旅游城市入境旅游人数的变迁 第四节 我国主要旅游城市旅游外汇收入的变迁 第六章 我国各地入境游客的满意度变迁 第一节 入境游客对各省(自治区、直辖市)旅游服务质量的评价和排名 第二节 入境游客对各省(自治区、直辖市)旅游接待设施的评价和排名 第七章 我国各地入境游客的消费偏好度分析 第一节 入境游客对各地旅游资源偏好度分析 第二节 入境游客对各地旅游商品的偏好度分析 第八章 我国入境游客的消费行为和满意度分析 第一节 入境游客的消费特征变化 第二节 入境游客的满意度变化 第三节 入境游客的消费偏好度变化地区篇 第九章 我国各地入境游客的满意度和消费偏好度的变迁 第一节 广东省入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第二节 上海市入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第三节 江苏省入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第四节 浙江省入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第五节 北京市入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第六节 福建省入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第七节 山东省入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第八节 云南省入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第九节 广西壮族自治区入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第十节 辽宁省入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第十一节 内蒙古自治区入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第十二节 四川省入境游客满意度和消费偏好度的变迁 第十章 结论 第一节 我国入境旅游满意度的回顾 第二节 我国入境旅游满意度的前瞻后记

章节摘录

插图：在入境接待人数第一级别的省（自治区、直辖市）排名中，各省（自治区、直辖市）偏好度相对较低，平均偏好度为40.6%，低于全国平均偏好度6.2个百分点，在三个级别的省区中排在最后。其中排在第一位的为北京市，偏好度为58.3%，较之全国平均偏好度高出11.5个百分点；排在第二位的为江苏省，偏好度为53.1%，较之全国平均偏好度高出了6.3个百分点；排在第三位的为浙江省，偏好度为40.2%，低于全国平均偏好度6.6个百分点；排在第四、第五位的为山东省和辽宁省，两者的偏好度相差非常小，分别为39.7%和39.4%，仅相差0.5个百分点；云南省和上海市的偏好度在30%以上，与全国的平均偏好度存在一定差距；排在最后一位的是广东省，平均偏好度仅为26.8%，低于全国偏好度20个百分点。

在入境接待人数第二级别的省（自治区、直辖市）排名中，各省（自治区、直辖市）偏好度较低，平均偏好度达到48.2%，高于全国平均偏好度1.4个百分点。

其中排在第一位的是河南省，偏好度为77.7%，较之全国平均偏好度高30.9个百分点；排在第二位的是陕西省，偏好度为47.2%，较之全国平均偏好度高0.4个百分点；湖北省的偏好度与安徽省持平，偏好度为47%，较之全国平均偏好度高出0.2个百分点。

以上四省份的偏好度都在47%以上，高于全国平均偏好度。

以下省（自治区、直辖市）的偏好度都低于45%，湖南省的偏好度为44.8%，低于全国平均偏好度2个百分点；四川省偏好度为41.1%，低于全国偏好度5.7个百分点；天津市的偏好度为40.6%，低于全国偏好度6.2个百分点。

在入境接待人数第三级别的省（自治区、直辖市）排名中，各省（自治区、直辖市）偏好度相对较高，平均偏好度为49.1%，高于全国平均偏好度2.3个百分点，在入境人数三个级别省区中排在第一位。排在第一位的是甘肃省，偏好度为72.1%，较之全国平均偏好度高出25.3个百分点；排在第二位的为山西省，偏好度为62.3%，较之全国平均偏好度高出15.5个百分点，偏好度水平较高；排在第三位的为西藏自治区，偏好度为61.4%，以上三个省区的偏好度水平都在60%以上，排在较前的位置。

以下省（自治区、直辖市）的偏好度水平都低于60%，但江西省、贵州省、吉林省的偏好度仍高于全国平均偏好度水平，其中江西省的偏好度水平为58.9%，高出全国偏好度12.1个百分点，贵州省偏好度为58.6%，高出全国偏好度水平11.8个百分点，吉林省偏好度为49.9%，高出全国偏好度3.1个百分点。重庆市、新疆维吾尔自治区、宁夏回族自治区、青海省、海南省五省区的偏好度都低于全国平均偏好度。

其中新疆维吾尔自治区偏好度为42.7%，低于全国偏好度4.1个百分点；宁夏回族自治区偏好度为41.3%，低于全国偏好度5.5个百分点；海南省偏好度为19.6%，低于全国偏好度水平27.2个百分点。

后记

入境旅游一直是笔者关注和研究的重点领域。

多年来，入境旅游的持续增长，掩盖了入境旅游管理的薄弱。

这种薄弱集中体现在入境旅游管理的基本理念上，是自我导向还是市场导向。

遗憾的是，前者一直在潜意识和无意识的状态下支配着不少入境旅游管理者和工作者的。

多年来，入境旅游管理者不重视市场调查，甚至不重视花费巨资已经作出的市场调查成果，不使用顾问，不重视一线业务人员的意见，更不懂得雇用海外公关公司，想当然决策，把国内的一套复制到海外，其效果可想而知。

好在入境旅游管理从来没有绩效考核体系，而中国的入境旅游得益于改革开放、经济增长和旅游资源的巨大比较优势，在多数年景增长不误。

从而造成了一种假象，似乎自我导向的一套很有成效。

长期以来，国家旅游局联合国家统计局，对我国的入境游客进行了不间断的抽样调查，每年正式出版调查资料。

虽然这一调查还有诸多可以完善的地方，但调查和资料的客观性和连续性，已经是极为难能可贵了。

可惜的是，有关部门对这些调查资料的重视和利用却远远不够。

在国家旅游局红色旅游办公室工作的时候，我想到借助业余时间，组织我的四个研究生一起来利用这一宝贵资料，对我国各地的入境旅游作一个客观的评价和分析，以吸引社会各界对这一资料的重视和利用，并告慰调查者，培养学生，特别是引起业界对入境旅游指导思想和基本工作方法的反思，进而助推我国入境旅游的发展。

我的想法很快得到学生们和出版社的赞同，接下来的是收集整理资料和分工写作之类。

<<中国入境游客的满意度和消费行为>>

编辑推荐

《中国入境游客的满意度和消费行为(1998-2007)》由旅游教育出版社出版。

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>