

■ 新常态下酒店营销系列丛书



全球化视阈下的 饭店经营管理

冯颖如◎著



hotel
INDIGO



- **新观念** 现代饭店已不是住宿产业，而晋升为功能完善的生活产业
- **大视野** 全球化视角、集团化管理、品牌化经营、网络化直销成为主流
- **大数据** 创新酒店行业需求，精确酒店市场定位，支撑酒店收益管理



企业管理出版社

ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

全球化视阈下的饭店经营管理

冯颖如 著

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

全球化视阈下的饭店经营管理/冯颖如著. —北京: 企业管理出版社, 2015. 9
ISBN 978 - 7 - 5164 - 1113 - 1

I. ①全… II. ①冯… III. ①饭店 - 经营管理 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 185496 号

书 名 全球化视阈下的饭店经营管理

作 者 冯颖如

责任编辑: 徐新欣 笑言

策划编辑: 闫书会

书 号: ISBN 978 - 7 - 5164 - 1113 - 1

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 (010) 68414643 发行部 (010) 68414644

编辑部 (010) 68416775

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京市通州运河印刷厂

经 销: 新华书店

规 格: 170mm×240mm 16 开本 28.25 印张 461 千字

版 次: 2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 65.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前言

随着国民旅游消费基本需求的进一步释放推动,2015 年国内游继续保持两位数的增长。2014 年上半年国内旅游人数 18.5 亿人次,同比增长 10.2%,国内旅游收入 1.5 万亿,同比增长 16%。旅游产业总体景气水平保持平稳,区域旅游一体化进程加快。2013 年出台的《旅游法》《国民旅游休闲纲要(2013~2020)》对旅游业起到了指导和巨大的推动作用。2014 年出台的《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》,对现阶段提升旅游行业在国民经济中的作用,以及对未来黄金十年稳定发展有着非常积极的指导作用,尤其是对旅游行业的长期发展来说有着积极意义。

作为旅游业的三大产业之一,酒店业的发展前景也非常广阔。特别是在信息化和科技浪潮的影响下,酒店业已逐步高效地利用信息技术提高经营效率、提升顾客满意度,酒店智能应用也越来越广泛。近几年来,我国酒店业获得长足发展,锦江酒店集团和如家酒店集团已经进入全球排名前十的行列。同时,30 多家国际饭店管理公司都已进入我国,他们不断在中国酒店业市场“开疆拓土”,这预示着全球饭店业进入了崭新的发展时期,也昭示着饭店业的扩张与发展更加注重全球化的趋势,未来的酒店业竞争将更加注重资本经营与国际并购。而我国的饭店业市场则充分体现了全球化的特征,学生未来就业的市场也将以上述国际集团为主。

但是另一方面,随着 2012 年中央“八项规定”的出台,受“杀奢风”

影响,国内酒店业特别是五星级酒店面临严峻考验。在业绩大幅下滑、星级酒店主动要求摘星、高星级酒店出现资产转让潮之后,2015年年初国内五星级酒店首现倒闭破产案例。

在国际、国内双重背景之下,酒店企业如何努力生存并获得更大发展是一个艰难的课题,可谓步履维艰。毋庸置疑,饭店业的新动向对我们传统的注重于单体饭店管理的教学体系提出了新的挑战和要求。作为未来将在饭店业中从事领导、决策工作的学生,必须置身于全球产业环境的大背景下学习饭店管理,而不能再仅仅局限于独立饭店的内部管理,成为不知天外有天、目光短浅的井底之蛙。因此,高等学校饭店管理专业有责任着眼于现今及未来的工作环境改进教学。

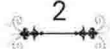
本书审时度势,从全球化的视角,对原有教学内容进行了优化与组合,其特色之处在于:

(1) 着眼于全球化。本书一改过去许多饭店管理类书籍只研究单体饭店的狭窄视角,可以使学生放眼国际饭店业市场,在全球范围内探索饭店管理与扩张的规律,学习饭店管理新方法和饭店集团化的运行方式。同时,作为综合性大学的饭店管理教学也不能仅仅停留在单体饭店的管理问题上,而是要将饭店管理作为一个产业来考虑,以开阔学生的思维空间,培养学生更高的思维能力,为其未来进入饭店行业从事管理、决策工作提供更为坚实的基础。

(2) 反映饭店经营管理的前沿动态。现今的饭店管理已与传统的管理有天壤之别,主要体现为饭店投资管理、饭店经营决策、饭店战略管理等方面。因此本书注重对原有内容的更新,增加了对国际饭店市场环境的分析,使读者能够立足于国际市场国内化、国内市场国际化的特点研究目前饭店业的管理方法与手段。除此之外,本书还站在资本运作的角度为经营管理者提供了预测与决策工具,并增加饭店品牌管理、业内国际竞争等相关内容,以反映本课程国际前沿动态、趋势。

(3) 编写体例注重实用性和指导性。编著本书的目的在于为高等院校的饭店管理专业提供一部较为完整的、能够包含饭店经营管理知识体系、能够反映全球饭店业最新经营状况和热点趋势的教材,本书按照“本章学习目标、引导案例、正文、本章小结、讨论题、实践题、网络链接”为顺序编排而成。

这种体例一方面强化了学生对基本理论的认识并体验饭店经营运作管



理的真正内涵；另一方面培养了学生的研究能力和自主学习能力。例如每一章都设计出与课程项目相关的实践题，可以根据教学进度进行挑选，安排学生进入研究角色，要求学生亲自到饭店企业去收集数据，然后进行系统分析与对比，写出研究报告，以提高学生的动手与研究能力。

同时在正文中插入辅助阅读材料，帮助学生理解和认识相关知识点，提高学生的学习兴趣 and 积极性。

另外，课后布置的网络链接可以使学生浏览国际饭店集团的年度报告、最新管理动态等内容，在学习知识的同时也提高了学生的英语阅读水平和能力。

衷心希望我国饭店业能够顺应全球饭店业的发展趋势与特点，加快占领市场的步伐，灵活运用资本工具，将中国饭店业继续做大、做强，全面推进我国饭店产业的发展。

感谢北京工商大学商学院的历届领导和所有同仁对我的支持与帮助；感谢刘菲教授多年来的悉心指导以及她对本书提纲的审定和建议；感谢企业管理出版社闫书会编辑认真负责的精神与态度；感谢李强同学、祁怀远同学进行最新资料的收集和整理工作。最后感谢家人与朋友对我不遗余力的关爱、体贴与支持，他们的全心付出与殷殷期望赋予了我不断前行的动力。

由于本人水平有限，加之时间仓促，本书在体例设置上和写作规范性方面或有不足，另有疏漏不妥之处恳请读者批评指正，在此一并谢过。

冯颖如

2015 年 5 月于北京

第一章 饭店概述

引导案例：新晋世界上最好酒店——酋长国宫殿酒店 (Emirates Palace)	2
第一节 饭店的含义	3
第二节 饭店的类型和等级	8
第三节 饭店的产品特点与业务特点	27

第二章 全球化中的饭店业

引导案例：洲际饭店集团在中国的扩张	40
第一节 全球化与旅游业和饭店业	41
第二节 世界饭店业的发展历程与未来趋势	62

第三章 饭店经营环境分析

引导案例：菲律宾治安恶化重创航空、饭店业	72
第一节 饭店经营环境	73
第二节 不确定的国际及宏观环境	77
第三节 快速变化的微观环境	94

第四章 饭店职能管理

引导案例：盖威特饭店的职能管理	105
第一节 饭店计划管理	106
第二节 饭店组织与制度管理	124
第三节 饭店控制与危机管理	136

第五章 饭店运营管理

引导案例：香格里拉酒店集团的超值产品与服务	151
第一节 饭店前厅管理	152
第二节 饭店客房管理	174
第三节 饭店餐饮管理	186

第六章 饭店服务质量管理

引导案例：上海波特曼丽嘉酒店的个性化服务	202
第一节 饭店服务质量概述	203
第二节 饭店服务质量管理流程	211
第三节 饭店服务质量分析与管理方法	218
第四节 对失望宾客投诉的管理	228

第七章 饭店营销管理

引导案例：移动营销将成为新一代饭店营销主流	238
第一节 市场竞争与分析	239
第二节 饭店营销组合策略	247
第三节 饭店营销新理念	265

第八章 饭店人力资源管理

引导案例：洲际酒店集团人才战略：留住最好人才	279
第一节 饭店招聘管理	280
第二节 饭店培训管理	294
第三节 饭店职业生涯规划	307
第四节 饭店绩效管理	316
第五节 饭店薪酬设计	325

第九章 饭店品牌战略

引导案例：洲际酒店集团的品牌战略	340
第一节 品牌与饭店品牌	341
第二节 饭店品牌塑造	360
第三节 饭店品牌传播	377
第四节 饭店品牌管理	384

第十章 饭店业的国际竞争

引导案例：2015 年 1 月酒店业收购事件	400
第一节 饭店业国际竞争的模式与组织形态特征	401
第二节 国际著名饭店集团与管理模式	413
第三节 我国饭店集团的管理经验	429



第一章 饭店概述



本章学习目标

1. 掌握饭店的概念与主要特征;
2. 掌握饭店的主要功能与作用;
3. 熟悉饭店业的常见分类;
4. 了解当今世界上使用的一些饭店级别划分体系与标准;
5. 理解饭店产品的特点;
6. 掌握饭店业务的特点。



引导案例

新晋世界上最好酒店——酋长国宫殿酒店 (Emirates Palace)

EMIRATES PALACE (www.emiratespalace.com) 位于阿联酋首都 ABU DHABI (阿布扎比), 纽约时报把该酒店评为目前世界上最好的酒店。酒店目前是该酋长国国有, 由卡宾斯基管理。酒店也当仁不让, 宣称六星七星级是用来评价酒店的, 而 EMIRATES PALACE 更是一坐宫殿, 让你进入后能享受到帝王的礼遇。因此也有人把 EMIRATES PALACE 称为八星级酒店, 而且是全球唯一的。

酋长国宫殿酒店 (Emirates Palace) 位于阿布扎比海滩, 北面和西面临海, 是一座古典式的阿拉伯皇宫式建筑 (以前只有在电影中才可以看到)。远远看去, 它有点像清真寺, 也有点像传说中的辛巴德或阿里巴巴时代的皇宫。每座宫殿都有一个传说的故事, 具有很浓郁的民族色彩。这座与阿联酋总统府仅一街之隔的宫殿式饭店, 远看像一座巨大的城堡, 拥有 1300 多米长的黄金海岸线。

这家酒店的独特之处不仅限于表面的豪华, 还在于不为人知的管道系统。管道内蜿蜒近 1000 多公里的蓝色、红色与绿色的光缆和电缆, 以及其他多种时髦玩意儿, 都在向人们证实高科技才是这家酒店最耀眼的招牌。此外, 酒店拥有长达一英里的私人海滩, 两座游泳池面积有数个足球场那么大。房客在海滩游泳池享受阳光时, 服务生的服务甚至可以做到为你擦太阳眼镜, 洒水雾消暑。

这里工作的员工远比客人多得多。酒店职员和宾客的大致比例却是 6:1, 由于饭店走廊又多又长, 经常有工作人员在上班时迷路其中。由于内部面积过大, 有些楼梯间距超过一公里远, 为方便员工正常活动, 酒店还为职工配备 45 辆高尔夫球场专用的高尔夫球车代步。

如此豪华的酒店, 服务当然非比一般, 他们以撒满玫瑰花瓣的银盘端上咖啡、亚麻布餐巾、杏仁可颂和进口矿泉水, 并会向女士顾客赠上鲜花。客房服务人员会在每天客房床单和枕头下放薰衣草, 让客人在氛香气氛下入眠; 单是沐浴, 就为客人提供了 7 种选择, 甚至酒店可以特别为客人准备香槟浴。

奢华也许只能满足人们的虚荣心, 酒店内无所不在的高科技才真正供给人们实实在在的享受。人们在酒店 100 公顷区域内的任何一处都可以



享受到无线上网的乐趣,即使是在游泳池边和私人沙滩上。客房内的高科技更是令人咋舌。入住的顾客会领到一个价值 2500 美元的掌上电脑。这个小巧的电脑带有一个 8 英寸大小的彩色显示屏,装有 Linux 系统,与电视、立体声音响以及其他装置相连。人们通过它可以设定叫醒电话、下载电影、录像或召唤服务员。酒店工作人员也通过类似的装置来遥控电视、灯光、声响和空调。

这座超豪华饭店所有房间都配备了号称“二十二世纪的设施”。50 寸或 61 寸的交互式等离子电视、无线高速因特网接入是该饭店所有客房的最低标配,套间配备更加高级,还有先进的笔记本电脑和集打印、扫描和传真等功能于一体的办公设备。客人在普通客房内能通过一个专门的触摸屏来控制房间内的所有设施,如灯光、空调温度、室内游戏和娱乐节目等。客人通过交互式电视,足不出户就能购买饭店商场里的东西、发出房间服务指示,或结账退房。有一个全职的安全官员负责酒店的网络,包括 16 个防火墙与侵入探测系统。若有需要,酒店电脑和播放网络可以完全与外界断开,就像美国政府的内部安全网一样。

酋长国宫殿虽落成不久,但已成为阿联酋一道崭新而亮丽的风景线,成为了与迪拜的“七星级饭店”——阿拉伯塔齐名的标志性建筑。而在阿联酋的外国人更愿意把酋长国宫殿称为位于阿布扎比的“八星级饭店”。

第一节 饭店的含义

饭店是伴随着人类旅行生活的开展而出现的,并伴随着人类社会的不断变化而发展变化。从古至今,延续不断,世界各地皆然,只是由于地域、语言、文化、风俗的差异,对于饭店的称呼各异,但是其本质是相同的。随着历史的变迁、时代的演进,饭店在功能和服务上发生了巨大的变化。了解并认识饭店,才能实现饭店从业者所追求的职业目标,努力使饭店成为文明、进步、积极、愉悦的消费体验满足之地。

一、饭店的概念

(一) 饭店的内涵

饭店(hotel)一词原为法语,指的是法国贵族在乡下招待贵宾的别墅。后来欧美的酒店业沿用了这一名词。在我国,由于地域和习惯上的差

异,有“饭店”“酒店”“宾馆”“度假村”“休闲山庄”等多种不同的叫法。

饭店是以建筑物为依托,主要通过客房、餐饮、娱乐等设施及与之有关的多种服务项目,向客人提供服务的一种专门场所。换言之,酒店就是利用空间设备、场所和一定消费物质资料,通过接待服务来满足宾客住宿、饮食、娱乐、购物、消遣等需要而取得经济效益和社会效益的一个经济实体。

(二) 饭店内涵的核心特征

1. 饭店是经过政府有关部门许可的。政府相关部门的许可意味着饭店必须获得营业执照,要符合政府对饭店行业的相关标准,接受检查与监督,遵守消防、卫生、价格、经营范围等的规定。

2. 饭店必须能够提供住宿、餐饮等基本项目与服务,也可以提供商品、娱乐项目等其他服务。

3. 饭店的接待服务对象应当大众化、无歧视,既包括外出旅游的客人,也包括本地的居民。既包括某些有特殊身份或阶层的人,也包括广大的普通消费者。

4. 饭店设施与场地具有商业性特征,公开经营,有偿服务。

5. 饭店作为企业组织,自主经营,独立核算,自负盈亏,自担风险,合理竞争,自谋发展。

二、饭店的功能

饭店的功能是指饭店为满足宾客的需求而提供的服务所发挥的效用。由于客源及其需求的变化,现代饭店的功能已较传统的饭店时期有了很大的发展,其功能日益多样化。按照其出现时间的先后,我们可将饭店的功能分为饭店的传统功能和饭店的现代功能。

(一) 传统功能

饭店的传统功能是指饭店出现之初就已具有的功能,主要包括住宿和餐饮。

1. 住宿

这是饭店的首要功能。客房作为饭店的整体和存在基础,通常位于饭店建筑物的上部,为客人的休息、睡眠、工作和会客等活动提供安全、安静、舒适、温馨的场所。根据目标客源的需求特点,客房一般分为标准房、单人房、双人房、多人房、商务房、套房等多种类型,各占合理的比

例。在不同档次的客房中,同档次的客房一般设在同一楼层,高档次的客房设在高层楼,总统套房、豪华套房则设在顶层。

客房一般包括睡眠空间、书写空间、起居空间、储藏空间、盥洗空间、行走空间等,根据客房的等级、类型,这些空间或集中于一室,或分设于二室、三室或更多厅室。

2. 餐饮

饭店的餐饮设施包括为客人提供菜肴食品和酒品饮料的场所与设施。它一般设在便于各种客人进出的地方,如建筑物的1 1/2层,沿街饭店可靠街设置餐厅,朝街开设一门;高层饭店还可在顶层设置餐厅(旋转餐厅),使客人在用餐时能俯瞰周围景观。

饭店的餐厅包括宴会厅、西餐厅、自助餐厅、以及中式餐厅、特色餐厅等多种类型,具体设置应根据餐厅的客源市场和饭店本身的技术力量来确定。咖啡厅和酒吧是现代高级饭店不可缺少的餐饮设施,是客人休闲、社交、商谈、会友的场所。咖啡厅的位置及布局比较自由,以能赏景最为理想,我国三星级以下饭店往往把咖啡厅与西餐厅合二为一。酒吧可设一个,也可设多个,一般与大堂、娱乐场所等组合在一起。

(二) 现代功能

饭店的现代功能是随着社会的变化和客人的需要而逐步建立并完善起来的,以期招来更多的客人。主要包括商务、康体娱乐、购物、家居、度假和会议等。

1. 商务

随着商务客人所占比例的增大,饭店的商务功能日趋重要。除设置商务中心提供复印、传真、打字、票务、特快专递等服务项目外,饭店通常还设有大小会议室、洽谈室,配备同声传译、翻译、秘书、音响、投影等服务设施和项目,保证客人的商务活动顺利进行。此外,为适应商务客人的需要,配置大型办公桌、电脑、Internet接口、传真机等商务设施的商务客房也应运而生。未来的饭店将通过高科技的武装而更加智能化、信息化,从而使商务客人的需求得到最大程度的满足。

2. 康体娱乐

随着人们生活方式的改变,市场对饭店产品多元化的需求进一步增强,饭店中对康体娱乐设施的需求从单一到多样化,从低档到高档,康体娱乐设施在饭店中所处的地位稳步提高。

康体设施主要有健身房、桑拿浴室、保龄球室、台球室、网球场、游泳池、高尔夫球场等，占地大小、场地选择、设施繁简一般根据饭店实际情况决定。娱乐设施主要包括歌舞厅、卡拉 OK 厅、棋牌室、电子游戏厅、影视厅等，通常设在饭店底层后部、侧面及裙房或公共设施区域，以不对其他区域造成噪音污染为宜。

3. 购物

一般大型饭店设有商场，最常见的是设在大堂旁边，商场内以精品、工艺品、当地特色旅游商品和土特产品最为多见，也有一般生活用品，满足住店客人的需要。也有大型饭店利用沿街门面开设商场，面向社会，以多种经营来增加饭店营业收入。

4. 家居

饭店是客人的“家外之家”，应努力营造梦“家”的气氛，使入住饭店的客人像在家一样亲切、温馨、舒适、方便。尤其是公寓饭店，一般带有生活住宿性质，主要为常住客服务，自助服务设施要齐全（如自助厨房、自助洗衣机），客人自由方便，家居功能尤为典型。

5. 度假

随着中国度假旅游市场的兴起和不断地发展，人们对度假型饭店的需求日益增长。度假型饭店通常提供家庭式环境，客房能适应家庭度假、几代人度假和独身度假的需要。一般位于风景名胜区内或附近，娱乐设施齐备。著名的旅游胜地，如夏威夷、加勒比海地区以及我国三亚的绝大多数饭店均属度假饭店。

6. 会议

饭店可为各种从事商业、贸易展览、科学讲座和会议等的客人提供会议、住宿、膳食和其他相关的设施与服务。饭店内有大小规格不等的会议室、谈判室、演讲厅、展览厅。专门的会议饭店还配备有各种召开大型会议和国际会议必需的音响设施和同声传译设备，可供召开远程电视、电话会议以及多国语言同声传译的国际会议、各类企业的新产品推介会、业务洽谈会和新闻发布会等使用。

上述功能是饭店的一些基本功能，一般而言，饭店的市场定位不同，各功能的重要性也不同。饭店档次越高，硬件设施越完善，服务功能也就越多。可见，现代饭店已不仅仅是住宿产业，而是为大众提供多种服务、具备多种功能的“生活产业”。

现代饭店的经营者总是想最大限度地扩大饭店的服务功能,以求给客人更多的方便与舒适,提高客人的满意度,从而树立饭店良好的社会形象。同时也以多种经营来增加饭店的营业收入。



阅读材料

澳门威尼斯人 Venetian Macao 度假村酒店

澳门威尼斯人酒店是一家集美食、佳酿、购物、住宿、娱乐及商务于一身的真正的超五星级的大型娱乐度假酒店。

这家由美国拉斯维加斯金沙集团投资的威尼斯人度假村,投资约200亿美元。威尼斯人酒店以意大利水都威尼斯为主题,酒店内有充满威尼斯特色的拱桥、小运河及石板路,充满威尼斯人浪漫狂放享受生活之异国风情。威尼斯人酒店楼高39层,共有3000间豪华套房,澳门威尼斯人会议展览及宴会中心,净使用空间约120 000平方米,面积是香港会展中心的2倍,提供超过75 000平方米的展览场地,108间会议厅可灵活满足各类需求。有15 000座位宴会厅,2 000座位表演厅,大运河购物中心,零售及餐饮设施93 548平方米。威尼斯人娱乐场面积超过50 000平方米,共有850张赌桌,4 100台角子机(老虎机),赌桌数量居全世界第一。

资料来源: <http://baike.baidu.com>

三、饭店的地位与作用

饭店作为旅游业的支柱,在旅游乃至国民经济中占有重要的地位。

(一) 饭店是旅游业的重要支柱

饭店是旅游者在旅游目的地开展活动的基地,是旅游经营活动必不可少的物质条件。缺乏适量饭店的依托,任何一个地方要发展旅游业都是不切实际的。因此,作为旅游业的“三大支柱”之一,饭店是旅游供给的必不可少的构成要素。

资料表明,饭店业的收入往往占旅游业收入的1/2以上,它尤其是创造外汇收入的重要部门。因为饭店提供的服务具有就地劳务出口的性质,其创汇率比一般外贸出口要高,对平衡国际收支有着良好的作用。我国把旅游业作为三大外汇来源之一,饭店外汇收入占了其中相当大的部分。因此,饭店业的发展水平往往标志着接待地区、接待国家旅游业的发展水平。

（二）饭店为社会创造就业机会

饭店业属于劳动密集型行业，需要大量的管理和服务人员，因此，具有很强的就业吸纳能力，可以直接和间接地解决相当人数的就业问题，社会效益显著。根据有关机构测算，饭店业每增加1间客房，就可为社会提供1~3个直接就业岗位和3~5个相关行业的间接就业机会。根据国际统计资料 and 我国近年来的实践经验，高档饭店每增加1间客房，可以直接和间接为5~7人提供就业机会；中低档饭店每增加1间客房，则可以为4~5人提供就业机会。因此，饭店建设是扩大社会就业的途径，世界很多地区靠兴建饭店设施增加就业机会、减少失业人口。

（三）饭店带动其他行业的发展

饭店业的发展可带动其他行业的发展，如建筑业、装修业、设备制造业、轻工业、食品加工业等，对活跃国民经济起到了很大的促进作用。有关统计表明，一家饭店住客开支的60%花费在饭店以外的其他行业，而且，在饭店消费的物品大都是社会其他有关行业提供的。因此，饭店实际上间接地刺激了其他行业的发展，具有相当大的“乘数效应”。

（四）饭店促进了社会消费方式和消费结构的发展

饭店向饭店所在地的居民提供活动场所，如饭店的餐饮、娱乐等设施，会吸引本地居民，使之成为当地社交活动的中心。饭店为客人提供的服务将越来越多，就必然促进人们的消费方式和消费结构发生变化，也有利于社会经济的发展。

（五）饭店是对外交往、社会交际活动的中心

饭店已成为一个城市、地区乃至一个国家市政建设和社会公共设施必不可少的组成部分，是当地对外交往、社交活动的中心。饭店业的发展对当地政治、经济、文化等方面的发展有着重要影响，刺激和促进了对外交往，提高了社会文明程度。

第二节 饭店的类型和等级

一、饭店的类型

世界上饭店的类别繁多，通常可根据其客源市场、经营规模、地理位置、经营性质、投资费用、计价方式等因素来划分饭店的类型。