

《旅游强国之路》

图书基本信息

书名：《旅游强国之路》

13位ISBN编号：9787503222283

10位ISBN编号：750322228X

出版时间：2003-1

出版社：中国旅游

作者：魏小安，韩健民著

页数：448

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《旅游强国之路》

前言

这是一本研究和积累了6年的书。1997年，在研究新时期旅游发展战略的过程中，我们就强烈意识到，经过改革开放近20年的发展，中国旅游业的规模已经不可同日而语，并作为一个旅游大国正在形成，这就意味着旅游发展已经产生了质的变化。正像一个人的成长过程，少年期和青年期是截然不同的。中国旅游业的发展要求我们与时俱进，重新认识并调整相应的工作。当时的一点思考，后来形成“旅游强国战略”一文，收入《新编旅游经济学》一书中。1999年，面对新世纪的来临，建设旅游强国的问题更加迫切，就此又做了一点研究，形成“从旅游大国到旅游强国”一文，收入《新世纪中国旅游业发展大趋势》一书。这是一个思考和研究的阶段。2000年，国家旅游局党组明确提出，要在新世纪的前20年，集中力量，抓住机遇，建设世界旅游强国。此议一出，人心振奋，全国各地都围绕着这一战略目标，积极开展工作，旅游形势高潮迭起。之后，在编制《中国旅游业“十五”计划和2020年远景规划》的工作中，建设世界旅游强国自然成为指导思想。2001年，在国务院召开全国旅游发展工作会议上，以及随后下发的9号文件中，均明确了这一战略目标，使其从行业目标上升为国家目标。因此，这几年的实际工作也围绕着这一目标逐次进行，并积累了大量的经验。这是一个开拓和创新的阶段。在发展过程中，不断有新的问题产生，认识也需要不断深化。理论和实践的积累，使我们感觉到需要比较系统地对旅游强国之路进行进一步的研究和阐述。为此，把近几年的一些研究成果和工作成果汇总起来，需要梳理的重新梳理，需要补充的加以补充，相当部分是深入研究后新撰写的，在此基础上总体加以修订和完善，形成了这本书。韩健民兄是我多年的朋友。在工作中，我们常常在一起深入交流和探讨各类问题，本书的题目就是在几年前的一次交流中明确的，主要思路和观点也都是在探讨中逐步形成和深化的。同时，韩健民兄又是一个操作能力极强的人，有些思路提出后立即雷厉风行地落实。南京市7年来的旅游发展实践验证了许多思路的可操作性，并大大丰富了本书的内涵。在这一过程中，我们不断跟踪实际情况的发展和变化，一方面努力在实际工作中落实，另一方面努力总结和提高，形成理性的认识，并试图探寻一些深层次的问题，形成一些规律性的认识。发展未有穷期，认识也未有穷尽。希望本书的面世能够为建设世界旅游强国有所促进。在工作过程中，与各个部门和各地同志的交流，对本书的形成起了重大作用。在写作过程中，有4节的内容与文字或其他研究成果做了较多参考，或由其他同志起草，均在文中注明，特表示感谢。在成书过程中，沈彦蓉统一修改文字并校对全文，中国旅游学院厉新建帮助做了一些文字工作，陈瑶做了一些辅助工作。中国旅游出版社李任芷社长、黄金山总编给予积极支持，责任编辑付蓉精心加工，一并表示感谢。

《旅游强国之路》

内容概要

1999年，国家旅游局制定了“建设世界旅游强国，培育新兴支柱产业”的战略目标，关于2000年在全国旅游工作会议上正式提出。之后，又以此为指导思想，制定了《中国旅游业十五计划和2020年远景目标纲要》。2001年，国务院召开“全国旅游发展工作会议”，下发了《关于进一步加快发展旅游业的通知》，全国各地纷纷提出了相应的发展目标，一系列工作措施在不断实施，几年来各地旅游业的发展见到了显著的成效。《旅游强国之路：中国旅游产业政策体系研究》一书就是在这一基础上形成的。

这是一本宏观研究中国旅游产业政策体系发展的专著，涉及到业内相关领域重大的理论和实践问题。本书的两位作者在丰富的实际工作积累中，紧密把握旅游业的发展动向，回顾历史，总结经验，不断研究新问题，对建设世界旅游强国所涉及的理论和发展各个方面进行了全面的探讨和深入的分析。

《旅游强国之路》

作者简介

魏小安，1952年生于小兴安岭。1982年毕业于北京经济学院。后在北京旅游局、中国社会科学院财贸经济研究所工作。1998年到国家旅游局，历任政策研究处副处长、处长，政策法规司副司长，旅行社饭店管理司司长，政策法规司司长，规划发展与财务司司长；兼任中国科学院、中国社会科学院研究员，北京大学、中山大学等高校教授。

韩健民，1949年出生在香港。1952年起生活、学习、成长在南京。1969年毕业于南京纺织工业学校，被分配到江南煤田工作。1979年后从事旅游工作，至今已有20载。曾任南京玄武饭店总经理，中日合资南京古南都饭店董事长等职；1996年任南京市旅游局局长、党委书记；现任江苏省侨办主任。

《旅游强国之路》

书籍目录

前言第一篇 战略篇 第一章 旅游大国与旅游强国 第一节 宏伟的目标 第二节 现实的基础 第三节 客观的差距 第四节 从旅游大国到旅游强国 第二章 回顾与比较：发展的阶段性 第一节 问题的提出 第二节 二十二个阶段性问题 第三节 未来的发展阶段与发展重点 第三章 国际竞争与发展战略 第一节 社会发展的选择 第二节 旅游业的世界性竞争 第三节 机遇与挑战 第四节 旅游发展战略 第四章 经济全球化与旅游业发展 第一节 经济全球化与旅游发展新优势 第二节 迎接新经济时代的挑战 第三节 新经济对未来旅游发展影响的分析 第四节 全球化旅游的发展态势 第五章 政府主导型旅游发展模式 第一节 政府主导型旅游发展模式的提出和形成 第二节 政府主导型旅游发展模式的实践 第三节 实行政府主导型的旅游发展模式 第四节 南京的发展第二篇 发展篇 第六章 旅游市场的开发与培育 第七章 结构优化与产品创新 第八章 地区旅游业发展 第九章 城市竞争与旅游城市 第十章 旅游企业的创新与发展第三篇 促进篇 第十一章 创建良好的投资环境 第十二章 旅游产业政策 第十三章 法治建设与行业管理创新 第十四章 社会进步与旅游业发展 第十五章 全面建设小康社会 培育新兴支柱产业附 旅游市场复苏与全面振兴参考文献

章节摘录

书摘 美国旅游企业集团的规模和影响更大。美国著名的饭店集团规模和实力十分雄厚，以1998年美国最大的5家饭店集团为例，规模最大的拥有5000多家饭店，名列第5位的马里奥特国际饭店集团旗下也有1300多家饭店。

饭店品牌数	饭店数	客房数							名称
史丹特集团(Cendant)	8	5480	483887						
巴斯集团(Bass)	4	1955	304611						
选择集团(Choice)	11	4162							
最佳西方(BestWestern)	2070	185859							
马里奥特国际(Marriott)	7	1343	224439						

从经营效益来看，我国旅游企业与旅游发达国家的差距更加明显。仍以饭店业为例，因市场竞争加剧，我国饭店客房出租率普遍下降，效益也同步下滑。而美国饭店业的经济效益一直保持较好水平。1998年，美国饭店业的净收入高达200亿美元，比1997年的170亿美元增加了17.6%。在我国，企业与国家机关脱钩之后，一大批企业走向了市场，迈出了向市场化方向改革的坚实脚步。各地又以资产等形式为纽带，组建起一些规模较大的旅游企业集团。这些都是我国在提高旅游企业竞争力方面采取的积极措施。从目前的情况来看，我们应认真学习美、法和其他旅游发达国家的经验，培养一批有发展潜力的旅游龙头企业，实现旅游企业从足够多到足够强的转化。

七、技术配备高度化——从“声、光、电”到“宙、精、尖”的技术应用 现代科学技术已经广泛地渗透到旅游经营的各个领域之中，技术配备也已成为企业间竞争的重点要素，尤其是信息电子化的装备，对于信息化产品和信息化经营来说，更成为不可或缺的要害。高新技术在法国旅游领域得到了广泛的应用。法国的旅行社业拥有自己的GDS，它属于Amadius系统的分支系统，设计之初只能进行简单的航空机票预订，目前已发展到可预订饭店、租车和购买旅游保险等多种业务。目前法国的旅行社有80%以上接有系统终端，这套网络本身已进入盈利阶段。在法国机场免税店中，对游客购物实行激光防伪码登录系统管理。采用这套系统不仅能轻易地鉴别顾客是否具有免税商品的购买资格，而且可以对不同旅游者所购买商品的品种、数量进行便捷的统计，作为商店统筹计划的重要参考，同时也为研究外来旅游者的购物行为建立起翔实的资料库。在美国的迪斯尼世界等主题公园中，使用了大量的高新技术，这些有高科技含量的游乐活动，成为主题公园中最具吸引力的项目。高新技术的引进，使主题公园摆脱了早期静态微缩、木偶式模拟的陈旧模式，进入富有现代化气息的信息技术时代，极大地满足了消费者的需求。由于受到电视和其他娱乐项目的冲击，电影正走向滑坡，但是由于在这些主题公园中，采用了动感电影、立体电影、环幕电影等世界先进的影视技术，电影成为公园中最有吸引力的卖点之一，吸引了许多旅游者从外地甚至从外国前来观看。我国旅游业发展中面临的一个突出的问题就是产品和服务的技术含量低。目前在许多地方，仍在把以简单的机械传动和闪烁灯光为核心的所谓“声、光、电”作为最新技术来宣传。目前国际上已普遍采用并直接关系到未来旅游业生存与发展的全球分销系统(CI)S等高新技术在我国普遍应用不足，严重阻碍了我国旅游业的发展与进步。不过，作为发展水平差距较大的领域，高新技术在旅游业的应用反而有可能成为我国旅游业未来发展中最具有活力的领域。

八、行业管理法制化——从“救火式”到“制度式”的行业管理 在旅游发展过程中，我国的旅游行业管理体制也从无到有，从政企合一到政企分开，从管系统到管行业，走过了曲折的道路。随着旅游管理体制的基本确立，今后要在行业管理初成体系的基础之上，首先形成规范化和制度化，即形成管理主体各级旅游局的规范、旅游行业管理规则的规范和旅游行政管理机关和人员管理行为的规范。经过进一步的努力达到法制化。发达国家已进入全面的法制化阶段，行业管理也普遍实施法制化的统一管理。在这些国家，由于对一般企业进行规制的各项法律、法规十分健全，企业在市场化的环境中运作多年，所以，尽管有些国家旅游方面的专业法律法规并不是很多，但其旅游行业整体是在法制化管理的体系中运作。法国制定有专门的旅游法规，内容包括旅游政策方针、旅游企业经营原则、保护旅游者权益等内容。国家通过立法和建制，完善旅游业发展的全国性政策，旨在促进旅游业的和谐发展，充分挖掘旅游业的潜力，减少地区差异，并提高法国在国际上的形象和地位。在法国这一法制化的行业管理体制中，国家扮演着调节者的角色。主管旅游的政府部门，通过旅游局制定对旅游基础设施、旅游机构以及旅游业务的认定和定级程序，国家在地

方的代表——省长和地区旅游局，负责具体执行这些法规。

第二节 国内旅游市场的培育

目前，我国居民生活水平已经在总体上进入了小康阶段，沿海发达地区正在努力提前实现现代化或率先实现现代化。总体来说，人均国民生产总值达到800美元-1000美元，不仅是小康社会的主要标志，也蕴含着一系列重要内涵，如工业化时期的大发展、经济结构的大变动、社会结构的大转型等等，同时这也是旅游消费和旅游业发展上台阶的时期。发达国家的经验表明，在人均年收入达到1(X)0美元以后，旅游的大众化、普遍化程度开始迅猛提高，旅游逐步成为人民生活的基本要素之一。从我国的情况来看，矩形推进的排浪式旅游消费的态势已经产生，只要通过一定的政策措施和宣传引导，国内旅游的潜在需求将在短期内迅速转化为现实需求。预计国内旅游市场在未来10年中仍可保持年均12%以上的高速增长，如以国内生产总值保持年均7%的增长速度测算，国内旅游市场将比国内生产总值平均增长率至少高出5个百分点，这会成为国内总体经济的重要拉动力量。总体来看，由于国内旅游市场还处于发展的初始阶段，因此，国内旅游市场工作的基本思路，首先是培育市场需求，其次是建设市场体系，第三是根据市场的变化情况有针对性的进行开发工作。

一、培育市场需求，制定和实施国民旅游计划

国民旅游计划，是指在市场机制的运作基础之上，各级政府通过各种政策方针和操作措施，最大限度地适应人民群众日益增长的旅游需求，使旅游真正成为群众的普遍消费行为，成为国民的基本生活要素之一。制定和实施国民旅游计划，可以全面适应旅游消费需求，刺激扩大内需；可以增加旅游总收入，拉动经济增长；可以丰富人民的精神生活，提高生活质量；可以推动各地之间和城乡之间的沟通与交流，促进社会发展。总之，制定和实施国民旅游计划，是培育国内市场需求的根本性举措，要争取将其制定好并得到落实。

1. 调整休假时间，创造旅游条件

1999年9月18日国务院发布了《全国年节及纪念日放假办法》，将“五一”和“十一”的放假时间分别延长为3天，加上前后2个双休日形成了两个完整的7天旅游黄金周。加之原有的春节假期和暑期，全年形成了4个国内旅游的高潮。这在很大程度上刺激了国民的旅游愿望，形成了大规模的旅游行为。进一步可以尝试实行隔周双休制，就是把目前的双休制改变为这一周休息1日，下一周休息2日，这样，每月可以集中2天时间，在一个季度内集中6天时间，可以有计划地集中使用。实行隔周双休，一是大体上不改变现有的双休制的习惯，不至于造成社会生活的混乱；二是不增加假日天数，只是对现有假日结构进行调整；三是一个季度集中6天时间休息，加上届时碰上的双休或单休日，就可以在每季度形成一个7至8天的集中假期，这种假期集中起来可以做一些平时做不了的事情，如系统参加学习、系统解决一些主要家务，更重要的是，这种7至8天的假日正好可以适应国内长线旅游的需求，同时又不至于把这种需求引导到出国旅游的需求上去。通过已经实施的年节放假办法和建议采取的隔周双休制，基本上没有动摇原有时间安排的根基，不需要增加运作成本，但是却可以在一年中形成7个旅游黄金周。仅此一项，将使我国国内旅游消费增长1咖多亿元。

2. 改革休假制度，推动旅游消费

目前，影响旅游消费潜在需求转化为现实需求的主要制约因素，既不是支付能力也不是消费愿望，而是休假制度，因此，改革休假制度就成为培育国内旅游市场最主要的环节。

(1) 全面落实带薪休假制度。

目前，带薪休假制度基本上仅在政府公务员和部分有条件的企事业单位得到落实，也有少数三资企业根据国际惯例，比照实行了带薪休假。但总体来说，带薪休假制度并不普遍。目前来看，全面落实带薪休假制度不仅符合我国已经签署的《世界人权宣言》和《关于经济社会文化权利的公约》，也符合《宪法》和《劳动法》的要求。在社会意义上，能让人们休养生息；在经济上，可以扩大居民的需求和消费，促进经济和社会的发展。实行带薪休假制度，还能在一定程度上减轻下岗压力，增加社会就业，而且不会增加社会的成本和负担。从现实来看，全面落实带薪休假制度的条件已经成熟。从操作角度来看，这不是一项制度创新而只是对已创新制度的落实问题，因此，操作起来的难度相应会小。

(2) 努力推行奖励旅游制度。

奖励旅游制度是世界很多国家和企业普遍实施的一种奖励制度。在货币奖励、实物奖励和奖励旅游这3项选择中，从企业的角度来看，奖励旅游比其他两项选择具有更多的意义。可以通过这种方式提高员工的团队精神，激发企业的活力，很大程度上也形成企业的一种新的培训方式和广告宣传方式。从社会的角度来看，实物和货币都可以储存，而服务产品具有不可储存性，因此，在供求关系宽松的条件下，推行奖励旅游制度，实际上也是社会总体提高设施利用率，避免资源浪费和提高竞争力的一种方式。在实践中，奖励旅游具有的最突出的特点就是购物消费量非常大，这种方式对于刺激消费需求，带动其他关联产业发展，拉动经济增长的作用也显得格外突出。……

前言这是一本研究和积累了6年的书。1997年，在研究新时期旅游发展战略的过程中，我们就强烈意识到，经过改革开放近20年的发展，中国旅游业的规模已经不可同日而语，并作为一个旅游大国正在形成，这就意味着旅游发展已经产生了质的变化。正像一个人的成长过程，少年期和青年期是截然不同的。中国旅游业的发展要求我们与时俱进，重新认识并调整相应的工作。当时的一点思考，后来形成“旅游强国战略”一文，收入《新编旅游经济学》一书中。1999年，面对新世纪的来临，建设旅游强国的问题更加迫切，就此又做了一点研究，形成“从旅游大国到旅游强国”一文，收入《新世纪中国旅游业发展大趋势》一书。这是一个思考和研究的阶段。2000年，国家旅游局党组明确提出，要在新世纪的前20年，集中力量，抓住机遇，建设世界旅游强国。此议一出，人心振奋，全国各地都围绕着这一战略目标，积极开展工作，旅游形势高潮迭起。之后，在编制《中国旅游业“十五”计划和2020年远景规划》的工作中，建设世界旅游强国自然成为指导思想。2001年，在国务院召开全国旅游发展工作会议上，以及随后下发的9号文件中，均明确了这一战略目标，使其从行业目标上升为国家目标。因此，这几年的实际工作也围绕着这一目标逐次进行，并积累了大量的经验。这是一个开拓和创新的阶段。在发展过程中，不断有新的问题产生，认识也需要不断深化。理论和实践的积累，使我们感觉到需要比较系统地对旅游强国之路进行进一步的研究和阐述。为此，把近几年的一些研究成果和工作成果汇总起来，需要梳理的重新梳理，需要补充的加以补充，相当部分是深入研究后新撰写的，在此基础上总体加以修订和完善，形成了这本书。韩健民兄是我多年的朋友。在工作中，我们常常在一起深入交流和探讨各类问题，本书的题目就是在几年前的一次交流中明确的，主要思路和观点也都是在探讨中逐步形成和深化的。同时，韩健民兄又是一个操作能力极强的人，有些思路提出后立即雷厉风行地落实。南京市7年来的旅游发展实践验证了许多思路的可操作性，并大大丰富了本书的内涵。在这一过程中，我们不断跟踪实际情况的发展和变化，一方面努力在实际工作中落实，另一方面努力总结和提高，形成理性的认识，并试图探寻一些深层次的问题，形成一些规律性的认识。发展未有穷期，认识也未有穷尽。希望本书的面世能够为建设世界旅游强国有所促进。在工作过程中，与各个部门和各地同志的交流，对本书的形成起了重大作用。在写作过程中，有4节的内容与文字或对其他研究成果做了较多参考，或由其他同志起草，均在文中注明，特表示感谢。在成书过程中，沈彦蓉统一修改文字并校对全文，中国旅游学院厉新建帮助做了一些文字工作，陈瑶做了一些辅助工作。中国旅游出版社李任芷社长、黄金山总编给予积极支持，责任编辑付蓉精心加工，一并表示感谢。

《旅游强国之路》

精彩短评

- 1、因着旅游专业，而接触了魏小安，同时也了解他的著作，这是我调的一本，感触很深，如果有机会，会再看这些书的。
- 2、看了以后，没什么感觉，没意思
- 3、没有什么新意,夸夸其谈敬是套话
- 4、书很脏了 不知道是压箱还是二手
- 5、一般般的丛书
- 6、高瞻远瞩，不错结构严密，系统性强
- 7、比较喜欢从宏观层面给予的分析
- 8、专业性很强，很实用
- 9、基本上是一本教课书

理论性比较强，适合对旅游产业发展有兴趣的读者

- 10、旅游业的各方各面都有涉及，著者经验丰富、归纳总结到位。

《旅游强国之路》

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:www.tushu000.com