

<<中国饭店产业发展报告>>

图书基本信息

书名：<<中国饭店产业发展报告>>

13位ISBN编号：9787503242892

10位ISBN编号：7503242892

出版时间：2011-11

出版时间：中国旅游出版社

作者：国家旅游局监督管理司，中国旅游研究院 编著

页数：120

字数：130000

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>

<<中国饭店产业发展报告>>

内容概要

《中国饭店产业发展报告：饭店集团篇（2010-2011）》是中国旅游研究院受国家旅游局质量监督与管理司委托，面向饭店产业推出的第二部年度研究报告。

上一份报告在系统梳理30年发展历程的基础上，重点研究了当前我国饭店产业的规模、结构、竞争格局、可能的创新方向以及相应的政策建议。

报告出版以后，尽管拥有较好的市场反应，我们还是进行了系统的学术检讨。

为了突出学术思想和理论创新，而不是像上市公司年报那样例行公布一些数据，课题组决定在延续总体风格的基础上，每年选择一个主题，对事关饭店产业发展的重大问题进行专题研究。

事实上这是一个需要极大学术资源投入的挑战，也可能存在创新失败的风险。

可是如果没有这样的探索，就没有办法在回应产业实践要求的基础上建构有中国风格的饭店管理理论体系。

饭店集团肩负引导产业演化方向的责任，正在中国饭店产业的国际化成长、专业化发展和业态创新等方面进行持续而艰辛的探索实践，我和同事们愿意在回应实践要求的基础上与业界同行，共同引领和推进饭店产业走向可持续发展的未来。

<<中国饭店产业发展报告>>

书籍目录

- 第一章 进程与成就
 - 第一节 饭店集团类型与发展进程
 - 一、饭店集团类型
 - 一、饭店集团的成长
 - 三、饭店集团化的推进因素
 - 第二节 取得的成就
 - 一、竞争能力日益提升
 - 一、区域布局日趋合理
 - 三、多元发展模式形成
 - 四、培养人才与增加就业
 - 五、带动相关产业发展
 - 第三节 发展经验
 - 一、与国家战略紧密结合
 - 一、适应中国旅游产业演进的脉络
 - 三、顺应饭店管理集团发展的规律
- 第二章 发展格局与发展战略
 - 第一节 规模与结构
 - 一、规模快速增长
 - 一、饭店档次结构覆盖面广
 - 三、市场集中度偏低
 - 四、多方参与管理的格局形成
 - 第二节 空间布局
 - 一、区域布局与经济发展相适应
 - 一、区域布局方式多样化
 - 三、海外布局步伐加快
 - 四、空间布局成因各异
 - 第三节 发展战略
 - 一、发展战略选择
 - 一、发展路径选择
 - 三、饭店投资模式
- 第三章 经营管理与资本运营
 - 第一节 经营绩效
 - 一、集团成员饭店绩效优于自有饭店
 - 一、国内与国际集团经营业绩差距缩小
 - 三、经济型饭店集团表现优异
 - 第二节 经营管理
 - 一、创新品牌管理模式
 - 一、具有特色的营销组合策略
 - 三、以人为本的人力资源管理
 - 四、全方位的质量管理系统
 - 五、备受重视的信息管理系统
 - 第三节 资本运营
 - 一、融资类型与特点
 - 一、上市融资形式多样
-

<<中国饭店产业发展报告>>

第四章 发展机遇与挑战

第五章 发展趋势与发展策略

<<中国饭店产业发展报告>>

章节摘录

四、空间布局成因各异 (一) 战略导向 对于饭店集团来说, 选择合理的地点进行布局是集团获得快速发展的关键。

饭店集团一般会从宏观层面分析各城市的经济发展水平如GDP、人口规模、人均消费水平、交通发达程度等情况, 从行业层面分析该城市的休闲旅游和商务旅游发展现状与趋势及饭店业竞争状况, 然后结合集团自身品牌影响力和集团实力以及集团的发展战略来决定集团饭店的区域布局。

国际饭店集团进入中国和国内经济型饭店集团的区域布局大部分都是战略导向性的, 抢占战略性区位, 形成区域网络化布局是其重要发展战略。

因为每个饭店品牌都具有自己的特色和定位, 不同的品牌适应不同的城市和区域经济发展以及不同的客户需求。

因此, 饭店产品的档次和类型决定了饭店潜在的数量规模和区域布局。

档次越低的饭店, 其潜在客户群的数量越广, 因此饭店分布的地点也就越多, 而且在越大的城市越需要加大布局力度。

饭店集团是否熟悉拟进入的市场也是决定饭店分布的重要因素。

饭店集团的基地与拟进入市场在经济、文化和地缘方面的相似程度越高, 饭店集团就越有可能进入。

从长远发展因素和知识学习角度分析, 基于某些市场的战略意义, 一些饭店集团仍然会在不太熟悉市场的情况下进入, 以为今后的发展奠定良好的基础。

一般来说, 高档饭店首先在一个国家或省、市、自治区的门户城市布局, 然后才会考虑二线、三线城市。

鉴于其客源群较窄, 饭店集团遵循一个品牌在一个城市只开一家饭店或者在20公里的半径内只能开一家饭店的规则。

饭店集团空间布局在不同发展阶段会随着社会经济发展和集团发展情况进行战略性调整。

.....

<<中国饭店产业发展报告>>

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>