

“十五”国家重点图书出版规划项目



旅游管理精品教材译丛

(加) 罗伯特·C. 刘易斯 (Robert C. Lewis)

(美) 理查德·E. 钱伯斯 (Richard E. Chambers)

著

谢彦君 李淼 郭英 任文学 译



Marketing Leadership in Hospitality: Cases

Marketing Leadership in Hospitality: Cases

饭店业营销案例

第三版 (Third Edition)

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

“十五”国家重点图书出版规划项目



旅游管理精品教材译丛

(加) 罗伯特·C. 刘易斯 (Robert C. Lewis)
(美) 理查德·E. 钱伯斯 (Richard E. Chambers)
谢彦君 李淼 郭英 任文学 译

著



Marketing Leadership in Hospitality: Cases

Marketing Leadership in Hospitality: Cases

饭店业营销案例

第三版 (Third Edition)

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

· 大连 ·

© 东北财经大学出版社 2006

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店业营销案例 (第三版) / (加) 刘易斯 (Lewis, R. C.) 等著; 谢彦君等译.
—大连: 东北财经大学出版社, 2006. 3

(“十五”国家重点图书出版规划项目·旅游管理精品教材译丛)

书名原文: Marketing Leadership in Hospitality: Cases (3e)

ISBN 7-81084-763-5

I. 饭… II. ①刘… ②谢 III. 饭店-市场营销学-教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 125513 号

辽宁省版权局著作权合同登记号: 图字 06-2003-258 号

Robert C. Lewis, Richard E. Chambers: Marketing Leadership in Hospitality: Foundations and Practices, Third Edition

Original English edition copyright © 2000 by John Wiley & Sons, Inc., © 2003 by Robert C. Lewis, Richard E. Chambers, and original ISBN: 0-471-33270-4

This Simplified Chinese Character translation edition is published by agreement between Robert C. Lewis, Canada, Richard E. Chambers, USA, with Dongbei University of Finance & Economics Press

No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or any information storages and retrieval system, without permission, in writing, from the Publisher

All rights reserved.

本书简体中文版由东北财经大学出版社独家出版发行。未经出版者预先书面许可, 任何人不得以任何方式复制、抄袭或节录本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连理工印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 200mm×270mm 字数: 340 千字 印张: 15 3/4 插页: 1
2006 年 3 月第 1 版 2006 年 3 月第 1 次印刷

责任编辑: 高 鹏 吴迅捷

责任校对: 那 欣

封面设计: 张 亮

版式设计: 钟福建

定价: 28.00 元

内容简介：

作为《饭店业营销领导：原理与实践》一书内容体系的一部分，《饭店业营销案例》精练出了与饭店业营销原理相配套的52个案例，体现了较强的灵活性和实践操作性。为了完成理论与实践的无缝结合，本书详细列举了具体饭店、餐馆在经营活动中面临的营销战略选择，分析了营销人员在经营过程中面临的机遇和困境，暗示了在困境中经营者可以采用的解决之道。大量的案例使读者的阅读过程更加生动。

旅游管理精品教材译丛

1. 旅游市场营销(第四版)
2. 旅游规划:理论与案例(第四版)
3. 饭店业人力资源管理(第二版)
4. 职业导游员:导游职业发展动态
5. 旅游经济学(第二版)
6. 旅游吸引物管理:新的方向
7. 旅游消费者行为研究
8. 饭店管理与经营(第三版)
9. 饭店业营销领导:原理与实践(第三版)
10. 饭店业营销案例(第三版)
11. 休闲学

旅游管理英文原版精品教材

1. 旅游市场营销
2. 旅游经济学(第二版)
3. 旅游景区开发与管理(第二版)



编审委员会

(以姓氏笔画为序)

- 马 波 青岛大学旅游学院院长, 教授, 博士生导师, 中国区域旅游开发专业委员会副会长
- 马 勇 湖北大学旅游发展研究院院长, 教授, 教育部工商管理教学指导委员会委员, 湖北省旅游学会理事长
- 马耀峰 陕西师范大学旅游与环境学院副院长、旅游系主任, 教授, 博士生导师, 中国地理学会旅游地理专业委员会副主任, 陕西省旅游协会理事, 陕西省省委省政府决策咨询委员会委员
- 王 民 哈尔滨工业大学管理学院旅游管理教研室主任, 副教授
- 王 健 南开大学国际商学院旅游学系主任, 教授, 天津旅游学会常务理事, 中国国际经济贸易仲裁委员会仲裁员
- 王德刚 山东大学管理学院旅游管理系教授, 山东省旅游专家委员会委员, 山东省森林资源评价委员会委员, 济南市城市规划专家委员会委员
- 田 里 云南大学工商管理与旅游管理学院院长, 教授, 博士生导师, 教育部工商管理教学指导委员会委员
- 冯学钢 华东师范大学商学院旅游系主任, 副教授
- 李 红 河北经贸大学工商管理学院旅游管理系主任, 教授, 河北省策划学会副秘书长, 北方大学城兼职教授
- 刘 菲 北京工商大学商学院教授, 中国商业联合会专家委员, 中国饭店协会客座教授
- 吴必虎 北京大学旅游研究与规划中心主任, 教授, 世界旅游组织(WTO)咨询专家, 国家旅游局《中国最佳旅游城市标准》中方专家组组长, 中国地理学会旅游地理专业委员会副主任
- 辛建荣 中国地质大学(武汉)旅游系主任, 教授, 中国地质大学旅游发展研究院院长, 湖北省旅游学会副理事长
- 肖 星 海南大学旅游学院副院长, 教授, 海南大学旅游开发与规划研究中心主任
- 余炳炎 上海旅游高等专科学校教授, 国家级饭店星级评定员
- 张俐俐 华南理工大学旅游与酒店管理学院院长, 教授, 亚太旅游协会理事, 海南省现代化管理学会副会长, 海南省经济联合会副会长, 海南省旅游协会常务理事, 天津市旅游学会理事
- 邹益民 浙江大学旅游学院常务副院长, 教授
- 武邦涛 上海交通大学安泰管理学院旅游发展研究中心主任, 教授, 上海市旅游协会教育分会常务理事

- 郑向敏** 华侨大学经济管理学院副院长, 教授, 博士生导师, 华侨大学旅游科学研究所所长, 福建省旅游学会副会长, 天津大学管理学院校外博士生导师
- 陆 林** 安徽师范大学旅游发展与规划研究中心主任, 教授, 博士生导师, 中国地理学会旅游地理专业委员会副主任
- 郑 焱** 湖南师范大学旅游学院学位委员会主任, 教授, 博士生导师, 湖南省旅游学会副会长, 中国民建中央委员会委员
- 林增学** 桂林旅游高等专科学校旅游管理系主任, 副教授, 桂林旅游规划设计研究院常务副院长
- 段开成** 暨南大学深圳旅游学院院长助理, 副教授
- 夏林根** 复旦大学旅游系旅游管理教研室主任, 教授, 中国旅游报上海记者站站长, 中国管理科学院高级研究员, 中国《发现》杂志副理事长
- 郝 索** 西北大学经济管理学院院长助理, 教授, 博士生导师, 中国旅游协会理事, 中国旅游学术论坛委员
- 保继刚** 中山大学地理科学与规划学院院长, 教授, 博士生导师, 中山大学旅游发展与规划研究中心主任, International Academy for Tourism Studies 会员
- 唐代剑** 浙江工商大学旅游学院院长, 教授, 博士生导师, 浙江省旅游科学研究所所长, 亚太旅游协会 (PATA) 专家, 杭州旅游协会副会长
- 敖利玲** 广东商学院旅游与环境学院副院长, 副教授, 广东省旅游协会常务理事, 广东省商业经济协会理事, 广东省烹饪协会常务理事
- 党金学** 西安外国语学院旅游学院院长, 教授, 陕西省旅游协会理事, 陕西省翻译工作者协会理事
- 梁明珠** 暨南大学旅游研究所副所长, 副教授
- 黄福才** 厦门大学管理学院旅游系主任, 教授, 博士生导师
- 喻学才** 东南大学旅游研究所所长, 教授, 博士生导师, 中国水浒学会水浒文化开发委员会副主任, 扬州大学等高校兼职教授, 江苏、山东等省旅游发展咨询专家
- 谢彦君** 东北财经大学旅游与酒店管理学院院长, 教授, 中国旅游学术论坛 (CTA) 执行委员, 中国地理学会区域旅游开发专业委员会理事, 辽宁省旅游协会旅游教育分会副会长, 国际旅游教育家学会 (ISTTE) 会员, 《旅游教育学报》(Journal of Teaching in Travel & Tourism) 中国编委, 《旅游科学》编委
- 熊元斌** 武汉大学商学院旅游管理系副主任, 教授, 博士生导师, 武汉大学旅游规划设计研究院副院长
- 黎 洁** 西安交通大学管理学院旅游管理系主任, 副教授



总序

在中国，规模比较大的学术翻译工作至今差不多已经有 150 年的历史了，尤其自晚清曾国藩创立翻译馆译介西学之后，翻译事业在中国近代发展史上的意义更是为众多有识之士所普遍认可。然而新中国成立之后的一段时期，中国与国外学术界的交流曾经一度中断。直到 20 世纪 70 年代末，随着改革开放国策的实行，中国再次敞开了面向世界的大门，学子们也纷纷踏出国门接触西方世界，于是，东西方文化和科学技术的交流得到了进一步的发展。在这种氛围中，很多学术领域的专家都吃惊地发现，自己的研究水平和研究方向与国际同行存在着巨大的差距。这样，不少学科的学者都开始了带有补课性质的翻译和传播西方学术研究成果的基础性工作。

中国的旅游学术研究，还不像其他学科那样，存在一个中断的历史过程。相反，它是在改革开放的时代背景下从空白起步的。所以，在早期阶段，中国的旅游教育、旅游研究和旅游产业发展，都明显地表现出一边在实践中摸索、一边干脆奉行“拿来主义”的特点。这样，中国的旅游学术研究比较早地形成了某种“路径依赖”，梅特利克、麦金托什、朱卓任等少数比较著名的旅游学者的著作，成了长期影响中国旅游研究基本走向的有限模板。

其实，在西方旅游学术界，在上述一些学者之外和之后，还有一大批重要的学者。他们站在前人的肩膀上，从事的是更加深入和广泛的旅游学研究，并在几十年中形成了丰厚的积累。在这个过程中，旅游学作为一门带有跨学科性质的学科，以其特有的魅力吸引了大批优秀研究人员的目光和热情，从而逐渐培育起了一个规模相当可观的学术队伍，也形成了视角非常丰富的研究领域。人们不仅领教了旅游所具有的巨大的经济推动力量，同时也体会到了旅游对于人类社会精神层面的多重意义，更目睹了旅游在传播文化、沟通思想、建构价值观、引发或抚慰冲突、制造或消除歧视、挑战可持续性以及缓解贫困等方面的作用。面对旅游的这些复杂的、现象层面的问题，人们已经能够比较自觉地动用不同的范式来加以审视，从而构筑了旅游研究当中丰富多彩的理论潮流。比如，在戴恩（Dann）看来，旅游实际上是一种有意义的活动或动机，而这样一种视角，显然具有韦伯的意义；沿着涂尔干的轨迹，旅游被格莱本（Graburn）、麦肯乃尔（MacCannell）等人看成了一种仪式或神话；当人们注意到旅游在社会生活领域所具有的宏观意义乃至微观意义的时候，它既可能成为一种社会疗法（Krippendorf），也可能成为引发社会冲突的渊藪（Turner and Ash），从而成了结构功能范式、结构冲突范式乃至女性主义范式共同的审视对象；当人们窥视到旅游的本质并注意到它与社会经济发展形态的对应关系时，则不会否认旅游其实就是一种体验（Cohen；Ryan），一种昭示着新的经济形态即将来到的典型的个人生活方式；而当人们被旅游交往过程中的程式化要素所迷惑时，则很容易为符号互动理论（Brown）、后结构主义（Culler；Dann；Urry）寻找到一片施展的空间。由此可见，面对旅游这种复杂的现象，不管是哪个传统领域的学者，他们都可以很容易地找到自

己的研究对象,施展自己的才华,并形成自己富有特色的研究成果。西方的旅游学术界在经过了半个世纪的旅游学术努力之后,确实已经有了相当可观的成果积累。尽管有效的、有机的综合还远没有实现,但利用各种范式审视旅游现象的努力已经卓有成效。这在国外每年出版的大量专著和刊行的大量学术论文中都有所体现。

然而,这些已经陆续反映到大学教科书中的前沿性学术成果,在中国的旅游学术界还鲜为人知。从这个意义上来说,我国出版界自20世纪80年代之后组织翻译的西方旅游学术著作以及大学教科书,规模实际上十分有限,选题也比较零散,难以从中了解西方旅游研究的全貌。这个事实早在20世纪90年代中期,国内旅游学术界的一些有识之士就曾经向出版界呼吁过,但由于当时旅游教育规模还不够大,旅游学术研究的地位还不够突出,人们对西方旅游学术成果的需求也还不够迫切,所以,出版界并没有对这些建议做出积极的反应。然而时至今日,甚至几乎是在一夜之间,我们突然发现,全国有诸多出版社,都在成系列地翻译出版国外的旅游学术著作,真正有了一种百花齐放的势头。

对中国的旅游学术界来说,这无疑是一件幸事,一件喜事。这迎合了国内旅游学术研究在当今这个学术转型期的迫切需要。就中国旅游学术研究的终极目的而言,直追西方学术研究的前沿并构建有自己特色的学术平台以便能切实地解决中国的旅游实际问题,自然是学界同仁的共同目标。不过,似乎可以说,直到今天,在国内从事旅游学术研究的队伍当中,真正全面了解国外研究状况的学者为数还相当有限。也有一些优秀的学者,虽然对西方旅游学术研究比较熟悉,但由于种种原因,已经很少有精力将自己的西学心得系统地介绍给国内学术界,他们所能做的仅仅是一些零星的转述,这样也就会大大影响其价值和效果。所以,对于很多研究人员来说,他们还是希望直接阅读原著或译文。更何况,对于一个学科的发展和成熟而言,必须有足够的群众基础,不可能仅仅靠几个人的努力。虽然今天我们已经营造了一个全民学外语的环境,但真正能够将外语用于学术研究的人也还是很有限。其中的原因,不仅在于外语的实际水平,还在于接触外文文献的机会非常有限。另外,就我国目前的旅游高等教育的现状而言,如果能快速地将西方学术成果转化为我国旅游高等教育的滋养品,对于解决目前存在的大学旅游教学内容20年一贯制的问题,恐怕是再迫切不过的了。所以,系统地翻译国外一些优秀的旅游学术著作,对于中国旅游学科的发展确实是一件十分有意义的事情。

东北财经大学出版社策划出版的这套《旅游管理精品教材译丛》,也是在这样的时代背景之下问世的。这套丛书,经过了长时间的酝酿和筛选。在这个过程中,编选人员本着“立足管理、教材为主;注重名家、品质优先”的选题原则,既充分考虑了目前我国旅游学术研究的现状,也考虑了我国旅游高等教育所具有的学科特点和需求指向。因此,希望最终奉献给读者的,是可以适应目前我国大学旅游教育要求的成系列的精品教材。

目前,国家教育部将旅游学这个学科以“旅游管理”这个二级学科的名义列于“工商管理”一级学科之下,从而框定了旅游管理专业大学本科教育的管理学性质。在这个框架之下,至少在目前阶段,旅游研究的主体会很自然地被引导到企业和产业管理领域,人才的专业和层次定位相应地也应当遵循这样一个框架来加以确定。从这一点来说,目前国内对“旅游管理”的相关外文教材的介绍就显得很不充分了。基

于这种理解,本套丛书主要是围绕“旅游管理”的领域进行选题。这样,不仅可以满足目前大学旅游教育对国外教材的迫切需要,而且在一定程度上,也能引导国内高等旅游教育的人才培养方向,规范人才的培养目标,使各个学校早日摆脱各自的原始专业胎记,还给学生一个名实相符的专业身份。

在出版事业日益繁荣的今天,我们也不难发现,流行于市面的书籍,鱼目混珠者有之,金玉其外者有之,满纸荒唐言者有之,抄袭拼凑者也有之。这种情况虽然中国为甚,但国外也不乏其例。所以,本套教材的遴选,经过了非常谨慎和精细的反复征求意见的过程。在这个精品教材系列当中,很多教材出自名家之手,如菲利普·科特勒的《旅游市场营销》(第四版)、克莱尔·A. 冈恩的《旅游规划:理论与案例》(第四版)、罗伯特·C. 刘易斯的《饭店业营销领导:原理与实践》(第三版)等,这些作者在西方旅游学术界都是非常叫得响的,而他们的这些著作,也确实富有特色,框架宏大,体系完整,阐述充分,案例丰富,足可以让国内师生耳目一新。即使是一些名气不大的作者,他们的入选著作也经过了国外学术界和教育界的检验,得到了充分的认可,已经形成了很好的学术影响,如《旅游经济学》(第二版)、《饭店业人力资源管理》(第二版)、《饭店管理与经营》(第三版)等,都属于这样的作品。还有一些教材,编者出于填补空白的初衷将其纳入到丛书当中,意在推进相关教材的建设。比如,《旅游吸引物管理》、《旅游消费者行为研究》、《职业导游员:导游职业发展动态》等图书就是按照这个思路被选中的。这些著作也多为精品之作,原创性很强,对国内的旅游教学与研究很有借鉴意义。

当然,译介西学向来都是为了给本土研究注入一些新鲜的养分,推开一扇窗扉,洞开一个门户,以便使中国的学术研究快速地发展起来并与世界接轨。因其是教材译丛,我们不应期望从中得到我们所需要的全部知识和方法。要完全了解西方旅游学术前沿,理解西方旅游学者的学术精神,仅靠翻译几本教材是难以达到的,必须靠全面介绍西方旅游学者的经典著作才得窥全貌。所以,从这个意义上说,这套丛书依然带有普及的性质,它的花果主要会落在大学教育园地当中。当然,如果能达到这个目标,也算教材的编辑策划和翻译人员对中国旅游学科和高等旅游教育的发展尽了一份职责。

是为序。

谢彦君

于东北财经大学书音楼



译者简介

谢彦君，辽宁岫岩人，现为东北财经大学旅游与酒店管理学院教授，博士，《旅游教育学报》(*Journal of Teaching in Travel & Tourism*) 中国编委，《旅游科学》编委。曾于1993年和2002年先后留学英国和美国，并在美国《旅游研究纪事》(*Annals of Tourism Research*)、印度《旅游与休闲研究学报》(*Journal of Tourism & Recreation Research*)、中国《旅游学刊》等刊物发表大量学术论文，出版有《基础旅游学》等学术专著。目前主要从事旅游基础理论研究，具体研究方向为旅游研究方法、旅游体验研究和旅游社会文化效应研究。

李 森，辽宁本溪人，旅游管理硕士。现为东北财经大学高等职业技术学院教师。

郭 英，河南新野人，旅游管理硕士。

任文学，辽宁鞍山人，旅游管理硕士。现为长城国际系统科技深圳有限公司职员。



作者简介

罗伯特·C. 刘易斯 (Robert C. Lewis) 是饭店营销和战略方面的教授, 毕业于加拿大安大略盖尔夫大学 (University of Guelph), 现在已经退休。他曾在美国马萨诸塞州大学阿默斯特分校任饭店业营销和战略教授 10 年, 现在是那里的荣誉退休教授。刘易斯博士是中佛罗里达大学达顿学院饭店业管理方面杰出的专家, 目前是康奈尔大学埃塞克国际饭店管理学院的访问教授。他在 1980 年获得博士学位之前从事饭店业管理与咨询工作长达 25 年之久, 现在他继续在饭店业从事教学和咨询工作。

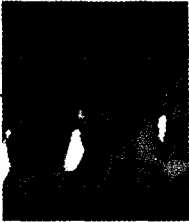
刘易斯博士是约翰威利公司 (John Wiley & Sons) 出版的《饭店营销管理案例》(第二版) 和《饭店战略与策略案例》两本书的作者。他在饭店业和其他类型的刊物上发表了 80 多篇论文, 其中包括在《康奈尔季刊》上的 25 篇, 并编写或指导了 100 多个案例研究。他一直在高级经理人研讨会上授课并在三个洲作过咨询服务。

理查德·E. 钱伯斯 (Richard E. Chambers) 在饭店业以作者、讲师、咨询者和经验丰富的饭店业者而著称。理查德从马萨诸塞州大学获得了学士学位, 并在丹菲饭店 (Dunfey Hotel) 管理的喜来登连锁饭店 (Sheraton Franchises) 的前台和销售岗位开始自己的职业生涯。在从母校获得 MBA 学位后, 他进入马萨诸塞州匹兹菲尔德市的波克夏希尔顿饭店 (Berkshire Hilton) 做销售主管。

1983 年, 在为博伊金 (Boykin) 所管理的克利夫兰万豪酒店 (Cleveland-based Marriott) 担任营销主管后, 钱伯斯先生又在丹菲饭店组织新成立的欧姆尼 (Omni) 工作了 5 年。在欧姆尼期间, 钱伯斯先生担任过纽约的欧姆尼波克夏饭店的营销主管、波士顿的欧姆尼帕克 (Parker House) 饭店的销售主管、纽约的欧姆尼公园中心饭店 (Park Central) 的营销主管和总经理, 后来担任地区销售主管, 最终成为公司客房分部的主管。

在 1987 年离开欧姆尼后, 钱伯斯先生担任了塔拉喜来登饭店 (Sheraton Tara Hotels) 新英格兰地区连锁的营销副总裁, 正是从那以后他开始向企业家方向发展, 在纽约和波士顿建立了他自己的营销咨询公司。作为营销咨询公司的总裁, 他在 7 年时间内将公司建成为一个资产达 500 万美元的公司。

1994 年秋, 纽约宫殿饭店 (New York Palace) 给他带来了新的挑战, 他花了四年多的时间对其进行了认真的再设计和再定位, 这项工作吸引了他, 使他再次离开公司营销总裁的位置。目前他是 HRI 公司营销副总裁。总部设在纽约市的 HRI 公司是世界一流的饭店组织, 也是普里玛饭店 (Prima Hotel) 的母公司。



致 谢

许多朋友、从前的学生、同事、业界同仁及顾客都有意无意地为本书作出了贡献。有一些人从未意识到他们曾经提供了帮助。虽然我们只能提到一部分人，但是我们非常感谢这些人以及许多未被提及的人，尤其是许多毕业和未毕业的学生，以及现在在教授此书的人。

我们尤其要感谢我们以前的硕士生苏珊·莫里斯 (Susan Morris) 和厄休拉·杰斯克 (Ursula Geschke)，他们对第 17 章“沟通组合：人员销售”作出了贡献。我们要感谢内华达州立大学拉斯维加斯分校的斯托·舒梅克 (Stowe Shoemaker) 博士，他对第 3 章“关系营销”作出了很大的贡献，在该领域开拓了一片特殊天地。叶萨维奇的首席执行官和总经理彼得·叶萨维奇 (Peter Yesawich)，坐落在奥兰多的专业饭店业广告代理公司佩珀丁与布朗 (Pepperdine & Brown)，不仅为我们提供了两份国家旅行检验 (National Travel Monitor) 年报用于第 5 章和第 8 章，而且还提供了许多优秀的广告来帮助我们阐述我们的观点。康奈尔大学埃塞克分校的彼得·奥康纳 (Peter O' Connor) 在技术部分提供了帮助。当然，我们还要感谢本书的评阅者：

戴夫·博贾尼克 (Dave Bojanic)，马萨诸塞州大学阿默斯特分校；

马克·波恩 (Mark Bonn)，佛罗里达州立大学；

斯坦利·布琴 (Stanley Buchin)，波士顿大学；

杰弗里·凯崔特 (Jeffrey Catrett)，洛桑酒店管理学院；

苏珊·格里高力 (Susan Gregory)，科罗拉多州立大学；

此外，还有许多其他人给我们提供了有用的建议。

我们也要感谢哈尔莎·凯克 (Harsha Chacko)，本书第二版的第三作者，他对本书作了许多改进，其中许多地方我们仍然保留着。

我们要特别感谢许多公司及其工作人员允许我们使用他们的广告、材料或信息，同时感谢那些真正支持饭店业教育的人，尤其是美国连锁系统的首席执行官迈克·利文 (Mike Leven) 和瑞迪森饭店 (Radisson SAS) 的高级营销副总裁英维德·法德 (Ingvald Fardal)。

尽管有以上这些人的帮助和支持，我们仍对全书的内容负最终责任。

罗伯特·C. 刘易斯
理查德·E. 钱伯斯



出版说明

饭店业营销是营销学科中富有挑战性的一个分支领域，旅游业的迅速发展为饭店业的繁荣创造了另一个契机，饭店业营销也就成为一个饭店人所必须掌握的知识领域。为了更好地研究这一领域，理论分析必不可少，而实际案例研究也是不可或缺的。基于这一想法，我社将《饭店业营销领导：原理与实践》的案例部分分离出来，以《饭店业营销案例》为名单独出版。

《饭店业营销领导：原理与实践》一书系统、全面地论述了饭店业营销理论。作者以深厚的理论功底、富有前瞻性的分析和丰富的营销实战经验为读者构筑了饭店业营销理论和实践的基本框架，并结合饭店业经营特点提出了一些颇有新意的见解。在书中作者针对饭店业经营特色和产品特点，拓展了传统4Ps组合理论，阐述了沟通组合的各个方面，如广告、促销、营业推广、公共关系、人员推销等。

作为《饭店业营销领导：原理与实践》一书内容体系的一部分，《饭店业营销案例》精炼出了与饭店业营销原理相配套的52个案例，体现了强烈的灵活性和实践操作性。为了完成理论与实践的无缝结合，本书详细列举了包括具体饭店、餐馆在经营活动中面临的营销战略选择，分析了营销人员在经营过程中面临的机遇和困境，暗示了在困境中经营者可以采用的解决之道。大量的案例使读者的阅读过程更加生动。通过对案例的分析可以开阅读者的视野，激发读者的想象力和创造力，帮助读者更好地掌握所学习的理论。当然，案例分析中的仁者见仁、智者见智是不可缺少的，对案例及理论运用也不会是统一的，但这符合了学习所必需的思辨性和灵活性的要求。只有这样读者才能更快地发展和进步。

本书不仅适合高年级本科生和研究生作为教材使用，也是饭店业管理人员很值得阅读的一本参考书。同时本书也会是高级管理人员培训教材的一个不错的选择。

东北财经大学出版社
2005年11月

目录

案例 1	航空市场.....	1
案例 2	安迪阿莫餐馆.....	4
案例 3	快乐度假区 II	10
案例 4	环球 2000 餐厅	15
案例 5	豪华饭店	18
案例 6	增加销售量!	24
案例 7	提高销售目标	26
案例 8	河畔酒家	27
案例 9	超级豪华饭店和会议中心	32
案例 10	令人难忘的牙买加之旅	38
案例 11	巴特勒度假饭店	41
案例 12	辉煌饭店	44
案例 13	川王府餐馆	48
案例 14	顾客投诉信	52
案例 15	芳提那城堡饭店	54
案例 16	“小英格兰”的市场营销	56
案例 17	帝王饭店	63
案例 18	世界职业棒球锦标赛的收益管理	72
案例 19	假日旅馆进入萨尔斯堡	74
案例 20	贵族餐厅	80
案例 21	摩灵餐厅	85
案例 22	公主广场饭店	88
案例 23	比睿山饭店	91
案例 24	以小见大	94
案例 25	拿破仑侯爵饭店	97
案例 26	查塔努加假日酒店.....	101
案例 27	促销周日早午合餐.....	107
案例 28	布宜诺斯艾利斯的广场酒店.....	109
案例 29	希尔顿国际/多伦多	111
案例 30	购买工作早餐.....	114

案例 31	友谊餐馆	119
案例 32	欢乐周末	127
案例 33	迪卡罗餐厅	138
案例 34	希尔顿国际：品牌服务文化	143
案例 35	法国中心公园	148
案例 36	生存抑或是死亡	156
案例 37	写给执行副总裁的信	167
案例 38	假日酒店意见卡	168
案例 39	赢回顾客	169
案例 40	值得吗？	173
案例 41	布里奇波特客栈和会议中心	174
案例 42	你现在想起我来了！	179
案例 43	在莫斯科开办好莱坞星球餐馆	181
案例 44	百慕大的一家使客人免于困扰的饭店	185
案例 45	里多高尔夫球乡村俱乐部	187
案例 46	尤根酸奶	197
案例 47	英雄酒吧与烧烤店	208
案例 48	埃迪快餐店	215
案例 49	特尔斐系统还是菲蒂里奥系统？	224
案例 50	等你来农夫市场餐馆	226
案例 51	雅高集团的电子分销	233
案例 52	里兹 - 卡尔顿的客户历史	237
后 记		239

案例 1

航空市场*

“大约一个星期之后我会把我的看法告诉你”，冉·阿让（Jean Valjean）说。

放下电话后，冉·阿让——中央饭店（Le Centre Hotel）的总经理——看起了他面前这封由 SKS 航空公司寄来的信件。其大意是：SKS 航空公司希望与中央饭店签订一份为期一年的住宿优惠合同。具体内容是：SKS 航空公司以每晚 72 加元的价格预订 40 间客房。冉面临的问题很简单：是接受 SKS 航空公司的提议在一年 365 天里以每晚 72 加元的价格出售 40 间客房，还是拒绝这单生意从而以每晚至多 185 加元的门市价在不确定的时候售出客房？去年，饭店有 135 天的入住率不低于 95%，全年平均入住率为 68%，平均日房价为 108 加元，但是在客房几乎售空或完全售空的时候，饭店通常能够以门市价出售客房。预计今年的情况也会与去年差不多。

饭店的背景

中央饭店坐落在加拿大魁北克省的城市商业区内，此饭店被评定为四星级的商务/会议型饭店。饭店的顶部是著名的五层高的塔楼，包括塔楼在内饭店共有 800 间客房。塔楼有自己独立的登记入住系统、娱乐室以及特别的服务设施，它共有 140 间客房，其中 16 间为套房。中央饭店的客房设置更为全面一些，它提供加大床、大床和双人床，还有 24 间套房和 6 间专门为残疾人设置的客房。

饭店内有 3 个餐厅：北风（Le Mistral）、韶圃（Le Shoppe）和快餐厅（L'expresso）。位于 37 楼的北风餐厅提供法国风味的美食和著名的法国红酒，可容纳 84 人；韶圃在 3 楼，这里开设早餐、午餐和晚餐，可容纳 260 人；快餐厅位于走廊处，可容纳 60 人，它是一家欧洲风味的快餐厅，那些行程匆忙的客人可以在这里就餐。除了这 3 个餐厅之外，饭店还设有 5 个休息室。饭店其他的特色包括一个 5 层楼高的由玻璃围成的中庭，以及由玻璃围成的全年均可使用的游泳池和健身俱乐部。俱乐部里边有健身房、桑拿室、漩涡浴室和按摩室。饭店还拥有一批会讲多国语言的服务人员。

竞争状况

就航空公司员工这部分顾客而言，此区域内所有的饭店都是中央饭店的竞争对手。这是因为航空公司一贯将饭店的价格和所在的位置作为挑选饭店的基础，只要饭店达到了舒适及服务的最低标准，那么航空公司就会对其进行考虑。但 SKS 航空公

* 本案例最初由加拿大安大略省贵湖大学的 W. M. 布莱斯维特（W. M. Braithwaite）教授编写，经修改后在此使用。案例中的货币单位为加元，换算时 1 加元大约为 0.70 美元。