

西北大学经济管理学院博士文库

XIBEI DAXUE JINGJI GUANLI XUEYUAN BOSHI WENKU

LVYOU QIYE
HEXIN JINGZHENGLI

旅游企业核心竞争力： 创新与提升

“物竞天择，适者生存”，是人类竞争的永恒真理。我们的时代已由“争于力”转变为“争于智”，精神博弈是当今企业间竞争的主流，特别是像旅游企业等服务型企业，策划与创新能力已经成为企业核心竞争力的关键要素。

邵金萍◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

西北大学经济管理学院博士文库

LVYOUQIYE
HEXIN JINGZHENGLI

旅游企业核心竞争力： 创新与提升

“物竞天择，适者生存”，是人类竞争的永恒真理。我们的时代已由“争于力”转变为“争于智”，精神博弈是当今企业间竞争的主流，特别是像旅游企业等服务型企业，策划与创新能力已经成为企业核心竞争力的关键要素。

邵金萍◎著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游企业核心竞争力: 创新与提升/邵金萍著

北京: 中国经济出版社, 2012. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0477 - 2

I. ①旅… II. ①邵… III. ①旅游业—企业管理—研究 IV. ①F590.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 248931 号

责任编辑 葛 晶

责任审读 霍宏涛

责任印制 张江虹

封面设计 巢新强

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市人民文学印刷厂

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 12

字 数 184 千字

版 次 2012 年 1 月第 1 版

印 次 2012 年 1 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0477 - 2/F · 8717

定 价 30.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街3号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换(联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

“西北大学经济管理学院博士文库”
编辑委员会

编委会主任:白永秀 任保平

成 员:白永秀 王 宝 任保平 杜 勇
赵守国 樊 涛 惠 宁 杨永平
何爱平 王满仓 茹少锋 安立仁
张晓明 陈 实 吴 航 马小勇

总序

西北大学的经济学与管理学学科具有悠久的历史,早在1912年就设立商科,1937年成立了经济系,王亚南、沈志远、罗章龙、季陶达等著名学者曾先后在此执教。1977年恢复经济学专业和经济学系,1985年正式成立西北大学经济管理学院。

改革开放以来,学院得到了很大发展。特别是进入21世纪以来,学院的学科建设、人才培养、社会服务、社会声誉都得到了极大的提高,已成为集经济学与管理学教学与科研为一体,综合发展的全国著名学院。学院现设8个系、24个教育和研究中心及所;有教职工150多人,专任教师116人,其中正副教授75人,拥有博士学位或在读博士研究生86人;在校本科生、硕士生、博士生3000多人。

学院有1个国家重点学科——政治经济学,8个省级重点学科,即西方经济学、人口资源环境经济学、经济思想史、经济史、世界经济、国民经济学、企业管理、旅游管理;拥有理论经济学、应用经济学和工商管理三个博士后科研流动站,教育部人文社科重点研究基地——中国西部经济发展研究中心,教育部理论经济学基础人才培养基地,教育部首批教育质量工程项目“理论经济学基础人才培养模式创新实验区”,教育部与财政部特色专业——经济学,理论经济学博士学位授权一级学科,17个博士学位二级授权学科点,33个硕士学位授权点,10个本科专业,有3个省级普通高校特色学科,金融学专业设有三秦岗位学者。

学院多年来为国家培养博士400多名、各类硕士5000多名、本科生10000多名,其中涌现出一批在国内外有一定影响的中青年经济学家、企业家和优秀党政领导干部。《人民日报》、《光明日报》、《新华每日电讯》等多家新闻媒体对学院在人才培养方面的成绩作了报道。在科学研究方面,学

院面向国民经济建设主战场,紧密结合中国经济改革和西部经济发展中出现的新问题和实践需要,进行了深入的理论研究,取得了丰硕的成果。多年来共出版专著 200 余部,发表论文 3000 余篇,完成国家及省部级课题 300 多项,获得省部级局级奖 200 余项。学院正在成为西部经济发展的研究中心、学术交流中心以及地方政府决策咨询中心。

近年来学院师资队伍及其结构发生了巨大变化。通过引进和选留优秀博士生、鼓励青年教师攻读博士学位,目前已获博士学位或博士研究生在读的教师已达 86 人,占专业教师总人数的 70% 以上,一大批青年教师在攻读博士学位的过程中,形成了一批具有学术价值的论文。为了加强对青年教师的培养,带动青年教师的科研,经过院党政联席会议研究,决定以“西北大学经济管理学院博士文库”的名义资助这些青年教师的博士论文出版。2010 年 7 月学院发出通知征集论文,2010 年 9 月对征集到的论文经过了评审,并提出修改意见。最终确定资助 16 本论文出版。

本次出版的 16 个选题,都是我院青年教师在我校以及其他院校攻读博士学位时的论文,内容涉及政治经济学、西方经济学、人口资源环境经济学、世界经济、企业管理、旅游管理等多个学科,体现出了不同学科的研究特点,也体现了我院青年教师在经济学和管理学科前沿问题中的研究成果。同时,“西北大学经济管理学院博士文库”也是我院 211 重点学科三期建设的一个重要成果。值此出版之际,是以为序。

西北大学经济管理学院院长、教授、博士生导师

白永秀

2011 年 2 月于西北大学

序

邵金萍博士是西北大学经济管理学院政治经济学专业 2002 级博士生，也是我所招收的政治经济学专业第四届博士生。《旅游企业核心竞争力：创新与提升》一书是她在其博士学位论文基础上修改而成的一本专著，在她博士入学即将 10 周年之际出版具有特别的意义。作为导师，看到她的著作出版，尤其看到她近年来在学术研究上不断取得新的成果和新的进步由衷地感到高兴，乐意在她的新作出版之际说几句话。

作为教育工作者，回顾邵金萍博士的成长历程十分感慨。1997 年邵金萍博士进入西北大学经济管理学院攻读旅游管理专业硕士学位，同年我也从陕西师范大学政治经济学院调入西北大学经济管理学院教学，巧合的是一直教授《社会主义经济理论与实践》课程的我却被安排在旅游系授课，为本科生讲授《政治经济学》、《社会主义市场经济理论与实践》，为研究生讲授《中国市场经济理论与实践》、《旅游企业管理研究》、《国有资产重组与管理研究》等课程，所以从 1997 年起邵金萍博士便成了我的学生，尽管那时并不是她的导师。后来邵金萍考上政治经济学专业博士研究生，选择我为导师，并逐步成为我的研究团队和教学团队的骨干。可以说，我见证了一个年轻学者怎样从学术外行，一步步地走上学术研究之路，最后不断取得研究成果的全过程。

经过硕博两个阶段的学习以及邵金萍博士本人的不懈努力，基础并非很好的她，在经济学与管理学理论素养方面都有了很大提高，逐步走上了学术研究的道路。近年来，先后在《改革》、《西北大学学报》、《福建论坛》、《经济纵横》等核心期刊发表论文 10 多篇；与人合作出版《旅游企业核心竞争力研究》一书；主持陕西省社科规划项目《陕西发展现代服务业的产业与战略选择研究》、西安市社科规划项目《关中—天水经济区旅游产业联动发展战

略研究》、陕西省教育厅规划项目《陕西会展经济与旅游经济发展的重点及品牌建设》等课题的研究；积极参加陕西地方经济发展论坛，并在《陕西日报》、《三秦都市报》等发表文章讨论陕西地方旅游产业发展的相关问题，为陕西旅游产业的发展献计献策。

多年来，邵金萍博士积极参加我所主持的一些课题的调研、讨论和初稿撰写工作，成为我们研究团队的核心成员之一。参加的区域方面的课题主要有：国家社科基金重大招标项目《形成西部地区城乡经济社会一体化新格局战略研究》、西安市政府重大招标项目《西安建设创新型城市研究》（获西安市科技进步一等奖、陕西省教育厅科技进步一等奖、陕西省科技进步二等奖）、西安市发改委委托项目《西安市“十二五”国民经济和社会发展总体思路研究》、西安市科技局规划项目《统筹科技资源，促进西安特色产业发展研究》、西安市发改委委托项目《西安建设国际化大都市研究》与《西安经济长期平稳较快发展研究》以及长武、吴起、黄陵、安塞等县的“十一五”、“十二五”规划项目。参加的企业研究课题主要有：陕西省政府委托项目《陕西省文化产业改制与事转企系列方案研究》（共8个《方案》），延长石油集团销售公司、陕西高速公路集团、澄合矿务局等“十二五”规划，黄陵矿务局铁路运输公司、澄合矿务局王村煤矿企业文化研究等。

从2009年开始，邵金萍博士加入了我所开发的一门新课《企业家与企业家精神》的教学团队。在EMBA《企业家与企业家精神》的教学中，邵金萍博士作为重要成员承担案例编写与企业考察任务；在面向全校学生开设的通识课《企业家与企业家精神》的教学中，邵金萍博士担任主讲教师，由于上课认真，教学风格轻松自然，受到学生们的喜爱。

企业核心竞争力问题是近年来学术界与企业界研究的热点问题之一，但研究的重点主要集中在以制造业为代表的工业企业中，学者们对服务性企业，特别是旅游企业的核心竞争力关注较少。邵金萍博士在我国较早地关注和研究旅游企业核心竞争力问题，先后发表了《旅游企业核心竞争力的构建及其影响因素研究》、《企业策划能力——旅游企业核心竞争力的新视角》等论文，并与其硕士生期间的导师之一杨永平先生合作出版《旅游企业核心竞争力研究》一书，这是我国较早的旅游企业核心竞争力研究的专著。邵金萍博士对旅游企业核心竞争力问题有自己独到的见解，相关研究成果与结论也在不断深化。例如，她较早提出企业文化、企业信誉、企业品牌、顾

客忠诚度等因素是旅游企业核心竞争力的构成要素,但经过近年来的深入研究,她认为企业信誉、企业品牌、顾客忠诚度只是企业核心竞争力的一种结果,而企业文化、企业策划能力、企业服务能力、企业系统整合能力等因素才是旅游企业核心竞争力的构成要素。

邵金萍博士的《旅游企业核心竞争力:创新与提升》一书,在其博士学位论文的理论框架下,概括了她近年来研究的新成果。从结构来看,她将理论研究部分与实践研究部分分开来论述,把全书分为理论篇与实务篇;从内容来看,在实务篇中增加了新兴旅游企业,如快捷酒店、农家乐等核心竞争力问题的研究。该书的理论逻辑是:旅游企业的性质与其它类型企业的性质不同,因而旅游企业与其它类型企业核心竞争力的构成要素和影响因素也不同。该书在理论上提出与论证了旅游企业核心竞争力由旅游企业的策划能力、服务能力、企业文化、企业系统整合能力构成,并深入研究了这些因素之间的相互关系,探讨了我国旅游企业核心竞争力存在的问题,提出了提升我国旅游企业核心竞争力的对策建议。可以说,《旅游企业核心竞争力:创新与提升》是一部较为全面分析我国旅游企业核心竞争力问题的专著,它的出版不仅具有重要的理论意义,而且具有较强的现实意义。

《旅游企业核心竞争力:创新与提升》一书,主体成形于5年前,是我国最早研究旅游企业核心竞争力问题的博士学位论文之一。此次修改出版,虽然在理论上有了进一步的提高,增添了新的内容和数据,文字上也更加成熟,但还不够完善,有些问题还需进一步深入研究。希望邵金萍博士以《旅游企业核心竞争力:创新与提升》的出版为新的起点,在研究中不断取得新的成绩。是为序。

白永秀

2011年10月于西北大学

理论篇

1 导 论 | 003

1.1 选题背景及意义 / 003

1.1.1 选题背景 003

1.1.2 研究意义 007

1.2 研究对象与方法 / 010

1.2.1 研究对象 010

1.2.2 研究方法 011

1.3 基本思路及框架结构 / 012

1.3.1 基本思路 012

1.3.2 本书框架结构 013

1.4 本书的主要创新 / 016

2 企业核心竞争力理论研究综述 | 019

2.1 国外企业核心竞争力研究文献综述 / 019

2.1.1 关于企业持续竞争优势源泉的研究文献综述 019

2.1.2 国外企业核心竞争力研究文献综述 032

2.2 国内企业核心竞争力研究文献综述 / 039

2.2.1 核心竞争力的内容和构成要素研究文献综述 039

2.2.2 核心竞争力的定量研究文献综述 043

2.2.3 培育和提升企业核心竞争力的途径研究文献综述 ... 045

2.3 旅游企业核心竞争力研究文献综述 / 049

2.4	对国内外企业核心竞争力理论研究简评 / 050	
3	旅游企业核心竞争力理论研究 053	
3.1	旅游企业核心竞争力相关概念界定 / 053	
3.1.1	竞争力	053
3.1.2	企业竞争力	054
3.1.3	企业核心竞争力	054
3.1.4	企业竞争力与企业核心竞争力的关系	056
3.2	旅游企业核心竞争力的概念及内涵 / 057	
3.3	旅游企业核心竞争力的特征 / 059	
3.3.1	旅游产品的特殊性	059
3.3.2	顾客价值性	061
3.3.3	企业特质性	062
3.3.4	与特定主体的共生性	062
3.4	旅游企业核心竞争力的作用 / 063	
4	旅游企业核心竞争力的构成要素与影响因素 065	
4.1	旅游企业核心竞争力的构成要素 / 065	
4.1.1	旅游企业的策划能力	067
4.1.2	旅游企业的服务能力	074
4.1.3	旅游企业的系统整合能力	078
4.1.4	旅游企业的企业文化	080
4.1.5	旅游企业核心竞争力构成要素之间的关系	082
4.2	旅游企业核心竞争力的影响因素 / 084	
4.2.1	资源性因素	084
4.2.2	企业的差异化因素	085
4.2.3	相关性产业因素	087
4.2.4	成本优势因素	087
4.3	旅游企业核心竞争力形成机制的模型 / 088	
5	我国旅游企业核心竞争力构成及影响因素的实证分析 091	
5.1	旅游企业核心竞争力构成及影响因素问卷调查 / 091	

5.1.1	问卷对象选择	091
5.1.2	问卷设计	092
5.1.3	调查目的	094
5.2	旅游企业核心竞争力构成及影响因素问卷数据与分析 / 094	
5.2.1	总体情况	094
5.2.2	单项情况	097
5.3	实证分析结论 / 102	

实务篇

6 传统旅游企业核心竞争力分析 | 105

6.1	我国旅游产业发展现状及存在问题 / 105	
6.1.1	我国旅游产业发展现状	105
6.1.2	我国旅游产业存在问题	107
6.2	我国饭店企业核心竞争力分析 / 108	
6.2.1	我国饭店企业发展现状	108
6.2.2	我国饭店企业核心竞争力分析	110
6.3	我国旅行社企业核心竞争力分析 / 114	
6.3.1	我国旅行社企业发展现状	114
6.3.2	我国旅行社企业核心竞争力分析	116
6.4	我国景区企业核心竞争力分析 / 121	
6.4.1	我国景区企业发展现状	121
6.4.2	我国景区企业核心竞争力分析	122
6.5	制约我国旅游企业核心竞争力形成的因素分析 / 125	
6.5.1	产权制度缺陷是制约旅游企业核心竞争力形成的根本原因	125
6.5.2	管理体制不合理是制约旅游企业核心竞争力形成的外部根源	126

6.5.3	缺乏内部激励机制是制约旅游企业核心竞争力形成的内部根源	127
6.5.4	忽视策划能力的培养是旅游企业核心竞争力缺乏的直接原因	128
6.5.5	忽视企业文化建设是制约旅游企业核心竞争力形成的重要原因	128
7	我国新兴旅游企业核心竞争力分析 131	
7.1	快捷酒店竞争力分析 / 131	
7.1.1	快捷酒店发展现状	132
7.1.2	快捷酒店核心竞争力分析	136
7.1.3	快捷酒店核心竞争力提升	137
7.2	农家乐核心竞争力分析 / 138	
7.2.1	农家乐发展现状	139
7.2.2	农家乐核心竞争力分析	140
7.2.3	农家乐核心竞争力提升	141
8	提升我国旅游企业核心竞争力 143	
8.1	培育优秀的企业文化 / 143	
8.1.1	打造企业家队伍	143
8.1.2	塑造良好的品牌企业形象	144
8.1.3	建设诚信文化	144
8.1.4	塑造优秀的企业精神	145
8.1.5	建立完善的企业文化培训体系	145
8.1.6	实施绿色管理文化	146
8.2	提升旅游企业策划能力 / 147	
8.2.1	提升对策划力的认识	147
8.2.2	建立或强化旅游企业策划部门	147
8.2.3	培养和组建旅游企业的策划人才队伍	148
8.2.4	定期征集策划创意的思路	148
8.2.5	提高企业由感性的灵感向理性的思考转变的能力	148

8.3	提升旅游企业系统整合能力 / 149	
8.3.1	系统整合过程分析	149
8.3.2	整合旅游企业外部互补资源提升核心竞争力	150
8.3.3	整合旅游企业内部资源提升核心竞争力	151
8.4	提升旅游企业服务能力 / 152	
8.4.1	提高全员用心服务意识	152
8.4.2	为顾客设计优秀的服务产品	152
8.4.3	完善企业的组织架构及规章制度	152
8.4.4	提高企业的执行力	153
9	研究结论及有待进一步研究的问题 155	
9.1	结 论 / 155	
9.2	有待进一步研究的问题 / 156	
	参考文献 157	
	附录 I 169	
	附录 II 171	
	后 记 173	

理论篇

1 导 论

1.1 选题背景及意义

1.1.1 选题背景

当今世界正处于一个多极化竞争的时代,西方发达国家的经济发展经过了几十年辉煌发展时期,呈现出平稳竞争的态势,而以中国、巴西、印度等为代表的发展中国家,正进入经济发展的加速时期。这些发展中国家之间存在着争取世界经济地位的竞争,同时也存在着发展中国家与西方发达国家之间争夺资源和生存空间的竞争。2008年爆发的世界性经济危机虽已过去,但后危机时代世界政治、经济竞争更加复杂化了,西方发达国家之间也开始了新一轮维护本国经济地位的竞争,在这样扑朔迷离的竞争形势下,世界政治经济秩序是否会重新洗牌,将取决于诸多竞争的结果。

国家与国家之间进行着综合国力较量的同时,企业与企业之间也进行着竞争力的激烈较量。世界政治、经济竞争的不断加剧以及经济社会一体化的迅猛发展,也进一步加剧了各国企业之间的跨国竞争,竞争不仅引发了世界能源及资源的短缺,而且导致了世界政治经济的非均衡发展,使各国企业陷入了更加残酷的竞争时期。一个国家众多企业竞争力的提升是提高国家国际竞争力的基础和保证,打造企业持续竞争力是提高国家综合实力和国际竞争力的需要和必由之路,企业竞争力成为一个国家国际竞争力的基础和保证。

1990年,美国著名战略学家普拉哈拉德(C. K. Prahalad)和哈默(Gary Hamel)在《哈佛商业评论》(Harvard Business Review)上发表了《公司的核心