

<<当代中国旅游业发展研究>>

图书基本信息

书名：<<当代中国旅游业发展研究>>

13位ISBN编号：9787807077862

10位ISBN编号：7807077867

出版时间：2007年11月1日

出版时间：第1版 (2007年11月1日)

作者：刘耿大

页数：349

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>

## <<当代中国旅游业发展研究>>

### 前言

人生一世，实际上就是一个认识世界、改造世界的过程，而认识世界的目的在于改造世界。作为科研工作者，更需要深刻、准确地去认识世界，要高屋建瓴、有超前意识地提出改造世界的方略。

而自然科学学者与社会科学学者又有所不同，前者中有一部分从事基础理论研究的，可以长年累月在“认识世界”的领域中埋头钻研，如生物实验、理论物理、化学试验、数学证明等等，但作为社会科学的研究则必须把认识世界与改造世界结合起来，尤其是与当今时代的发展结合起来，为建设具有中国特色的社会主义服务。

然而，目前社会科学研究中，在认识方面浅尝辄止的不少；而在改造方面，泛泛而谈的甚多，有时问题分析得洋洋洒洒，但提出的对策却显得苍白无力。

高水平的社科研究，要有独特的视角、敏锐的眼光，也要有缜密的思维和大胆的创意。

刘耿大先生的《当代中国旅游业发展研究》一书乃是一部倾力之作。

笔者作序，无意为其捧场，而是缘于与刘耿大同志十多年共事，亲眼看到他长期以来的奔波调研、潜心思考和专注撰写论文。

十年磨一剑，该著作也是他从事旅游经济科研的心血结晶。

在当下诸多旅游专著中，这是一部把“认识”与“改造”结合得比较好的专著。

旅游经济属于应用学科的范畴。

旅游又是一项很普及的人类社会活动，要说理论也不深奥，但旅游业涉及面太广，需要研究的课题不计其数，刘耿大同志十余年来，关注中国旅游业的发展实践。

中旅集团于1990年组建，是中国旅游业大型企业集团。

该集团以中国中旅（集团）公司为核心企业，由其所属的全资子公司、控股和参股企业、部分地方中旅企业，以及香港中国旅行社、澳门中国旅行社、暨南大学中旅学院等成员单位组成。

## <<当代中国旅游业发展研究>>

### 内容概要

《当代中国旅游业发展研究：集团·会展·区域》刘耿大先生的一书乃是一部倾力之作。笔者作序，无意为其捧场，而是缘于与刘耿大同志十多年共事，亲眼看到他长期以来的奔波调研、潜心思考和专注撰写论文。十年磨一剑，该著作也是他从事旅游经济科研的心血结晶。在当下诸多旅游专著中，这是一部把认识与改造结合得比较好的专著。

## &lt;&lt;当代中国旅游业发展研究&gt;&gt;

## 书籍目录

序集团篇：中国旅游业集团化发展研究引言第一章 企业集团的定义、特征与经济学解释一、企业集团的定义、特征二、企业集团的经济学解释第二章 旅游业集团化的优越性与运营模式一、旅游业集团化的优越性二、旅游业集团化的运营模式第三章 国外旅游业集团化发展概述一、市场规模和企业规模不断扩大二、收购兼并、强强合作的全球化战略三、旅游集团管理的框架：分类模型第四章 中国旅游业集团化发展的历程与现状一、中国旅游业集团化发展的历程二、中国旅游业集团化发展的现状第五章 中国旅游企业集团若干范例一、锦江国际（集团）有限公司二、首都旅游集团有限责任公司三、中国中旅（集团）公司四、凯莱国际酒店管理集团五、陕西旅游集团公司六、浙江开元旅业集团第六章 中国旅游业集团化发展的障碍与问题一、中国旅游业集团化发展面临的障碍二、中国旅游业集团化发展存在的问题第七章 推进和深化中国旅游业集团化发展的对策一、政府的引导与扶持二、发挥市场的基础性作用三、加快现代企业制度建设四、加强资本纽带联结五、建立合理的地域布局结构六、构筑网络信息平台七、重视人力资源的开发与管理八、强化品牌意识，实施品牌战略会展篇：中国会展旅游发展研究引言第八章 会展旅游的概念内涵一、“专项旅游产品”说二、“会展、旅游互动”说三、“从属会展经济”说四、辨析与研判第九章 会展旅游的历史与国际会展旅游一、会展旅游的起源与发展轨迹二、国际会展组织与会展旅游的产业成长三、当代国际会展旅游面面观第十章 会展旅游的意义、特点与目的地条件一、会展旅游的意义二、会展旅游的特点三、会展旅游的目的地条件第十一章 中国会展旅游发展的现状及趋势一、中国会展旅游发展的现状二、中国会展旅游的发展趋势第十二章 中国会展旅游发展的问题与弊端一、沿袭计划经济管理体制，行政干预过多二、粗放型经营，硬件落后，软件不佳三、政出多门，无法可依，市场环境混乱四、一哄而起，盲目发展留下隐患五、观念落伍，导致会展与旅游严重脱节六、缺乏高素质专业人才，会展教育滞后第十三章 推进中国会展旅游可持续发展的对策一、发挥政府主导作用，淡化行政管理色彩二、构建市场化运作机制，形成专业化分工体系三、建立全国统一机构，总体规划会展旅游四、完善行业协会，加强行业自律和协调五、促进旅游全方位参与会展，优化两者关系六、提升会展服务水平，打造会展品牌形象七、加强国际联系交流，融入国际会展市场八、发展会展教育，培养高素质专业队伍区域篇：上海都市旅游发展与苏浙沪旅游市场一体化研究第十四章 上海浦东新区旅游业发展与创新研究引言一、站在21世纪门槛的浦东旅游业二、浦东旅游业创新发展的总体思路三、大力构筑会展旅游高地四、拓展完善现有旅游产品五、开拓创建大型旅游吸引物六、构建发展与创新的支持保障系统第十五章 构筑上海都市旅游品牌景点的设计研究引言一三、度假酒店：从观光旅游向度假旅游提升——度假酒店在中国沿海、内地兴起四、主题酒店：古蜀新葩三国魂——成都京川宾馆创建三国文化主题酒店五、经典酒店：城堡式精品酒店梦幻再现——上海衡山马勒别墅饭店挖掘欧洲文化底蕴六、经济型酒店：打造中国特色的“汽车旅馆”——Motell68崛起沪上七、“绿色饭店”：追求饭店发展的绿色GDPI——杭州华辰旅业集团开创“绿色饭店”新境界八、欧洲酒店：欧洲十国酒店掠影——欧洲酒店客房服务考察笔记九、金钥匙服务：中国酒店业与国际接轨的标志——广州白天鹅宾馆率先引进国际金钥匙服务十、企业文化：一个面向21世纪的“百年老店”——继往开来的上海和平饭店后记

## <<当代中国旅游业发展研究>>

### 章节摘录

中国中旅（集团）公司是中央国资委管理的国有重要骨干旅游企业，中国旅行社总社是中国中旅（集团）公司旗下的全资旅行社。

按照在国家工商局的登记，全国使用“中旅”（中国旅行社）商标的企业有200多家，尽管中旅系统在北京有一个“总社”，但是，总社与各地的中旅多年来只是历史沿革下来的业务合作关系，并不存在资产纽带。

也就是说，这些散布在全国的“中旅”，尽管都使用同一商标，但根本不是一家，产权的所有人不一样，管理者也不一样，最多只是在接待游客方面有一些合作。

基于这种情况，中旅总社不可能对各地的伙伴发号施令。

这种业务纽带在计划经济体制下是可以的，但在市场经济条件下却是脆弱的、不牢固的，无法得到进一步发展。

在这样一种形势和背景下，中旅决定通过资产组合，加上原来的业务组合，形成一种更符合实际、更有利于加速发展、更具优势的“资产组合+业务组合”新模式。

1以资产为纽带的全面并购中旅首先要做的是把系统内遍布全国的精英旅行社都做成资产纽带关系。

自2000年起，中旅展开了以资产纽带为主的新型旅行社网络构建工作，并对国内资信较好、符合公司战略布点要求的旅游企业进行了一些股权的收购。

先是并购江苏中旅。

.....

<<当代中国旅游业发展研究>>

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>