

STUDY ON DEVELOPING
PROBLEMS OF ECONOMIC
HOTEL IN CHINA

我国经济型酒店 发展问题研究

孙静 著



旅游教育出版社

我国经济型酒店发展问题研究

孙静 著



旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:郭珍宏

图书在版编目(CIP)数据

我国经济型酒店发展问题研究/孙静著. —北京:旅游教育出版社,2012.2
ISBN 978 - 7 - 5637 - 2275 - 4

I. ①我… II. ①孙… III. ①饭店—经济发展—研究—中国 IV. ①F719.2
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 000356 号

我国经济型酒店发展问题研究

孙静 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepeb. com
E - mail	tepx@ 163. com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	15. 5
字 数	221 千字
版 次	2012 年 2 月第 1 版
印 次	2012 年 2 月第 1 次印刷
定 价	32.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言

随着我国社会主义市场经济建设的成功推进,我国经济得到了快速的发展,人民生活水平得到了显著的提高,社会已进入大众消费时代。改革开放以来,以旅游业为代表的第三产业得到了不断的发展,旅游消费次数和消费金额逐年增加。住宿是旅游活动中的有机组成部分,温馨舒适、通达便捷的酒店不仅能够增加旅游过程的舒适度和享受度,还能有效地节约旅游者的旅游成本,加速旅游目的地规模经济,从客观上促进企业的发展和进步。经济型酒店以其良好的自身产品价值和市场发展前景,自出现以来就受到市场需求、投资热潮、产业调整和产品更新四大需求的强力推动,得到了快速的发展,已经成为我国酒店领域的重要主题之一。自2009年以来,国家先后颁布的《关于促进旅游饭店业持续健康发展的意见》、《关于加快住宿业发展的指导意见》、《国务院关于加快发展旅游业的意见》等一系列文件和政策,对我国经济型酒店的进一步成熟和发展作出了积极的鼓励。新政无疑会加大经济型酒店的区域整合,品牌型经济酒店将会得到快速发展。面对不断扩大的国际、国内市场需求和国际品牌的强大竞争,经济型酒店如何充分利用好国家的政策优惠条件,获取规模经济收益,提高企业的竞争力,在扩张中发展自身,做大做强酒店本身,在今后的发展中能够更具市场竞争力和发展潜力,是我国经济型酒店在今后的发展过程中必须面对和解决的问题之一,也是中国经济型酒店可持续发展的依据和保障。

本书在现代企业理论、产业经济理论的基础上,构建了我国经济型酒店发展的理论基础。通过分析国外经济型酒店的发展阶段及特点,为我国经济型酒店的发展方向提供了一定的参考依据。利用波特竞争模型对我国经济型酒店的行业发展环境进行分析,指出我国经济型酒店的发展优势与障碍,进而提出由于经济型酒店进入壁垒和退出壁垒较低,加剧了经济型酒店的竞争。因而经济型酒店应将成本领先战略和差异化战略相结合,通过整合资源、降低采购成本和创新产品来适应激烈的市场竞争。通过对我国经

济型酒店的发展研究,不仅在宏观上解决国内旅游的住宿接待问题,调整我国酒店的产业结构,促进旅游业和酒店业的可持续发展,而且在微观上为我国的经济型酒店的发展提供有效的对策建议,既为政府加大对经济型酒店企业的扶持力度、改善其经营环境、促进经济型酒店健康发展提供政策建议,又为适合向经济型酒店发展的酒店企业提供决策参考。

本书内容共分为八章,第一章绪论,第二章相关理论基础,第三章经济型酒店的发展历程及现状分析,第四章我国经济型酒店的市场需求和供给分析,第五章我国经济型酒店的连锁经营方式,第六章经济型酒店的战略成本管理,第七章我国经济型酒店发展的对策与建议,第八章黑龙江省经济型酒店的发展研究。本书系统地为读者展现了经济型酒店的概念、运营、管理及发展战略等内容,并以黑龙江经济型酒店的发展为例加以论述,希望对广大读者有所帮助。

由于编者水平有限,错误和疏漏在所难免,恳请广大读者批评指正!

孙静

2011年10月1日

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 研究背景、目的及意义	1
一、研究背景	1
二、研究目的	4
三、研究意义	4
第二节 国内外相关研究综述	8
一、国外经济型酒店研究综述	8
二、国内经济型酒店研究综述	11
第三节 研究内容与研究方法	14
一、研究内容	14
二、研究方法	16
第二章 相关理论基础	18
第一节 经济型酒店的概念及特征	18
一、经济型酒店的概念和内涵	18
二、经济型酒店的分类	19
三、经济型酒店的特征和特点	20
第二节 相关理论基础	23
一、现代企业理论	23
二、产业组织理论	32
三、旅游经济理论	36

第三章 经济型酒店的发展历程及现状分析	40
第一节 国内外经济型酒店的发展历程	40
一、国外经济型酒店的发展历程	40
二、国外经济型酒店在我国的发展状况	46
三、国内经济型酒店的发展历程	47
第二节 我国经济型酒店的发展现状分析	49
一、我国经济型酒店市场发展规模分析	50
二、我国经济型酒店市场内部格局分析	58
三、资本推动我国经济型酒店的进一步发展	60
第三节 我国经济型酒店的行业环境分析	61
一、潜在竞争者	61
二、替代品	62
三、产业竞争者	63
四、消费者	63
五、外包商	64
第四节 我国经济型酒店的竞争优势	65
一、产品优势	65
二、成本优势	65
三、市场优势	67
四、可持续发展能力优势	68
第五节 我国经济型酒店的发展障碍	68
一、宏观发展障碍	68
二、企业自身发展障碍	70
第四章 我国经济型酒店的市场需求和供给分析	73
第一节 经济型酒店的市场需求	74
一、市场客源	75
二、客源特征	82
三、顾客的满意度	96
第二节 经济型酒店的市场供给	100



一、潜在供给量大	100
二、数量增长迅速	101
三、国外经济型酒店品牌的进入	103
第五章 我国经济型酒店的连锁经营方式	105
第一节 经济型酒店的连锁及连锁经营模式	105
一、特许经营系统模式	107
二、品牌延伸网络模式	108
三、兼并收购模式	110
第二节 我国经济型酒店连锁经营模式的 SWOT 分析	111
一、优势分析	111
二、劣势分析	114
三、机会分析	115
四、威胁分析	117
第三节 我国经济型酒店连锁经营的路径	120
一、特许经营	120
二、品牌延伸	124
三、兼并与收购	126
第四节 如家酒店连锁经营发展的实证分析	129
一、如家酒店概述	129
二、如家酒店经营的对策	130
第六章 经济型酒店的战略成本管理	134
第一节 战略成本管理的特点和方法	134
一、战略成本管理的特点	134
二、战略成本管理的方法	135
第二节 经济型酒店的价值链管理	138
一、连锁经营	139
二、非核心业务外包	139
三、扁平式组织结构	152

第三节 经济型酒店的成本动因分析	153
一、结构性成本动因	153
二、执行性成本动因	155
第四节 如家酒店集团战略成本管理的实证分析	156

第七章 我国经济型酒店发展的对策与建议

第一节 推进经济型酒店的体制改革和行业管理	160
一、深化经济型酒店的体制改革	160
二、加强经济型酒店的行业管理	161
第二节 完善经济型酒店的投资策略	163
一、加强经济型酒店投资建设的宏观调控	163
二、建立经济型酒店的区域和区位优势	164
三、经济型酒店的投资策略	168
第三节 加强经济型酒店的产品开发和服务质量保障	170
一、经济型酒店的产品开发策略	170
二、建立经济型酒店的服务质量保障体系	174
第四节 加大经济型酒店的市场营销力度	176
一、完善经济型酒店的销售策略	176
二、重视信息系统及网络营销	177
第五节 构建经济型酒店的人才培养体系	179
一、培育经济型酒店人才成长的环境	179
二、培养经济型酒店的专门人才	180
三、加快经济型酒店职业经理人的培训	181
四、建立经济型酒店人力资源生涯发展系统	181
第六节 加快经济型酒店的品牌建设和集团化发展	182
一、加强经济型酒店的品牌建设和管理	182
二、走集团化发展道路	186

第八章 黑龙江省经济型酒店的发展研究

第一节 黑龙江省经济型酒店发展环境分析	188
---------------------------	-----



一、旅游资源	189
二、社会经济及旅游业发展状况	190
三、居民收入	191
第二节 黑龙江省经济型酒店的 SWOT 分析	191
一、优势	191
二、劣势	193
三、机会	195
四、威胁	196
第三节 黑龙江省经济型酒店的供需分析	197
一、黑龙江省经济型酒店的市场需求	197
二、黑龙江省经济型酒店的供给	200
三、经济型酒店在黑龙江省的区位特征	204
四、如家酒店集团在哈尔滨市的发展	206
第四节 黑龙江省经济型酒店发展的基本对策	211
一、出台规范,加强职能部门监管力度	211
二、促进功能转换,优化投资决策	212
三、明确市场定位	213
四、实施成本领先战略	214
五、采取集中战略,经济型酒店走向联盟	216
参考文献	218
附 录	227
附录 1-1 中国经济型酒店客源市场状况调查	227
附录 2-1 经济型酒店洗衣外包商各项指标及 专家排序表	231
附录 2-2 归一化和反向处理后的数据降序排列表	233
附录 2-3 系统计算的最后排序结果	234
后 记	237

第一章

绪论

第一节 研究背景、目的及意义

一、研究背景

(一)我国旅游业发展对酒店业低端市场发展提出紧迫需求

从1978年至今,在经济全球化的新形势下,我国经济一直保持着高速增长,在全球经济中一枝独秀。由于我国经济增长的强劲势头(见表1-1),境内的各种商业活动不断增加,带动了整体旅游业的持续增长。据世界旅游组织的保守估计,到2020年,我国国内旅游者和入境过夜旅游者将分别达到36亿人次及1.39亿人次,居世界第一;出境旅游者将达到1亿人次,居世界第四。旅游业发展的良好预期对酒店业的发展有着直接的影响,尤其是国外酒店集团十分看好我国的市场,加之国内旅游的发展,使我国酒店业的低端市场发展方兴未艾。

表1-1 2005—2009年国内旅游情况

年份	总人次(亿人)	出游率(%)	总花费(亿元)	人均消费(元)
2005	12.12	92.70	5 285.86	436.1
2006	13.94	106.10	6 229.74	446.9
2007	16.10	122.50	7 770.62	482.6
2008	17.12	128.91	8 749.30	511.0
2009	19.02	142.50	10 183.69	535.4

资料来源:根据《2005—2009年旅游统计年鉴》整理



我国旅游业发展的前 20 年,是一个与国际接轨,不断适应国外客源需求,积极发展高端酒店市场的过程。由于我国的酒店业是最早向外资开放的行业之一,当中国打开国门、建造中外合资酒店时,已经发展了几十年、甚至上百年的成熟的国际大型酒店集团,纷纷凭借自己强大的体系和实力,高起点、大投入地进入中国。1982 年,中国只有一家中外合资酒店,仅仅过了二十多年的时间,国外大的酒店集团基本上在中国都有了自己的网点,例如“凯悦”、“雅高”、“喜来登”、“日航”、“希尔顿”、“半岛”、“凯宾斯基”等集团均在抢占中国的酒店市场份额,并快速占领中国酒店业的高端市场。根据资料统计,2005 年中国酒店业 80% 的利润被国际酒店集团占有,也就是说,国内拥有的数以万计的内资酒店公司只占有 20% 的市场利润。随着我国国内竞争国际化的加剧,必将会有越来越多的国际著名酒店集团抢滩中国。分析我国酒店业的状况,高星级酒店市场已基本被国外酒店集团所瓜分。

经济型酒店的崛起为我国酒店业的振兴增添了新的希望。近年来,由于我国社会经济的高速发展,国内旅游业发展较快,大中城市商务活动日趋频繁,城镇居民消费结构升级。我国的经济型酒店以 1997 年第一个真正意义上的经济型连锁酒店品牌的诞生为标志,虽然起步较晚,相对中高档酒店而言处于较低的发展水平,但市场需求十分强烈。国内的酒店集团如锦江集团,率先启动发展经济型酒店,迎合了酒店发展的新方向,得到迅猛发展。尤其是从 2004 年起,国内经济型酒店跑马圈地似的快速发展起来,为经济型酒店的成长提供了资本支持。随着我国商务和旅游市场的日渐成熟,几个国内强势品牌已在一线城市迅速崛起。例如,“如家”凭借品牌认知、“锦江”具有先行优势、“莫泰”的稳步拓展、以“7 天”为代表的新兴力量快速崛起等。经济型酒店顺应市场发展的需求,作为行业新的增长点而备受瞩目。中国饭店协会发布的中国酒店业六大趋势指出,适合大众化消费的经济型酒店正逐渐成为中国酒店业的热点领域。

(二) 外资进入的激烈冲击要求我国经济型酒店加速发展

外资酒店已介入我国酒店业的中低端市场。面对经济型酒店蕴藏着巨大的商机,外国的酒店投资者和酒店集团早已觊觎并开始了布局。如“圣达特”、“雅高”、“万豪”等都有明确的在中国发展经济型酒店的目标。“万豪”还专门请咨询公司作了中国未来酒店业的发展报告,结论是,中国经济型酒店是酒店业发展的一个新热点、新机会,比高档酒店更有发展前景。宜必思、速 8 及假日快捷等国外经济型酒店品牌的进入,标志着外资酒店已介入我国酒店业的中低端市场。面对汹涌而来的国际竞争和国内对经济型酒店市场的盲目投资,不仅使我国经济型酒店的现有格局受到很大的冲击,而且

正面临着市场的严峻挑战。业内人士认为,目前国内的经济型酒店已经进入“战国”时期。中国政法大学特许经营中心副主任李维华博士认为,未来一年半到两年间,经济型酒店必然会出现规范、整合甚至重新洗牌的过程。原国家旅游局旅行社饭店管理司司长魏小安认为,本土企业要想从容应对,必须加快打造属于自己的龙头品牌。审视我国目前的经济型酒店,高投资回报率吸引了大量的资本,尤其是一些非理性资本的涌入,搅乱了其正常的发展秩序。此外,经济型酒店在品牌创建、管理、经营等方面也都存在严重不足,为经济型酒店的未来竞争发展埋下隐患,需要我国的企业家们投入加倍的创业激情和理性主导的管理创新。经济型酒店是国内饭店业与外资品牌市场竞争的最后一块田地。中国饭店业要建立一个完善的产业体系,经济型酒店是不可或缺的组成部分。在发展经济型酒店上,国内饭店具有更多的本土化优势,不能丧失这个大好的发展时机,抓住机遇,乘势而上,改变我国酒店业现有的竞争格局,夯实我国饭店业的产业基础,赢得更多的发展机会和发展空间,是我国饭店业寻求发展和突破的必然选择。

(三)我国经济型酒店已取得骄人的经营业绩

“锦江之星”是我国开办的真正的第一家经济型酒店,其房价为160~200元,全年平均出租率高达90%~95%,取得了出人意料的经济效益。其后国内建立的以“如家快捷”等品牌为代表的经济型酒店又先后取得了骄人的业绩,获得了很好的投资回报。一般经济型酒店的投资为一二千万元人民币,每年能获得约10%的回报率,几年后不仅能够收回全部投资,还能坐享城市房地产的增值。目前我国经济型酒店的平均出租率高达85%~90%,平均收益率可达到39%。正常情况下,一般的星级酒店需要8~10年才能收回投资,而经济型酒店仅需5~6年即可收回投资。正是由于经济型酒店取得了较好的经济收益,又吸引了大批的投资者进入,因此业内人士非常重视经济型酒店的发展,不断深入研究,以便指导经济型酒店健康的发展。

由于我国国内旅游的蓬勃发展,旅游者的类型和档次更加多样,造成我国酒店业市场出现供需之间的不平衡,进而促进了酒店业的供给结构发生转变。经济型酒店的经营模式和市场定位恰好弥补了这种不平衡,因此经济型酒店的发展成为我国酒店业的未来一段时间的发展方向。

(四)高速公路扩展为经济型酒店发展创造了便利条件

从世界各国经济型酒店发展过程来看,经济型酒店大多建在高速公路附近,其主要消费群体为长途货运或客运司机、需要中转的乘客、自驾车旅游的家庭、中小型企业公务旅游者、消费水平较低的普通旅游者和消费水平

不高的旅游团队。随着我国高速公路的不断扩展和家庭汽车拥有量的持续增加,将为经济型酒店的发展提供更多的便利条件,带来更大的市场空间。国家经济发展的标志之一是公路交通的发展。1998年,我国高速公路总里程还不足1万公里,2002年高速公路总里程达到2.5万公里,2004年10月底突破3万公里,截至2006年5月,我国高速公路总里程已达到4.1万公里,通车里程位居世界第二。2010年,我国高速公路将达到6.5万公里,并且,我国政府拟在未来15年内新建高等级公路8.5万公里,将中西部地区与全国其他地区连接在一起。国外酒店集团把此视作当年艾森豪威尔总统开发美国中西部的筑路计划,而当时的筑路计划为假日连锁酒店的发展提供了巨大机遇。我国高速公路建设的不断扩展也将促进经济型酒店的发展。

二、研究目的

通过本书的研究,提高对发展我国经济型酒店的认识,明确其发展方向、目标及在我国酒店业发展中的战略地位,提出我国经济型酒店的运作模式,进而加快我国经济型酒店的发展。

本书对经济型酒店的研究旨在从以下几个方面获得一定的进展:

(1)研究经济型酒店的发展特点,分析国际上经济型酒店的发展历程,阐明经济型酒店在国际酒店业中的产业地位和经济效益,为我国的经济型酒店市场的发展提供决策参考。

(2)从现代企业管理理论的角度入手,运用劳动分工理论、新古典企业理论、生产能力理论、代理理论、企业能力理论和核心能力理论,从整合经济型酒店的优势资源、实施薄弱资源从外引入的“外包”方式和组织机构流程再造等方面研究我国经济型酒店的发展模式,并提出我国经济型酒店的发展方向。

(3)选取市场的角度,运用产业组织理论和旅游经济理论,从产业组织、交易费用、规模经济、旅游需求和供给弹性以及消费者行为入手,针对我国经济型酒店连锁经营、市场客源的消费特征和满意度等方面进行阐述,针对其发展的薄弱环节,提出对策建议,为政府和企业发展经济型酒店提供决策参考。

总之,本书将利用相关的管理学和经济学理论观点,建立我国经济型酒店发展的研究框架,力求探索经济型酒店的发展规律,对经济型酒店的市场定位、经营模式、成本控制等关键性的问题进行全面的思考和研究,并提出相应的对策建议。

三、研究意义

本书的研究将丰富经济型酒店研究领域的相关理论、构建经济型酒店



理论研究的系统框架,为我国经济型酒店的进一步发展提供理论参考。通过对我国经济型酒店的发展研究,不仅在宏观上解决了国内旅游的住宿接待问题,调整了我国酒店的产业结构,促进了旅游业和酒店业的可持续发展,而且在微观上为我国的经济型酒店的发展提供有效的对策建议,既为政府采取有力措施加大对经济型酒店企业的扶持力度、改善其经营环境、促进经济型酒店健康发展提供政策建议,又为适合向经济型酒店发展的酒店企业提供决策参考。

(一)有利于调整我国酒店业的产业结构

按照国外旅游业的发展规律应是从国内旅游—入境旅游—出境旅游,而旅游业的接待主体——酒店业也应与此规律相对应地发展,即酒店业的产业结构应该是正“金字塔”形状,由一星至五星级酒店的数量的数量是逐渐减少的。而我国由于旅游业的发展是入境旅游—国内旅游—出境旅游,致使酒店业的发展与之对应,即先发展中高档次酒店,而当国内旅游迅速发展后,出现了酒店业的成长先天不足,造成国内旅游需求与酒店供给的严重错位与脱节,酒店的档次结构与市场需求不甚匹配。酒店业的产业结构呈现“中间大,两头小”的畸形结构(见表1-2和表1-3)。同时由于国外酒店集团大量进入我国酒店市场,他们借助自身的品牌优势、网络优势和科学、规范的管理手段,使外方管理的酒店经济效益明显高于国内酒店。因此,发展经济型酒店是加速我国酒店业结构调整,实现酒店业经营创新和管理创新,促进管理水平提高的关键。

表1-2 2009年我国星级酒店数量统计

酒店等级 \ 数量	酒店数(座)	客房数(万间)	客房所占比例(%)
星级酒店总数	14 237	167.35	100
五星级	506	18.11	10.8
四星级	1 984	39.70	23.8
三星级	5 917	68.93	41.2
二星级	5 375	38.40	22.9
一星级	455	2.21	1.3

资料来源:根据中国旅游统计年鉴资料整理

表 1-3 2009 年全国星级酒店规模及其经营情况统计表

	饭店数 (座)	房间数 (万间)	床位数 (万张)	客房出租 率(%)	营业收入 (亿元)	营业税金 (亿元)	固定资产 (亿元)
合 计	14 237	167.35	306.47	57.88	1818.18	122.16	4 442.98
国有企业	5 318	63.57	120.94	59.13	649.35	40.05	1 690.20
集体企业	850	8.09	15.72	57.01	72.55	4.57	166.35
股份合作企业	357	3.95	7.27	61.18	38.51	2.36	84.91
联营企业	66	1.06	1.83	55.25	10.47	1.01	29.77
有限责任公司	3 135	40.36	69.60	58.40	461.02	34.66	993.41
股份有限公司	725	9.81	19.13	60.46	113.15	8.33	275.00
私营经济	2 922	24.51	45.27	59.26	207.67	13.93	345.73
其他企业	290	3.03	5.97	56.67	28.63	1.74	83.69
港澳台投资经济	345	7.87	12.68	47.40	131.73	9.01	453.19
外商投资经济	229	5.10	8.06	58.61	105.10	6.49	320.73

资料来源:根据中国旅游统计年鉴资料整理

(二) 有利于提高我国酒店业的国际竞争力

我国酒店市场是跨国酒店集团的必争之地,经济型酒店作为我国一块潜能巨大的市场,已成为近期比高档酒店更具投资价值的选择。目前,我国酒店业的“高端市场”已基本被国际酒店集团所占领,而“低端市场”的经济型酒店我国已先入为主,向国内旅游者提供与其消费水平相一致的中低档次的酒店产品,避开国外酒店集团占据绝对优势的细分市场,先占领低端市场,然后向高端市场发展,这应该是我国应对国外跨国酒店集团大举进入中国市场及提高国际竞争力的一个有效途径。国外的经济型酒店已在我国开业落户,并制订出在短时间迅速扩大规模的计划,他们会收购一些国内酒店管理公司和一些大的行业型酒店,同时也会带来非常具有竞争力的两件武器——成熟的品牌内涵和客源网络。因此,要抓住机遇,发挥自身的优势,加快我国的发展步伐,培育自身的民族品牌,才有机会争取更大的发展,进而提升我国酒店业的国际竞争力。

(三) 有利于解决酒店业的供需矛盾

我国的酒店业发展迅速,但酒店的档次结构与市场需求却不甚匹配,酒

店市场供给方面存在着巨大断层:质好价高的高星级酒店和质次价低的社会旅馆数量大,而干净、安全、价格适中的酒店少。一方面,高星级酒店吸引了大批境内外的投资,虽设施齐备,定价颇高,但终因投资巨大,而获利困难。尤其在外国酒店管理集团占据我国大城市高星级酒店的大片市场的竞争态势下,不少内资高星级酒店经营已面临亏损局面。另一方面,多数小型的社会旅馆和招待所因经营不善或缺乏发展资金,价格虽低,但服务、卫生、安全等条件相当落后,不尽如人意。这种不平衡的市场供给造成普通商务客人和老百姓出行住宿的不便。随着国内经济和旅游业的迅速发展,市场对洁净、方便而又经济的酒店需求越来越强烈,市场前景十分看好。酒店业的发展急需改变以高档酒店为主的局面,逐步形成高、中、低全面发展的行业结构。不断扩大的需求市场和有效供给不足的行业规模为我国经济型酒店的发展提供了良好的机遇。

(四)有利于推进国有酒店的改革

L. E. 戴维斯与 D. C. 诺斯从新制度经济学角度分析,认为制度变迁或创新就是一个从均衡到非均衡最后恢复均衡的过程。新的制度安排形成,以获取利润为标志,系统恢复均衡,如果再有改变安排的任何压力,或在一些外在时间又产生新的外部利润,均衡重新被打破,又开始新制度创新。我国酒店业国有经济比重大,但整体的竞争力不强。国有酒店严重影响我国酒店业的整体发展。

到目前为止,我国酒店业在宏观上尚未形成统一的行业体制和管理规范,在微观上,没有使所有酒店形成市场化现代企业制度和商业化运作。导致国有旅游酒店资本绩效缺陷的成因主要有以下两方面:一方面,目前我国酒店业尚有浓厚的计划经济色彩,体制原因导致我国酒店尚未完全进入市场化运作。目前我国大部分酒店的投资主体定位、产权关系尚不明确,而且还有相当数量酒店不是真正专业性的,几乎没有进入市场,如政府部门以及一些大企业集团下属的招待所性质的酒店,这些酒店由于主要是为其内部服务的,基本不需要承担竞争风险,因此在客房定价等方面出现了无序竞争的状态,扰乱了酒店市场。由于缺少独立的市场经济主体,责、权、利不明晰,我国旅游酒店业存在管理落后、机制僵化、设施陈旧、竞争无序等一系列问题。另一方面,产权问题是阻碍酒店行业正常发展的关键因素。我国酒店业的转制工作从 20 世纪 80 年代初期就开始了,但是进展却反而比其他竞争性行业慢。没有明确的产权关系,市场经济就无从谈起。尤其国有酒店大多属于满足地方、部门利益而建立的“楼堂馆所”或是事业单位,或是一些机构的附属,谈不上现代企业制度和法人治理结构。很