

DEVELOPMENT REPORT
ON CHINA HOTEL
INDUSTRY

中国饭店产业 发展报告 2009

国家旅游局监督管理司
中国旅游研究院

中国旅游出版社

DEVELOPMENT REPORT
ON CHINA HOTEL
INDUSTRY

中国饭店产业 发展报告 2009

国家旅游局监督管理司
中国旅游研究院

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉
装帧设计：中文天地
责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

中国饭店产业发展报告：2009/国家旅游局监督管理司，中国旅游研究院著. --北京：中国旅游出版社，2010.5

ISBN 978 - 7 - 5032 - 3956 - 4

I. ①中… II. ①国… ②中… III. ①饭店—产业—经济发展—研究报告—中国—2009 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 087317 号

书 名：中国饭店产业发展报告 2009

作 者：国家旅游局监督管理司，中国旅游研究院

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cmta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：6

印 数：1 - 2500 册

字 数：10 千

定 价：29.80 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3956 - 4

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

前 言

改革开放以来，我国旅游饭店业发展很快，特别是近年来，发展更为迅猛。《国务院关于加快发展旅游业的意见》的发布，为饭店业进一步发展提供了重要机遇。

为加强宏观指导和公共服务，引导饭店产业朝着更加健康有序的方向发展，国家旅游局监督管理司 2009 年委托中国旅游研究院编制了《中国饭店产业发展年度报告》。

限于研究数据的可得性，本报告以星级饭店为主要分析对象，相关数据主要来源于国家旅游局历年统计数据和中国旅游研究院的旅游数据库。

在本报告编制过程中，编制人员对北京、上海、广东、江苏、浙江、湖南、湖北、四川、海南等省市进行了实地调研，得到了当地旅游主管部门、行业协会和饭店企业的大力支持和配合，同时征求了一些业内专家的意见，在这里一并表示感谢！

本报告力求简洁，可为地方政府和旅游主管部门决策提供参考，为饭店投资商和运营商决策提供支持，为相关人员研究饭店产业提供依据。鉴于本报告是第一次编制，难免存在一些不足，敬请广大读者批评指正，我们将在今后的报告编制工作中加以改进。

报告编制组

2010 年 1 月 18 日

《中国饭店产业发展报告》编辑委员会

主任委员 杜江 国家旅游局副局长
中国旅游研究院院长 教授 博士

副主任委员 李任芷 国家旅游局监督管理司司长
刘士军 国家旅游局监督管理司副司长
戴斌 中国旅游研究院副院长 教授 博士

编委 李任芷 刘士军 余昌国 戴斌
李仲广 杨宏浩 林建恩 潘春麟

《中国饭店产业发展报告》编写组

主 编 戴斌 中国旅游研究院副院长 教授 博士
刘士军 国家旅游局监督管理司副司长

执行主编 杨宏浩 中国旅游研究院旅游产业运行与企业发展研究所博士
余昌国 国家旅游局监督管理司饭店管理处处长

成 员 刘锦宏 李仲广 鲁凯麟 林建恩 陈如佳
杨彦峰 战冬梅 封官禄 张巍

目 录

CONTENTS

前 言	1
第一章 中国饭店产业发展历程：大众的市场与活跃的企业	1
第一节 饭店产业已成为中国经济社会发展体系的 重要组成部分	1
第二节 国民旅游需求与市场机制是饭店产业演化的内在动力	5
第三节 制度创新是中国饭店产业发展的关键支撑	10
第四节 国家旅游发展战略体系中的饭店产业	13
第二章 中国饭店的市场需求：增长与变化	17
第一节 饭店市场消费主体特征	17
第二节 饭店市场的消费水平与消费结构	23
第三节 旅游者的饭店产品购买行为	26
第三章 中国饭店产业供给：发展与创新	32
第一节 饭店产业供给规模与供给结构	32
第二节 饭店产业投资发展态势	45
第三节 饭店价值评估指数	50

第四章	中国饭店运营管理：建设与提升	56
第一节	饭店产业经营绩效	56
第二节	饭店运营管理系统建设	66
第三节	饭店管理集团发展动态	71
第五章	中国饭店产业发展：信心与理性	81
第一节	饭店产业发展趋势	81
第二节	中国饭店产业发展的战略导向与政策建议	84

第一章

中国饭店产业发展历程： 大众的市场与活跃的企业

2009 年是中国饭店产业发展进程中极不平凡的一年。在这一年中，我们一起经历了新中国成立 60 周年的辉煌，一起分享了成功应对全球金融危机的经验，更共同见证了在国民旅游需求和市场机制的双重推动下，包括饭店在内的旅游业正式进入了国家战略体系。来自国际和国内资本市场作用下的持续增长的产业投资、市场和行政共同推动的重组与变革、基于消费需求和技术进步的商业模式创新，以及对于未来繁荣的乐观预期，共同构成了年度产业运行的基调与主旋律。

在这样一个宏观环境对产业变迁和企业经营作用越来越明显的时代，我们需要站在产业演化和国家战略的高度，更加理性地审视中国饭店产业的过去、现在与未来，更加自觉地引导利益相关者在投资、运营和管理领域从自发的、战术性的增长转向自觉的、战略性的发展。

第一节 饭店产业已成为中国经济社会发展体系的重要组成部分

自改革开放以来，中国饭店业经过 30 多年的发展，取得了举世瞩目的成就，对旅游产业、国民经济和人民生活产生了潜移默化的影响。一方面，旅游市场和国民经济的发展推动了饭店产业的繁荣与发展；另一方面，饭店业也在促进旅游和经济的增长，提高了国民的生活水平。

一、饭店产业的发展改变了公众的旅行方式

改革开放前，中国饭店设施以事业接待型为主，大多数饭店实行招待所式服务。饭店市场处于二元分割的状态：一种是接待型饭店，包括政府和企事业单位的接待，部分饭店作为政府外事接待部门的附属单位，部分饭店是某些大型企事业单位下属的定点接待单位，它们没有独立的经济地位。另一种是商业性质饭店，主要针对民间探亲、访友等。在这一时期，饭店的数量较少、设施陈旧、功能单一，只提供简单食宿，条件简陋，旅行者几乎没有选择的余地。

今天，中国已经形成了以 1.5 万余家星级饭店为主体、大量各种类型的旅游住宿设施为补充的饭店产业。饭店产业为公众提供了更加丰富的消费选项，包括商务型饭店、观光游览型饭店、休闲度假型饭店、会议展览型饭店、康复疗养型饭店、综合型饭店、经济型饭店、汽车旅馆、家庭旅馆、城市自助公寓等，根据档次的不同也可以分为豪华饭店、中档饭店和经济型饭店。近年来，在豪华饭店和中档饭店发展成熟的基础上，越来越多的投资者将焦点集中在针对普通大众的各类经济型饭店，该业态经过近十年的探索与发展，市场开始进一步细分。此外，还有大量针对国民大众阶层的其他饭店业态，例如城市家庭旅馆（或城市自助公寓、城市移动公寓）、民居客栈，这些非传统的饭店业态正在为越来越多的旅游者所认可。各种新型饭店业态的出现为公众提供了更多的选择，也改变着公众的旅行方式，从单一的传真预订转变为传真、电话、互联网、短信、数字电视等各种通信手段的预订，从团队旅游方式到背包自助游、徒步旅行、自驾车旅游、房车旅游等方式的出现，丰富了公众的旅游选项。

二、饭店产业的发展改写了旅游产业格局

作为旅游产业的核心组成部分之一，饭店业在发展初期并不具备公认的“产业”性质。改革开放后，饭店业得到了迅速发展，在国民经济中发挥了越来越重要的作用，在国民经济中的地位不断得到加强。在 1987 年的投入产出表部门分类解释中，饭店业隶属于居民服务业中的旅馆业。根据 1994 年颁布的《国家国民经济行业分类标准》（GB/T 4754 - 94），对国民经济产业部门进行了调整

和细化，特别是对服务业的产业部门分类进行了调整和细化，包括饭店业在内的旅馆业已经成为与“居民服务业”并列的一个产业。2002 年国家质量监督检验检疫总局发布的《国民经济行业分类与代码》（GB/T 4754 - 2002）中增加了“住宿和餐饮业”这一门类。

饭店业具有综合价值高、就业吸纳能力强、产业关联度大的经济特征。饭店综合价值主要体现在稳定的现金流、通货膨胀避险、公司品牌宣传和交易升值等方面，这也是饭店产业资本形成速度持续增长的经济原因之所在。总体而言，饭店产业属于劳动密集型的行业，2001 ~ 2008 年间，中国星级饭店的从业人员人数从 105.2 万人增加到 166.9 万人。如果再考虑大量没有评星的旅游住宿设施，广义饭店业的从业人员数量将接近 1000 万。如果考虑到间接就业的因素，则全部饭店业直接和间接就业人数可能超过 4000 万人，从而成为旅游就业最为重要的领域。需要关注的是，近年来，饭店从业人员的平均工资一直处于相对下降的趋势。

饭店行业的发展为国家和地方财政收入作出了积极贡献。全国星级饭店向国家上缴税金逐年递增，2001 年为 39.66 亿元，2005 年达到 77.16 亿元，2007 年为 118.33 亿元，2008 年与上年基本持平，年均增长率为 28.34%；人均实现利税也逐年攀升，2001 年、2005 年、2007 年人均实现利税分别为 0.15 万元、0.58 万元和 1.04 万元，年均增长率为 98.9%，2008 年人均实现利税也达到 0.9 万元。饭店产业还具有高关联带动性的特征。对饭店产业链进行分析显示，有大批相关企业支撑着饭店产业发展，饭店产业具有很高的关联带动性。饭店业对与之相关联的建筑房产、交通、餐饮、娱乐、商贸、金融、会展、工艺美术、家具、纺织、农业以及许多其他行业都能起到直接或间接的带动作用。饭店规模高速增长催生饭店供应商及大量相关产业蓬勃发展。以饭店供应商为例，饭店的投资和经营与饭店供应商息息相关，饭店供应商是饭店行业发展不可或缺的重要组成部分。随着整个饭店产业的价值链分工越来越细化，为饭店运营和投资服务的供应商发展迅速，在市场上活跃着一批国际国内知名的布草供应商、电子产品供应商、饭店建筑设计公司、饭店咨询公司、饭店传播媒体、饭店销售和营销平台、软件供应商等支持饭店产业的发展。而且饭店供应商在逐渐细分化，饭店所需的电话、保险箱、洗衣机、洗涤用品、节能降耗产品、安全保障产品等都有专门的供应商在进行设计和生产。饭店产业的发展进一步促进了相关行业的发展。

三、饭店产业的发展提升了国民的生活福祉

现代的饭店已经不是一个简单的商业空间，它是具备多种功能的实用型综合体。尤其是对于某些高星级饭店来说，它们可能是这个城市的窗口、名片或者是地标式的建筑，给该城市带来全新的生活理念和生活方式。同样，饭店环境的营造离不开周围社区环境的营造，尤其是高星级饭店，往往强调文化氛围的营造，这是建立在当地深厚的文化积淀的基础上的。因此，饭店与当地居民和社区之间应该和谐发展。

饭店与本地居民之间和谐发展。饭店为当地居民服务，提高居民的生活质量，如饭店餐厅也像社会餐馆一样为当地居民提供餐饮服务；饭店歌舞厅、保龄球馆、游泳池、健身房等都向当地居民开放；饭店的会议设施更是当地商务活动的主要场所；甚至饭店的大堂、酒吧成为当地居民约会、商谈的场所。随着饭店市场日益激烈的竞争，不少饭店采取各种促销方式吸引本地居民前来消费。饭店的正常运转在相当程度上也取决于当地居民的素质、精神风貌、对外地旅游者的接纳程度，以及东道地区的社会文化环境。

饭店与当地社区之间协调发展。饭店与周边的关系应当是依托周边、带动周边。饭店需要依托周边的社区。对于饭店来说，最重要的就是选址，城市饭店一般都建立在客流集中、交通便捷的地点或旅游景点、大型商场、会场的周围。因此，饭店对周边环境的要求比较高。周边社区的商务氛围、文化积淀、卫生整洁程度、治安状况等都是饭店建立时所需要考虑的。周边环境恶劣会影响客人对饭店的态度，周边环境优越则有利于饭店客人外出活动，优美的周边环境也会成为饭店一道亮丽的风景线。

饭店能带动周边社区的发展。这也是目前房地产商往往会将饭店与商业房地产、住宅房地产嫁接在一起的主要原因之一。房地产商在开发房地产项目时，可能选择建造一家高星级饭店，以此来提升房地产项目的品位和档次，带动房地产楼盘的销售，如开元集团、世纪金源集团等。可见，饭店能够促进周边社区的成熟，与周边社区一起形成综合性开发。正是由于这一因素，目前复合地产的概念在中国逐渐形成。

饭店业的发展还体现了社区的人居理念。饭店作为社区的配套设施，服务于社区的居民，而饭店本身并不只有单一的住宿功能，而是集商业、餐饮、娱

乐等多项服务于一身，满足社区居民的各种需求。这样可以使整个社区更加体现“以人为本”的人性化思想，表现人居理念。同时饭店业的发展还推动了城市化的进程，随着饭店集聚效应的出现，越来越多的商业设施聚集到饭店的周围，加快了当地城市化发展的速度。

第二节 国民旅游需求与市场机制是 饭店产业演化的内在动力

作为经济产业，饭店在国民经济和社会发展中的地位和作用的凸显及其自身的发展与演化，说到底还是国民大众的旅游消费需求与市场机制相互作用的结果。这一结论无论是对于过去的 30 年和刚刚经历的 2009 年，还是对于未来一个时期的产业演化，都是如此。

一、国民大众的旅游与旅行消费需要是饭店产业演化的根本推动力

（一）消费群体：从以入境旅游者为主转向以国内旅行者为主

经过 30 多年的发展，饭店业的消费群体发生了巨大变化，饭店业为任何有住宿需求的消费者提供服务，不论具备这一需求的消费者是来自海外、外地还是本地。随着饭店涉外性的弱化，海外旅游者对住宿需求的选择面更广，而国内消费者只要具备支付能力，均可在饭店消费。对饭店消费群体的政策限制已经取消，例如，住饭店无须开具单位介绍信、本地居民凭借身份证即可入住饭店等。饭店业更多是通过价格机制，以货币选票的形式进行区分。国内旅游者和旅行者是饭店赖以发展的市场主体，本地居民的非住宿消费需求也日益重要。国民大众已经成为支撑中国饭店产业发展的绝对市场主体。

（二）消费能力：具备饭店消费支付能力的群体日益增多

改革开放初期，中国饭店业以接待海外入境旅游者为主，以获取外汇收入为主要目的，而国内具备饭店消费支付能力的群体很少。经过改革开放 30 多年的发展，中国经济得到了突飞猛进的发展，居民的收入水平得到了大幅提高。

1978 年城镇居民家庭人均可支配收入为 343.4 元，农村居民家庭人均纯收入为 133.6 元，2008 年年底则分别为 15781 元和 4761 元，分别大约是 1978 年的 46 倍和 36 倍。1990 年中国居民的旅游消费为 170 亿元，2008 年达到 8749.3 亿元，约为 1990 年的 51.5 倍。随着收入水平的不断提高和选择空间的不断扩大，消费者对饭店产品的需求逐步出现但支付能力仍然有限。自 20 世纪 90 年代末开始，依赖于中国中等收入阶层的产生和崛起，消费结构不断升级，医疗保健、娱乐文化教育等享受型和发展型的消费倾向显著上升。这群人开始追求多方面需求的满足，讲究生活质量，这也为饭店产业的发展提供了新的市场空间。

（三）消费习惯：社会生活方式的转变影响饭店消费

改革开放以来，中国经济逐渐由计划经济向市场经济转变，随着经济收入的增加，国民对文化、娱乐等精神方面的需求日益增加。黄金周休假制度的出现使中国人每年的法定休息日达到了 114 天。以黄金周为代表的假日旅游使中国旅游进入了大众化消费的新阶段，而外出旅游必然需要住宿。正是国民旅游市场的高速增长推动了饭店产品进入大众化阶段。随着人口素质的提高以及消费水平的提升，人们对饭店的认识也在不断加深。改革开放初期，人们认为旅游饭店主要是外国人消费的场所，而今天饭店在消费者心目中的神秘感已经消失。在五星级饭店喝早茶、办酒宴、招待朋友，去饭店娱乐，高考住饭店等现象表明，饭店已被普通大众认知和体验。

（四）消费模式：从单一到多样化和个性化

早期中国居民对饭店的消费需求较为单一，满足最基本的住宿需求即可。随着社会的发展和国民素质的提高，消费模式呈现出多样化和个性化的需求。互联网的发展，缩短了产品与终端客户之间的距离，自驾车旅游、自助游、修学旅游、休闲度假、“自由行”、农家乐等各种旅游或旅行形式不断出现，也推动着饭店产业朝多样化、个性化的方向发展。

二、市场机制是中国饭店产业演化的主导因素

饭店消费者需求的不断变化，必然会波及饭店的供给。经过 30 多年的发展，饭店业从以旅游涉外饭店和招待所为主体演化为以星级饭店、经济型饭店、度

假饭店、精品饭店、民居客栈等多种业态共存的饭店产业体系。其内在的演化逻辑则体现为饭店要素市场的深刻演化，具体表现为饭店投资、运营和服务提供过程中所涉及的劳动力、资本、土地等生产要素非可逆的商品化进程，并进而形成由一系列交易结点构成的交易网络。

（一）中国饭店产业的供给基本面

1. 产业规模庞大，发展速度快

1978年前我国仅有203家具备档次的饭店，至2008年年底，全国共有星级饭店14099家，客房159.14万间，床位293.48万张；另外还有近30万的社会住宿机构，它们共同构成了中国饭店产业巨大的存量基础。其中，1990~2008年星级饭店客房数年均增长率为24.5%，市场规模长期处于持续增容状态。而20世纪80年代中后期、90年代中期客房数量的增长速度更为显著。

2. 产业结构不断调整

改革开放后很长一段时期内，中国饭店业以旅游涉外饭店和大量招待所为主体。但随着国民收入和生活水平的提高，居民外出旅游、旅行时以干净、整洁的客房作为核心产品的需求无法很好地得到满足，中国的饭店产业出现了结构性失衡的状态。随着需求不断增加，中国饭店产业中出现了新的业态——经济型饭店，以满足大众出行的需要。“如家”、“锦江之星”、“7天”等本土经济型饭店品牌在完成商业模式的研发与整合后进入快速扩张期，“宜必思”、“速8”等国际品牌进入了项目布局的实践阶段。与此同时，针对不同的细分市场，产业结构的调整正朝着多元化、差异化、特色化的方向努力。

3. 市场进一步细分，竞争更加激烈

针对需求的多样性和个性化，饭店市场得到了进一步细分，有针对年轻背包客的“青年旅舍”和“青年酒店”；有针对长期出差人士的“酒店式公寓”；有针对外出旅行者对家的期盼的“长短租公寓”；有针对度假客人的度假饭店；有针对奢华消费的“白金五星级饭店”等。同样是经济型饭店，其业态也在进一步细分，“汉庭”根据客源需求提出了“汉庭商务”（约250元）、“汉庭快捷”（约200元）和“汉庭客栈”（99元）；“莫泰”推出了“莫泰168”、“莫泰268”、驿居和以青年背包客为主的“乐泰QQ”。

随着北京奥运会、上海世博会、广州亚运会等大型事件活动的举办，中国掀起了饭店投资热潮。据不完全统计，世博会前上海有55家高星级饭店建成开

业，新增房间 1.5 万间。据《浦东新区旅游住宿业发展报告》显示，仅浦东地区（不含南汇）2009 ~ 2010 年两年中新建成的高星级（四星级、五星级）饭店就达 25 家，经济型饭店的新增数量则更多。随着市场供给量的大幅增加，饭店市场的竞争将进一步加剧。

（二）供求的耦合：从小众到大众

1. 早期：针对小众市场的大部分需求

中国饭店业起步于接待入境旅游者，产品的配备也以入境旅游者的需求进行配置，满足海外旅游者在中国旅游住宿方面的多种需求。当时的饭店业主体是旅游涉外饭店，根据 1988 年颁布的《中华人民共和国评定旅游（涉外）饭店星级的规定》中第五条的叙述：“凡在中华人民共和国境内，从事接待外国人、华侨、外籍华人、港澳台同胞以及国人的饭店”，可以发现“旅游涉外饭店”的客源主体是海外旅游者。而这一标准制定的出发点是为了提高旅游（涉外）饭店的管理和服务水平，其中第四条也明确指出“饭店星级的高低主要反映客源不同层次的需求，标志着建筑、装潢、设备、设施、服务项目、服务水平与这种需求的一致性和所有住店宾客的满意程度”，其客源也主要是境外旅游者。可见，当时饭店业所服务的对象是小众市场。

在产品的配备方面，改革开放后很长一段时间内开业的饭店主要根据《旅游涉外饭店星级的划分与评定》（GB/T 14308 - 1997）进行设计和建造，而这一标准的出发点是针对境外旅游者。根据该标准，即使是一星级饭店，也需要提供中英文标志、外币兑换服务、行李服务、英语服务，配备中餐厅，餐厅主管、领班能用英语服务，有直拨国际、国内的公用电话；二星级饭店还需增加洗衣服务、送餐服务，提供西式早餐，配有咖啡厅、酒吧、停车场、小商场，代售邮票、代发信件等。从种种迹象来看，八九十年代建造的大量旅游涉外饭店产品是用以满足住店客人的住宿、餐饮、购物、信息收集等各方面的需求，即入境旅游者的大部分需求。

2. 当前：针对大众市场的核心需求

20 世纪 90 年代中后期，随着国内居民收入水平的提高和国内旅游的兴起，大众阶层的住宿消费需求开始大规模出现。在国内市场的推动力下，饭店的涉外性得以弱化，2003 年第三次修订后的《星级饭店评定标准》已将“旅游涉外饭店”改为“旅游饭店”。国内旅游者对饭店的需求仍然以中、低端为主，但是这部分需求在市场上仍只能以早期的招待所和中、低端星级饭店为主体予以满足。

其中，招待所是计划经济的产物，起源于内部接待，硬件设施和服务水平长期停留在改革开放前，无法满足国内消费者住宿的基本需求。而八九十年代建造的大量低星级饭店，一方面，大多是以满足境外旅游者的需求进行设计和规划的，与国内旅游者的需求不尽一致；另一方面，其产权性质仍然以国有为主，对市场的敏感度较低。处于消费模式成长初期的国内旅游者，特别是中小型企业商务人员和中端消费者对住宿机构的消费诉求主要是齐备的基础设施、方便舒适的服务和合理的价格，居于旅游饭店主体地位的星级饭店多数无法在价格上满足消费者的需求，而大量的中小型旅馆、招待所又无法在服务质量和卫生方面满足消费者的需要。

在这一背景下，能够被大众群体所接受的经济型饭店在中国市场上开始出现，并具有广阔而深厚的市场基础。由于中国人口基数大，这一大众住宿消费市场的规模也是巨大的。实际上，在任何一个产业中，满足最多数人需求的经济型产品和生产经济型产品的企业都是市场的常态。服务大众市场的饭店产品，有别于高星级饭店，以实惠的价格和干净、安全、舒适的住宿服务为广大普通消费者带来实惠，满足核心的住宿需求。自此，饭店市场关注的主体已从服务小众市场的大部分需求转向服务大众市场的核心需求。

（三）日益彰显的资本意志

在需求规模、消费结构和市场机制给定的前提下，供给的存量调整和投资增量拉动就是解读中国饭店产业 30 多年发展历程的决定性因素。无论是供给存量还是投资增量，其背后起主导作用的都是不断彰显的资本意志。透过管理体制变革、国有资产重组、集团化战略、经理人员职业化、培育饭店品牌等一系列重大举措的表象，我们可以清晰地看到其内在的机理是资本意志的萌芽和资本力量的显化。

20 世纪 80 年代中期，从所有制角度考察饭店存量还是全民所有制占绝对主导地位。饭店背后的投资者大多是政府部门、社会团体、某些垄断行业或国有大中型企业。这部分国有饭店主要服务于政府的内部市场，政府官员和上级部门的满意是其获取经济利益和非经济利益的决定性因素，饭店的主导目标是政治利益，没有人关心其是否赢利。就是主管部门强调的工作计划和经营预算，在资本话语权缺位的背景下，对经营者的约束也是“软性”的。

“五个一起上”方针提出后，1984~1988 年，全国新建、改建、扩建的饭店

客房数量净增了 14.3 万间。在有效缓解中国饭店业供给不足的矛盾和旅游业建设中资金短缺问题的同时，饭店运营商第一次感受到了资本对回报的压力。进入 21 世纪以后，中国饭店产业中的资本意志更加趋于显化。国有资产监管部门越来越强调国有饭店运作过程中的商业回报，并持续通过重组的模式让国有饭店产业集群向着公司化的目标演化。饭店业也受到了民营资本的关注，以房地产商为主导的民营资本开始高调进入饭店产业。从国际上看，知名跨国饭店集团借助自己的品牌优势，不断拓展其在华的市场空间，以获取更大的利润和更为长期的竞争优势。在资本意志的作用下，饭店市场开始衍生出一些新的业态，这些业态之所以能够在市场化进程中被创新出来，除了科技的进步和企业家的创新活动外，饭店业主对“成本—收益”的强调无疑是最为根本的内因。

资本意志在饭店领域持续彰显的过程，也是资本市场对饭店产业不断追逐的过程。30 多年来，服务市场、劳动力市场和资本市场在各自演化的同时，也在逐渐地融合。特别是随着中国饭店产业规模的扩大和市场结构的调整，越来越多的资本市场开始对此产生兴趣，并寻求多个角度和多种方式的进入与融合。越来越多的投资主体对经济型饭店业态的关注，以及国际风险投资基金对饭店衍生业态的直接投资等种种迹象表明：中国饭店企业在追逐市场的同时，一个资本市场追逐饭店产业的时代已经来临。

第三节 制度创新是中国饭店产业发展的关键支撑

在市场化和产业化的进程中，以政府为代表的公共机构该如何作为，一直是饭店主管部门不断探索的课题。事实上，从早期的致力于创造供给，到中期的标准化建设，再到近期的质量监管，政府部门和行业协会一直在试图适应市场发展和产业变革的挑战，并持续改进自己的监管体系与执行手段。

一、主管部门：经由标准化建设和质量监管促进饭店产业的素质提升

对饭店业进行管理的政府部门，不仅包括旅游行政管理部门，还包括商务、