

<<中国旅游企业年度报告>>

图书基本信息

书名：<<中国旅游企业年度报告>>

13位ISBN编号：9787563720583

10位ISBN编号：7563720588

出版时间：2010-11

出版时间：旅游教育出版社

作者：谷慧敏，秦宇 主编

页数：199

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>

<<中国旅游企业年度报告>>

前言

北京旅游发展研究基地（以下简称基地）是北京市首批市级哲学社会科学研究基地，成立于2004年。北京第二外国语学院作为主要建设单位，通过四方共建协议与北京市教育委员会、北京市旅游局、北京市哲学社会科学规划办公室共同建设基地。

基地的建设宗旨是：以北京第二外国语学院北京市重点学科——旅游学科为基础，依托本校旅游发展研究院、旅游管理学院、旅游教育出版社，以及校外北京市旅游局、首都旅游集团、中国社会科学院旅游研究中心等机构，整合旅游及相关研究优势资源，紧紧围绕我国尤其是北京旅游业发展过程中亟待研究解决的重大理论和现实问题设计研究项目，推动我国及北京旅游研究领域的拓展、研究方法的创新和研究水平的提高，有效提升北京旅游教学、研究和旅游业发展在国际上的层次和地位。

第一个3年建设周期中，基地在北京市教育委员会和北京市哲学社会科学规划办公室等各级领导、部门的关心和指导下，在北京第二外国语学院领导的大力支持下，通过与北京市旅游局及各区县旅游局、各有关旅游企业、高等院校和科研院所的合作，取得了一批高质量的成果，为北京市及全国旅游研究和旅游行业发展作出了应有的贡献，实现了基地建设的第一期目标。

新一轮建设中（2008～2010年），基地的目标是，进一步提升基地的学术声誉和社会影响力，更好地为旅游研究和旅游产业发展服务。

而“狠抓标志性成果建设，打造权威报告品牌”是实现第二轮建设目标的一条重要途径。

今年乃至今后几年，陆续出版的标志性成果主要体现在两个方面：面向北京市旅游行政管理机构和实践单位的《北京旅游发展研究报告》；面向旅游学科学术研究领域、致力于旅游学科建设和人才培养的《中国旅游产业发展年度报告》、《中国旅游企业发展年度报告》、《中国旅游目的地发展年度报告》、《中国会展经济发展年度报告》（联合）、《中国旅游教育发展年度报告》（联合）、《中国旅游研究》、《国际旅游研究》等。

<<中国旅游企业年度报告>>

内容概要

本报告的宗旨在于追踪国内外旅游企业发展脉络，揭示旅游企业发展阶段性特征，并根据我国旅游业发展的趋势需要，吸纳当今国际国内重要旅游企业(集团)在经营管理上的新经验、新方法与新进展。

本报告研究对象包括知名国际国内旅游企业集团、新兴旅游电子商务企业，资料丰富，数据更新及时，是旅游企业经营管理者、旅游投资商、专家学者了解旅游企业发展脉络的重要著作。

<<中国旅游企业年度报告>>

作者简介

谷慧敏（1964年-），女，北京第二外国语学院旅游管理学院教授、副院长，经济学博士，硕士生导师，北京市创新团队学术带头人，北京市优秀中青年骨干教师，旅游管理学科学术带头人。

主要著作有《饭店管理理论与应用研究》、《国外著名饭店集团管理精要》、《旅游市场营销》、《国际饭店管理》、《旅游危机管理研究》、《饭店管理理论与实践》等。

担任《旅游管理》（Tourism Management），《国际旅游市场营销期刊》（Journal of International Travel Marketing），《旅游管理》、《饭店现代化》、《中国旅游饭店》等刊物编委。

在国内外刊物《康奈尔饭店与餐饮管理》（Cornell Hotel & Restaurant Administration）、《旅游管理》、《国际饭店管理期刊》（Journal of International Hospitality Management）、《旅游学刊》等发表学术论文50多篇。

主持北京市哲学社会科学规划项目，北京市教委重点课题，国家旅游局、北京市旅游局、中国旅游饭店业协会等机构近20项课题。

主要研究方向：中外饭店管理比较研究、旅游与服务营销、旅游人力资源管理、旅游危机管理。

秦宇（1973年-），男，云南昆明人，北京第二外国语学院旅游管理学院饭店管理系主任，经济学博士，副教授，主要研究方向为企业战略管理与服务运营管理。

李宏（1974年-），女，北京第二外国语学院旅游管理学院副教授，管理学博士，北京市中青年骨干教师。

主要研究方向为旅行社管理和旅游目的地营销，承担了北京市社科规划重点课题和国家旅游局立项课题等研究任务。

<<中国旅游企业年度报告>>

书籍目录

第一篇 分析报告篇 第一章 2009中国饭店业总报告 一、2009中国饭店市场总体情况 (一)饭店供给过剩, 资本运作主导扩大规模 (二)整体开始复苏, 但仍未完全摆脱影响 (三)饭店集团化步伐加快, 政府开始组建大型旅游集团 (四)总体形势严峻, 细分市场表现抢眼 (五)酒店管理方式突破 二、2009中国饭店市场基本数据特征 (一)宏观住宿需求从下半年开始回暖, 国内客人日益成为我国饭店企业的主要客源 (二)营业收入、利润率与员工流动率大幅下降 (三)星级饭店平均房价和客房出租率出现不同程度下滑 三、2009年大事对中国饭店业的影响 (一)国家政策方针对中国饭店业市场的影响 (二)金融危机影响不断, 甲型H1N1“雪上加霜” (三)低碳经济引领“绿色”发展 (四)行业会议引导良性发展 四、中国饭店业市场2010年展望 参考文献 第二章 2009年中国经济型饭店产业年度报告 第三章 2009年中国独家酒店产业年度报告 第四章 2009年中国本土饭店管理公司(集团)发展报告 第五章 2009年中小饭店企业发展报告 第六章 2009-2010中国星级饭店市场营销调查统计分析报告 第七章 2009年中国饭店业员工满意度报告 第二篇 酒店集团篇 第三篇 旅行社集团篇 第四篇 旅游电子商务篇

<<中国旅游企业年度报告>>

章节摘录

插图：2.品牌谱系影响力：正在培育，尚需强化本次调查显示，本土饭店集团已经开始着手品牌资产组合调整，近半数企业完成了从单一品牌向多品牌的转化，如东航国际、港中旅维景、南京金陵、凯莱集团、陕西旅游饭店、世贸君澜、天伦国际、北京银座、中州国际、粤海国际以及海航饭店集团等，并且多数集团的旗下品牌都有自己的旗舰店。

但是，由于品牌定位、资本流动和集团母公司组织构成及决策模式和偏好等因素影响，造成了饭店集团品牌谱系还存在一些问题，从而影响了整体品牌谱系的影响力，如从某个饭店集团下的多品牌所形成的品牌组合结构来看，一些商务饭店和国际饭店品牌的定位相冲突，针对的消费者市场有交叉，造成了消费者对于品牌定位感知的模糊，从而影响了消费选择，也就影响了品牌在消费者心中的影响力。

3.品牌价值要素：支撑薄弱，有待提升在此项调查中，25家饭店集团提供了较为完整、有效的数据。

近年来，各饭店集团已经逐渐意识到品牌的重要性，品牌意识也在不断的强化。

调查结果显示，绝大多数饭店集团都拥有自主连锁品牌，且超过75%的饭店集团都对旗下品牌进行了商标注册。

但同时也应看到，我国本土饭店集团的品牌建设仍然存在很多不容忽视的问题。

很多集团只有品牌标志，而品牌定位与市场细分模糊，品牌缺乏内涵，相当一部分集团直接以《旅游饭店星级评定标准》所要求的饭店必须达到的基本条件作为自身的品牌标准，缺乏符合自身目标市场需求特点的品牌支撑体系，从而导致了品牌形象雷同、经营同质化。

因此，品牌的连锁与建设大多停留在表层上。

<<中国旅游企业年度报告>>

编辑推荐

《中国旅游企业年度报告(2010版)》：“北京市特色专业”、“北京市科技创新平台”资助项目

<<中国旅游企业年度报告>>

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>