

国内酒店管理本科专业开设 酒店产品创新方向构想

——基于酒店住宿现象知识建构体系化视角

施国新¹, 余志远²

(1.广东财经大学 文化旅游与地理学院,广东 广州 510320;2.东北财经大学 旅游与酒店管理学院,辽宁 大连 116025)

摘要:改革开放以来,我国酒店业对人才的需求类型主要是既懂经营管理理论,又掌握对客服务技能的酒店专业人才,相关院校以此为中心,依托经济学、管理学学科理论开设酒店管理专业进行人才培养,一直是业界和学界的共识。在对这种认识的形成原因、合理性进行分析的基础上,进一步指出:现阶段我国酒店产业不仅需要大量的技能型、经营管理型人才,更需要酒店产品的创意、策划、设计等酒店产业链高端环节的人才。同时,由于专业是学科知识体系与社会需求的交叉,将二者结合起来探索专业办学是其应有之义。文章引入矛盾论哲学思想,探索酒店住宿现象的知识体系,提出完整的酒店管理专业办学应围绕住宿活动的需求与供给这一既对立又统一的矛盾统一体的两个方面展开,为酒店管理本科专业围绕顾客需求,依托心理学、社会学、人类学等学科理论开设酒店产品创新方向提供学理依据。

关键词:酒店产品创新;酒店管理本科专业;酒店住宿现象;知识体系

中图分类号:G642

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2022)05-0091-07

我国酒店管理专业自创办以来一直围绕市场化、国际化的办学定位,以满足酒店产业对人才的需求为目标,主要依托经济学、管理学等学科理论,培养懂经营管理理论、掌握对客服务技能的酒店管理专业应用型人才。但该专业在长期的发展过程中出现了一个带有悖论性的现象,即该专业的办学层次和规模得到了提升与扩大,而毕业生专业内的就业率、就业层次及薪资待遇一直都很低,严重陷入“当徒弟、下苦力、累资历”的职业发展怪圈,其离职、转行现象普遍。引发该悖论现象的原因包括酒店行业吸引力、行业用人及专业自身建设等多个方面。学界围绕酒店业对人才的需求,从酒店管理专业的产生^[1]、办学定位^[2-4]、办学思路^[5-7]等方面展开了有益的探索,相关研究成果对于总结办学经验、推动酒店管理本科专业

办学的改革发展具有重要意义,也为后续的相关研究奠定了较好的基础。本研究尝试从学科知识体系新视角切入进行分析。

由于专业是学科知识体系与社会需求的交叉^[8],以往的研究多侧重于社会需求(即酒店业对人才的需求),较少关注酒店住宿现象的知识体系,更是鲜见将二者结合起来探索酒店管理专业的办学研究,而这恰恰是探索专业办学的应有之义。笔者试图从现阶段酒店业对人才的需求及其变化、酒店管理专业与其所依托的学科知识体系的关系这一源头来重新审视酒店管理本科专业的办学方向,为推动酒店管理类专业转型发展探索新思路。

收稿日期:2021-11-04

基金项目:广州市“十三五”规划项目(2020GZYB58);广东财经大学2021年度一流本科教学质量与教学改革工程项目

作者简介:施国新(1976—),男,湖北大悟人,副教授,博士,主要从事旅游体验、酒店产品创新策划、酒店教育研究。

1 变动不居与创新发展:酒店产业的人才需求变化

任何一个专业的产生,既要满足社会需求,又要依托一定的学科知识体系。由于社会需求是不断变化的,这就要求酒店管理专业办学也不断变化,以更好地贴近社会需求的实际。

1.1 酒店产业对人才需求的传统认识

改革开放初期及以后相当长一段时期内,由于中国经济社会发展水平、人均收入等方面的限制,我国现代酒店业的客源主体是国际客人,那时的酒店叫涉外酒店,被赋予展示开放形象和赚取外汇的双重定位,酒店业成为我国与国际接轨的标杆。直接引进跨国酒店企业,照搬国际酒店产品设计模式、服务标准、管理模式以迎合国际客人的消费需求成为必然,突出标准化与国际化^[9]。与国际接轨在此后相当长一段时期内都是主基调,既然如此,自然不需要我们培养酒店产品开发设计人才,照搬就好。当然,如果我们勉强去设计酒店产品,效果也不会比照搬好,这符合国际客源对酒店产品标准、消费习惯等的认同,是与当时的市场需求相吻合的,客观上也大幅提升了我国现代酒店服务理念、管理水平,使其迅速向国际先进水平靠拢,其历史功绩是不可磨灭的^[10]。因此,在改革开放初期及以后较长的一段时期内,我国酒店产业对人才的需求主要以服务技能型人才、中低层管理人才为主,而总监及以上岗位多是由外籍或有海外留学背景的专业人才担任。对客户服务技能型人才主要是靠师傅带徒弟式的传授与模仿,中低层管理人才主要是在熟悉服务技能的基础上通过经验积累实现晋升,因此,中专、大专办学层次足够,这也解释了改革开放以来最初30年我国没有酒店管理本科专业办学层次的原因。久而久之,就形成了一种认识误区:酒店产业对人才的需求只是酒店服务技能型人才、经营管理人才。

随着我国旅游业进入大众旅游时代,迅猛发展的中国酒店业特别是跨国酒店集团高层次人才不足。客源主体的本土化,客观要求国际酒店集团加速本土化进程,需要本土培养更多中高层酒店管理人才。恰逢中国高等教育专升本的大潮,在这一背景下,2007年广东商学院(现广东财经大学)获批开办全国第一个酒店管理本科专业。随后,全国酒店管理本科专业雨后春笋般大量出现。虽然办学层次提升了,但其人才培养与

大专层次相比主要是在注重服务技能训练的同时更加注重经济学、管理学理论的学习,本质上依然是培养既懂经济管理理论、又熟练掌握对客户服务技能的酒店经营管理人才,同质化办学严重。从根本来说,这一阶段我国酒店产业对人才的需求决定了相关院校酒店管理专业人才培养的规格,塑造了社会对酒店管理专业人才培养的认识。

1.2 新时代背景下我国酒店产业产品创新人才培养

1.2.1 产品创新能力成为推动酒店发展的最重要因素之一

有研究显示,世界500强企业的衰落,主要是由于产品创新跟不上时代的需要,只有少数是在成本控制和营运管理中犯了错误。美国著名学者彼得·杜拉克说过:“在变革的年代,经营的秘诀就是没有创新就意味着死亡。”随着社会的发展、生活条件的变化,顾客对酒店产品的需求也随之变化。在产品经济时代,人们出于生理和安全的需要,在购买饭店产品时,更注重产品的使用功能和价格;在服务经济时代,社交和被尊重成了顾客在消费时追求的主要目标,为顾客提供面对面的、标准化的、人性化的服务成了饭店产品的核心所在^[11];在体验经济时代,顾客厌倦了标准化的酒店产品,追求一种特别的文化体验、难以忘怀的经历,期望通过入住酒店了解某一地域文化。酒店侧重于通过某种民族、地域文化背景创造特别文化体验、难以忘怀的经历,这时的酒店一般是对某一民族、地域文化的浓缩、折射,其最高境界是把酒店由人们旅途中不得不住的场所打造成梦寐入住体验的旅游景点,通过这一景点了解当地文化,其最重要的是提供特别的文化氛围、文化享受、互动娱乐等^[12]。在后工业化时代,随着物质的极大丰富,酒店数量也供过于求,顾客多元、多样、差异的需求特点日益突出,追求身份认同、产品与自我概念的吻合上升为消费者的新需求,客观上要求酒店产品不断创新,尽最大努力满足顾客的个性化需求,把“以人为本”推向极致。在体验经济和后工业化等新时代背景下,酒店产业应赋予其自身以创新的重任,相应的酒店产品也应包含新的内涵。

1.2.2 酒店产品创新的内涵

酒店产品是某种文化和传统的载体,本土文

化是酒店产品创新的源泉,新技术、新潮流、新设计等是创新的手段与形式;酒店产品创新围绕酒店客房、餐饮、娱乐等设施、设备、空间进行的有形物质产品和无形服务产品两方面展开,其目的是以新的酒店产品开发新的细分市场,为酒店带来可预期的收益;本质上是以顾客多元、多样、差异的个性化需求为中心,在住得舒适的生理需求得到满足后,向以追求自我满足与自我实现、追求愉悦体验为目的的更高层次的文化精神追求方向迈进的产物。

1.2.3 酒店产品创新人才结构性稀缺

近年来,随着酒店数量的供过于求以及竞争的日趋激烈,酒店产品创新能力成为酒店企业开发新的细分市场、塑造品牌、取得竞争优势的关键因素。但是,我国目前酒店人才队伍结构失调,以技能型、管理型人才为主,基于文化和旅游融合的酒店产品的创意、策划、设计等重要环节人才紧缺。

在现阶段,酒店管理专业开办酒店产品创新方向是产业发展的迫切需要。

首先,酒店客源市场的根本变化是推动酒店产品创新的源泉。作为中国酒店产业基础的客源市场由早期的国际客源为主体转变为国内客源占绝对主体(近年已经占到99%以上),客源主体的根本变化客观要求酒店企业开发出符合本土顾客文化背景、风俗习惯、价值取向的酒店产品来迎合占主体的国内顾客的具身性消费需求,这是酒店产品市场导向的新内涵。同时,现阶段酒店业国际化的内涵由原来的主动与国际接轨满足国际客人消费需求,转变为紧跟出境旅游者的脚步,主要为出境旅游的中国人提供服务而走向国际,并向国际市场推广中国特色的服务文化,这是市场化、国际化内涵的与时俱进,也是欧美国家酒店业国际化的普遍经验。实际上,近年来,以洲际推出华邑、雅高推出美爵等为代表,国际酒店集团在国内纷纷推出具有中国文化基因的、专为中国人量身定制的酒店品牌与产品,并努力紧跟中国出境旅游者的脚步,将这些酒店品牌推向国际,满足出境旅游的中国人的需求,从侧面说明了酒店产品创新应该随着时代、客源市场的变化而变化。现阶段中国酒店业国际化应该首先满足国内顾客的消费需求,赢得国内顾客信任、依赖,然后紧跟出境旅游者的脚步,主要为出境旅游的中国人提供

服务而走向国际,而不是与西方接轨,在国际市场上与国际酒店集团争夺国际客源而走向国际的国际化。市场化、国际化内涵的变化客观要求酒店开发出符合国内客人消费习惯、文化品位、价值取向等具身性消费需求的酒店产品。

其次,专业的酒店产品创新人才成为酒店企业的迫切需要。目前我国旅游人才队伍结构失调,以技能型人才为主,在文化和旅游产品的创意、策划、研发等属于“头部经济”的重要环节人才紧缺^[13-14]。酒店住宿的核心是体验,“旅游体验是指处于旅游世界中的旅游者在与其当下情境深度融合时所获得的一种身心一体的畅爽感受。这种感受是旅游者的内在心理活动与旅游客体所呈现的表面形态和深刻含义之间相互交流或相互作用后的结果”^[15]。因此,酒店住宿体验是顾客以身体为基础,情感、心智与酒店环境、产品的表面形态和深刻含义融合而获得身心一体的畅爽感受。顾客重视自我的切身感受,期望在对住宿场景、服务产品的感知中获得存在意义。可见,体验性酒店产品创新策划依托的学科知识主要来源于心理学、社会学、人类学、符号学、设计学等学科理论。传统的服务技能型人才、经营管理型人才知识背景主要是经济学、管理学,导致他们对于酒店产品创新往往有心无力。

同时,伴随着经济社会的发展、生活方式的改变、旅游消费的转型升级,我国早已进入大众旅游时代,庞大的经济总量、人口基数使我国成为世界上最大、最具潜力的酒店市场,足以孕育、滋养一批从事酒店产品开发、设计的专业人才,并以酒店产品为载体,将中华传统文化和优秀地域文化融入其中,自成体系,并以此为突破口,努力创造一整套酒店产业的“中国服务”模式,摆脱对国际酒店产品设计模式、管理模式乃至产业发展模式的依赖^[16]。

1.3 历史地、辩证地认识我国酒店产业对人才的需求类型

根据上文的分析,传统观点认为酒店产业只需要服务、经营管理人才的认识是在改革开放初期及以后的一段较长时期内特定的历史条件下形成的,与当时中国经济总量不大、人均收入水平较低、酒店产业规模较小、国际客源占主体,特别是与国际酒店企业对酒店服务技能型人才和中低层管理人才的需求为主等多方面因素密切相关,在

当时具有合理性。然而经历40余年的发展,我国酒店客源市场发生了根本性改变,客观上要求我国酒店业根据国内客源的消费需要,以中国文化为源泉,以创意思维方式设计出能讲好中国文化故事的酒店产品,因此,酒店业对酒店产品创新策划人才的需求日益凸显。但是,我们不能简单用今天酒店产业对人才的需求类型去否定以前酒店产业对人才需求类型的认识,从而否定改革开放以来我国的酒店人才培养,因为酒店业对技能型、管理型人才的需求始终是最多的,酒店管理专业至今仍然需要大量培养服务技能型、经营管理型人才,酒店产品创新人才只是结构性短缺,需求量并不大。

总之,传统上认为酒店产业对人才的需求类型主要是对客服务技能型人才、经营管理人才的认识是改革开放最初几十年特定的历史时期的产物,是符合当时的实际的。但是在国内客源占绝对主体的今天,酒店产业对人才需求的市场导向、国际化导向的内涵发生了变化,在经历40余年对西方酒店产品模式的引进、消化、吸收之后,走向集成创新是产业发展的必然。酒店产品创新作为酒店产业链的高端环节,加强相关人才培养是新的历史条件下酒店产业对人才新需求的产物。中国酒店管理专业的产生和发展符合专业产生与发展的一般规律:专业产生、发展的唯一动力是社会需求,专业设置与招生规模必须根据社会需求的变化而变化,这是经济规律对人才培养的制约^[17]。当然我国酒店产业仍然需要酒店管理专业教育继续培养大量的服务、管理人才,但更需要培养结构性稀缺的酒店产品创新人才。也就是说,在变化了的历史条件下,酒店产业对人才的需求是不断变化的。

根据学科与专业的关系,专业依托学科基础又以社会分工的需要为导向^[17],可以看作是对各种学科知识根据一定的要求进行切块和组织,它是按照社会对不同领域和岗位的专门人才的需求来设置的,不同领域专门人才所从事的实际工作需要什么样的知识结构,专业就组织相关的学科、设置相应的课程体系来满足^[18]。因此,专业根据酒店产品创新策划需要的学科知识重新组织课程,而不必囿于传统的经济学、管理学知识体系。

2 开办酒店产品创新方向的学理基础与办学思路构想

专业的产生首先是源于社会需求,其次必须依托与它相关的学科知识来组织课程体系。因此,探索酒店管理本科专业开办酒店产品创新方向的可行性,除了研究产业需求外,还需要探索其所依托的学科知识构成以便据此组织相关课程体系,在此,首先需要探索酒店住宿现象的知识体系,这是开办酒店产品创新方向的学理基础。

2.1 酒店住宿现象的知识体系

毛泽东有一个著名的论断:“科学研究的区分,就是根据科学对象所具有的特殊矛盾性。”^[19]酒店住宿现象的知识体系要以住宿活动的基本矛盾及其矛盾主要方面(住宿需求)为研究重点,“研究这种矛盾发生的基础、原因,研究这种矛盾的性质、形态和结构特征,研究这种矛盾的运动规律,研究这种矛盾所形成的复杂影响”^[15]。

显然,住宿现象的这种基本矛盾存在于住宿活动之中,因此,酒店住宿现象研究要以住宿活动所展示的住宿需求与住宿供给矛盾为研究对象。这里所使用的“住宿活动”一词,既包括住宿者(顾客)活动,也包括住宿业活动,而这两种活动恰好构成了住宿现象基本矛盾的两个方面,由此衍生出住宿期望与住宿感受、住宿动机与住宿体验、住宿需求与住宿供给、住宿流量与住宿容量管理等一系列的矛盾形式和矛盾运动。由这些矛盾所展示的立体的、丰富多彩的住宿活动现象,构成酒店住宿研究的对象领域。

将住宿活动理解为酒店业活动的认识在根源上是从酒店业的视角来审视住宿现象的,直接导致办学方向的认识存在偏差。在这种情况下,人们的认识就很自然地停留在现象层面上,关注的是住宿业的物质构成,理解的是住宿要素的性质及其关系,忘记了把这些要素有意义地联系在一起,住宿活动内在矛盾规定性。所以,对于将住宿活动理解为酒店业活动(住宿业活动)来说,即便在研究的范围上是正确的,恐怕也需要寻找一个能够将顾客住宿需求与酒店供给统合到一起的矛盾主线。笔者以为,这个主线就是充满了各种矛盾运动的“住宿活动”,既包括住宿者活动,也包括住宿业活动,而这两种活动恰好构成了住宿现象基本矛盾的两个方面。

酒店住宿活动的研究内容为研究对象所规

定,其研究内容包括住宿需求与供给的相互关系、内在矛盾及其相关影响。住宿活动包含了顾客的住宿活动和住宿业活动这两个互为前提、相互依存的界面。在住宿活动的知识体系中,对这两个界面的分别研究既导致了理论与方法的差异,也体现了不同的研究侧重点,而一体化的住宿活动的核心立足点必然是这两个界面构成的基本矛盾综合体。

对顾客住宿活动的研究,既要研究个体的住宿需求及其满足过程,也要识别某一细分市场顾客群体住宿活动的特征,并关注细分市场群体住宿的社会意义以及在满足该群体住宿需要时所发生的供需矛盾。这种研究是住宿研究的核心部分,而把住宿供给(酒店业)作为重点研究对象是功利性的、片面的。按照这个思路,顾客住宿活动研究的内容包括:对住宿本质与特征的认识、住宿需要及其形成机制、住宿需要与住宿需求的关系、住宿活动的构成要素、住宿决策过程、住宿体验过程、顾客流的运动规律及其影响、住宿容量以及住宿容量管理。其支撑学科主要是社会学、心理学、人类学等。

对于住宿业活动的研究,要从住宿企业的个体经济行为着手,进而探讨整个住宿业的行为,研究住宿企业经营管理的一般规律性。其支撑学科包括经济类学科,如产业经济学、消费经济学、宏观经济学、微观经济学等;管理类学科,如酒店管理、餐饮管理、酒店会计、酒店营销、酒店战略管理等。通过这些学科的分领域研究,酒店住宿管理实现对住宿产业活动的运动规律、形态结构和外部影响等问题的研究和认识。

2.2 酒店管理本科专业的办学思路新构想

2.2.1 办学方向与人才培养目标

根据矛盾论哲学思想,酒店管理专业围绕“住宿活动”的这一对既对立又统一的矛盾办学,实际上有两个方向:第一,围绕住宿活动的需求方(矛盾的主要方面),即顾客的住宿需求办学。一方面,研究顾客的消费心理、价值取向、行为规律等,由此导向住宿产品的开发、设计、创新(包括新技术的应用)以及住宿业态与商业模式创新等;另一方面,围绕顾客需求办学除了要研究作为个体的顾客的消费心理、行为规律外,还要研究作为群体的顾客,即研究具有某一共同消费心理、价值取向、行为规律的细分市场的顾客群体,由此走

向新的细分市场的开发。围绕酒店顾客的住宿需求办学,其主要的支撑学科是心理学、社会学、人类学、符号学、设计学等。第二,围绕供给方即住宿业办学,这是产业经济、企业管理的范畴。研究酒店企业作为一个经济细胞、企业的市场经济规律,其支撑学科为经济学、管理学,也就是目前的酒店管理专业办学方向。

但是长期以来,我们对酒店住宿现象的知识体系认识不够全面、深入,停留在从酒店业的视角来审视住宿现象的层面,导致我国酒店管理专业都是围绕住宿活动的供给方(酒店业)办学,对住宿活动的主体(顾客)关注不够,而这恰恰是存在于住宿活动中的供给与需求矛盾统一体的矛盾主要方面。因此,根据酒店行业对酒店产品创新人才迫切需求的现实,结合酒店住宿现象的知识体系,酒店管理专业开办酒店产品创新方向是围绕顾客需求办学的方向之一,是酒店管理专业办学方向的应有之义。

当然,不同层次院校的酒店管理专业人才培养定位不同,中专、高职院校以培养对客服务技能为主、经营管理理论为辅的酒店专业人才,其中技能型人才主要是靠师傅传授、徒弟模仿而习得;酒店管理本科院校侧重应用型人才培养,“应用”既包括对经济学、管理学理论的应用,也包括对酒店产品创新所需要的社会学、心理学、人类学等学科理论的应用,“是将相关的抽象理论应用于解决具体的现实生活中所遭遇到的具体问题,是技术实现”^[20]。应用型大学创新性人才培养是培养学生运用相关理论知识,结合所面临的具体实际问题,创造性地解决问题的能力,即“培养有思想的行业精英”^[21]。

可见,酒店管理本科专业人才培养目标要紧贴酒店产业对人才的需要,一方面要继续培养大量既具有对客服务技能、又具有扎实经济管理理论的酒店经营管理人才;另一方面,更需要培养结构性稀缺的酒店产品创新、策划人才,满足酒店产业对这方面人才的迫切需要。这一人才培养目标的确定,不仅是酒店产业的迫切需要,而且有着深厚的学理基础,是将当前酒店业对人才需求特点与酒店住宿现象知识体系结合起来分析的产物。

2.2.2 优化课程设置是落实新人才培养目标的最主要体现

目前我国相关院校酒店管理本科专业主要围

绕住宿供给(酒店业)来设置课程,开设的专业课程一般涉及经济学(包括宏观经济学、微观经济学、统计学等)、管理学(包括酒店管理、餐饮管理、服务管理、旅游接待业、人力资源管理、客户关系管理、市场营销、酒店战略管理、酒店筹建管理、收益管理、物业管理、宴会管理、康乐管理、奢侈品管理等)。而围绕顾客需求所设置的课程一般仅有旅游消费行为(旅游心理学)、旅游社会学等少量较宏观的课程。整体来看,当前我国酒店管理本科专业主要是围绕酒店住宿业经营管理开设相关课程,而围绕顾客住宿需求,特别是围绕顾客对酒店产品需求开设的课程少之又少,直接导致对酒店产品创新人才培养不足。

由于酒店产品创新策划人才所依托的学科知识完全不同于酒店经营管理所依托的经济学、管理学等学科知识,因此,开设酒店产品创新方向应根据实际工作的需要重新建构课程体系。例如,酒店婚庆产品策划所涉及的学科知识大体包括:婚庆是人生的一种重要仪式(人类学仪式理论);婚庆活动很大程度上可以看作一场表演(表演、拟剧、角色理论等);婚庆文化主题创意(文化学、民俗学、文化创意产业相关理论);婚庆场所的布置、接待互动充斥着符号,甚至整个婚庆活动都是一个符号(符号学、设计学等);婚庆仪式涉及新人及参与者的心理体验(格式塔心理学、具身心理学等)。再比方,主题酒店创建和酒店主题产品策划,主要是对地方文化的符号学表达(符号学)、顾客体验氛围的营造设计(文化学、民俗学)、地方特色体验活动设计(人类学仪式理论、表演理论、拟剧理论)、顾客对主题酒店产品的体验(格式塔心理学、具身心理学等)及顾客对某种文化主题酒店的选择(社会学心理学、消费行为等)。可见,围绕顾客需求办学,特别是酒店产品创意、策划,其中的内容很多很丰富,主要涉及社会学、心理学、人类学、符号学等学科理论,其所依托的学科知识与当前酒店管理专业依托的经济学、管理学学科理论知识完全不同。

由此可见,探索酒店管理专业办学方向不仅需要考虑到酒店业对人才的需求变化,还要考虑到酒店住宿现象的知识体系,这符合专业办学的一般规律。完整的酒店管理专业应该有两个办学方向:一个是围绕顾客住宿活动办学;另一个是围绕酒店住宿业活动办学。这两个方向所依托的学科

知识完全不同,所以开设的课程也不同。传统的认为酒店管理专业只围绕酒店业办学的认识是在改革开放初期特殊的社会历史条件下形成的。酒店管理本科专业开办酒店产品创新方向不仅可以帮助酒店管理本科专业提升人才培养层次与含金量,彰显办学特色,避免同质化办学,而且对于提升毕业生就业层次、使毕业生主要通过理论知识支撑下的创新能力获得晋升、改变传统的“当徒弟、下苦力、累资历”的职业晋升路径、提升专业形象、探索酒店管理本科专业转型发展新思路具有重要意义,对于满足、创造、引领酒店产业对人才的需求具有重要意义。

3 结语

总之,酒店管理本科专业开办酒店产品创新方向是在我国经济社会发展、消费转型升级推动下,是在文化与旅游融合、建设旅游强国的大背景下,我国酒店管理专业教育回应酒店产业对人才的新需求、全面理解住宿现象知识体系的产物;也是酒店管理本科专业办学在严峻生存发展形势下的一个有益探索;同时,在文化与旅游融合,以酒店为载体讲好中国故事的大背景下,开办酒店产品创新方向对于满足我国酒店产业对创新性人才的需求,推动产业自主发展,形成完整酒店产业体系,塑造强势民族酒店品牌,摆脱对国际酒店品牌的依赖,增强国家文化软实力与文化自信,建设旅游强国具有重要意义。

参考文献:

- [1] 赵鹏.高职专科教学质量检查的自评估[J].旅游学刊·基础理论与教育专刊,1999(9):63-67.
- [2] 田里,吕天云.比较视野中的旅游专业教育教学定位[J].旅游科学,2008(3):59-62.
- [3] 谷慧敏,RAPHAEL R. KAVANAUGH,俞聪.中国旅游教育发展现状与对策研究[J].旅游学刊,2005(S1):22-29.
- [4] 戴斌,摆志靖.中国饭店管理本科教育的未来:产业导向、国际化、应用型[J].旅游学刊,2008(1):10-11.
- [5] 戴晓丹,公丕国.“产教融合、校企合作”人才培养模式创新研究——以酒店管理专业校外实践教育基地建设为例[J].辽宁高职学报,2018(2):12-15.
- [6] 王成端.新建本科院校转型发展的思路与措施——以四川文理学院为例[J].四川文理学院学报,2017(3):122-125.

- [7] 吴言明,秦鹏.基于多元融合的酒店管理专业人才培养模式研究与实践——以南宁职业技术学院酒店管理专业教育为例[J].南宁师范大学学报(自然科学版),2019(4):142-147.
- [8] 冯向东.学科、专业建设与人才培养[J].高等教育研究,2002(3):67-71.
- [9] 张广瑞.关于中国旅游发展的理性思考[J].中国软科学,2011(2):16-33.
- [10] 张广瑞.中国旅游发展:新世纪以来的探索与未来展望[J].经济管理,2013(1):110-120.
- [11] 田苗苗,郑向敏.饭店产品的体验化设计与经营[J].饭店现代化,2006(6):46-49.
- [12] 施国新.主题酒店的文化主题创意:从创造体验到打造概念[J].旅游论坛,2013(5):98-104.
- [13] 曾贤玉.全域旅游背景下我国旅游人才队伍建设的研究[J].旅游纵览(下半月),2018(8):185-186.
- [14] 毕绪龙.从人才培养角度看文化和旅游的关系[J].旅游学刊,2019(4):9-10.
- [15] 谢彦君.基础旅游学[M].北京:商务印书馆,2015.
- [16] 施国新.我国酒店产业发展战略研究——基于酒店文化模式视角[J].湖北大学学报(哲学社会科学版),2016(6):135-139.
- [17] 刘春惠.论“学科”与“专业”的关系[J].北京邮电大学学报(社会科学版),2006(2):66-71.
- [18] 刘海燕,曾晓虹.学科与专业、学科建设与专业建设关系辨析[J].高等教育研究学报,2007(4):29-31.
- [19] 毛泽东著作选读(上册)[M].北京:人民出版社,1986.
- [20] 谢彦君,李森.关于旅游教育与研究领域的理论与实践关系问题[J].旅游学刊,2017(11):10-13.
- [21] 郭光明.“培养有思想的行业精英”——访中国旅游协会旅游教育分会会长保继刚[N].中国旅游报,2013-12-11(05).

Exploration on the Direction of Hotel Product Innovation for Undergraduate Major of Hotel Management: Based on Systematic Perspective of Knowledge Construction of Hotel Accommodation Phenomenon

SHI Guoxin^a, YU Zhi yuan^b

(a. School of Culture Tourism and Geography, Guangdong University of Finance and Economics, Guangzhou 510320;

b. School of Tourism and Hotel Management, Dongbei University of Finance and Economics, Dalian 116025, China)

Abstract: Since the reform and opening up, it has always been the consensus of the industry and academic circles that China's hotel industry mainly need talents who not only know business management theory, but also master the customer service skills. Relevant colleges and universities take this as the center and establish hotel management majors based on the theory of economics and management disciplines. Based on the analysis of the reasons and rationality of this understanding, the paper points out that China's hotel industry needs not only a large number of skilled, management-oriented talents, but also talents in the high-end links of the industry chain, such as hotel product creativity, planning, designing, and so on. At the same time, since majors are the combination of disciplinary knowledge and social needs, it is necessary to explore professional schooling according the two aspects. By introducing the philosophical idea of contradiction theory and exploring the hotel accommodation phenomenon, the paper proposes that the hotel management professional schooling should be centered on the demand and supply of accommodation activities and provides a theoretical basis for hotel management undergraduate majors to set up hotel product innovation direction based on psychology, sociology, anthropology, and other disciplines.

Keywords: hotel product innovation; undergraduate major in hotel management; hotel accommodation; knowledge system

(责任校对 唐尧)