

度假村

经营战略策划、运行管理机制创新 与规范化建设实务全书

主编：陈远生 梁海丹

FREEDC

度假村经营战略策划、运行管理机制 创新与规范化建设实务全书

主编 陈远生 梁海丹

江苏工业学院图书馆
藏书章

第一
卷

文 本 名 称 度假村经营战略策划、运行管理机制创新与规范化建设实务全书

文 本 主 编 陈远生 梁海丹

光盘出版发行 安徽文化音像出版社

出 版 时 间 2004 年 4 月

光 盘 出 版 号 ISBN 7 - 88413 - 583 - 3

定 价 998.00 元 （盘配书）

前 言

旅游事业是国民经济和社会发展的一个重要组成部分,我国旅游资源非常丰富,随着我国国民经济的快速发展,人民生活水平日益提高,作为旅游业的一大热点,旅游度假村也发展迅猛,在全国各地如雨后春笋般建立。随着经济全球化和信息化进程的加快,人类进入 21 世纪知识经济时代,以及我国加入世贸组织,旅游企业面临的竞争和压力越来越大。目前世界发达国家的度假旅游已经成为人们生活中不可缺少的一部分。随着我国加入世贸组织给旅游度假村带来的既是机遇,更是挑战。吸取国外度假村先进管理的理论、技术和方法,引入与借鉴国外度假村的运作与管理经验、战略管理的形式及操作过程,结合当代最新经营管理理论,同国际管理及标准接轨,已成为大量新兴的旅游度假村管理人士迫切需要了解的领域,也成为度假村理论研究与教学工作者的使命。

度假村管理已全面进入以战略为中心的时代。度假村管理又是一门应用型的新兴学科,度假村的经营管理战略涉及度假村各个方面,关系着度假村全局及长远发展的综合性问题,是关系着度假村经营成败的最重要因素。

为了使广大读者能够更深刻地了解及熟练掌握度假村经营战略策划、运行管理及规范化建设和知识,本书编委会特组织了二十余位专门从事度假村经营管理研究工作多年的专家教授及一线管理人员,耗时两年,共同编写出这部《度假村经营战略策划、运行管理机制创新与规范化建设实务全书》。本书内容丰富、层次分明、实用性强、方便查阅,是一部难得的巨型工具书。本书重点对 21 世纪度假村的经营战略、运行管理、规范化建设进行了详细而又透彻的阐述。围绕度假村企业总体经营战略、市场营销战略、竞争战略、财务与资本

前 言

经营战略作了详细的阐述。是各类度假村、酒店、各类休闲娱乐、餐饮店经理,各类旅游局、旅游事业管理局、生态旅游开发区、旅游咨询公司及各旅游相关院校必备的参考书。

《度假村经营战略策划、运行管理机制创新与规范化建设实务全书》共 15 篇,具体介绍如下:

第 1 篇 度假村经营战略策划、运行管理机制创新与规范化建设基础知识;

第 2 篇 度假村规划实施的保障体系分析;

第 3 篇 度假村旅游资源地域分析与经营战略策划;

第 4 篇 度假村总体经营战略策划;

第 5 篇 分时度假——度假村经营模式创新新思路;

第 6 篇 度假村的营销战略、运营管理机制创新及经济管理;

第 7 篇 度假村服务质量管理案例及运行经营管理谋略案例;

第 8 篇 度假村餐饮的规范化管理;

第 9 篇 环境、经济和社会文化影响分析与度假村经营;

第 10 篇 度假村与生态旅游;

第 11 篇 度假村成本核算与财务规范化管理;

第 12 篇 度假村园林绿化工程规范化建设与管理;

第 13 篇 度假村物业管理;

第 14 篇 度假村消防安全规范化管理;

第 15 篇 度假村经营战略策划、运行管理机制创新与规范化建设相关政策法规。

在本书编写过程中,得到了各有关单位的大力支持与帮助,谨此表示衷心的感谢,由于编者水平有限,书中难免会有错误或不当之处,敬请广大读者批评指正。

本书编委会

2004 年 3 月

目 录

第 1 篇 度假村经营战略策划、运行管理机制创新与规范化建设基础知识

▶ 第 1 章	绪 论	(3)
第一节	度假村简述	(3)
第二节	度假村历史	(4)
第三节	度假村类型	(9)
第四节	度假村的空间组成	(19)
第五节	度假村绿地的特点	(21)
第六节	度假村管理	(22)
▶ 第 2 章	度假村 21 世纪的辉煌产业	(25)
第一节	度假村的定义和性质及其特点	(25)
第二节	度假村和饭店及物业经营管理的区别	(32)
第三节	21 世纪国际旅游度假村的设计理念	(35)
第四节	国际旅游度假村的发展历史及其类型	(52)
第五节	21 世纪国际旅游度假村产业及经营管理的发展趋势	(55)
第六节	中国旅游度假村的发展历史和现状	(65)

目 录

▶ 第 3 章	我国度假村业的发展趋势	(69)
第一节	行业分工体系的调整	(69)
第二节	度假村市场的开放	(78)
第三节	信息技术的应用	(82)
▶ 第 4 章	度假村的未来	(96)
第一节	度假村未来简介	(96)
第二节	未来度假村的形态	(97)
第三节	创造完整的度假村体验	(99)
第四节	度假村发展趋势	(106)
第五节	对度假村社区的建议	(109)

第 2 篇 度假村规划实施的保障体系分析

▶ 第 1 章	加强度假村旅游管理	(115)
第一节	度假村旅游管理概述	(116)
第二节	度假村旅游行业管理的思路	(118)
第三节	度假村旅游区管理的思路	(121)
▶ 第 2 章	度假村旅行社的创立策略	(126)
第一节	影响度假村旅行社设立的因素	(127)
第二节	度假村旅行社设立的基本程序	(131)
第三节	度假村旅行社的产权管理	(134)
第四节	度假村旅行社的组织设计与组织管理	(138)
第五节	度假村旅行社的行业组织	(147)
▶ 第 3 章	建立有效的社区参与与机制	(151)
第一节	社区参与的重要性	(151)
第二节	居民参与与度假村旅游的机制与措施	(155)

目 录

► 第4章	人力资源建设与筹措资金	(159)
第一节	人力资源建设	(159)
第二节	资金保证	(165)
► 第5章	科技兴旅与法规保障	(169)
第一节	科技兴旅	(169)
第二节	法规保障	(175)
► 第6章	重视规划实施监督	(180)
第一节	对规划实施进行监督的内容	(180)
第二节	对规划实施进行监督的方法	(181)

第3篇 度假村旅游资源地域分析与经营战略策划

► 第1章	度假村生态旅游资源地域系统的概念	(189)
第一节	度假村生态旅游资源的定义	(189)
第二节	度假村生态旅游地域系统	(191)
► 第2章	度假村生态旅游资源调查和评价	(199)
第一节	度假村生态旅游资源调查	(199)
第二节	度假村生态旅游资源定性评价	(207)
第三节	度假村生态旅游资源定量评价	(212)
► 第3章	度假村生态旅游资源结构系统	(226)
第一节	森林度假村生态旅游资源系统	(227)
第二节	草原度假村生态旅游资源系统	(231)
第三节	湿地度假村生态旅游资源系统	(233)
► 第4章	度假村生态旅游资源功能	(238)
第一节	度假村生态环境功能	(239)

目 录

第二节	度假村生态景观功能	(241)
第三节	度假村生态保健功能	(251)
第四节	度假村生态文化功能	(254)
第五节	度假村生态保护功能	(255)
► 第 5 章	旅游活动对度假村生态旅游资源的影响	(256)
第一节	对土壤的影响	(256)
第二节	对植被的影响	(258)
第三节	对环境质量的影响	(260)
第四节	对景观生态系统的影响	(261)
第五节	对特殊度假村生态旅游地的影响	(262)

第 4 篇 度假村总体经营战略策划

► 第 1 章	度假村发展战略	(269)
第一节	密集型发展战略	(270)
第二节	一体化发展战略	(271)
第三节	多角化发展战略	(272)
► 第 2 章	稳定战略、紧缩战略及混合战略	(275)
第一节	稳定战略	(275)
第二节	紧缩战略	(277)
第三节	混合战略	(280)
► 第 3 章	度假村企业的产品市场发展战略	(281)
第一节	市场渗透战略	(282)
第二节	市场开发战略	(284)
第三节	产品发展战略	(286)
第四节	多角化经营战略	(287)

目 录

▶ 第 4 章	度假村饭店企业集团的经营战略	(290)
第一节	企业集团一般理论与旅游企业集团的经营战略	(291)
第二节	国外度假村饭店集团的组织形式	(308)
第三节	国外度假村饭店集团的经营战略	(318)
第四节	我国度假村饭店集团的发展与经营战略	(339)

第 5 篇 分时度假——度假村经营模式创新新思路

▶ 第 1 章	分时度假的定义及实质	(347)
第一节	分时度假的法律定义	(348)
第二节	分时度假的实质	(350)
▶ 第 2 章	分时度假的运营机制和运营方式	(351)
第一节	分时度假产品的运营机制	(351)
第二节	分时度假运营方式	(360)
▶ 第 3 章	分时度假产品的规划设计	(364)
第一节	分时度假产品的规划设计前期工作	(365)
第二节	分时度假产品规划设计的基础工作和创新要求	(369)
▶ 第 4 章	分时度假产品的价格和经营收入及经营收益	(372)
第一节	分时度假产品的价格	(372)
第二节	分时度假产品经营的主要收入渠道	(374)
第三节	分时度假产品的经营收益情况	(377)
▶ 第 5 章	分时度假业对度假目的地的好处	(383)
第一节	分时度假业对度假村业的好处	(383)
第二节	分时度假业对中国的益处	(384)
第三节	案例说明	(385)

目 录

第四节	三方同盟关系	(386)
▶ 第 6 章	RCI——全球最大的分时度假交换公司在中国	(388)
第一节	RCI 公司介绍	(388)
第二节	RCI 的综合能力	(389)
第三节	RCI 在昆明举办慈善公益高尔夫大赛暨亚太地区研讨会	(391)
第四节	RCI 在华发展情况	(392)
第五节	加盟 RCI 的经营商情况	(394)
第六节	RCI 在华拓展战略分析	(398)
▶ 第 7 章	度假村加盟 RCI 的程序及有关规定	(402)
第一节	度假村加盟 RCI 的程序	(402)
第二节	度假村加盟 RCI 有关规定	(403)
第三节	申请度假村联盟说明	(409)
第四节	申请联盟文件清单	(420)
▶ 第 8 章	RCI 会员论坛——入会及交换等有关问题解答	(422)
第一节	RCI 会员如何交换度假	(422)
第二节	加入 RCI 会员的优惠利益都有哪些	(424)
第三节	RCI 会员问题解答	(425)
第四节	RCI 会员来函经验谈	(430)
第五节	会员存入分时度假周表格	(432)
第六节	会员度假交换申请表格	(433)
▶ 第 9 章	分时度假的历史、发展和存在的问题及对策	(436)
第一节	分时度假在国外的历史及其发展	(436)

目 录

第二节	分时度假在中国的发展和现状	(438)
第三节	分时度假存在的问题及其对策	(444)
► 第 10 章	旅游分时度假及交换系统	(448)
第一节	旅游分时度假产品简介	(449)
第二节	旅游分时度假产品的经济影响	(456)
第三节	如何开发旅游分时度假产品	(464)
第四节	对分时度假产品的法律规制	(474)
第五节	亚太地区旅游分时度假产品的发展趋势	(480)

第 6 篇 度假村的营销战略、运营管理机制创新及经济管理

► 第 1 章	度假村的营销战略	(487)
第一节	营销意义	(487)
第二节	开发营销计划	(488)
► 第 2 章	度假村运营管理机制创新	(507)
第一节	度假村运营管理机制创新简介	(507)
第二节	度假村运营管理机制创新设计	(508)
第三节	度假村运营管理机制创新运营	(508)
第四节	度假村运营管理机制创新零售	(516)
第五节	度假村运营管理机制创新生态旅游	(529)
► 第 3 章	度假村经济管理	(532)
第一节	度假村经济管理简介	(532)
第二节	度假村经济可行性	(533)
第三节	财务报表分析	(535)
第四节	滑雪地区	(538)
第五节	高尔夫度假村和网球度假村	(546)
第六节	目的港度假村船坞	(579)

目 录

► 第4章	度假村娱乐设施的开发与管理	(583)
第一节	简 介	(583)
第二节	度假村娱乐设施的开发过程	(584)
第三节	度假村制定娱乐设施策略	(586)
第四节	度假村社区管理结构	(589)
第五节	度假村娱乐设施的管理与运营	(592)
► 第5章	度假村的经营理念——利润翻番的诀窍	(597)
第一节	产业经营与资本经营相结合	(598)
第二节	走集团化、国际化道路	(602)
第三节	以特色求发展	(611)
第四节	开展绿色度假村活动	(616)
第五节	做好度假村的开业准备	(616)
第六节	采取与国际接轨的经营机制	(626)

第7篇 度假村服务质量管理案例及运行经营管理谋略案例

► 第1章	度假村服务质量管理案例	(641)
第一节	如何对待服务质量调查结果	(641)
第二节	团队精神是服务质量的灵魂	(643)
第三节	饭店生存发展的生命线	(646)
第四节	顾客权益至高无上	(650)
第五节	以产品质量取胜的牛肉饼大王	(653)
第六节	餐饮承包经营的威胁与挑战	(657)
第七节	伦敦地铁公司的服务承诺	(660)
第八节	机敏的服务员和特殊的客人	(669)
第九节	自费登广告寻找外国游客	(670)
第十节	旅游服务行业的顾客满意指标	(672)
► 第2章	度假村运行经营管理谋略案例	(676)

目 录

第一节	一个非洲度假村餐馆的经营管理决策·····	(676)
第二节	复合式多元化的服务经营·····	(694)
第三节	日本饭店业拓展的高手·····	(696)
第四节	充满持久活力的秘诀·····	(698)
第五节	与众不同的特许经营制·····	(706)
►第3章	国内旅游者对旅游服务质量的评价·····	(708)
第一节	国内旅游者对服务质量的评价(按团体和散客分组) ·····	(708)
第二节	国内旅游者对旅游服务质量的评价(按性别和年龄分组) ·····	(711)
第三节	国内旅游者对旅游服务质量的评价(按文化程度分组) ·····	(715)
第四节	国内旅游者对旅游服务质量的评价(按职业分组)·····	(719)
第五节	国内旅游者对旅游服务质量的评价(按家庭月平均 收入分组)·····	(723)
第六节	国内旅游者对旅游服务质量的评价(按旅游目的分组) ·····	(727)

第8篇 度假村餐饮的规范化管理

►第1章	度假村餐饮管理基本原理概述·····	(733)
第一节	度假村餐饮业的基本特征及其地位和作用·····	(733)
第二节	度假村餐饮管理的组织机构·····	(738)
第三节	度假村餐饮管理的特点和任务·····	(750)
第四节	度假村餐饮管理的经营方针和经营策略·····	(755)
第五节	度假村餐饮管理的工作要领·····	(764)
►第2章	度假村餐饮管理经营计划·····	(769)
第一节	度假村餐饮管理经营计划的内容和任务·····	(769)

目 录

第二节	度假村编制餐饮经营计划的依据和指标	(776)
第三节	度假村餐饮管理计划指标预测方法	(783)
第四节	度假村餐饮管理计划方案编制方法	(801)
► 第3章	度假村餐饮产品生产管理	(814)
第一节	度假村餐饮产品生产管理工种职责和设备配置	(814)
第二节	度假村餐饮产品生产管理特点和生产任务确定方法	(826)
第三节	度假村食品原材料加工管理	(836)
第四节	度假村餐饮产品烹调制作管理	(846)
► 第4章	度假村餐饮产品销售服务管理	(856)
第一节	度假村餐饮产品销售服务管理特点和餐厅配备	(856)
第二节	度假村餐饮产品销售服务质量管理基本要求	(860)
第三节	度假村餐厅销售服务管理过程的组织	(865)
第四节	度假村酒吧销售服务管理过程的组织	(872)
第五节	度假村餐饮产品销售分析	(881)
► 第5章	度假村餐饮产品价格管理	(888)
第一节	度假村餐饮产品价格特点及其价格管理原则	(889)
第二节	度假村餐饮产品价格构成和订价程序	(894)
第三节	度假村餐饮产品基价制定方法	(898)
第四节	度假村餐饮产品价格策略和价格管理	(906)

第9篇 环境、经济和社会文化影响分析与度假村经营

► 第1章	度假村旅游的错误描述	(921)
第一节	概 述	(921)
第二节	度假村生态旅游的错误描述	(922)

目 录

▶ 第 2 章	环境影响与经济影响	(924)
第一节	环境的影响	(924)
第二节	经济影响	(939)
▶ 第 3 章	社会文化影响及度假村内旅游的规模影响	(946)
第一节	社会文化影响	(946)
第二节	度假村内生态旅游的规模和影响	(951)

第 10 篇 度假村与生态旅游

▶ 第 1 章	生态旅游的形成、作用和问题	(955)
第一节	生态旅游的产生和发展	(955)
第二节	生态旅游迅猛发展的因素分析	(965)
第三节	生态旅游的正面效益	(1007)
第四节	构成生态旅游的条件和问题	(1012)
▶ 第 2 章	生态旅游的基本特征	(1024)
第一节	国内外学者论生态旅游的特征	(1024)
第二节	生态旅游基本特征分析	(1031)
▶ 第 3 章	生态旅游开发与规划	(1036)
第一节	生态旅游规划概述	(1036)
第二节	生态旅游产业规划	(1041)
第三节	生态旅游的开发	(1050)
第四节	自然保护区生态旅游开发规划	(1058)
第五节	世界著名生态旅游区规划案例	(1063)
▶ 第 4 章	生态旅游环境保护规划	(1070)
第一节	生态旅游环境保护规划概述	(1071)
第二节	生态旅游环境影响评价及调控方案	(1074)

目 录

第三节	生态旅游环境容量的确定	(1086)
第四节	绿色技术的推广应用	(1094)
第五节	案例:江西省生态旅游环境保护规划	(1103)
► 第5章	生态旅游管理	(1112)
第一节	生态旅游管理的必要性	(1113)
第二节	旅游承载力管理	(1114)
第三节	旅游者管理——塑造“负责任的旅游者”	(1129)
第四节	当地居民管理——社区参与	(1135)
第五节	政府对生态旅游的管理	(1137)
► 第6章	国外生态旅游发展研究	(1152)
第一节	国外生态旅游发展概况	(1152)
第二节	肯尼亚生态旅游发展经验	(1160)
第三节	国外生态旅游管理实例	(1171)
第四节	发达国家的农业生态旅游与乡村旅游	(1174)
第五节	发达国家的环境保护意识与行为	(1179)
► 第7章	生态旅游资源调查与评价	(1183)
第一节	生态旅游资源概述	(1183)
第二节	生态旅游资源调查	(1196)
第三节	生态旅游资源评价	(1201)

第 11 篇 度假村成本核算与财务规范化管理

► 第1章	度假村餐饮产品成本核算与成本控制	(1217)
第一节	度假村餐饮成本构成和成本分类	(1217)
第二节	度假村餐饮成本核算的基础工作和方法分类	(1221)
第三节	度假村餐饮成本核算方法	(1228)
第四节	餐饮管理的成本控制	(1251)