

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA



**INNOVACIÓN POST-COVID EN EL SECTOR DE
LOS HOTELES: REVISIÓN DE LAS
HERRAMIENTAS DISPONIBLES Y DE LA
SITUACIÓN PARA EL VERANO DE 2021 CON
ESPECIAL REFERENCIA AL CASO DE CHINA**

TRABAJO FIN DE GRADO

ALUMNO: JINLEI YUAN

TUTOR: ANDRES ARTAL TUR

INDICE

INTRODUCCIÓN:	2
1. INTRODUCCIÓN DE ANTECEDENTES	3
2. EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LA INDUSTRIA DEL TURISMO.....	4
3.1 EL DILEMA DE LA INDUSTRIA HOTELERA BAJO COVID-19.....	6
3.2 ANÁLISIS DEL MACRO IMPACTO DEL COVID-19 EN LA INDUSTRIA HOTELERA	9
4. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA CORRESPONDIENTE SOBRE EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS HOTELES CHINOS	10
4.1 EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS HOTELES CHINOS	10
4.2 CÓMO LIDIAR CON LA CRISIS EN LA INDUSTRIA HOTELERA DE CHINA DURANTE EL COVID-19	11
4.3 ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE SEGUIMIENTO A NIVEL DE LA INDUSTRIA HOTELERA	14
4.4 OBSTÁCULOS PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN CHINA EN LA ERA POSTERIOR AL COVID-19.....	15
4.5 LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN LA ERA POST-COVID-19	18
4.6 SITUACIÓN DEL NEGOCIO HOTELERO EN CHINA EN 2021	20
5. LA ILUMINACIÓN Y EL DESARROLLO FUTURO DE LA RESPUESTA COVID-19 A LA INDUSTRIA HOTELERA.....	22
6. RESUMEN	¡Error! Marcador no definido.
7. BIBLIOGRAFIA:	27

INTRODUCCIÓN:

El repentino Covid-19 en 2020 ha tenido un gran impacto en el mundo. De inmediato, muchos países implementaron activamente acciones de rectificación como el cierre de la ciudad, lo que provocó directamente un golpe devastador a la industria turística. Muchas organizaciones relacionadas con el turismo se han visto implicadas en el cierre de atracciones turísticas, hoteles y el desempleo en varios países y regiones, lo que ha provocado enormes pérdidas en la producción y el funcionamiento de la industria hotelera mundial. A medida que la epidemia mejore gradualmente en 2021, las industrias relacionadas se recuperarán gradualmente. En este artículo, comenzaré con el impacto de Covid-19 en el mundo y daré una breve introducción al entorno general, el impacto de la nueva epidemia de neumonía de la corona en la industria hotelera mundial y el impacto en los hoteles chinos, y la lista las formas y las innovaciones de seguimiento de los hoteles chinos para responder a la epidemia Estrategias de gestión, proponer reformas innovadoras del modelo de la industria hotelera una vez que la epidemia haya terminado, promover la transformación y mejora de la industria hotelera tradicional y construir un modelo de ecosistema empresarial hotelero , etc., con el fin de mejorar el nivel de respuesta al riesgo de la industria hotelera y el futuro desarrollo de alta calidad de la industria hotelera a nivel estratégico. Brindar ideas y sugerencias.

CLAVES: COVID-19, Crisis De La Industria Hotelera, Reforma De La Política De Gestión, Actualización De La Estrategia De Desarrollo Futuro

1. INTRODUCCIÓN DE ANTECEDENTES

Según los informes de noticias de las Naciones Unidas, el brote de la nueva epidemia de neumonía de la corona ha tenido un impacto grave en la economía mundial, y se puede decir que la industria del turismo es la más afectada. Por ejemplo, las restricciones de visado, la suspensión de vuelos, el cierre de fronteras, el distanciamiento social y otras medidas han llevado a la industria del turismo mundial a un estado de cierre casi total. Las industrias de servicios relacionados con el turismo, como las aerolíneas, las agencias de viajes, los hoteles y las atracciones, han entrado un período sin precedentes de Gran Depresión. Como resultado, los medios de vida de millones de trabajadores del turismo se han visto gravemente afectados. Una vez favorecida por la capital del turismo mundial, ahora se ha convertido en la zona más afectada por la epidemia mundial del virus de la nueva corona.

Debido a las restricciones de viaje y la disminución de la demanda de viajeros, la epidemia de la enfermedad del coronavirus ha tenido un gran impacto en la industria del turismo. Según estimaciones de la Organización Mundial del Turismo, para 2020, el número de turistas mundiales puede reducirse entre un 20% y un 30%, lo que provocará pérdidas de aproximadamente entre 3 000 y 5 000 millones de dólares estadounidenses. En muchas ciudades del mundo, los viajes planificados se han reducido entre un 80% y un 90%. El 15 de septiembre de 2020, la Organización Mundial del Turismo anunció que la enfermedad COVID-19 provocó que la industria del turismo mundial perdiera 460.000 millones de dólares estadounidenses en la primera mitad del año. El número de turistas internacionales se redujo en un 65% anual. interanual, y el número de personas se redujo en 440 millones. La pérdida fue financiera en 2008. Durante la crisis, pérdidas similares fueron unas 5 veces.

Para comprender mejor el impacto del nuevo virus de la corona en la industria del turismo, recopilaré y compararé datos desde la perspectiva de los hoteles. Es otra emergencia de salud pública mundial desde el SARS en 2002. Esta epidemia "de persona a persona" ha traído pérdidas inconmensurables a la industria hotelera,

provocando el cierre de las industrias tradicionales de servicios intensivos en humanos, como la industria hotelera. Bajo la continuación de la epidemia, las pérdidas operativas estimadas de los hoteles y otras industrias relacionadas que pertenecen a las industrias cultural y turística superan los 2 billones de yuanes.

2. EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LA INDUSTRIA DEL TURISMO

La industria del turismo es la primera industria en recuperarse después de la crisis financiera de 2009. Cuando ocurrió el brote de SARS en 2003, la industria del turismo rápidamente sufrió un repunte en represalia. Según la experiencia pasada, desde una perspectiva a largo plazo, COVID-19 no es suficiente para generar un efecto negativo sostenido a largo plazo en los tres principales mercados turísticos, pero los tres principales mercados tienen diferentes períodos de tiempo para la recuperación. Una vez que termine el COVID-19, la demanda de viajes reprimida traerá un crecimiento de represalia en el mercado del turismo interno, seguido por el turismo emisor. La recuperación más difícil es el turismo receptor.

(1) Mercado turístico nacional. En la primera mitad del año, el mercado del turismo nacional se vio particularmente afectado por COVID-19, y el impacto en el turismo de verano aún debe evaluarse más a fondo en función de la tendencia de desarrollo de COVID-19. Según las estadísticas preliminares del Ministerio de Transporte, debido al período del brote de COVID-19 es el 17 ° Año Nuevo chino, y los 10 días del feriado del Año Nuevo chino 2020, alrededor de 190 millones de pasajeros fueron enviados a todo el país por ferrocarriles, carreteras. y vías fluviales, una caída de casi el 73% respecto al mismo período del año pasado. Después de la implementación a nivel nacional de la prevención y el control de COVID-19, las aerolíneas, los ferrocarriles, las compañías de viajes en línea, las agencias de viajes y los hoteles experimentaron una ola de reembolsos y cancelaciones de boletos. Las compañías de turismo, como los lugares escénicos y las agencias de viajes, se cerraron casi por completo, lo que resultó en una contracción significativa del mercado turístico interno en el primer semestre del

año. Según los datos de referencia de cálculo de simulación publicados por el Instituto de Investigación de Turismo de China, debido al impacto de COVID-19, las llegadas de turistas nacionales y los ingresos por turismo en el primer trimestre de 2020 tienen un crecimiento negativo de 56% y 69%, respectivamente, y una disminución de 932 millones de personas y 1,18 billones de yuanes en ingresos durante todo el año.

(2) Turismo receptor y mercado turístico emisor. Las advertencias de viaje entre países, la suspensión del transporte aéreo de pasajeros y la implementación de controles de entrada y prohibiciones de salida grupal por parte de los países han provocado que el COVID-19 no solo cause un daño severo al mercado del turismo receptor, sino que también reduzca el mercado del turismo emisor. significativamente, frenando el crecimiento del turismo internacional global El mercado ha empeorado. En primer lugar, en el corto y mediano plazo, COVID-19 tendrá un efecto negativo directo en el mercado del turismo receptor. Según los datos publicados por la Academia de Turismo de China, desde una perspectiva anual, las llegadas de turistas receptores y el turismo internacional Los ingresos han experimentado un crecimiento negativo de 34,7% y 40,6%, respectivamente, lo que representa una disminución de 50,32 millones de pasajeros y US \$ 53,4 mil millones con respecto al año anterior. Después de la crisis financiera mundial de 2008, el mercado de turismo receptor de mi país cambió de su rápido crecimiento a largo plazo. La tasa de crecimiento anual no superó el 5% interanual, e incluso mostró un crecimiento negativo durante muchos años. Después del COVID- El 19 de diciembre, el mercado receptor debería volver a su nivel anterior y, para lograr un crecimiento sostenido, enfrentará enormes desafíos que requerirán más esfuerzos en el marketing de destinos y la mejora de la cadena de suministro del turismo receptor. En segundo lugar, el número de turistas emisores en mi país se reducirá drásticamente en el corto plazo, después del COVID-19 se recuperará gradualmente, pero el mercado emisor se recuperará más tarde que el mercado turístico nacional. En tercer lugar, la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas declaró en un comunicado que en 2019, el número de llegadas de turistas internacionales a nivel

mundial fue de alrededor de 1.500 millones, y las estadísticas preliminares de la Academia de Turismo de China el año pasado fueron de 160 millones de turistas chinos salientes, lo que representa más del 10% del total de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial, por lo que el COVID-19 también tendrá un mayor impacto en el mercado mundial del turismo internacional.

3.1 EL DILEMA DE LA INDUSTRIA HOTELERA BAJO COVID-19

La industria hotelera es una industria sensible a emergencias tales como desastres políticos, económicos, militares, de salud pública y naturales importantes en un país o región. Según la encuesta "Impacto de COVID-19 en el desempeño de la operación hotelera nacional" publicada por el Instituto de Investigación Mairidian a fines de febrero, el 95% de los hoteles encuestados dijeron que su desempeño operativo se vio gravemente afectado, y el 60% de los hoteles dijo que sus ingresos operativos en el último mes. En comparación con el mismo período del año anterior, se ha reducido en más del 70% y la tasa de ocupación de habitaciones ha bajado a menos del 10%. El 70% de los hoteles dijo que la liquidez existente solo puede soportar 3 meses. COVID-19 se ha convertido en el incidente más grave que ha enfrentado la industria hotelera en los últimos 30 años. Según análisis específico, las dificultades actuales que enfrentan las empresas hoteleras nacionales se encuentran principalmente en los siguientes aspectos:-

- El riesgo de romper la cadena de capital

- Después del brote de COVID-19, la industria hotelera se vio afectada de inmediato y el volumen de negocios de muchos hoteles disminuyó rápidamente, incluso a cero. Cuando los ingresos del hotel cayeron significativamente, aún existían muchos gastos fijos y eran enormes. Por ejemplo, los grandes gastos como los gastos de mano de obra, los gastos de mantenimiento de agua y electricidad, el alquiler, varios impuestos y tarifas, etc. eran difíciles de posponer el pago, y todas las empresas hoteleras sufrieron gravemente y la balanza de pagos está desequilibrada. Si el impacto negativo de COVID-19 se retrasa por un período de tiempo más largo,

muchos hoteles tendrán una crisis en la que no se podrá mantener la cadena de capital.

– **El rendimiento de todo el año se vio gravemente afectado**

El impacto del COVID-19 en el desempeño de los hoteles es muy significativo, por ejemplo, en China, en el primer semestre de 2003, afectado por el SARS COVID-19, los ingresos de la industria hotelera en todo el país cayeron un 11%. El impacto directo del COVID-19 esta vez es más significativo que durante el período del SARS. La gestión de la crisis de salud pública a nivel nacional ha provocado que la industria hotelera "se congele en un instante", lo que no estuvo disponible durante el período del SARS. En febrero, los expertos médicos juzgaron que se espera que el COVID-19 nacional se controle a fines de abril y que el COVID-19 global se controle a fines de junio. En base a esto, la industria hotelera alguna vez creyó que se espera que el mercado se recupere después de julio. Sin embargo, desde marzo, COVID-19 ha dado un giro brusco en países extranjeros, y las principales economías del mundo han mostrado una tendencia a brotes. Los casos importados del extranjero han seguido apareciendo en el país, y la prevención y el control nacionales de COVID-19 marcó el comienzo de una nueva ronda de presión. Según el último análisis de expertos médicos, es difícil eliminar COVID-19 a escala global en la primera mitad del año, y puede continuar hasta 2021. En vista de esto, será difícil que el turismo interno y las actividades comerciales regresen a sus niveles anteriores al COVID-19 antes de fin de año, y el turismo receptor y las actividades comerciales receptoras, que representan una mayor parte del negocio hotelero, también se verá gravemente afectado durante mucho tiempo.

– **El desafío de cambiar la demanda de los consumidores**

- El COVID-19 es la mayor crisis de salud pública que enfrenta la humanidad en las últimas décadas. El virus se propaga rápidamente y se propaga ampliamente, y el grado de daño supera con creces el SARS en 2003 y el MARS en 2012. El COVID-19 afectará profundamente la conciencia de la salud pública humana, y la conciencia

de la salud pública y la demanda de los consumidores están experimentando cambios significativos. Dado que los productos proporcionados por la industria hotelera están estrechamente relacionados con las necesidades fisiológicas de los clientes, siempre ha dado importancia a los indicadores de "salud y seguridad". En el futuro, la industria hotelera aceptará inevitablemente los requisitos de higiene más estrictos y los nuevos hábitos de consumo de los clientes. Los estándares de calidad de higiene del producto, los procesos de producción y los modelos de servicio actuales enfrentarán nuevos desafíos.

– **Grandes fluctuaciones en la estructura del mercado**

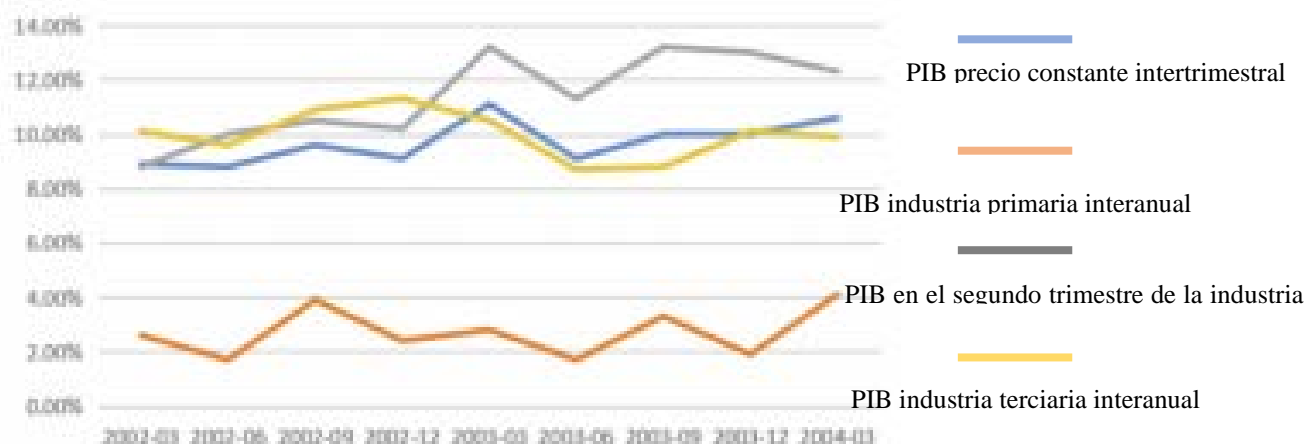
El mercado de la industria hotelera es extremadamente sensible a los cambios ambientales y cada vez que ocurre una emergencia social importante, puede tener un impacto en el entorno del mercado de la industria hotelera. Después del brote de COVID-19, la naturaleza infecciosa de la enfermedad en sí se ha convertido en un nuevo factor que afecta las opciones del mercado. Además, algunas empresas tienen interrupciones comerciales a largo plazo. Algunos hoteles con ajustes lentos en las estrategias de marketing y estrategias de productos perderán parte de su cuota de mercado. Y los hoteles receptivos también desencadenarán una nueva batalla de mercado. La estructura del mercado de las empresas hoteleras cambiará después del final de COVID-19.

– **El problema de la rotación de empleados es sobresaliente**

Desde el brote de COVID-19, el negocio hotelero se ha desplomado y puede llevar mucho tiempo recuperarse por completo. En este caso, debido al volumen de negocio insuficiente, los ajustes de contenido y las restricciones, tanto el hotel como los empleados han tenido problemas. La empresa tiene que hacer un compromiso entre "retener talentos y aumentar los costos", mientras que los empleados tienen que "dejar sus trabajos y cambiar puestos de trabajo y esperar salarios bajos." Para elegir entre, la rotación de empleados activa o pasiva será inevitable.

3.2 ANÁLISIS DEL MACRO IMPACTO DEL COVID-19 EN LA INDUSTRIA HOTELERA

1. La estructura económica ha experimentado cambios de gran alcance. La industria terciaria tiene un período de recuperación prolongado. Los datos económicos durante el período del SRAS muestran que la industria terciaria (industria de servicios) se ha visto afectada durante más tiempo y el período de recuperación es más largo de un año. En 2003, las industrias primaria, secundaria y terciaria de mi país contribuyeron con 3,1%, 57,9% y 39% del PIB, respectivamente. En 2019, se convirtieron en 3,8%, 36,8% y 59,4%, y la industria terciaria representó más grande. Bajo la influencia de la "nueva neumonía de la corona" COVID-19, el período de recuperación general de la industria terciaria es más largo y el impacto a corto plazo en el PIB también es mayor.



(2) En el nivel meso de la industria, la industria hotelera tiene un exceso de oferta, la disminución del beneficio único y el impacto de COVID-19 se superponen, y la industria está bajo una mayor presión. La industria hotelera se enfrenta a una prueba triple ", recesión ", " exceso de oferta "y pilas" COVID-19 "Impacto". El impacto de COVID-19 en el PIB en el primer trimestre fue de alrededor de 2% Considerando el aumento de precios, el crecimiento real puede ser menor y el impacto será mayor que el SARS. Es muy probable que se elaboren políticas de estímulo económico, y puede haber varios métodos de estímulo, incluidas las reducciones y exenciones de impuestos, las políticas de subsidios y los incentivos de inversión específicos.

4. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA CORRESPONDIENTE SOBRE EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS HOTELES CHINOS

Anteriormente, teníamos un conocimiento general del daño de COVID-19 a la industria turística mundial y su impacto en la industria hotelera. A continuación, nos centraremos en analizar el impacto de COVID-19 en los hoteles chinos y la estrategia de desarrollo hotelero posterior. Dado que cada país maneja COVID-19 en diferentes períodos de tiempo y métodos, una vez más presentaré brevemente la situación ambiental en China. El repentino brote de COVID-19 a principios de 2020 ha causado un gran impacto económico en toda la industria de servicios. La industria de servicios en particular, las condiciones objetivas de las personas que se quedan en casa durante el COVID-19, no poder salir a consumir, y las características no almacenables de los productos de la industria hotelera han hecho que la industria hotelera entre en un período de congelación durante la epidemia.

Posteriormente, varias ciudades han controlado gradualmente el COVID-19. A medida que las empresas reanudan el trabajo y la producción, la situación económica está mejorando gradualmente. Cómo mejorar la competitividad y el volumen de negocios de la industria hotelera en la era posterior al COVID-19 requiere múltiples canales para atraer Clientes mejores Los esfuerzos conjuntos, a partir de la perspectiva del gobierno, el hotel en sí y los consumidores, promueven la rápida recuperación de la economía de la industria hotelera y van más allá.

4.1 EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LOS HOTELES CHINOS

Bajo la redada COVID-19 en 2020, la tasa de ocupación de hoteles como Sanya y Lijiang (ciudades turísticas clave de China) se desplomó hasta el "punto de congelación", con un retorno de casi el 80%; según datos de STR, a principios de enero de 2020, China continental La tasa de ocupación hotelera de la zona alcanzó un máximo del 70%, pero cayó a un "punto de congelación" del 17% el 26 de enero; con el cierre

de Wuhan, se cancelaron una gran cantidad de pedidos y el promedio de habitaciones de pedidos / Cancelación nocturna de tiendas a nivel nacional durante la Fiesta de la Primavera La tasa supera el 40%. Solo durante el Festival de Primavera, el número absoluto de tasas de ocupación cayó casi un 50% interanual, y los ingresos cayeron un 80% interanual; durante el Festival de Primavera COVID-19, la tasa de ocupación hotelera nacional disminuyó en un más del 80% en comparación con el año anterior. Hoteles en zonas con COVID-19 severo La mayoría de las tiendas están cerradas de forma activa o pasiva, y la tasa de ocupación de habitaciones de hotel en otras provincias no ha superado el 20%; y si esta situación continúa por más de tres meses, tendrá un golpe fatal para la industria hotelera, que ya se encuentra bajo presión, debido al flujo de caja La presión de la empresa y la presión de los costos operativos harán que un gran número de hoteles, especialmente tiendas individuales, cerrar. Durante la continuación de COVID-19, la industria hotelera ha caído en un período de congelación sin precedentes, con la ocupación cayendo a un solo dígito, severa escasez de flujo de efectivo, altos costos operativos y tasas de ocupación extremadamente bajas, lo que hace que la industria hotelera enfrente desafíos de vida o muerte. Debido a que los ingresos no pueden garantizar el funcionamiento normal del hotel, la mayoría de los hoteles han abierto la modalidad de licencia sin goce de sueldo para que los empleados sobrevivan. Algunos hoteles de cinco estrellas también han comenzado a rebajar su postura y a montar puestos de comida para vender temprano y hacer barbacoas. lidiar con la crisis Los pequeños hoteles tienen que retirarse del mercado en una decisión difícil por falta de fondos.

4.2 CÓMO LIDIAR CON LA CRISIS EN LA INDUSTRIA HOTELERA DE CHINA DURANTE EL COVID-19

- Reducción de costos, implementación de ahorros

(1) Costos laborales: las empresas hoteleras deben enfrentar activamente el declive del mercado causado por COVID-19, organizar las rotaciones de empleados y las

vacaciones de manera ordenada de acuerdo con las necesidades comerciales, planificar racionalmente la dotación de personal, defender "no despidos, no recortes salariales" y construir una buena imagen corporativa, enfatizando la responsabilidad social y reduciendo activamente los costos y cargas laborales mediante la solicitud de retornos de la seguridad social, subsidios de estabilización del empleo e incentivos a la contratación.

(2) Costo del alquiler: negociar la reducción y exención y aplazamiento del alquiler con los propietarios. Los propios propietarios estatales han introducido políticas de reducción y exención del alquiler; también es factible negociar descuentos de alquiler a largo plazo.

(3) Gastos de oficina, viajes y otros gastos de gestión: se redujo la frecuencia de los viajes de negocios en el primer y segundo trimestre, se controlaron estrictamente los gastos de negocios y se redujeron los presupuestos.

(4) Costo de consumo de energía: controla principalmente el consumo de energía de electricidad, gas y calderas.

Apague algunos sistemas de energía, como apagar algunas calderas, luces, lavanderías y algunos servicios de áreas públicas, considere apagar el aire acondicionado central, fomentar la ventilación natural y evitar la transmisión de aire.

(5) Costo de intereses: negocie activamente recortes de tasas de interés con los bancos, retrase el ciclo de reembolso del principal y los intereses y disfrute de las políticas.

(6) Retrasar algunas inversiones importantes en activos: retrasar proyectos con largos períodos de construcción y grandes escalas de inversión, e implementar controles estrictos en proyectos con una inversión total superior al 30% de los activos netos.

(7) Costos de adquisición de materiales: reduzca costos retrasando el pago, negociando descuentos, reduciendo pedidos y aprovisionando de manera centralizada.

- Código abierto para aumentar los ingresos, aproveche las necesidades especiales del período COVID-19

(1) Aprovechar la demanda de “observación domiciliar de 14 días” durante el período concentrado de regreso al trabajo. Excavar los requisitos de aislamiento y observación del gobierno, empresas, instituciones y grandes obras de construcción antes de regresar al trabajo para aumentar la tasa de ocupación. Este tipo de demanda solo existe por 1-2 meses. Por ejemplo, Xichang Jinjiang Jinqiao Hotel, una subsidiaria de Travel Investment Jinjiang, aprovechó la demanda de "14 días de observación en el hogar" antes del regreso del sistema de seguridad pública de Xichang para aumentar sus ingresos durante el período COVID-19.

(2) Los hoteles existentes cambian los formatos comerciales y la cooperación transfronteriza. Ante la recesión del mercado que puede ocurrir después del COVID-19, algunas empresas hoteleras con una gran cantidad de habitaciones y ubicaciones geográficas insatisfactorias deberían innovar sus ideas de negocios, proporcionar algunos o todos los listados y buscar activamente la transversalidad en el industrias médicas, de rehabilitación y de atención a personas mayores. Cooperación con el mundo para obtener más ingresos. Por ejemplo, hay algunos hoteles de alto nivel en Chengdu que han cooperado con el "Moon Child Center" y el "High-end Women's and Children's Hospital" para transformar todo el piso de las habitaciones en salas de atención médica de alto nivel. El socio se encarga de la gestión y la implementación de equipos, y el hotel ofrece habitaciones. Según una investigación preliminar,

La tarifa mensual de algunas salas de recuperación posparto de alta gama ha alcanzado los 80.000 yuanes (incluidos los cursos de recuperación posparto).

(3) Incrementar los ingresos de los fondos inactivos. Las empresas con una cierta cantidad de saldos en efectivo deben comprar activamente la preservación del capital o herramientas de gestión financiera más agresivas para aumentar las ganancias, pero excluyendo la especulación de alto riesgo.

(4) Producción ligera de gestión de activos, centrada en la expansión del negocio

"flop". Con la ayuda de las oportunidades de integración de la industria, se llevan a cabo nuevos negocios como "formación profesional contra COVID-19" y "gestión encomendada (hacerse cargo de hoteles existentes con nivel de gestión insuficiente)".

(5) El producto sale y el negocio se transforma en negocio. Mejorar los ingresos y la imagen corporativa a través de métodos como "comida para llevar" y "servicio a domicilio".

4.3 ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE SEGUIMIENTO A NIVEL DE LA INDUSTRIA HOTELERA

Punto central: Desde la propia perspectiva de la industria hotelera, el negocio principal y el negocio auxiliar se combinan y se toman una serie de medidas para promover la autoayuda.

1. Análisis estratégico de la configuración de la competitividad, utilizando la construcción de marca para prepararse para el período de recuperación. Las empresas que requieren estrictos estándares de calidad se destacarán de la competencia y tendrán un profundo impacto en el desarrollo futuro de la industria. Las empresas de la industria deben aprovechar esta oportunidad de utilizar el período de transición posterior a la epidemia para profundizar la cultura de la marca, crear servicios específicos de la marca, organizar al personal para fortalecer la capacitación, promover activamente la energía positiva de la empresa y dar forma a la competitividad central de la empresa.

2. Mejorar la calidad de las labores de limpieza y saneamiento y eliminar la sombra psicológica del público. El COVID-19 aumentará una vez más los requisitos de los consumidores para la calidad del trabajo de limpieza y saneamiento en la industria hotelera. Los hoteles deben revisar de inmediato los procedimientos de procedimientos operativos estándar pertinentes para fortalecer la gestión de la clasificación de los utensilios de limpieza, la desinfección de vasos y vajillas y el aire central. -Limpieza del sistema de acondicionamiento. La frecuencia de los trabajos de eliminación ambiental es mostrar a los consumidores las escenas de trabajo limpias e higiénicas del

hotel a través de videos e imágenes, y mejorar la confianza del consumidor en la empresa a través de la mejora de la calidad del trabajo.

(3) Dar prioridad a la retención y el desarrollo de los clientes, dar a conocer a los clientes las medidas y métodos para mejorar la gestión de la higiene del hotel y cuidar a los clientes como una tarea importante del hotel. Deberíamos ser más proactivos para ayudar a los clientes que encuentran dificultades especiales a resolver problemas prácticos, a fin de reflejar la verdad en la adversidad. A través de varios trabajos de mantenimiento para aumentar la adherencia del cliente, sentar las bases para que el mercado compita por los clientes durante el período de recuperación posterior a la epidemia.

4.4 OBSTÁCULOS PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN CHINA EN LA ERA POSTERIOR AL COVID-19

Centrándose en la industria y el estado económico de la industria hotelera en la era posterior al COVID-19, lo siguiente resolverá la resistencia que obstaculiza el desarrollo de la industria hotelera y utilizará la resistencia relevante como dirección de investigación para proponer estrategias de desarrollo específicas. en el análisis de seguimiento. 1. La fortaleza económica de los operadores hoteleros El status quo de la industria muestra que muchos operadores hoteleros todavía están dispuestos a continuar operando hoteles en la era posterior al COVID-19, pero su propia fortaleza económica no les permite hacerlo. Como resultado, se han producido un gran número de cierres de hoteles, lo que ha provocado una gran resistencia al desarrollo de la industria. En lo que respecta a la industria hotelera en una determinada ciudad, su nivel actual de desarrollo está lejos del anterior al COVID-19, y la situación general está en declive. Los departamentos relevantes de la ciudad no están haciendo esfuerzos para esto, sino que enfrentan el Fortaleza económica de los operadores hoteleros La resistencia que surge está realmente más allá de la capacidad de uno. Por ejemplo, con el fin de promover el desarrollo continuo de la industria hotelera local en la era posterior al COVID-19, el

gobierno ha liderado una serie de políticas preferenciales para alentar a los operadores hoteleros a continuar operando hoteles, e incluso atraer capital extranjero para ingresar. inyectando un nuevo ímpetu de desarrollo, pero una gran cantidad de operadores hoteleros aún optaron por darse por vencidos, lo que despertó la atención de los departamentos gubernamentales de la ciudad. A través de investigaciones, se encontró que una gran cantidad de operadores hoteleros no pudieron continuar operando porque su propia fuerza económica no se lo permitió. Los hoteles y el capital externo, por lo tanto, creen que la industria hotelera de la ciudad no tiene perspectivas de desarrollo y no está dispuesta a participar en ella. 2. El miedo de los consumidores al COVID-19 Después de la era del COVID-19, un gran número de consumidores domésticos todavía temen al COVID-19. La razón es que el COVID-19 no se ha eliminado por completo y se han producido casos ocasionales en todo el país. causó personas Se están realizando advertencias continuas, por lo que muchas personas aún mantienen una buena conciencia de prevención y control, y la impresión constante del hotel en el grupo de consumidores es que pertenece a un espacio público densamente poblado y altamente móvil, y nadie Se puede saber si hay una nueva corona en el hotel. La existencia del virus da miedo. El miedo ha hecho que la industria hotelera pierda una gran cantidad de consumidores, lo que significa que el valor social de la industria hotelera se debilita. Por lo tanto, en el desarrollo de la era posterior al COVID-19, la base de la industria es débil, y no Aún quedan enormes vacantes en el interior, sin mencionar la expansión hacia el exterior. Se puede decir que el consumo El miedo de los consumidores es uno de los mayores obstáculos para el lento desarrollo de la industria hotelera en la era post-COVID-19. Además, vale la pena mencionar que debido a que COVID-19 ahora se ha convertido en un problema global, solo se ha controlado básicamente en el país, por lo que los turistas extranjeros no pueden ingresar al país en el entorno actual. El mercado de origen de huéspedes de la industria hotelera se limita a el país, que también es un problema. Gran resistencia. 3. El fenómeno de la movilidad humana en la industria. Casi todos los hoteles de la era post-COVID-19 tienen movilidad humana interna, en

respuesta a este fenómeno, muchos hoteles han adoptado el método de aumentar los salarios para reprimir este fenómeno.

Si bien esto ha influido, el efecto no es bueno, el flujo humano en la industria en su conjunto sigue siendo frecuente y la tendencia se está deteriorando, lo que indica que la industria hotelera enfrentará el problema de la insuficiencia de recursos humanos en el post-COVID-19 era. Hay dos razones para este problema: en primer lugar, las personas en la industria también le temen al COVID-19. Por lo tanto, incluso si el hotel aumenta sus salarios, todavía no están dispuestos a regresar a sus puestos originales y continuar trabajando en el puesto. Era COVID-19. Es la elección de cambiar de carrera o esperar un trabajo; segundo, debido a que el COVID-19 ha causado un duro golpe a la industria hotelera, muchas personas en la industria creen que es irracional seguir buscando desarrollo en la industria, por lo que decidieron irse.

4. Ejecución inadecuada de la labor de prevención de epidemias

Como se mencionó anteriormente, algunos requisitos básicos del trabajo de prevención de epidemias en la era posterior al COVID-19 deben ser implementados por la industria hotelera. Sin embargo, si se mira a toda la industria, existen básicamente diferencias en la implementación del trabajo de prevención de epidemias en cada hotel de la zona. industria, lo que indica que el hotel no comprende la prevención de epidemias Los requisitos y estándares del trabajo, en los que es inevitable que haya muchos problemas con la implementación incorrecta del trabajo de prevención de epidemias. En el caso de una implementación inadecuada del trabajo de prevención de epidemias, en primer lugar, los departamentos gubernamentales supervisarán estrictamente los hoteles e incluso prohibirán que los hoteles relevantes continúen operando, lo que hace que la industria hotelera sufra un cierto grado de resistencia. En segundo lugar, esto puede agravar el temor de los consumidores y el problema de la movilidad humana en la industria, lo que ha aumentado aún más la resistencia relacionada, lo que ha provocado una enorme resistencia al desarrollo de la industria hotelera en la era posterior al COVID-19.。

4.5 LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN LA ERA POST-COVID-19

Si la industria hotelera quiere encontrar una buena perspectiva de desarrollo en la era posterior al COVID-19 y obtener un nuevo impulso de desarrollo, debe responder activamente a los cuatro obstáculos principales mencionados anteriormente, combinando varios casos de hoteles hoteleros chinos importantes.

1. Establecer un mecanismo de subsidio financiero e integrar recursos en la industria es una de las medidas deseables para que los departamentos gubernamentales establezcan políticas preferenciales que incentiven a la industria hotelera a buscar el desarrollo en la era post-COVID-19, pero esta medida no resuelve el rígido problema de la falta de fortaleza económica de los operadores hoteleros. Por lo tanto, sobre la base de políticas preferenciales, se debe establecer un mecanismo de subsidio económico e integrar los recursos de la industria. El contenido específico de la estrategia es el siguiente (1) El establecimiento de un mecanismo de subsidio económico no permite a los departamentos gubernamentales transferir fondos directamente a la industria hotelera y luego dejar que el hotel se asigne a sí misma, pero los recompensa en función del desempeño operativo de cada hotel en la industria hotelera, de modo que dichos hoteles pueden recibir subsidios financieros, pueden continuar desarrollándose y gradualmente convertirse en las empresas líderes de la industria en la era posterior a COVID-19, y utilizar el papel de las empresas líderes para liderar a otras La empresa avanza y finalmente se da cuenta de la recuperación del hotel industria. Entre ellos, el desempeño operativo del hotel se puede juzgar en función de su contribución económica. (2) Integrar recursos en la industria. Para resolver el problema de la fortaleza económica de los operadores de hoteles en la era posterior al COVID-19, los departamentos gubernamentales pueden tomar la iniciativa para unir a los principales operadores de hoteles para lograr la integración de recursos en la industria, y construir un mecanismo de intercambio de recursos, un mecanismo de "grupo", etc. De esta manera, los principales operadores hoteleros de la industria

pueden utilizar los recursos de otros para compensar su propia falta de fuerza económica y también dar al hotel un nuevo desarrollo. impulso, que propicia la recuperación del hotel en la era posterior al COVID-19. Al mismo tiempo, la integración de recursos en la industria también facilita que los departamentos gubernamentales juzguen el desempeño operativo de los hoteles integrados, lo cual tiene una buena conexión con el mecanismo de subsidio económico. Además, las estrategias anteriores pueden darle a la industria hotelera un nuevo año propicio para la inyección de capital externo.

2. Hacer un buen trabajo en la retención de clientes y prestar atención a sus necesidades. El miedo de los consumidores al COVID-19 es inevitable, y el hotel debe hacer un buen trabajo en la retención de clientes en respuesta a este problema. Este trabajo puede permitir que el hotel comprender el miedo de los huéspedes Las razones específicas de la formación, comprender sus necesidades y luego realizar el trabajo relacionado, para que al menos los huéspedes puedan disipar las preocupaciones sobre la seguridad de los hoteles individuales.

3. La creación de un entorno de oficina en línea y la introducción de un sistema de desempeño. El aumento ciego del salario del personal interno del hotel no detiene de manera efectiva el fenómeno de la movilidad humana. En cambio, hace que su propio gasto económico aumente y el costo económico excede al económico Esta es una práctica obviamente que no paga por ello, por lo que los Hoteles deben adoptar otras estrategias para responder. En respuesta a esto, por ejemplo, Atour Hotel ha creado un entorno de oficina en línea e introducido un sistema de rendimiento para satisfacer las necesidades del personal y del hotel en sí, y gestionar de forma eficaz el fenómeno de la movilidad humana. La construcción del entorno de oficina en línea considera dos puntos clave: una de las funciones laborales, no todos los puestos del hotel requieren operaciones de oficina en sitio, por lo que las características funcionales de dichos puestos permiten a los titulares realizar operaciones de oficina en línea. El hotel debe analizar las funciones de cada puesto, averiguar los puestos que se pueden utilizar para

el trabajo en línea y permitir que los titulares trabajen en línea a través de la tecnología de la información, lo que disipa a algunas personas de la industria del miedo al COVID-19; segundo, el reglas de trabajo, aunque la tecnología de la información permite que el personal en puestos relevantes trabaje en línea, pero eso no significa que el personal en estos puestos no necesite realizar trabajo en el sitio. China Atour Hotel adopta un "sistema de turnos" para permitir que el personal en los puestos relevantes puestos para trabajar en el sitio a su vez para facilitar el manejo de algunos asuntos especiales.

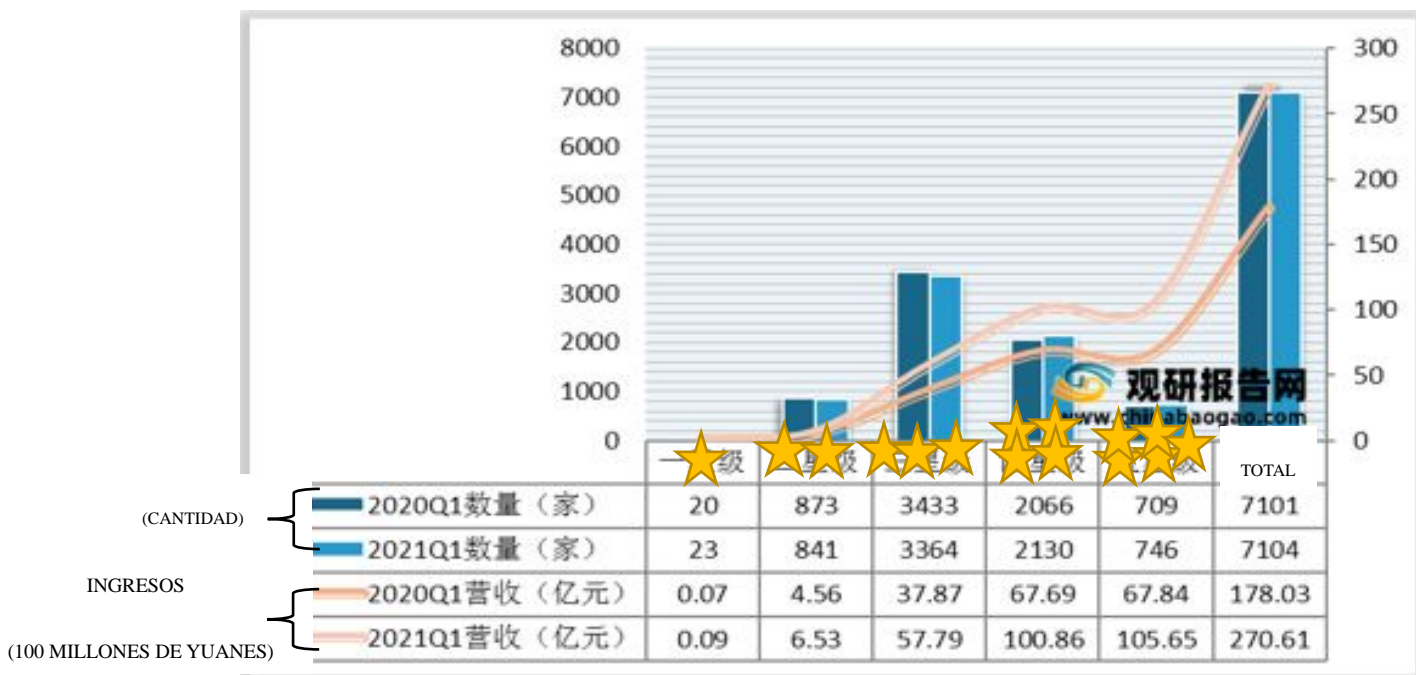
4. La alta dirección estudió seriamente los requisitos del trabajo de prevención de epidemias y llevó a cabo una capacitación interna. En la era posterior al COVID-19, los países ya habían propuesto requisitos de prevención de epidemias, pero muchos operadores de hoteles no lo entendieron, lo que llevó a trabajo de prevención de epidemias y agravaron otros problemas, por lo tanto, si la industria hotelera quiere buscar el desarrollo en la era post-COVID-19, debe implementar estrictamente los requisitos de prevención y control de COVID-19 relevantes. En primer lugar, los departamentos del gobierno local deben organizar a los operadores de hoteles para que participen en la capacitación en prevención de epidemias. La capacitación debe aclarar y refinar los requisitos para la prevención de epidemias e inspeccionar los resultados de la capacitación de los operadores de hoteles; en segundo lugar, los operadores de hoteles deben incluir las normas de prevención de epidemias pertinentes en el trabajo hotelero posterior a la capacitación. Normativa y capacitación del personal de nivel medio y de base, exigiéndoles que realicen labores de prevención epidémica en los hoteles en estricto apego a la normativa laboral, para asegurar el desarrollo de la industria hotelera en el post-COVID. -19 era.

4.6 SITUACIÓN DEL NEGOCIO HOTELERO EN CHINA EN 2021

Con el control efectivo del COVID-19 nacional en 2021, la prosperidad de la industria hotelera de mi país se ha recuperado gradualmente y el número de hoteles con estrellas ha aumentado ligeramente. En el primer trimestre de 2021, había 7,104 hoteles con

calificación de estrellas en mi país, un aumento de 3 en comparación con el mismo período del año pasado. Entre ellos, el número de hoteles de una, cuatro y cinco estrellas aumentó, y el número de hoteles de cuatro estrellas fue el que más aumentó, 64. Al mismo tiempo, los ingresos por hoteles con estrellas de mi país han aumentado significativamente. En el primer trimestre de 2021, los ingresos por hoteles con estrellas de mi país ascendieron a 27.060 millones de yuanes, un aumento interanual del 52%. Entre ellos, los ingresos por hoteles de cinco estrellas son los que más crecieron, con un incremento interanual del 55,73%.

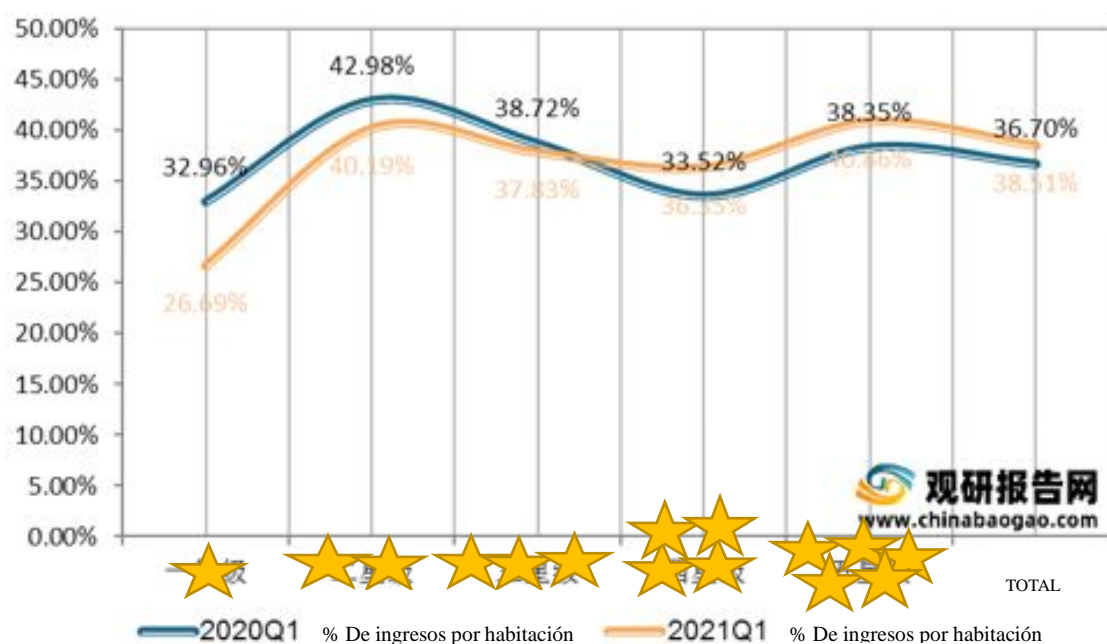
El número y los ingresos de los hoteles con estrellas de China en el primer trimestre de 2020 frente al primer trimestre de 2021



Fuente de datos: Asociación de Hoteles de China

Además, en el primer trimestre de 2021, la proporción de ingresos por habitaciones de huéspedes en los ingresos por hoteles con estrellas de mi país aumentó a 38,51%, un ligero aumento de 1,81 puntos porcentuales con respecto al mismo período del año pasado. Entre ellos, los ingresos por habitaciones de los hoteles de cuatro y cinco estrellas aumentaron en comparación con el año anterior.

La proporción de los ingresos por habitaciones de hotel con estrellas de China en el primer trimestre de 2020 frente al primer trimestre de 2021



Fuente de datos: Asociación de Hoteles de China

Se puede observar que el número total de hoteles afectados por COVID-19 apenas ha aumentado, sin embargo, bajo el llamado de la política nacional de turismo, la industria turística en varias regiones ha mejorado mucho y la tasa de ocupación hotelera también es gratificante. Al mismo tiempo, según los datos, el repunte de los grandes hoteles es el más evidente (hotel de cuatro estrellas y hotel de cinco estrellas)

5. LA ILUMINACIÓN Y EL DESARROLLO FUTURO DE LA RESPUESTA COVID-19 A LA INDUSTRIA HOTELERA

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), las crisis comunes en la industria del turismo se dividen en cuatro categorías: terrorismo, disturbios sociales, desastres naturales y brotes de enfermedades epidémicas. Se cree que los brotes epidémicos se han convertido en la nueva normalidad. Debido a sus características industriales inherentes, la industria hotelera es obviamente susceptible a desastres naturales, enfermedades epidémicas, crisis económicas, relaciones políticas

internacionales y otros factores relacionados en su proceso de producción y operación. Como parte importante de la industria del turismo, es más probable que la industria hotelera exponga sus "deficiencias" en el proceso de desarrollo y los problemas estructurales en la producción y las operaciones durante la crisis del COVID-19. La aparición de una crisis siempre permitirá a la industria hotelera avanzar a través de la reflexión y traer iluminación al desarrollo sostenible de la industria hotelera. A través de la aparición de COVID-19, la ayuda del gobierno y el desarrollo posterior, basado en el análisis de datos chinos, miramos hacia atrás en la industria hotelera después de la aparición de COVID-19. Aunque la "epidemia de guerra" en la industria hotelera en COVID-19 no falta Es un punto culminante de admiración, pero también muestra que la capacidad de los hoteles unipolares que dependen de la recepción de fuentes turísticas como sus principales objetos de negocio para luchar contra emergencias de salud pública es sumamente débil.

Después de manejar adecuadamente el tema COVID-19, el gobierno chino ha emitido opiniones sobre el desarrollo de la industria hotelera: acelerar la construcción de nueva infraestructura como redes 5G y centros de datos. El desarrollo de nueva infraestructura con tecnología de comunicación 5G, digitalización e inteligencia artificial como núcleo ayudará a la industria hotelera a transformarse y actualizarse. Después de COVID-19, la industria hotelera inevitablemente prestará más atención al desarrollo integrado de múltiples negocios para mejorar la capacidad de la industria hotelera para resistir los riesgos.

En la actualidad, la economía de mi país ha mantenido un nuevo estado normal durante mucho tiempo, y el desarrollo industrial ha pasado de estar impulsado por los factores originales a ser impulsado por una tecnología que combina los logros de la nueva revolución tecnológica y el funcionamiento del hotel. industria. Suponiendo que sin el brote repentino de la nueva neumonía por coronavirus COVID-19, la industria hotelera aún tiene que profundizar las reformas estructurales del lado de la oferta para promover el desarrollo de la industria hotelera. La aparición de COVID-19 ha hecho que la

industria hotelera sea más consciente de la importancia de reformar los modelos tradicionales de desarrollo corporativo. Por lo tanto, solo cuando la industria hotelera desarrolle la construcción (innovadora) de hoteles inteligentes, podrá igualar mejor las oportunidades y las "bonificaciones" que brinda la promoción gubernamental de la construcción de nueva infraestructura. Desde la perspectiva de la práctica industrial, la cadena industrial y las condiciones técnicas requeridas para la construcción inteligente La construcción de hoteles ha sido madura. Ahora, ya hay muchas empresas profesionales de hardware y software de hoteles inteligentes que pueden producir directamente productos de estantería de hoteles inteligentes, reduciendo los costos de I + D y ventas, y ayudando a la industria hotelera a desarrollar la construcción de hoteles inteligentes. En particular, Ali y Tencent tiene grandes escalas y no hay escasez de fondos. Los gigantes tecnológicos del comercio electrónico han entrado en hoteles inteligentes y han producido resultados operativos que han jugado un buen papel en la demostración del desarrollo de la industria de hoteles inteligentes. Sin embargo, el comercio electrónico carece de experiencia en diseño y operación de hoteles. Si pueden cooperar con los grupos de hoteles, acelerarán los productos de hoteles inteligentes han logrado un progreso iterativo. En términos de gestión industrial, los departamentos de gestión gubernamentales relevantes también pueden emitir políticas industriales relevantes, proporcionar financiación, crédito y apoyo estándar y orientar la industrialización de los hoteles inteligentes.

Por ejemplo: después del COVID-19, los consumidores preferirán más los hoteles de atención médica. Según la plataforma de hoteles inteligentes, los hoteles de atención médica pueden usar fácilmente equipos de tecnología centrados en inteligencia artificial para realizar reservas de habitaciones remotas y cepillarse la cara sin contacto. , la desinfección del aire de la habitación, la sala de control por voz, el control del sueño de los huéspedes, el control de los fluidos corporales del inodoro, la consulta en línea, las necesidades de atención médica, etc., pueden hacer que los productos del hotel ya no sean únicos y estén más en línea con las necesidades del consumidor. Al confiar en la

plataforma de tecnología de hoteles inteligentes, es fácil lograr un cruce de múltiples negocios, y los productos hoteleros están vinculados a otras industrias, enriqueciendo la línea de productos hoteleros.

6. CONCLUSIONES

Luego del brote repentino de la nueva neumonía de la corona COVID-19, la industria hotelera volvió a mostrar las características de una pobre capacidad anti-riesgo. Este es exactamente el problema que requiere el gobierno, la gerencia de la industria, las asociaciones de la industria, las empresas hoteleras, la academia y otros. fiestas para estudiar y reflexionar. Toda crisis importante puede examinar las "deficiencias" del desarrollo de la industria y ayudar a la industria a encontrar nuevas oportunidades de desarrollo. La ocurrencia del COVID-19 ha incrementado las dificultades y demandas de transformación económica y mejoramiento y desarrollo de alta calidad, también ha dado origen a nuevas industrias, nuevos consumos y nuevos formatos de negocios.

En primer lugar, cuando se produce el COVID-19, debemos plantearnos la solución de los problemas actuales, como la tradicional reforma de la política de gestión llevada a cabo por Atour Hotel, y con la ayuda de la política, podemos salir de la crisis lo antes posible. Crisis hotelera. Entonces debemos considerar cuestiones de desarrollo a largo plazo. La aparición de COVID-19 causará un golpe devastador a la cadena de capital de los hoteles pequeños y medianos. Aprovechar esta oportunidad para establecer una marca corporativa y mejorar la calidad corporativa puede hacer un nombre para la empresa en el período post-COVID-19. Obtenga la oportunidad de desarrollo de seguimiento. Cuando el COVID-19 básicamente ha terminado, es necesario considerar el tema de la innovación y el desarrollo futuros para prevenir nuevas crisis con anticipación.

La industria hotelera turística debe prepararse para cualquier crisis repentina e impredecible en términos de distribución industrial. La industria hotelera debe

adaptarse al desarrollo de los tiempos, aplicar las ventajas de la tecnología de la información contemporánea y aprovechar la integración de modelos comerciales para fortalecer las capacidades de desarrollo sostenible y de respuesta a desastres de la industria hotelera. Basándonos en la experiencia de prevención y control de COVID-19 y la visión de futuro del desarrollo de la industria hotelera, prestaremos más atención a la construcción de ciudades inteligentes respaldadas por los logros tecnológicos de la nueva revolución industrial como 5G + inteligencia artificial + big data. La industria hotelera debe aprovechar la oportunidad y seguir la tendencia, aplicar los logros de la nueva revolución tecnológica para construir hoteles inteligentes, adoptar el modelo de negocio del ecosistema de hoteles inteligentes para expandir los límites de producción de la industria hotelera, lograr operaciones transfronterizas, transformación y mejora de la industria hotelera, y mejorar la rentabilidad y las capacidades anti-riesgo de la industria hotelera. A través de la plataforma de hotel inteligente para integrarse en la plataforma de construcción de ciudad inteligente de la ciudad donde se encuentra, para formar "cultural y creativo + hotel, base de productos agrícolas + hotel, industria + hotel, médico + hotel, deportes + hotel, bienes raíces + hotel" y otras eco-marcas hoteleras, que pueden ser utilizadas por las personas. Los servicios asociados al círculo vital han rejuvenecido la industria hotelera tradicional a través del modelo de negocio del eco-círculo.

7. BIBLIOGRAFIA

Equipo, Periodismo visual y de datos. Coronavirus: una guía visual de la pandemia. BBC News. 2020-03-28 [2020-08-29].

Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas: La industria del turismo mundial perdió US \$ 460 mil millones en la primera mitad del año [2020-09-17].

Noticias de turismo de China, etc. Informe de investigación sobre el impacto de COVID-19 en la industria del turismo cultural de China y contramedidas [N] . Noticias de turismo de China, 2020-02-28 (1-2).

Zhang Guanghai, Gao Jun. Investigación sobre las características temporales y espaciales y los factores que influyen en la PTF en la industria hotelera estrella de China [J] . Tribuna de turismo, 2018 (12): 66-75.

Wu Hongye, El impacto y la iluminación de la neumonía por coronavirus COVID-19 en la industria hotelera de mi país 2020 (20) -5

Jay B.B.Looking inside for competitive advantage [J].Academy of Management Executive,1995,9(4):49- 61.

Rumelt R.P. Strategy, economic theory and entrepreneurship : the competitive challenge [M].Cambridge, Mass.: Ballinger Books.1987.

Birger W.A resource- based view of the firm [J]. Strategic Management Journal,1984, 5 (2): 171- 180.

Prahalad C.K.The core competence of the corporation [M]/ Strategic Learning in a Knowledge Economy Springer Berlin Heidelberg, 2000

Yang Qiuying. Investigación sobre la estrategia de desarrollo de la industria hotelera en la era posterior a la epidemia. Modernización de centros comerciales, 2020 (23): 80-82.

He Dongfei. Análisis sobre la senda de recuperación de la industria hotelera en la era posterior a la epidemia. Revista del Instituto de Turismo de Sichuan, 2021 (02): 23-26.

Grupo de investigación de la rama de investigación de la industria del alojamiento de la Asociación de Turismo de Sichuan. Investigación sobre el impacto macroscópico de la "nueva epidemia de la corona" en la industria hotelera, las contramedidas y el desarrollo sostenible. Turismo

de China occidental, 2020 (05): 12- 18.

Yin Zhen. Sobre el modelo de desarrollo y gestión de las propiedades inmobiliarias hoteleras. Universidad de Chongqing, 2006.

Gong. La lenta recuperación de la industria hotelera británica. China Tourism News, 2004/06/04.

Zhao Lei. Los hoteles económicos se convertirán en el motor de la recuperación de la industria hotelera. Noticias de turismo de China, 2009-05-13 (005).

Cai Xiaomei, Zhang Chaozhi. Investigación y análisis del impacto del SARS en la industria hotelera de Guangzhou [J]. Revista de la Universidad Normal del Sur de China (Edición de Ciencias Naturales), 2004 (02): 120-127.

Wang Xinsheng. La industria hotelera mundial continúa mejorando pero sigue siendo frágil. Hotel Modernization, 2010 (10): 6-7.