

<<产业发展新论>>

图书基本信息

书名：<<产业发展新论>>

13位ISBN编号：9787503220852

10位ISBN编号：7503220856

出版时间：2002-10

出版时间：中国旅游

作者：魏小安

页数：279

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>

## &lt;&lt;产业发展新论&gt;&gt;

## 前言

纵横与跨越 古人说：千里之行，始于足下；百层高台，起于垒土。这是告诫我们后人，做事要踏踏实实，稳扎稳打。

现在看，“千里之行”是长度，“百层高台”是高度，都是空间的概念。

而“始”和“起”都包含了时间的概念。

正是时空的变换，形成了事业的发展；也正是时空的变幻，形成了我们每个人的独特人生。

这本书，是近些年来一部分文稿的汇集，起名为“旅游纵横”，是有感于时空的变换与变幻，纵是时间，横是空间。

在几年的时间中，跨越了中国广袤的空间，了解了大量第一手的材料，也深深体会到基层工作的艰辛，更知实事求是之艰难。

在这一过程中，勤于跑路，勤于思考，勤于讨论，勤于笔耕，参与了事业的发展，也见证了事业的发展。

本书即是发展实践的部分折射。

谈到的问题是大家普遍关心的问题，也是实践中提出的问题。

但由于旅游市场发育得不成熟，所以，有些问题虽谈了多年，但仍得不到解决，套用马克思的一句话，我们既受到发展不足之苦，又受到发展过度之苦。

或者说，我们既经历着“成长的烦恼”，又体会着“改革的阵痛”。

为此，本书共分为三编：第一编——市场分析，是对旅游市场形势的动态分析，基本都是宏观问题。

第二编——热点追踪，是对几年来各类热点问题的看法。

其中，行业的变化很快，企业的变化很大，但是所反映出来的深层次问题也许更发人深省。

第三编——区域发展，是对一些地方旅游发展的考察和分析，所选取的，是具有典型意义的地区。

本书既是工作过程的表现，也是研究进程的表现。

但是，于我个人而言，治学是勤奋而不刻苦。

勤奋是不愿意浪费生命，刻苦则是深入钻研。

刻苦一定包含勤奋，而勤奋却未必刻苦。

一则是涉猎领域偏多，因此只是杂家，难成专家。

二则是对新事物充满热情，而世事变化之快，新事物层出不穷，所以也往往浅尝辄止，不及深入。

这些问题，在本书的编排体例和观点文字中都有体现，尽可讨论，敬请批评。

2000年元旦，一日之内跨越了千年。

2001年元旦，一日之内跨越了百年。

2002年元旦，一日之内只跨越了一年。

但这一年的跨越，也同样是新的起点。

一年来，国家大事不断，旅游好事连台，更展示了辉煌的前景，躬逢盛世，当多做些事。

能够多做些事，也是一种幸事。

苏东坡有一首诗：人生到处知何似，应似飞鸿踏雪泥；泥上偶然留指爪，鸿飞那复计东西。

颇为潇洒，亦显通达。

通达是人生难得之境界，虽不能至，神往之。

作者谨识 2002年元旦

## <<产业发展新论>>

### 内容概要

本书是一部分文稿的汇集，起名为“旅游纵横”，是有感于时空的变换与变幻，纵是时间，横是空间。在几年的时间中，跨越了中国广袤的空间，了解了大量第一手的材料，也深深体会到基层工作的艰辛。

本书即是发展实践的部分折射。

谈到的问题是大家普遍关心的问题，也是实践中提出的问题。

但由于旅游市场发育得不成熟，有些问题虽谈了许多年，但仍得不到解决，为此本书共分为三编：第一编——市场分析，是对旅游市场形势的动态分析，基本都是宏观问题。

第二编) 热点追踪，是对几年来各类热点问题的看法。

第三编——区域发展，是对一些地方旅游发展的考察和分析，所选取的，是具有典型意义的地区。

书籍目录

第一编 市场分析 中国旅游业：如何与狼共舞 中国公民旅游市场的发展及其策略 中国铁路旅游的发展战略 旅游行市场的培育与发展 永恒主题 任重道远第二编 热点追踪 大变化与新阶段 论旅游发展的政府主导型战略 从旅游大国到旅游强国 旅游发展的经济增长点战略 旅游业的经济增长点二十题 中国旅游业的可持续发展战略初探 资本经营与产业整合 旅游行业管理工作的开拓与深化 知识与旅游发展 旅游企业的集团化发展 分时度假的国际化与中国化 旅游与影视产业化发展 旅游规划工作：市场与规范 新旅网 假日消费价格该不该涨 论假日旅游文化 旅游商品：从12345到54321 将厕所革命进行到底 海峡两岸旅游运作的交流与规范第三编 区域发展 西藏旅游业发展调研报告 三峡旅游 云南旅游业发展 关于广东省旅游业发展的若干意见 庐山旅游 大京九 大旅游 民族地区旅游业的发展 台湾地区旅游业发展状况及客源市场开发策略 西欧三强的启示 后记

## 章节摘录

书摘 从运行的角度来看。

现在面临着竞争加剧。

需求总量膨胀得非常快，而供给的发展更快，所以自然引发出效益递减和竞争加剧。

竞争加剧也有一定的好处，就是使消费者得到了更多的实惠，同时也给经营者造成了压力。

皇帝女儿不愁嫁的思路，恐怕永远也不会有市场了。

即使是那些非常特殊性的资源现在也在转变，比如北京故宫，绝对是垄断性的资源，到北京来就得看故宫，现在它也在研究怎样在市场上进一步立住脚。

实际上这就是市场竞争逼着这些老大的单位也在转变经营观念。

国内旅游产品多元化的发展趋势越来越清楚。

在产品的竞争过程中，对企业考验的严峻程度也越来越高，不光对企业，对各个地方也都是如此。

3. 现存的问题 国内旅游市场的发展，总体来说是一个市场化的发育过程，这个过程里面出了一些毛病，但是这些毛病不是永久的，我们不能因为少数项目的失败或者少数经营的失败就全盘予以否定。

比如西游记宫，是大家反对最厉害的项目。

我则不这么看，不能因为我们现在看上了35寸平面直角彩色电视就否定9寸黑白电视，这实际上是产品更新换代的过程。

西游记宫就相当于第一代初级产品，满足了初始需求。

随着需求水平的提高，第一代产品就得淘汰，然后产生第二代产品，这很自然。

第二代产品就是深圳的锦绣中华、民族文化村，现在的世界之窗，应该说已进入到一个彩电的行列。

现在第三代产品——数字化产品正在酝酿。

我们的发展过程实际上也是这样一个发展过程。

西游记宫最多的时候全国有枷多个，应该说重复建设已经很厉害了，但是这种重复建设对国计民生并没有造成什么负面影响。

我记得第一次到正定(全国第一个西游记宫)，向他们探讨这个问题的时候，他们说：我们也不怎么放心，模仿的肯定很多，但是因为建筑的壳子在这，主要的投资在这，实在经营不下去，可以把里边的东西腾出来，把它当仓库用。

在整个国内旅游发展的过程中有很多这样不成熟的产品，但是不能以偏概全否定它。

就总体来看，国内旅游市场的发育应该说是比较健康的，总体的发展也是比较顺利的，这里面的要害就在于市场的机制在起作用。

我们现在存在的问题主要有三个：第一个问题是供求协调。

供求协调的问题包括很多内容，就目前来看，总体应该说是供求基本平衡，但供过于求的态势会在几年之内形成。

国内旅游的发展对地方经济的发展产生了很大的推动作用，对当地老百姓脱贫致富也产生了很大的拉动作用，这是地方发展旅游业最有积极性的根本原因所在。

尤其是1994年以后，国家进行了税制改革，旅游企业上缴的税种属于地税，和地方的利益直接相关，所以，地方对旅游业的重视空前提高。

目前，供求关系大体平衡，但可以预见，市场的需求量还会持续增长，而旅游市场的供给也将会更大幅度地持续增长，需要研究供求关系平衡的问题。

当然，这是一个宏观调控的问题，不是企业能够解决的，企业需要研究的是在供求关系不断变化的过程中，能给本企业创造什么样的生意机会。

第二个问题是出精品、出新品。

现在大路货比较多，目前来看，真正能够称得上是创新性的产品和精品的，还不是很多。

但是，国内旅游的需求层次和需求水平在几年之内会迅速上升，尤其是出国旅游的发展，使我们的旅游者迅速成熟起来，眼界迅速开阔，看完了国际上的那些真正的精品景点，国内的好多景点就都没法看了。

## &lt;&lt;产业发展新论&gt;&gt;

所以，我们现在面临的问题，就是要创造一批创新性的产品和精品，使我们的产品组织程度和开发程度接近国际水平。

从旅行社的角度来说，这里有一个产品组织问题，因为项目开发不是旅行社的任务，但是如何组织产品是旅行社的任务。

旅行社也应该组织一批精品线路，组织一批精品活动，这样才能适应市场的需求。

第三个问题是市场开发。

现在大家市场开发的意识都很强，国内旅游市场的促销形成了一轮又一轮的高潮。

但是在深入研究市场，采取实实在在的有效措施开发市场方面做得还不够，至少从面上来看还没有做到。

从国内旅游的发展角度来看，现在政策问题解决了，管理体制的问题基本上解决了，指导方针的问题解决了，供给能力弱的问题解决了，原来制约旅游发展最厉害的因素是交通，现在交通问题不能说从根本上解决了，但至少在很大程度上缓解了。

所以，现在这样的条件才真正是国内旅游大显身手的时候。

4. 现在一些比较好的做法 一是政府主导，高度重视。

这已经是各级政府现在普遍采取的做法，比较典型的是云南。

云南对旅游业的重视程度和支持力度使云南在3年时间里旅游业上了一个大台阶，从全国的第14位上升到全国的第8位。

云南省政府提出，云南要培育四大支柱产业，四大支柱产业都是一个政策，每年给1个亿的财政资金，经过3年的发展，发现最显著的就是在旅游方面每年1个亿投入后见到的效果。

世博会在昆明举办，使昆明城市建设的水平前进了10年，原来昆明是一个比较美丽的城市，也是一个比较土的城市，现在昆明完全有国际化、现代化的感觉。

旅游业的拉动作用使各地政府不得不提高对它的重视程度，所以，现在基本上形成了一个政府主导型的旅游业发展模式。

二是把资源开发和市场促销结合起来，现在各地旅游局市场促销的意识空前强烈，研究开发先研究有没有市场，开发的过程中同时加强市场促销。

所以，产品开发成熟了，市场基本上也就培育出来了。

这是一个非常普遍的方式，而且这种方式的手段也在提升。

一种方式是“国内旅游大串联”。

由市长带队或者主管的副市长带队，带着旅游企业、带着各种图片在周边省、市、区巡回促销。

还有一种方式是搞大篷车。

广西在国内15个城市巡回促销，大篷车到哪儿都把展板拉开，这就是一个流动宣传台，不仅咨询，还有演出队。

这是有魄力的做法，这种做法企业做不到，是市长下决心甚至是省长下决心做的事，反映出非常之强烈的市场促销意识。

现在，国内旅游市场的促销力度应该说比国际旅游市场的促销力度还要强，而且把市场促销和资源开发相结合，形成了一套比较好的模式。

这些事情实际上从根本上为企业的经营创造了一个好的环境。

三是初步形成了国内旅游市场的分工和专业化。

不仅是旅行社初步形成了一种分工和专业化，在营销方式上现在也已经形成了分工和专业化。

现在比较突出的是三个层次的交易会：第一个层次是中国国内旅游交易会，从1993年正式定位开始到现在已经办了七届，中间虽然也有起伏，但就总体来看，效果越来越好。

与这种全国的旅游交易会对应的是长线游、长假期的旅游需求。

第二个层次是区域性的旅游交易会，如北方十省市旅游交易会，现在已经办到第四届了，这种区域性的交易会发展的态势也很猛。

第三个层次是城市周边景点介绍会，它对应周末旅游方式，也已经普遍化。

四、旅游质监所的一些工作关系 一是总监。

旅游质量监督管理所的总监是代表旅游行业管理部门或者旅游行政管理机构，对质监所的工作实行全

## &lt;&lt;产业发展新论&gt;&gt;

面的业务协调的工作。

总监应该是这样一个职位，和质监所的关系应该说是又很密切又要有一定程度的隔断。

所谓“密切”就是很多事情要介入，很多事情要参与，包括很多事情要决定。

因为在理赔程序上有一条，质监所办案，办完案之后提出建议，由总监进行核准，之后通知财务部门进行理赔。

这里边有两层意思，一层意思是核准表示质监所实行旅行社保证金的理赔，这个工作的性质，是行政执法的性质，这是一层意思。

再一层意思就是加一个保险，因为在将来具体办案的时候会碰到很多麻烦，质监所办案、调查、提出建议，这是一个工作过程，然后总监进行核准，这又是一个工作过程，等于是加了一道保险。

将来在处理案子的时候，包括旅行社如果不服提出申诉，进行行政复议，甚至按照行政诉讼法进行诉讼的时候，我们加这样一道保险，是非常有必要的。

还有一些工作，比如说质监所有一些工作需要协调，以质监所的名义不太好协调，毫无疑问这是旅游行政管理部的事，我们就得出面来协调，来帮助质监所解决困难。

从这个角度来说，质监所也可以说是旅游行业管理机构的职能的一个延伸。

另外一方面就是相对独立，也要有所隔断。

相对独立的好处就是在社会上能够有一个相对独立的形象，这是一个基本的好处。

第二个好处就是在办案的过程中有相对的独立性，否则的话，真要处理起来，这个来说情，那个来走关系，也很难扛得住。

如果赋予独立的办案权，有些事情反倒好办了。

有相对独立性，在办案的过程中，应该说效率会更高，也能够更公正，处理起来也比较容易服众。

二是所长。

对“所长”一职的认识也有一个过程。

一开始我们考虑一个机构两块牌子，所以是司长当所长，再进一步研究，就请老同志来当所长。

请老同志当所长有两个原因，一是从国家旅游局自身来说，我们申报事业编制，一时半刻批不下来，但是机构又要尽快成立，尽快运转，现在更多地任用在职干部有难度，所以就想聘请一些已经离退休的老同志。

二是请德高望重的老同志来担当，就是要使质监所有一个形象，有一个格。

否则会把我们很想大张旗鼓轰轰烈烈造的这番声势降下来。

就是说在质监所相对独立的形象里边，很重要的一点就是质监所是中国旅游业在海内外的质量形象的代表，而老同志原来的职务本身就使质监所有一个格，这就能够保证质监所有一个社会形象，使海内外的旅行商都能够看到，使旅游者也能够看到，我们对建立质监所这个事是严肃的、认真的，确实是想使质监所发挥作用。

在所长的人选问题上现在没有严格要求，总的原则就是要使质监所有一个比较好的、比较大的社会影响。

三是总监和所长的关系。

这实际上体现的是旅游管理部门和质监所的工作关系，而不是两个人的个人关系。

在这一点上，应该可以明确质监所是各级旅游行业管理的职能的延伸，所以，从工作关系上来说毫无疑问，就是质监所要保持相对的独立，但是并不是完全的独立，要接受旅游行业管理部门的领导，重要的是这项工作一定要做起来。

有些处长可能有这个顾虑，我辛辛苦苦地将质监所组建起来了，局长去管了，和我没关系了，等于局里又建了一个处。

我认为这种考虑不对，因为行业管理的中心就是管市场，管市场就是三条，一条是市场的规则，一条是市场的秩序，一条是市场的质量。

这三条是分不开的，要是认为质量问题有了一个质监所，行业管理处就可以不必管了，这显然是不对的，也不可能做到。

所以，我们在研究这个问题的时候，始终强调这一点，质监所组建了，管理司的任务不是减轻了而是加重了。

## <<产业发展新论>>

原来受理投诉由我们直接来受理，但是原来我们的处理方式就是批转，真正自己直接办的案子不多。现在有了质监所，应该说我们受理投诉、办理案件的力量加强了。

在这种情况下，我们管理司的任务也应该说加重了，因为原来好多投诉我们批到地方就可以了，而现在至少有相当一部分投诉我们要直接处理了，中央一类社的投诉直接处理、出境游的投诉直接处理，管理司的任务毫无疑问比以前加重了。

当然了，具体工作是质监所在做，但是这里边研究问题、协调关系、核准等一系列的工作都要由管理司来做。

也就是说质监所和行业管理部门的关系应该是一个互为表里的关系，行业管理部门是“里”，质监所是“表”。

正因为质监所是“表”，所以才要有相对独立的社会形象，但实质上这一套工作绝不能放松。

如果放松的话，不光耽误了质监所的工作，也耽误了行业管理部门自己的工作，因为组建质监所的目的是为了加强质量工作，而不是为了削弱质量工作。

我想我们一定要围绕着这个目的来进行，这是一个基本的工作关系。

四是各级和各地质监所的关系。

国家旅游局质监所和各地质监所以及各地之间方方面面的关系问题，总体是一个业务指导和业务协调的关系。

相应来说，比国家旅游局和各地旅游局的关系应该更紧密一些，因为好多案子是连在一起的。

比如说，这个旅游团走了五个城市，在其中三个城市都有投诉，这种案子办起来就很难，这三个城市要分别受理。

另外，还有跨城市、跨地区的关系的协调问题。

所以，也有国家旅游局质监所对这些案子的指导，以及各个质监所之间在业务上如何协调的问题。

我想这些问题的基本原则已经明确了，在具体的办案过程中要具体的逐步理顺。

.....



## &lt;&lt;产业发展新论&gt;&gt;

## 媒体关注与评论

代前言纵横与跨越 古人说：千里之行，始于足下；百层高台，起于垒土。

这是告诫我们后人，做事要踏踏实实，稳扎稳打。

现在看，“千里之行”是长度，“百层高台”是高度，都是空间的概念。

而“始”和“起”都包含了时间的概念。

正是时空的变换，形成了事业的发展；也正是时空的变幻，形成了我们每个人的独特人生。

这本书，是近些年来一部分文稿的汇集，起名为“旅游纵横”，是有感于时空的变换与变幻，纵是时间，横是空间。

在几年的时间中，跨越了中国广袤的空间，了解了大量第一手的材料，也深深体会到基层工作的艰辛，更知实事求是之艰难。

在这一过程中，勤于跑路，勤于思考，勤于讨论，勤于笔耕，参与了事业的发展，也见证了事业的发展。

本书即是发展实践的部分折射。

谈到的问题是大家普遍关心的问题，也是实践中提出的问题。

但由于旅游市场发育得不成熟，所以，有些问题虽谈了多年，但仍得不到解决，套用马克思的一句话，我们既受到发展不足之苦，又受到发展过度之苦。

或者说，我们既经历着“成长的烦恼”，又体会着“改革的阵痛”。

为此，本书共分为三编：第一编——市场分析，是对旅游市场形势的动态分析，基本都是宏观问题。

第二编——热点追踪，是对几年来各类热点问题的看法。

其中，行业的变化很快，企业的变化很大，但是所反映出来的深层次问题也许更发人深省。

第三编——区域发展，是对一些地方旅游发展的考察和分析，所选取的，是具有典型意义的地区。

本书既是工作过程的表现，也是研究进程的表现。

但是，于我个人而言，治学是勤奋而不刻苦。

勤奋是不愿意浪费生命，刻苦则是深入钻研。

刻苦一定包含勤奋，而勤奋却未必刻苦。

一则是涉猎领域偏多，因此只是杂家，难成专家。

二则是对新事物充满热情，而世事变化之快，新事物层出不穷，所以也往往浅尝辄止，不及深入。

这些问题，在本书的编排体例和观点文字中都有体现，尽可讨论，敬请批评。

2000年元旦，一日之内跨越了千年。

2001年元旦，一日之内跨越了百年。

2002年元旦，一日之内只跨越了一年。

但这一年的跨越，也同样是新的起点。

一年来，国家大事不断，旅游好事连台，更展示了辉煌的前景，躬逢盛世，当多做些事。

能够多做些事，也是一种幸事。

苏东坡有一首诗：人生到处知何似，应似飞鸿踏雪泥；泥上偶然留指爪，鸿飞那复计东西。

颇为潇洒，亦显通达。

通达是人生难得之境界，虽不能至，神往之。

作者谨识

2002年元旦

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>