

走向职业化高职高专“十一五”规划教材
【旅游及酒店管理系列】



饭店市场营销

陈云川 张洪刚 主编
苏日娜 副主编

免费
赠送

配套电子课件



机械工业出版社
China Machine Press

走向职业化高职高专“十一五”规划教材
【旅游及酒店管理系列】

饭店市场营销

陈云川 张洪刚 主编
苏日娜 副主编



机械工业出版社
China Machine Press

本书针对当今饭店营销的相关知识、理论和策略,根据营销学的理论架构,注重实用性特点,向读者进行了较为系统的阐述。全书共9章,分为4篇:饭店市场营销概述、饭店营销组合策略、饭店市场营销管理、中国饭店营销管理展望,本着“必需、够用”的原则,结合我国饭店企业目前所处的全球金融危机的特殊营销环境,通过对基础知识和基本理论的学习,使读者初步学会应用这些知识和理论,并领会和解决饭店企业在经营管理中可能遇到的相关营销事宜;通过书中基础知识和基本理论的学习,还有助于在校学生及广大饭店业从业人员考取相关行业职业资格证书。本书内容难度适中,习题、例题和案例具有时代性、应用性和针对性;编排思路清晰,内容取舍考究,力图使之成为目标读者群希望获取的一部好教材。

本书适合高职高专院校旅游专业、饭店管理专业、餐饮管理专业、厨政管理专业及烹饪工艺专业的广大学生使用,也适合饭店业营销人员、饭店管理者培训之用,还可作为各类成人教育相关专业的教学之用。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

饭店市场营销/陈云川,张洪刚主编. —北京:机械工业出版社,2009.6
(走向职业化高职高专“十一五”规划教材 旅游及酒店管理系列)

ISBN 978-7-111-27282-3

I. 饭… II. ①陈… ②张… III. 饭店-市场营销学-高等学校:技术学校-教材
IV. F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第080033号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:张杨 版式设计:刘永青

三河市明辉印装有限公司印刷

2010年12月第1版第3次印刷

170mm×242mm·13.75印张

标准书号:ISBN 978-7-111-27282-3

定价:26.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010)68326294

投稿热线:(010)88379007

高职高专经管类、旅游类规划教材

总编委会名单

顾 问 吴念香 卢 一 陈 智 康乃真
 叶小明 唐子峰 杨群祥 查振祥

主 任 委 员 陈秉宋

副主任委员 陈云川 林惠华 刘跃南 廖俊杰 张渝涓

委 员 (排名不分先后)

唐 宇	黄文刚	汪 治	石 强	谢金生
陈 健	刘志娟	刘佩华	赵 红	于雁翎
熊 焰	朱 权	曾艳英	肖 平	罗千人
陈碧凤	谢小梅	高 伟		

秘 书 长 欧阳丽
秘 书 高 伟

高职高专经管类、旅游类规划教材

旅游分编委会名单

主任委员 陈云川

副主任委员 陈 健 石 强 李 丽

委 员 (排名不分先后)

付钢业 刘致良 刘国强 苏日娜

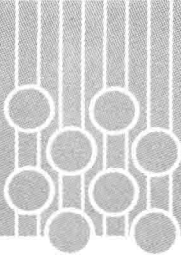
陈咏淑 舒惠芳 姜先行 黄文刚

梁王巧云 曾国友 蒲 阳

走向职业化高职高专经管类、 旅游类规划教材联编院校名单

(排名不分先后)

1. 深圳职业技术学院
2. 顺德职业技术学院
3. 广东轻工职业技术学院
4. 广东工贸职业技术学院
5. 四川烹饪高等专科学校 [四川旅游学院 (筹)]
6. 番禺职业技术学院
7. 广东交通职业技术学院
8. 广东白云学院管理系
9. 暨南大学管理学院
10. 中山职业技术学院
11. 广东农工商职业技术学院
12. 广东邮电职业技术学院
13. 中山火炬职业技术学院
14. 广东铁路职业技术学院
15. 广州航海高等专科学校
16. 佛山职业技术学院
17. 珠海城市职业技术学院
18. 广东培正学院
19. 广东教育学院
20. 广东女子职业技术学院
21. 内蒙古财经学院职业学院
22. 山西金融职业学校
23. 黄河水利职业技术学院



出版说明

高等职业教育是我国高等教育的重要组成部分，它以培养生产、建设、管理、服务第一线的高等技术应用性专门人才为根本目标。随着我国经济的迅速发展，高等职业教育正得到空前的发展。目前高等职业教育规模已占全国高等教育的半壁江山。“十一五”期间，全国将向社会输送1 100万高职毕业生。然而，高等职业教育在全国的发展水平仍不均衡，各高职高专院校的教学质量也参差不齐。这种情况大大制约了高职教育的发展。因此，推动教学改革、提高教学质量已成为高职教育的当务之急。为此教育部先后下发文件，要求全国高职院校“加快高职教育改革与发展，提高高职教育教学质量”。

广东省是中国改革开放的前沿，也是我国高等职业教育蓬勃发展的代表之一。在广东省汇集了一大批优秀的高职院校和优秀教师。在教育部有关领导的指导及广东省教育厅高教处的大力协助下，我们以广东省为中心，联合全国一批致力于高职教育改革且已具成效的院校，共同成立了“高职高专经管类、旅游类教学改革规划教材编审委员会”。编委会以研讨高职高专教育教学改革方向、交流教学改革成果及经验为宗旨，并借助教材这一形式将成果和经验进行分享与传播，从而进一步向全国推广，为我国的高职教育发展尽一份力量。

教材是体现教学内容和教学要求的知识载体，是教师进行教学活动的基本工具，是提高教学质量的重要保证。发展高等职业教育，提高教学质量，必须重视教材的建设。目前，编委会以机械工业出版社为平台，计划用2~3年的时间出版经济管理类和旅游类高职高专系列教材100余种，范围覆盖经济管理类专业基础课、电子商务、物流管理、会计电算化、旅游管理、酒店管理等专业的主要课程。此次规划教材按照教育部“提高教学质量、推行工学结合、以就业为导向”等要求，根据高职高专教育的实际情况，邀请具有丰富高职教学经验的一线授课教师、具有相关行业工作背景的双师型教师以及企业一线工作者联合编写，旨在真正做到“产学结合”、“工学结合”。

此次系列教材的编写指导思想体现了编委会研究制定的方针：教材编写要结合教学方法的改革与实践；要与相关的职业资格认证相结合；在写作方法上要打破传

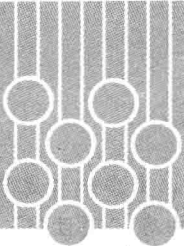
统的以学科体系设置课程体系、以知识点为核心的框架，更多地考虑学生所学知识与行业需求及相关岗位、岗位群的需求相一致，使教材内容“项目化”、“工作流程化”；突出“走向职业化”的特点，努力培养学生的职业素质、职业能力和专业技术。此外在高职教育的理论“必需、够用”方面也进行了有益的探索与尝试。在系列教材的开发过程中，众多资深的一线授课老师、双师型老师、企业工作者们，在教学、专业知识与企业实际工作的有效结合方面进行了探索。此批教材以“立足广东，面向全国”为目标，在突出广东特色的同时更兼顾到与全国通用性的结合。

系列教材尝试打破常规的学科体系教学模式，探索一种更符合高职教育实际情况的模式。在通过案例教学、项目式教学、互动式教学强化实践性、应用性和针对性的同时，以学生为本的思想也增强了学生学习的趣味性和主动性。系列教材以建设成为立体化教材为最终目标，将会在实践中逐步完善整个教材体系。

此批教材为编委会组织编写的高职高专教育教学改革规划教材，被机械工业出版社列为“十一五”期间重点发展的规划教材，同时已参评广东省“十一五”省级规划教材。

在编委会运作及系列教材出版期间，得到了广东省教育厅高教处吴念香副处长以及顺德职业技术学院、深圳职业技术学院、四川烹饪高等专科学校、广东轻工职业技术学院和广东工贸职业技术学院等一大批优秀院校的鼎力支持，在此特别致以衷心的感谢！

高职高专经管类、旅游类教学改革规划教材编委会
机械工业出版社华章分社



前 言

进入本世纪以来,随着我国市场经济的深入发展,社会对于市场营销学理论知识的需求变得越来越大,各行各业也需要引进大批的营销专业人才。饭店业作为第三产业的代表之一,同样需要大量的营销管理人才,这就要求我们要不失时机地开展饭店营销人才的培养,为新时期饭店健康发展输送新鲜血液。饭店营销理论的学习有着跨时代的意义,在普通高校以及高等职业技术教育的有关饭店管理专业类课程建设中,市场营销课程都有着十分重要的学科地位。

目前,正值全球金融危机,这场金融风暴正席卷着世界的每个角落,各种实体经济也随之遭受了巨大冲击,世界各地的就业形势正经受着十分严峻的考验。中国政府面对如此突变的国际大环境,果断制定了应对危机的若干重大举措,力图转危为机,其成效已为世人瞩目。我们已经感受到了世界各国处理和应对这场危机的手段和措施,这些手段和措施正在为丰富和发展传统的市场营销理论提供宝贵的经验。所以,本教材借用拯救当今世界经济环境的最新理论成果,引用了科学发展观的思想精髓,提出了和谐营销等新概念,力图为饭店业培养和造就新型营销管理人才探索出一条新途径。在此之前,我们欣慰地看到全国高等职业技术教育的教材规划和建设已经取得了很大的成绩,但是就饭店业或饭店管理类专业的营销学教材建设还鲜为多见。随着我国经济又好又快战略的坚定执行,国内需求的日益扩大已成趋势,饭店业必将成为拉动内需促进增长的重要力量。针对目前饭店业营销人才培养的巨大需求和我国高等职业技术教育饭店餐饮管理类专业教育的迫切需要,我们及时编写出这部《饭店市场营销》教材具有重要的现实意义。

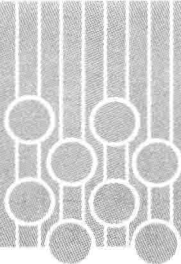
《饭店市场营销》充分针对现代饭店业特点,吸取了当今市场营销研究的最新理论和观念,在系统阐述本学科基本知识、基本理论的同时,引入了大量的案例和相关资料,并结合学生的类型和特点有针对性地编入了大量的复习思考题和实训题,突出了教材的应用性,从而充分保证了学生在掌握必备营销理论的同时,具备从事饭店营销管理的实际工作能力和基本技能,为其适应未来工作打下了坚实的基础。

《饭店市场营销》由陈云川、张洪刚任主编,苏日娜任副主编。相关编写人员及其分工如下:陈云川负责全书框架构建、统稿、定稿;张洪刚负责全书框架构建、

统稿、定稿，第2章、第7章的编写以及前言和教学建议的撰写工作；苏日娜负责第8章的编写；白琳负责第3章的编写；曾峥负责第5章的编写；文波负责第4章的编写；宗平负责第1章的编写；周卓华负责第9章的编写；马卓亚负责第6章的编写。

作者在《饭店市场营销》历时一年多的编写过程中，走访了大量的饭店高级管理人员，并从中取得了可贵的第一手编写素材，借此我们向他们表示衷心的感谢；我们还要特别感谢那些曾经支持、关心和帮助过我们完成这部教材的相关领导、专家教授、出版社同仁以及全体朋友们，是你们无私的奉献成就了我们的事业，我们将和大家一道，不懈努力，辛勤耕耘，共同铸就我国高等职业技术教育事业的美好明天！

由于编写时间仓促以及编写水平有限，书中内容偏颇疏漏之处在所难免，敬请同行和广大读者批评指正，我们将十分感谢。



教学建议

教学目的

饭店市场营销是饭店企业经营管理及相关专业的必修课。本教材根据饭店业服务的特点,本着对饭店营销管理人才及饭店员工培养的需要,突出了针对学生的市场营销知识和技能的培养,使其最终具备运用饭店市场营销的基本原理和策略去发现并提出问题、分析并解决问题的能力。通过系统学习饭店市场营销课程,让学生掌握饭店市场营销的相关知识、理论;培养学生良好的营销职业操守;塑造学生良好的饭店企业管理职业技能;通过系统学习,还可以提高学生择业就业的自信心以及人际沟通的能力,为学生将来从事和胜任饭店企业营销管理及相关工作打下坚实的基础。

先修、后续课程及关系

本课程的先修课程可以是西方经济学、饭店管理概论、饭店财务管理概论、饭店前厅与客房管理等,本课程是酒店管理专业及相关专业的高级课程,其后续是实训、实习等综合训练课程。先修课程可为学习《饭店市场营销》打下基础;后续课程以此为基础,能加深对课程知识的理解,从而有助于学生树立正确的企业营销管理理念。

教学方式方法及手段建议

采用理论讲解与实训结合的方式,引导案例、案例分析以及实训案例应用是本课程教学中应该体现出来的核心环节,还可以寻着作者的思路,列举更多的案例,结合相关教学内容来向学生进行讲解和传授,并通过实训环节来巩固学习成果。也可以引导学生实地参观各类饭店企业,了解饭店产品及其经营现状,调研现实顾客,以消化所学理论。在确保安全和遵守学习纪律的同时,适当引导学生利用课余时间到就近的饭店企业勤工俭学,学习和观摩饭店的经营管理活动。

课时分布建议

教学内容	学习要点	课时安排	
		饭店管理类专业 (含实训)	相关专业 (旅游类、含实训)
第1章 饭店市场营销概述	1. 饭店市场营销的基本概念 2. 饭店市场营销观念及其演变	4	4
第2章 饭店产品策略	1. 饭店产品及其特征 2. 饭店产品组合策略 3. 饭店品牌策略 4. 饭店产品生命周期 5. 饭店新产品开发	8	6
第3章 饭店价格策略	1. 影响饭店产品定价的因素 2. 饭店产品定价方法 3. 饭店产品定价策略	8	6
第4章 饭店渠道策略	1. 饭店产品分销渠道概述 2. 饭店产品分销渠道的类型 3. 饭店产品分销渠道策略	8	6
第5章 饭店促销策略	1. 饭店促销概述 2. 饭店人员推销策略 3. 饭店广告策略 4. 饭店公共关系策略 5. 饭店营业推广促销	8	6
第6章 饭店市场机会分析	1. 饭店市场机会的发现 2. 饭店市场机会的评价	8	6
第7章 饭店目标市场营销	1. 饭店目标市场概述 2. 饭店市场细分 3. 饭店目标市场选择 4. 饭店市场定位	8	6
第8章 饭店市场营销计划	1. 饭店市场营销计划 2. 饭店市场营销计划的实施 3. 饭店市场营销计划的控制	4	3
第9章 中国饭店营销管理 理念的新发展	1. 饭店新型客户关系的确立 2. 饭店营销管理中的绿色与 和谐 3. 现代科学发展观将带给中国 饭店企业一个辉煌的未来	4	2
课时总计		60	45

目 录

出版说明 前言 教学建议

第一篇 饭店市场营销概述

第 1 章 饭店市场营销概述	2
本章导读	2
学习目标	2
引例	2
1.1 饭店市场营销的基本概念	3
1.2 饭店市场营销的观念及其演变	7
本章小结	15
关键概念	15
课后思考与练习	15
案例分析	15
补充阅读	16
参考文献	19

第二篇 饭店营销组合策略

第 2 章 饭店产品策略	22
本章导读	22

学习目标	22
引例	22
2.1 饭店产品及其特征	24
2.2 饭店产品组合策略	25
2.3 饭店品牌策略	29
2.4 饭店产品生命周期	30
2.5 饭店新产品开发	34
本章小结	37
关键概念	38
课后思考与练习	38
案例分析	38
实训应用	41
补充阅读	42
参考文献	43

第 3 章 饭店价格策略	44
本章导读	44
学习目标	44
引例	45
3.1 影响饭店产品定价的因素	46
3.2 饭店产品定价方法	50
3.3 饭店产品定价策略	56
本章小结	64
关键概念	65
课后思考与练习	65
案例分析	66
实训应用	67
补充阅读	68

参考文献	68
第4章 饭店渠道策略	69
本章导读	69
学习目标	69
引例	70
4.1 饭店产品分销渠道概述	70
4.2 饭店产品分销渠道的类型	73
4.3 饭店产品分销渠道策略	80
本章小结	85
关键概念	85
课后思考与练习	85
案例分析	85
实训应用	87
参考文献	88
第5章 饭店促销策略	89
本章导读	89
学习目标	89
引例	90
5.1 饭店促销概述	90
5.2 饭店人员推销策略	94
5.3 饭店广告策略	99
5.4 饭店公共关系策略	105
5.5 饭店营业推广促销	108
本章小结	110
关键概念	111
课后思考与练习	111
案例分析	111
实训应用	112
补充阅读	112
参考文献	114

第三篇

饭店市场营销管理

第6章 饭店市场机会分析	116
本章导读	116

学习目标	116
引例	117
6.1 饭店市场机会的发现	117
6.2 饭店市场机会的评价	123
本章小结	126
关键概念	127
课后思考与练习	127
案例分析	127
实训应用	130
补充阅读	130
参考文献	133

第7章 饭店目标市场

营销

本章导读	134
学习目标	134
引例	134
7.1 饭店目标市场概述	135
7.2 饭店市场细分	136
7.3 饭店目标市场选择	142
7.4 饭店市场定位	146
本章小结	149
关键概念	149
课后思考与练习	149
案例分析	149
实训应用	154
补充阅读	155
参考文献	155

第8章 饭店市场营销

计划

本章导读	156
学习目标	156
引例	157
8.1 饭店市场营销计划	157
8.2 饭店市场营销计划的实施	162
8.3 饭店市场营销计划的控制	165
本章小结	166
关键概念	166

课后思考与练习	166
案例分析	167
实训应用	175
补充阅读	176
参考文献	176

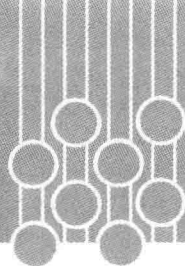
第四篇

中国饭店营销管理展望

第9章 中国饭店营销管理

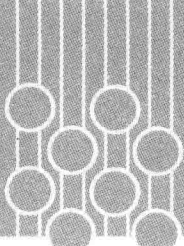
理念的新发展	178
本章导读	178
学习目标	178

引例	179
9.1 饭店新型客户关系的确立	179
9.2 饭店营销管理中的 绿色与和谐	185
9.3 现代科学发展观将带给中国饭店 企业一个辉煌的未来	194
本章小结	197
关键概念	197
课后思考与练习	198
案例分析	198
实训应用	199
补充阅读	199
参考文献	204



第一篇

饭店市场营销概述



第 1 章

饭店市场营销概述

本章导读

饭店市场营销是饭店通过满足顾客需求以获得其经济效益的经营管理活动过程。营销理念则是整个管理活动的重要支撑。本章较为详细地介绍了饭店市场以及饭店市场营销的内涵和特点,系统论述了营销观念的演变过程,对当今的主流营销理论和新兴营销观念做了较为全面的论述。

学习目标

知识目标

1. 了解饭店市场、饭店市场营销的基本概念;
2. 熟悉并掌握饭店市场营销的观念及其演变过程。

技能目标

熟练运用 4P、6P、4C 等营销理论。

引 例

国际饭店危机中选择中国“避险”

在全球金融危机影响下,法国饭店运营商雅高集团宣布仍将执行 2007 年宣布的计划,即到 2010 年前将其在中国内地、中国香港和中国澳门的饭店数量增加两倍,至 180 家;洲际饭店集团同样已经签署了在中国管理 6 家饭店的协议,同时计划于今后 18 个月内在亚洲推出首家精品饭店。

虽然国际饭店业者大多表示已经感受到全球信贷危机的压力,但中国似乎成为了他们“避险”的“宝地”。至少有两家跨国饭店连锁公司称,虽然它们在其他地区