

<<2012中国旅游业发展报告>>

图书基本信息

书名：<<2012中国旅游业发展报告>>

13位ISBN编号：9787503246135

10位ISBN编号：7503246138

出版时间：2012-12

出版时间：中国旅游出版社

作者：胡静 编

页数：249

字数：336000

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>

<<2012中国旅游业发展报告>>

内容概要

随着服务业主导产业发展的新经济时代的来临，旅游产业被赋予新任务、新要求、新内涵，成为全面建设小康社会背景下民生内容的拓展，是我国未来发展的优势产业、动力产业和富民产业。因此，中国旅游业发展可谓任重而道远，尤其是在当前“美丽中国”的语境下，如何更好地促进生态文明建设，发挥旅游业“扩内需、调结构、促就业、惠民生”的作用，需要进一步凝聚学者们的智慧，为中国旅游业的发展“把好脉”、“开好方”。

《教育部哲学社会科学系列发展报告：2012中国旅游业发展报告》和大家见面了，这是首次对我国旅游产业全行业发展现状进行观察与分析的年度报告，是中国旅游研究院武汉分院同仁们立足旅游科学前沿，贴近行业产业实际，引领区域旅游发展的最新研究成果。

作为旅游研究工作者中的一员，我非常希望，也非常乐见有更多这样的报告问世。

一方面，中国旅游业日新月异的进步、举世瞩目的成就，确实需要一本发展报告进行总结，作为中国旅游业成长阶段的参照和印记；另一方面，中国旅游业发展还存在着一些问题，需要我们在科学发展观的指导下，进行深入的总结和反思，进一步认知自身发展的基础，廓清未来发展的思路，以更加健康地推进中国旅游产业持续快速发展。

报告积极融合经济学、地理学和社会学等科学思维，紧密围绕区域旅游发展进程的现实热点问题进行研究，以大量翔实的数据信息量化了中国旅游业发展的各要素、各领域的总体运行情况，探究了中国旅游业发展的时间演变趋势、空间演化结构、产业演进规律，并以排行榜为形式全面反映了中国旅游业发展的区域格局，为人们提供理解中国旅游业发展的独特和理性的视角。

为促进从业人员服务意识和服务水平的提高，保证旅游产业创新动力和发展活力，报告还分专题对“中国旅游业人力资源现状”和“旅游标准化、信息化与技术装备”进行了针对性的研究总结，为确保中国旅游业可持续发展提供了超前的思想引领和有利的学术支撑。

<<2012中国旅游业发展报告>>

书籍目录

第一篇 总报告

第一章 发展概况

一、国际旅游业的发展态势

(一) 国际旅游业运行状况

(二) 国际旅游业发展趋势

二、中国旅游业的发展回顾

(一) 旅游产业属性：在转变中不断更新

(二) 旅游市场发展：从旅游小国到旅游大国

(三) 产业体系培育：从单一到多元

(四) 旅游市场开拓：“旅游主题年”有序引导

三、中国旅游业的发展特征

(一) 市场格局重组

(二) 地位深层转变

(三) 业态变革加剧

(四) 管理谋求规范

四、中国旅游业的世界地位

(一) 入境旅游：世界第三大旅游目的地

(二) 出境旅游：亚洲最大旅游客源国

(三) 国内旅游：世界第一大旅游市场

五、中国旅游业的发展前景

(一) 内生为主的旅游消费需求空间进一步拓展

(二) 旅游发展注重休闲，旅游形态更趋多样

(三) 信息化助推旅游业的技术进步和特色创新

(四) 三大旅游市场变化呈现“两高一低”的态势

(五) 旅游产业与其他行业的相互渗透和融合发展

第二章 发展透视

一、特点透视

(一) 市场需求特点

(二) 行业供给特点

(三) 行业管理特点

二、热点透视

(一) “中华文化游”全球推广

(二) 导游首次走进中南海

(三) 大陆居民赴台个人游正式启动

(四) 首个国家级旅游产业园在津揭牌

(五) 迪士尼登陆上海重掀主题公园热

(六) 红色旅游再掀新热潮

(七) 四姑娘山事件敲响警钟

(八) “7·23”事故引发高铁游降温

三、创新点透视

(一) 行业节日新确立

(二) 旅游经营新突破

(三) 旅游营销新举措

第三章 产业分析

一、住宿接待业

<<2012中国旅游业发展报告>>

- (一) 发展现状
- (二) 特征分析
- (三) 问题剖析

.....

第二篇 专题报告
参考文献

<<2012中国旅游业发展报告>>

章节摘录

(三) 旅游信息化的发展趋势 未来旅游信息化发展趋势主要集中于传统旅游产业结构调整, 旅游目的地与企业的服务内容、发展模式、竞争策略向与信息化对接的方向进行调整。

1. 旅游供应商的发展趋势 (1) 从资源供应商到产品供应商 从目前国内旅游市场发展趋势来看, 散客游、自助游正在逐渐取代传统的跟团旅游, 但由于旅游者需求的多样性, 传统跟团游模式在短时间内并不会消亡。

因此, 旅游服务商需要超越单一旅游资源经营, 快速调整经营策略和模式, 设法为旅游者提供较成熟的、完整的、多样性的旅游产品。

(2) 从B-B到B-B-C的经营模式转换 以往旅游供应商, 由于受到成本、人员、经费和管理能力等诸多因素的制约, 难以直接面对分散的游客市场, 通常会采用B-B的模式进行旅游资源和产品的推介。

然而面对快速增长的自主性极强的旅游者, 则需要有效地利用网络和信息技术, 由此旅游供应商可通过B-B-C模式直接面对客源市场, 从而大幅提升自身对市场的反馈把控和消费引导能力。

目前越来越多的航空和酒店企业开始涉足直销模式, 通过在线媒介, 直接向旅游者销售自己的产品, 以实现企业利益的最大化。

(3) 推动旅游企业形成战略联盟 信息化的开放竞争时代, 旅游业的快速开发必然会带来竞争的激烈化。

从宏观上看, 如果放任无序竞争, 势必导致两败俱伤的零和博弈结局, 因此, 企业战略联盟将成为资源方在竞争中达成共赢的解决出路。

这种战略联盟模式通过信息化手段将可以得到更好的实现。

目前在航空业中, 已经出现了不同航空公司票务系统之间的联销形式; 在酒店业中, 委托管理和经营模式极为普遍; 在旅游目的地营销中, 也出现了一卡通的联合营销形式。

.....

<<2012中国旅游业发展报告>>

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>