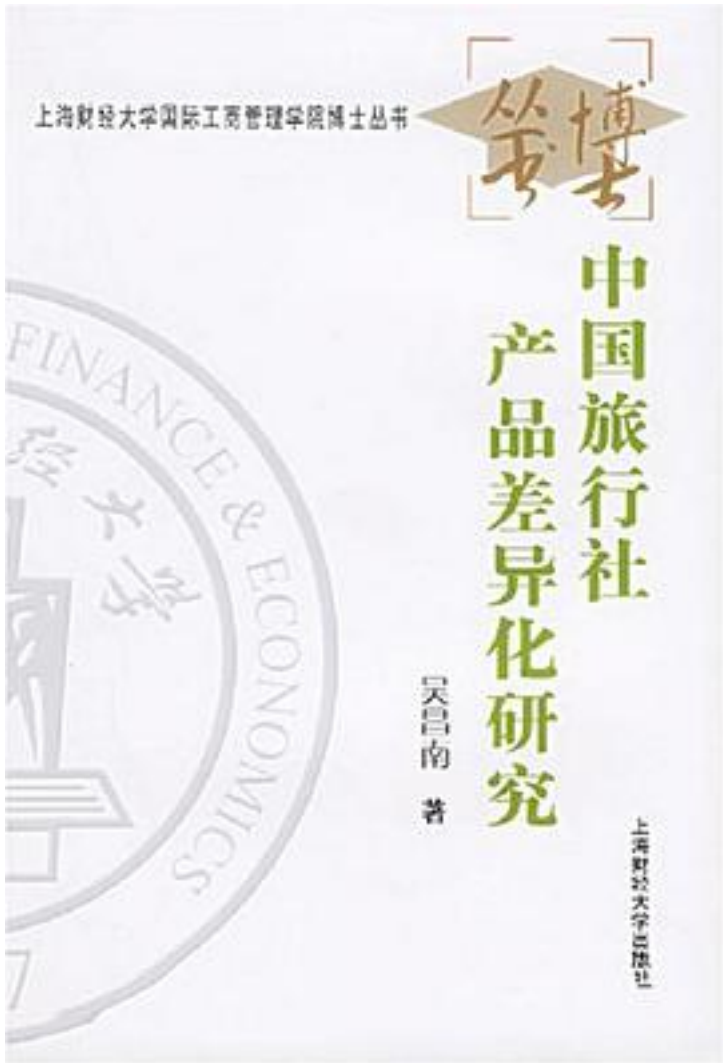


中国旅行社产品差异化研究



[中国旅行社产品差异化研究_下载链接1](#)

著者:吴昌南

出版者:上海财经大学出版社

出版时间:2006-2

装帧:简装本

isbn:9787810984904

本书用西方产业组织理论中的产品差异化理论对中国旅行社利润率下降的现象进行了深入系统的分析，对旅行社利润下降提出了内生的解释视角。同时，本书还从产品创新、广告、品牌声誉及选址四个方面具体分析了旅行社难以成功地创造和扩大产品差异化的原因。在此基础上，本书提出了一整套旅行社的产品差异化战略。

本书提出了旅行社实现产品差异化的策略，包括：对创新旅游线路获利能力的信息实施保密，延长模仿者的观测时滞和模仿时滞；申请对创新旅游线路进行“商标”注册；对上游市场圈定，购买创新旅游线路中某些要素的区域独家经营权；实施连锁经营与跨区域空间选址战略；实施一体化战略克服广告的外部性；成立导游公司克服导游的代理问题。

作者介绍:

目录:

[中国旅行社产品差异化研究_下载链接1_](#)

标签

评论

[中国旅行社产品差异化研究_下载链接1_](#)

书评

[中国旅行社产品差异化研究_下载链接1_](#)