



7天连锁酒店， 靠的是什么

经济型酒店成功的标杆

江美亮 编著

- 7天连锁酒店，首家在美国纽交所上市的中国酒店企业
- 7天连锁酒店，中国酒店业达7000万规模会员体系的拥有者
- 7天连锁酒店，中国酒店业科技及创新模式的领航者
- 7天连锁酒店，更经济、更高品质商旅住宿的标杆企业

SPM
南方出版传媒
广东经济出版社

7天连锁酒店， 靠的是什 么

经济型酒店成功的标杆

江美亮 编著

SPM

南方出版传媒
广东人民出版社
·广州·

图书在版编目 (CIP) 数据

7 天连锁酒店, 靠的是什么: 经济型酒店成功的标杆/ 江美亮编著. —广州: 广东经济出版社, 2016. 8
ISBN 978 - 7 - 5454 - 4512 - 1

I. ①7… II. ①江… III. ①饭店 - 连锁企业 - 商业经营 - 研究 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 061446 号

出版人: 姚丹林
责任编辑: 李惠玉
责任技编: 谢莹
封面设计: 李康道

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	中山市国彩印刷有限公司 (中山市坦洲镇彩虹路 3 号)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	11.5
字数	162 000 字
版次	2016 年 8 月第 1 版
印次	2016 年 8 月第 1 次
印数	1 ~ 5 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 4512 - 1
定价	36.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 38306055 37601950 邮政编码: 510075

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话: (020) 37601950 营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博: <http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问: 何剑桥律师

• 版权所有 翻印必究 •



- 7天连锁酒店，首家在美国纽交所上市的中国酒店企业
- 7天连锁酒店，中国酒店业达7000万规模会员体系的拥有者
- 7天连锁酒店，中国酒店业科技及创新模式的领航者
- 7天连锁酒店，更经济、更高品质商旅住宿的标杆企业

7天连锁酒店作为中国市值第一的经济型酒店品牌企业，自2005年在广州开出第一家分店以来，一直保持行业领先的扩张速度，在创建头3年均以每年近400%的增速发展，即便是遭遇金融危机后的2009年，仍然保持了高速增长，并在纽约证券交易所成功上市。2012年，7天连锁酒店又成为中国酒店行业史上唯一一个年开店数量突破400家的经济型酒店。如今，7天连锁酒店的规模已跃居行业第一，成为国内经济型酒店行业的领头羊。

7天连锁酒店作为最善于创新突破的经济型酒店行业的领军者，自成立伊始便坚持以创新为本，不仅通过业界首创的直销低价模式为消费者提供了真正的经济实惠和快捷便利，更以舒适干净、快乐自主的理念和行动帮助消费者获得了高性价比、高附加值的入住体验。基于功能强大的IT部署、放羊式管理的经营策略，以及对消费诉求的精准把握，“整合信息，匹配商业需求”的搜索营销核心价值在7天连锁酒店品牌为消费者打造的各个产品和服务层面均得以完美呈现。

7天连锁酒店不但做到了这些，还一直坚持其独特的高端经济型酒店的管理理念。7天连锁酒店可谓引领了一批经济型酒店的时尚潮流，其辅以会员制、垂直切割、放羊式等管理方式，搭建了一个客户、员工、股东利益和谐统一的价值体系，用符合普世价值观的治理方法，让员工活在一个更加“快乐”的环境里，员工得以自动自发地自我成长。

7天连锁酒店为何能取得成功呢？除了众人皆知的黄色大楼外，7天连锁酒店还有哪些鲜为人知的故事呢？《7天连锁酒店，靠的是什么——经济型酒店成功的标杆》一书将从以下九个方面对7天连锁酒店予以一一解读。

- ★差异定位，铸就了7天的品牌
- ★优质服务，造就了7天的长远发展
- ★管理模式，健全了7天的加盟方式
- ★多种渠道，形成了7天的营销模式
- ★创新品牌，提升了7天的市场地位
- ★创新理念，提高了7天的核心竞争力
- ★执着追求，成就了7天的世界梦
- ★快乐服务，传递了7天的企业文化
- ★乐于奉献，体现了7天的社会责任

在不同人的眼中，7天连锁酒店有着不同的形象，编者只是从个人的思维角度对7天连锁酒店进行了观察、解读。在本书的编写过程中，由于编者水平有限，加之时间仓促，错误疏漏之处在所难免，敬请读者批评指正。同时，部分图片与文字内容引自互联网媒体，请原作者看到本书后及时与编者联系，以便支付稿酬。

编者

2016年7月

导读 7天连锁酒店成功的秘诀 / 1

秘诀一 持续的创新理念 / 1

秘诀二 管理系统的领先技术 / 2

秘诀三 标准化的管理体系 / 2

秘诀四 积极地倡导快乐服务 / 2

第一章 差异定位，铸就了7天的品牌 / 3

“品牌”是一种无形资产；“品牌”就是知名度。有了知名度就具有凝聚力与传播力，企业就有了发展的动力。因此，7天采用差异定位的方式对旗下三个子品牌进行管理，所以，才有了7天这个知名度很高的连锁酒店。

第一节 7天品牌的核心价值观 / 4

一、品牌的精髓是年轻的选择 / 4

二、7天品牌家族的核心价值观 / 5

第二节 7天的品牌主张是什么 / 6

一、什么是品牌主张 / 6

二、7天品牌主张的核心 / 6

三、7天品牌实现了两大平台的价值闭环 / 7

四、7天品牌核心新元素 / 9

五、7天品牌旗下的两个市场和三个产品 / 9

扩展阅读：7天品牌荣获“中国大学生最喜爱的十大酒店品牌” / 11

第三节 7天的品牌理念是什么 / 12

一、什么是品牌理念 / 12

二、以“年轻的选择”为核心价值观 / 12

三、顾客成为服务的核心 / 13

四、品牌特点的唯一性 / 13

扩展阅读：铂涛酒店集团荣膺“最具发展价值品牌酒店集团” / 13

扩展阅读：7天蝉联“C-BPI中国快捷酒店行业第一品牌” / 15

第四节 7天的品牌宣传 / 16

一、什么是品牌宣传 / 16

扩展阅读：晒创意睡姿赢7天代言人 / 17

二、7天品牌的宣传语 / 17

三、通过活动进行品牌宣传 / 18

扩展阅读：《中国梦之声》联手7天打造中国偶像 / 18

扩展阅读：7天还倡导“快乐自主，我的生活”的品牌理念 / 19

扩展阅读：7天“中国品牌巡礼”长沙站火热启动 / 20

第二章 优质服务，造就了7天的长远发展 / 23

“亮丽的黄色楼体和醒目而夸张的数字‘7’，俨然成为众多城市里熟悉的一道风景线。只要看到黄楼，就知道快到7天分店了。”这让7天大胆创新的酒店外观在全国各地刮起了“黄色7旋风”，不但令消费者迅速记住了这个品牌，而且还为精明的消费者带来了一种“超值享受优质产品和服务”的新理念。

第一节 优质服务是7天发展的核心 / 24

一、顾客得到了“超值优质”的服务 / 24

【服务案例01】7天注重细节的服务 / 24

二、“加减法”带来“超值优质”的体验 / 25

【服务案例02】体现亲情服务的风范 / 26

三、精明环保理念迎来“酒店环保新思维” / 26

【服务案例03】7天优质服务赢得了回头客 / 28

第二节 服务特色赢得客人心 / 29

一、绿色环保新模式 / 29

二、高品质睡眠体验 / 30

扩展阅读：斥巨资联手雅兰，7天剑指高品质酒店 / 31

三、无线Wi-Fi / 31

四、淋浴水十秒速热 / 32

五、睡前牛奶和营养早餐 / 32

六、邮件沟通 / 32

扩展阅读：“第一次银川之行”入住7天（银川北京路店） / 32

七、所有员工都是销售代表 / 33

八、店长要“上得厅堂，下得厨房” / 33

九、与7天社区会员共同分享所见所闻 / 33

十、自选的消费模式、价格经济又实惠 / 33

十一、自主便捷的多项服务设施 / 34

第三节 拓展服务赢得了客户的认同 / 35

一、会员贴心服务，出游更顺心 / 35

二、机票预订和租车服务，轻松伴你行 / 35

扩展阅读：7天荣膺“世博卓越服务奖” / 36

第三章 管理模式，健全了7天的加盟方式 / 37

7天是酒店业的知名品牌，具有很强的行业竞争力。其拥有强大的会员体系，实现了稳定的收益；其因地制宜的管理模式，省去了管理的烦恼。另外，还有专业的团队支持，提供优质的服务。

第一节 7天有哪些加盟优势 / 38

一、强大的会员体系，实现稳定的收益 / 38

二、酒店业知名品牌，聚集全国拥护者 / 39

三、高效运营系统，回报更高 / 39

四、管理直营模式，省去管理烦恼 / 39

五、专业支持团队，提供优质服务 / 40

六、投资方管理系统，公正、透明、放心 / 40

七、电子商务领航者，引领网络消费潮流 / 40

扩展阅读：7天创新管理模式被哈佛商学院案例库收录 / 41

第二节 7天的加盟政策及费用 / 41

一、7天的合作模式 / 42

扩展阅读：“管理直营”的概念 / 44

二、7天的加盟流程 / 45

三、7天的加盟费用 / 46

第三节 7天的专场投资招商会 / 48

【招商案例01】7天展望2014年落户南充 / 48

【招商案例02】2014年桂林7天招商会成功召开 / 50

【招商案例03】7天加盟投资说明会在北京、昆明举办 / 51

【招商案例04】7天加盟投资说明会在兰州、厦门举办 / 52

扩展阅读：国内首个互联网酒店品牌IU酒店亮相 / 53

第四章 多种渠道，形成了7天的营销模式 / 57

“铂涛会”拥有会员8000万人，是中国经济型酒店中规模最大的会员体系。作为业内科技领先者，7天采用哪些营销模式赢得这么多的会员呢？其实，7天最具有特色的还是微信营销模式、APP营销模式、“铂涛会”营销模式、跨界营销模式和活动营销模式。

第一节 微信营销模式 / 58

一、什么是微信营销 / 58

二、7天微信营销的秘诀 / 58

【营销案例01】7天微信粉丝暴增140万的秘诀 / 60

三、7天微信公众号推广成功的秘诀 / 61

【营销案例02】IU酒店品牌微信发布会 / 65

【营销案例03】7天“脱光”有神器，单身也要玩逼格 / 72

【营销案例04】“7天会”获评Bia News“年度企业微信号” / 72

第二节 APP营销模式 / 74

一、什么是APP / 74

二、7天领跑经济型酒店APP，下载量位列第一 / 74

三、7天APP的优点 / 74

四、7天APP只需30秒完成预订 / 75

第三节 “铂涛会”营销模式 / 76

一、升级“7天会”为“铂涛会” / 76

二、“铂涛会”的功能介绍 / 77

三、“铂涛会”的营销优点 / 77

第四节 跨界营销模式 / 78

一、什么是跨界营销 / 78

二、7天倾情赞助《中国梦之声》引发全民“年轻的选择”热潮 / 78

三、7天跨界合作的效果是“1+1>2” / 79

四、并驾齐驱加速品牌提升 / 79

【营销案例05】7天突破式营销为梦发声——是巅峰，更是新起点 / 79

【营销案例06】《中国梦之声》新星热辣出炉，7天引领营销模式
升级之战 / 82

扩展阅读：VANCL、7天跨界合作实现品牌双赢 / 84

第五节 活动营销模式 / 84

一、用数字开头来做促销活动 / 85

二、用其他形式进行促销 / 89

第五章 创新品牌，提升了7天的市场地位 / 93

在经济型酒店的主流市场一、二、三线城市中，7天以“天天睡好觉”为核心理念，立足于满足大众消费人群的住宿需求。7天旗下的两个新品牌则面向两个不同的市场：7天优品侧重一、二、三线城市市场，将为消费者提供更有品质、更为舒适的酒店产品；7天阳光则主要面向三线以下的城市市场。这样在经济型酒店的主流市场里，7天就稳稳地占据了一、二、三线城市的市场。

第一节 独特理念的7天优品 / 94

一、7天优品的品牌理念 / 94

二、7天优品的版图有多大 / 95

三、7天优品酒店的特色 / 95

扩展阅读：7天优品的成长之路还有多远 / 96

第二节 潮流设计的7天阳光 / 99

一、7天阳光的品牌理念 / 99

二、7天阳光的全国版图有多大 / 103

99阳光乐满地，南秦晓雪悄兴安 / 103

三、7天阳光的特色 / 105

第六章 创新理念，提高了7天的核心竞争力 / 107

创新是企业持续发展的原动力。7天通过一系列的创新理念，努力实现“客户受益最大”的目标，致力向7天会员们提供更具人性化、更便捷的优质酒店及会员服务，使消费者真正感受到“天天睡好觉”的愉悦。

第一节 7天将IT融入管理中 / 108

一、IT建设与企业战略并行 / 108

二、IT思维是7天的成功要诀 / 108

三、将IT思路贯穿到企业管理 / 109

四、IT是企业实现业务整合的桥梁 / 109

五、IT成为业务发展的伙伴 / 110

六、IT系统在管控上的优势 / 110

第二节 7天采用会员制直销模式 / 111

一、7天拥有中国酒店业规模最大的会员体系 / 111

二、7天与星月联盟的原因 / 111

第三节 放羊式的管理模式 / 112

一、放羊式管理模式的重点 / 112

二、四条线的支持中心 / 112

三、总部支持中心的职责 / 113

扩展阅读：7天开创酒店管理新流派 / 113

第四节 7天的成本管理与控制 / 119

一、7天是如何节省成本的 / 119

二、7天是如何进行成本控制的 / 119

三、7天价格高1倍的原因 / 119

第五节 独特的会员体系管理 / 120

扩展阅读：凤凰知音会员合作专享 / 120

第七章 执着追求，成就了7天的世界梦 / 123

7天的规模早已跃居行业第一，成为国内经济型酒店行业的领头羊。在未来，7天品牌仍将坚持向深度和广度快速发展，预计到2020年，7天将达到5000家连锁酒店的规模，成为中国酒店业举足轻重的品牌。

第一节 全国的分店分布情况 / 124

一、7天的全国网络体系 / 124

二、7天全国分布情况 / 124

第二节 海外分店分布情况 / 128

一、清迈古城7天阳光酒店 / 128

二、马六甲古城7天酒店 / 132

第八章 快乐服务，传递了7天的企业文化 / 135

“快乐文化”是7天积极倡导的企业文化，在扁平化企业管理下，7天开创了区域执政官和公司立法会等创新管理机制，让员工成为公司管理的参与者。7天认为，快乐的情绪是可以相互传递和感染的：有舒畅快乐的工作氛围，才有快乐服务的员工；有快乐服务的员工，才有愉快满意的酒店顾客；有愉快满意的顾客，才有企业的发展。

第一节 7天的管理文化是什么 / 136

一、7天的企业文化结构 / 136

二、7天管理文化的内涵 / 136

三、7天管理文化的核心 / 136

第二节 7天只有1个中心：以人为本 / 137

一、7天的用人原则是因材施教 / 137

二、7天进行人本管理的终极目标 / 138

第三节 7天的2个基本点是什么 / 138

一、7天的经营战略是什么 / 139

二、7天的管理机制是什么 / 140

第四节 7天的3大理论是什么 / 141

一、7天的放羊理论是什么 / 141

二、7天的交警原则 / 143

三、7天的蓝海战略 / 144

第五节 7天的行为准则 / 145

一、先人后事的标准 / 146

二、7天对员工采取了哪些信托责任 / 146

三、垂直切割在7天的应用 / 146

四、7天的刺猬理念 / 147

五、7天只注重结果导向 / 147

六、7天对团队协作的要求 / 148

七、7天对员工的宗旨是快乐从业 / 148

第九章 乐于奉献，体现了7天的社会责任 / 149

近年来，7天联合会员持续关注儿童公益事业，开创了企业公益新模式。作为公益事业发起者与传播者，7天结合企业自身的优势和特点，提供给大众亲身参与公益事

业的机会和平台，带动更多的人参与到公益行动中来。

第一节 社会责任彰显品牌实力 / 150

一、行业领导品牌的社会责任感 / 150

二、企业应成为公益事业的发起者和传播者 / 151

第二节 7天会员与志愿者 / 151

一、会员参与，爱心助力放飞希望 / 151

二、公众力量，持续关注儿童公益 / 152

扩展阅读：奔跑吧爱心：新一任彩虹大使就是你！ / 153

扩展阅读：7天引领新年公益活动“私人定制”模式 / 153

扩展阅读：7天开创企业公益新模式 / 156

扩展阅读：为山区孩子圆新年心愿，7天发起会员公益活动 / 158

扩展阅读：腾冲县芒棒乡7天彩虹希望小学正式落成 / 159

扩展阅读：宁夏同心县王团镇7天彩虹希望小学 / 160

附录

附录01 7天创始人郑南雁 / 163

附录02 7天大事记 / 165

参考文献 / 168

导读 7天连锁酒店成功的秘诀

在国内经济型酒店整体市场环境不太乐观的情况下，7天连锁酒店（以下简称“7天”）保持持续盈利的成功秘诀是什么呢？



秘诀一 持续的创新理念

创新是企业持续发展的原动力。7天创新精髓贯穿于企业发展的全过程：

- （1）采取“多区域核心城市第一”的发展模式迅速占领全国市场。
- （2）运用全新的会员营销模式，打造8000万会员体系，塑造品牌影响力。
- （3）使用“鼠标+水泥”的经营模式，缔造出业内第一电子商务平台，创办了国内首家品牌经济型酒店联盟——星月联盟。

（4）巧用“放羊理论”发挥人才自主性，以降低企业的管理成本。

7天通过一系列的创新理念，努力实现“客户受益最大”的目标，致力向7天会员们提供更具人性化、便捷化的优质酒店及会员服务，使消费者真正感受到“天天睡好觉”的愉悦。