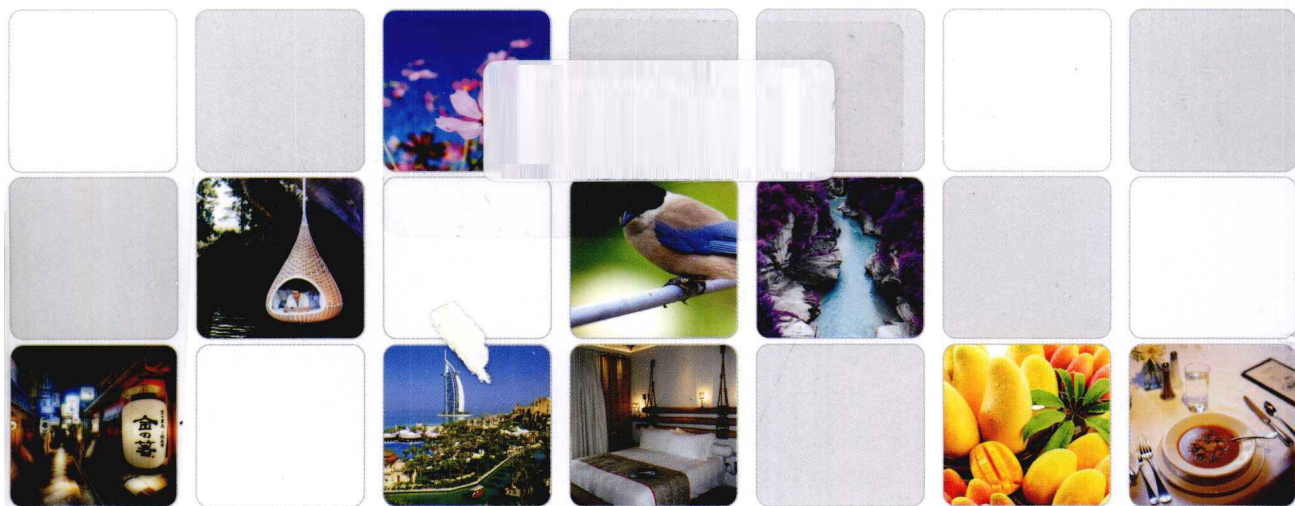


新世纪普通高校旅游管理系列教材

现代饭店管理 精要

XIANDAI FANDIAN GUANLI
JINGYAO

申 思 编 著



河南大学出版社

新世纪普通高校旅游管理系列教材

现代饭店管理精要

XIANDAI FANDIAN GUANLI JINGYAO

申 思 编著

河南大学出版社

• 郑州 •

图书在版编目(CIP)数据

现代饭店管理精要/申思编著. —郑州:河南大学出版社, 2012. 12

新世纪普通高校旅游管理系列教材

ISBN 978-7-5649-1100-3

I. ①现… II. ①申… III. ①饭店—管理企业—高等学校—教材

IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 298268 号

责任编辑 苏 娜

责任校对 胡 军

封面设计 王四朋

出版发行 河南大学出版社

地址:郑州市郑东新区商务外环中华大厦 2401 号 邮编:450046

电话:0371-86059712(高等教育出版分社)

0371-86059713(营销部)

网址:www.hupress.com

排 版 郑州市今日文教印制有限公司

印 刷 郑州市今日文教印制有限公司

版 次 2013 年 4 月第 1 版

印 次 2013 年 4 月第 1 次印刷

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 17

字 数 403 千字

定 价 34.00 元

(本书如有印装质量问题,请与河南大学出版社营销部联系调换)

总 序

蓬勃发展、生机无限的旅游业,给旅游高等教育带来了前所未有的机遇和挑战。旅游产业的转型升级以及旅游新业态的不断涌现,要求旅游高等教育根据旅游形势变化的新特点,不断调整人才教育指导思想,改进人才培养模式,革新教学实践方法,提高人才培养质量,以满足旅游业的发展需要。2012年教育部新颁发的本科专业目录把作为工商管理下属二级学科的旅游管理,上升为一级学科,这为我国旅游高等教育体系的构建和发展提供了新的平台和动力,进一步促进了众多旅游院校在课程建设和教材建设等方面的规范化和科学化。

然而,旅游高等教育在快速发展的过程中,依然存在一些比较突出的问题,如人才培养定位模糊、教材建设相对滞后、课程设置较为混乱、教学培养模式中理论和实践相脱节等。在这些问题中,教材建设无疑是最主要的问题。因为,教材是体现教学内容和教学方法的知识载体;是进行教学的基本工具;也是实现教育教学改革,全面培养学生创新能力、实践能力和就业能力的重要保证。鉴于此,河南大学出版社组织部分高校专家编写了这套兼具理论性和实践性的旅游管理系列教材,期望能有所创新,为推动教学改革贡献一份力量。

本套教材在编写过程中,吸收国际同类和国内现有教材的优点,根据当前旅游管理专业人才需求和旅游业的发展前景,以“创新型应用人才培养”为特色,调整课程内容及教学大纲,把知识学习和技能培养融入其中,加强应用性、先进性和创造性,以期达到提高学生就业竞争力的目的。其特色有以下几点:

第一,前沿性。本套教材在力求系统、完整和准确地介绍旅游管理专业基本理论和知识的前提下,突出资料全、观点新的特色,尽可能地将当前国内外旅游产业发展的前沿理论和热点、焦点问题吸纳进来,使内容既具有理论深度,又能反映行业最新动态。

第二,应用性。本套教材在各个环节有意识地体现出旅游管理专业应用性的特点。从学生就业所需的专业知识和实践能力着眼,在适度基础知识与理论体系的覆盖下,将理论知识模拟化、案例化和实践化,加强学生对其在实践中的操作应用能力。在内容设计上,既阐述理论,又联系实际;在体例设计上,增加了案例解析和延伸阅读等内容。

第三,可读性。本套教材摒弃传统教材知识点设置按部就班、理论讲解枯燥无味的弊端,改变其晦涩呆板的固有面貌,力求写作风格简洁凝练、新颖活泼,通过案例解析和实践引导的方式来增强教材的可读性,达到学生愿意读、乐意学的目的。

第四,完整性。本套教材的编写打破过去各科教材只对自身结构和内容进行孤立思

考的局⯈面,注重内容结构的整体性,在通盘调查研究和分析的基础上,明确各门课程间的衔接、交叉和分工,避免教材内容上的重复和逻辑上的矛盾。

本套教材不仅是高等院校旅游管理专业教育教学用书,也可作为旅游管理部门、旅游企业专业人员培训的参考书。我们希望本套教材能为旅游创新人才的培养作出一定贡献,也欢迎各位专家和读者对本套教材提出宝贵意见,以利于今后的不断修订和完善。

最后,借此机会感谢河南大学出版社为教材的出版所付出的辛勤劳动,感谢各位参与编写的专家和学者对其所作出的不懈努力!

编委会

2012年12月12日

前 言

编著《现代饭店管理精要》是作者多年的夙愿。因为对酒店行业的特殊情结、对酒店管理专业教育的使命感以及在酒店管理专业领域二十余年教学研究经验的积累,作者冀望通过本书对纷乱的资料进行一次提炼和升华。

随着饭店业的发展,硬件和软件等方面都产生了很多的新事物,很多的新课题也被相继提出。同时,饭店运行与管理中的新概念和新经验也在不断形成和完善。本书充分考虑这些新的发展态势,在饭店管理学科体系的大框架中增加了学术积累的有关内容,增加了具有时代气息的内容。

《现代饭店管理精要》第一个特点是突出教材的时代感和新鲜感。本书每章开篇前有精心设计的导入案例,课后有案例分析、课后阅读,这些内容在选材方面充分体现前沿性和时尚性。作者在力所能及的情况下,尽量吸收渗透国内外饭店管理的最新成果,与同类教科书相比,本书增加了经济型饭店、主题饭店和绿色旅游饭店的管理理念,饭店的经营理念以及饭店投资的规划与设计等内容。这些理论在同类教材中较少涉及,但都是饭店运行与管理中非常重要并具有实践意义的部分。第二个特点是突出重点。本书的重点在于饭店的整体运行与管理,通过增加饭店业鲜活的案例,使学生视野展开,主动将管理理论升华为管理实践。

全书共囊括九章内容:饭店概述、饭店管理理论与方法、饭店决策与计划管理、饭店组织管理、饭店企业营运管理、饭店战略管理、饭店质量管理、饭店联合体经营与管理、现代饭店投资筹划与筹备管理。作者在编写过程中,借鉴了大量酒店管理专家、学者的观点和资料,在这里深表感谢。

本书是作者在教学第一线不断积累和探索的教学成果,在目前几十种不同版本同类教材中,努力汲取精华,深入浅出,力求打造出既具有西方先进的管理理念,又不乏前沿性饭店体验的教材,可用作旅游院系的本科生和大专生教材用书,还可适用于饭店管理人员和基层员工培训用书,因此具有良好的市场前景。

主编申思,系河南大学历史文化学院旅游系副教授。全书一至九章内容均由申思独自编著。在这里特别感谢酒店业给我提供的第一手资料,感谢我的学生徐宝见对我编著工作的大力帮助,感谢河南大学教务处和河南大学出版社的鼎力相助与扶持。

申 思

2012年7月26日

目 录

第一章 饭店概述.....	(1)
第一节 饭店内涵、发展与展望	(2)
第二节 饭店类型.....	(13)
第三节 饭店等级.....	(18)
第四节 饭店产品.....	(21)
第二章 饭店管理理论与方法.....	(28)
第一节 饭店管理及其主要内容.....	(30)
第二节 古典管理理论.....	(35)
第三节 行为科学理论.....	(38)
第四节 现代管理理论.....	(41)
第五节 饭店管理的基本职能.....	(46)
第六节 中西方饭店业管理思想比较.....	(54)
第三章 饭店决策与计划管理.....	(67)
第一节 饭店决策管理概述.....	(68)
第二节 饭店计划管理概述.....	(70)
第三节 饭店计划编制与执行.....	(76)
第四章 饭店组织管理.....	(92)
第一节 饭店组织概述.....	(93)
第二节 饭店组织结构.....	(95)
第三节 饭店组织创新与发展趋势.....	(100)
第四节 饭店制度管理.....	(104)

第五章 饭店企业营运管理	(114)
第一节 饭店房务营运与管理.....	(115)
第二节 饭店餐饮营运与管理.....	(123)
第六章 饭店战略管理	(136)
第一节 企业战略管理概述.....	(137)
第二节 饭店的经营战略.....	(140)
第三节 饭店战略评价与控制.....	(148)
第七章 饭店质量管理	(156)
第一节 饭店服务质量管理.....	(157)
第二节 饭店全面质量管理.....	(162)
第三节 顾客满意的质量战略.....	(169)
第八章 饭店联合体的经营与管理	(174)
第一节 饭店联合体与饭店集团的区别与联系.....	(175)
第二节 饭店联合体经营的发展脉络.....	(176)
第三节 饭店联合体经营的动因、类型和特征	(183)
第四节 饭店联合体经营的管理及发展趋势.....	(192)
第九章 现代饭店投资策划与筹备管理	(209)
第一节 饭店策划与可行性论证概述.....	(210)
第二节 饭店投资策划.....	(214)
第三节 饭店筹建策划.....	(220)
第四节 饭店承运策划.....	(229)
第五节 现代饭店筹备管理.....	(245)

第一章 饭店概述

【教学要点】

知识要点	掌握程度	相关知识
饭店内涵	掌握	饭店定义,饭店的功能要素和企业要素
中西方饭店发展史和趋势	掌握	西方饭店业发展的四个时期,中国饭店业的发展阶段划分及发展趋势
饭店类型	熟悉	根据市场和宾客特点分类 根据饭店的收费方案分类 根据饭店的规模分类 根据饭店的建筑投资费分类
饭店等级	熟悉	国内饭店等级制定、美国饭店等级界定、欧洲饭店等级界定
饭店产品特征	掌握	知识、劳动复合密集性,有形与无形结合,产品评价的差异性,产品价值具有不可储存性,生产、服务、销售具有同步性,产品的脆弱性

【导入案例】

饭店软件与硬件识别

在星级酒店,坐等三五个钟头仍无法入住;电脑连不上网络,发不了传真,却找不到技术人员……一边是心急上火的游客,一边是慢慢吞吞的服务员。对于在澳大利亚旅行的中国人而言,上述经历并不新鲜,以至于中国游客有了“五星级酒店,四星级硬件,三星级服务”的调侃。这句调侃当然值得澳大利亚旅游界人士深思,它点出了澳旅游服务业的硬伤:一方面,澳大利亚凭借其得天独厚的自然禀赋和地理优势,已成为中国人出境游的热门之选;另一方面,在硬件环境和服务水准等领域,澳旅游服务业遭遇愈发严重的发展瓶颈,已开始影响旅游目的地的美誉度。

第一节 饭店内涵、发展与展望

一、饭店的基本概念

(一)《大不列颠百科全书》对饭店的定义

饭店是在商业性的基础上向公众提供住宿,往往也提供膳食的建筑物。

(二)(学者戴斌观点)基本概念

饭店是在某一个或相连的一群设施里,向公众(主要是旅游者)提供住宿设施和相关的餐饮、商务、康乐等服务的企业。

从微观视角看,饭店可以作为基层运营单位集合体;从中观视角看,饭店可以作为一个法人经济组织、一个全球化产业。

饭店管理和经营的范围与重点是:一座设施设备完善、公众周知、经政府批准的实体建筑;必须提供住宿设施设备,多数也提供餐饮、商务和康乐设施、设备;提供与实体产品相匹配的服务;服务对象是以旅游者为主体的公众;提供服务是以营利为目的;具有企业的所有基本特征。

(三)(作者观点)饭店定义

现代饭店是指功能要素和企业要素达到国家标准,能够为旅居宾客及其他宾客提供住宿、饮食、购物、娱乐及其他服务的综合性和服务性企业。

1. 饭店的功能要素

(1) 饭店必须以房屋建筑和设备设施为依托,有足够的场地和外部环境设施,满足宾客的旅居生活及社会需求。

(2) 饭店必须提供前厅、客房、餐饮和其他服务,有满足各种旅居和社会需求的使用功能。

(3) 饭店为保证其实用功能,要按国家标准配备各种设备设施及所需要的物资用品。

(4) 饭店的管理人员和服务人员构成了其从业人员,他们是经过系统培训、具备饭店行业素质的专业人员,具有不可替代性,其主要职责是为宾客服务。

(5) 饭店功能的发挥要有良好的环境和氛围,给宾客提供良好的生活空间。环境和氛围要从空间布局、装饰格调、环境艺术、员工形象、服务设计、绿色环保、安全保卫、清洁卫生等方面体现和渲染。

(6) 饭店作为一个企业,有自己的经营理念和行业规范。经营理念是饭店经营的共同信念,有了经营理念,饭店才可能有良好的组织行为和理想的经济效益。行规是在法规之外的、为了指导和规范各单体及全行业的活动和行为而约定俗成的行为规范。它是饭店业多年来对饭店活动规律的一种共识,对饭店和宾客都有指导意义和约束力,中国旅游饭店协会制定的《中国旅游饭店行业规范》就是一个成文的行规。

2. 饭店的企业要素

(1) 合法的法人资格。饭店应当有法定的生产要素,有固定的经营场所和专有的饭店名称,有健全的组织机构和职能人员,在法律和政策允许的范围内经营,必须经过工商管理机构的登记并取得营业执照和其他各种合格证照。

(2) 相应的生产要素。饭店的生产要素主要有:一定规模可供独立支配的固定资产、一定量的可供周转用的流动资金、一支专业的管理和服务人员队伍、一套完备的信息系统等。

(3) 正常的经营活动。饭店所从事的经营活动主要是生产饭店产品,满足宾客的需求,在此基础上取得经济效益。

(4) 合理的产权制度。在市场经济条件下,饭店作为企业,在产权制度上必须与市场经济相适应。产权是法定主体对财产所拥有的所有权、占有权、支配权、使用权、收益权、处分权、转让权的总和。出资者权利和法人财产权的分离是市场经济条件下产权制度的典型特征。

(5) 独立的企业法人。饭店独立法人资格的本质是“自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束”,即饭店在财产、人事、利益和责任上都独立自主。

二、西方饭店业的发展历史

(一) 古代客栈时期(12 世纪至 18 世纪)

这一时期开始于公元 11~18 世纪,真正流行于 12 世纪,15~18 世纪开始盛行,以英国客栈最为著名。1425 年,英国著名的天鹅客栈和黑天鹅客栈开业。在欧洲其他国家,如法、意、瑞士、奥地利等,客栈也相当普遍,其客源是传教士、信徒、信使和商人。其特点是规模小、设备简陋、多设在乡间或小镇,距离一般相当于马匹一天可以行走的路程,几乎没有什么服务,客人挤在一起睡觉,吃的是和主人差不多的家常饭,只能满足人最基本的需求。其经营目的不是为了营利。

这一时期客栈的特点是:规模都很小,建筑简单、设备简易、价格低廉,仅提供简单食宿、休息场所或车马等交通工具;管理上,以官办为主,也有部分民间经营的小店,即独立的家庭生意,是家庭住宅的一部分,家庭是客栈的拥有者和经营者,没有其他专门从事客栈管理的人员。后来,随着社会的发展,旅游活动种类增加,客栈的规模也日益扩大,种类不断增多,诸如后期的英国客栈有了很大的改善。到了 15 世纪,有些客栈已拥有 20 间到 30 间客房,当时比较好的客栈通常拥有了酒窖、食品室和厨房,还有供店主及管马人用的房间。许多古老客栈还都有花园、草坪以及带有壁炉的宴会厅和舞厅。此时的英国客栈已是人们聚会并相互交往、交流信息的地方。实际上,在 18 世纪,世界许多地方的客栈不仅仅是过路人寄宿的地方,还是当地的社会、政治与商业活动的中心。可以说这些简单的住宿设施不是完整意义上的饭店,而是饭店的雏形。

(二) 豪华饭店时期(18 世纪末至 19 世纪中叶)

19 世纪初的饭店以昔日法国凡尔赛宫上流社会的生活方式为样板,模仿宫中的豪华设施和服务内容,无论是宏伟的建筑外观、高雅的内部装修、奢华的法国大菜、精美的餐具,还是用餐的各种规定和形式都是王公贵族商业化的结果。

巴登-巴登是罗马时代著名的温泉疗养院,它的出现引起欧洲上流社会的普遍关注,从而大兴建造豪华饭店之风。颇具代表性的还有 1880 年在巴黎建成的巴黎大饭店,1885 年在拿破仑三世亲自授意下建成的规模宏大的卢浮宫大饭店,1889 年开业的伦敦萨伏依旅馆。此时出现一位著名的瑞士籍旅馆主凯撒·里兹,他专门建造、经营最豪华的旅馆,他的出现最终使住宿产业从客栈时代进入了豪华饭店时代。

里兹于 1850 年出生在瑞士,在与王公贵族、富豪名流的接触中,他熟悉并掌握了他们的嗜好、习惯和虚荣心。27 岁时他被任命为当时在巴黎规模最大、最豪华的疗养饭店——建在卢塞恩的国立豪华饭店的总经理,尽管该饭店的经营始终没有摆脱赤字的羁绊,但在里兹就任总经理后的 11 年间,却一直是全欧洲上流社会夏季的社交场所。

里兹之所以在饭店界享有崇高的声誉,主要是由于他具有卓越的服务才能,而他作为饭店经理在事业上取得巨大成功则有赖于他的亲密合作者——被誉为西餐史上最伟大厨师的乔治·奥古斯特·埃斯科菲尔的忠诚合作。里兹和埃斯科菲尔两人曾合作经营过欧洲很多高级饭店,如 1889 年在伦敦开业的非常有名的萨沃伊饭店,1897 年两人离开萨沃伊饭店,次年在巴黎开设了里兹饭店,1899 年又在伦敦开设了卡尔顿。里兹被誉为“王之旅馆主”、“旅馆主之王”,他的至理名言是“客人永远不会错”。但此时饭店客源仅限于王室、贵族、官宦、社会名流,供他们出来炫耀身份。而作为旅馆主,其经营理念并非是取得多少经济收益,而是取悦于上层,满足其虚荣心。

(三) 商业饭店时期(19 世纪末至 20 世纪 50 年代)

商业饭店时期是世界各国饭店最为活跃的时代,是饭店业发展的重要阶段,它使饭店业最终成为以一般庶民为服务对象的产业,从各个方面奠定了现代饭店业的基础。

20 世纪初,美国出现了大旅馆主埃尔斯沃思·米尔顿·斯塔特勒,他将饭店客人面向一般庶民,讲究舒适、方便、清洁,而不追求奢华。1908 年,他在美国布法罗开业的布法罗·斯塔特勒饭店拥有 300 间客房,是全美第一家全部客房附设卫生间的饭店,使人耳目一新。“一个房间一浴室,一个美元零五十”,直到现在,斯塔特勒饭店的设施、设备及服务规格等方面仍然是美国饭店业界的样板。饭店内设有专门的安全通道,钥匙孔设计在门把手上(便于客人在黑暗中找到),房间电灯开关安装在进门入口处,全部客房配有电话和大型挂衣壁橱,并附设卫生间,卫生间内装有大型平面镜和专用冷水龙头,每天为客房免费提供报纸等,这些服务项目都是当年斯塔特勒开创的。

继布法罗·斯塔特勒饭店之后,斯塔特勒又先后在克利夫兰、底特律、圣路易斯等地建造了拥有 1000 间客房以上规模的大型饭店,直至 1928 年他 65 岁去世的时候,已拥有 7250 间客房。斯塔特勒开创了饭店经营管理的新纪元,其经营以赢利为目的,降低成本以获得最佳利润,并开始向标准化、连锁化迈进。斯塔特勒还参与办学,如资助美国康奈尔旅馆学院、柏林的旅馆管理学院、伯尔尼大学旅馆经济专业等。

(四) 现代新型饭店时期(20 世纪 50 年代以后)

20 世纪 50 年代,饭店进入联号时期,联号化战略成为重要的研究课题。饭店联号具有五大优势:其一,在市场开发与销售方面,表现为统一标识的广告和强大的推销;其二,发挥预定中心的高效能;其三,培训与任用人才;其四,大批量采购,价格优先;其五,筹措丰厚的资金。

康拉德·N. 希尔顿是一位具有传奇式的人物,他于 1945 年买下史蒂文森饭店,改名为康拉德·希尔顿,1949 年买下华尔道夫·阿斯特里亚饭店,1954 年以 1.11 亿美元买下斯塔特勒联号,为表彰斯塔特勒在业界功绩,这些饭店仍沿用原名。1963 年与其他企业家共同建造 46 层 2131 间客房的纽约·希尔顿,并于 1964 年专门成立了海外部,1977 年属海外部领导的分散在世界各地的希尔顿饭店已增加到 75 家,从而使饭店业真正成为了一种国际性事业,这是希尔顿的一大功绩。

希尔顿在饭店经营方面的功绩可以与斯塔特勒相提并论,他们的经营思想共同构成了现代饭店经营理论的基础,主要是在饭店联号化理论方面的革新创造,即采用“负责运营式”,不承担固定资产的巨额投资,联号总部对饭店经营财务上的责任也不予承担,饭店的经营主体仍是拥有该饭店的企业,将具体的运营管理业务委托给联号总部,联号总部则根据双方签订的契约收取一定的管理费。管理费一般包括按营业额一定比例或固定金额收取的基本管理费和从利润中按一定比例收取的业绩管理费这两个部分。希尔顿最初的尝试是 1949 年在波多黎各的圣胡安进行的。当时,希尔顿与波多黎各政府的开发公司签订了建造和管理饭店的契约,规定饭店建造及土地征用由波多黎各方面承担,饭店的运营管理由希尔顿公司负责。作为希尔顿饭店联号第一个海外成员的卡里贝·希尔顿为成功地推进海外饭店联号提供了宝贵经验,从此,饭店联号的海外成员不断增加,成了希尔顿饭店公司的主要经济来源。

希尔顿另一大卓越之处是他进一步继承和发展了斯塔特勒开创的统计管理的传统。设在洛杉矶的希尔顿饭店联号总部每天要接受来自世界各地的下属饭店当天的有关客房利用率及营业收支的报告。希尔顿的至理名言是“我要让每一寸土地长出金子来”。无论希尔顿饭店发生多大的灾难,其服务员脸上永远保持微笑。

在现代新型饭店时期,饭店业发达的地区并不仅仅局限于欧美,而是遍布全世界。亚洲地区的饭店业从 20 世纪 60 年代起步发展到如今,其规模、等级、服务水准、管理水平等方面毫不逊色于欧美的饭店业。在美国《机构投资者》杂志每年组织的颇具权威性的“世界十大最佳饭店”评选中,亚洲地区的饭店往往占有半数以上,并名列前茅。由香港东方文华饭店集团管理的泰国曼谷东方大饭店,十多年来一直名列榜首。在亚洲地区的饭店业中,已涌现出较大规模的饭店集团公司,如日本的大仓饭店集团、新大谷饭店集团,香港东方文华饭店集团、丽晶饭店集团,新加坡香格里拉饭店集团、文华饭店集团等,这些饭店集团公司不仅在亚洲地区投资或管理饭店,并且已扩展到欧美地区。

现代饭店的主要特点表现为:旅游市场结构的多元化促使饭店类型多样化,如度假饭店、观光饭店、商务饭店、会员制俱乐部饭店;市场需求的多样化引起饭店设施的不断变化,经营方式更加灵活;饭店产业的高利润加剧了市场竞争,使饭店与其他行业联合或走向连锁经营、集团化经营的道路;现代科学技术革命和科学管理理论的发展,使现代饭店管理日益科学化和现代化。

三、中国饭店业的历史演变

中国是文明古国,也是世界上最早出现饭店的国家之一。远在 3000 多年前,殷商就出现了官办的“驿站”,它是中国历史上最古老的官办住宿设施。

（一）中国古代的饭店业

在周代,为了便于 71 个诸侯国向王家纳贡和朝见,国家在交通要道处修筑了供客人投宿的“客舍”。这些驿站或客舍是中国历史上最古老的住宿设施,主要是为了满足办理各种公务、商务和外交以及军事人员的基本生存需要——食宿而设立的。

战国时期,由于农业、手工业的进步和商业的发展,民间的客店业初步形成并不断发展和完善。两汉中期,由于对外贸易的日益发展,长安城内建造起 180 多所“群鄙”,供外国使者和商人食宿。南北朝时期出现了“邸店”,供客商食宿、存货和交易。宋朝出现了众多的“同文馆”、“大同馆”、“来宾馆”等。这些住宿设施不但提供客房,还提供酒菜饭食,晚上还有热水洗身,可以说这些民间的客店和旅馆,是现代意义上饭店的雏形。

（二）中国近代的饭店业

中国在近代由于受到外国帝国主义的入侵,沦为半殖民地半封建社会。当时的饭店业除有传统的旅馆之外,还出现了西式饭店和中西式饭店。

西式饭店是 19 世纪初由外国资本建造和经营的饭店的统称。这类饭店规模宏大、装饰华丽、设备先进,经理人员皆来自英、法、德等国,接待对象主要以来华外国人为主,也包括当时中国上层社会人物及达官贵人。其代表有北京的六国饭店、北京饭店,天津的利顺德饭店和上海的理查德饭店等。这些饭店除了提供基本的食宿外,还具备游艺室、浴室、理发室等,是中国近代饭店业中的外来部分,是帝国主义列强入侵中国的产物,为帝国主义的政治、经济、文化服务。但西式饭店的出现对中国近代饭店业的发展也起了一定的促进作用,它把西式饭店的建筑风格、设备配置、服务方式、经营管理的理论和方法带到了中国。

中西式饭店是在西式饭店带动下,由中国的民族资本投资兴建的一大批中西风格结合的新式饭店。这类饭店在建筑式样、店内设备、服务项目和经营方式上都受到了西式饭店的影响,而且在经营体制方面也仿效西式饭店的模式,实行饭店与银行、交通等行业联营。至 20 世纪 30 年代,中西式饭店的发展达到了鼎盛时期,在当时的各大城市中,均可看到这类饭店。中西式饭店将输入中国的欧美饭店业经营观念和方法与中国饭店经营环境的实际相融合,成为中国近代饭店业中引人注目的部分,为中国饭店业进入现代饭店时期奠定了良好的基础。

（三）中国现代的饭店业

我国现代饭店业的发展历史不长,但速度惊人。新中国成立后,我国的各省会、直辖市和风景区通过改建老饭店,建立了一批宾馆、招待所,其功能主要是干部休养、接待公事访问,盈利并不是这些饭店的主要经营目的。自 1978 年我国开始实行对外开放政策以来,大力发展旅游业为我国现代饭店业的兴起和发展创造了前所未有的良好机遇。

在行业规模扩大、设施质量提升的同时,我国饭店业的经营观念也发生了质的变化,经营管理水平得到了迅速的提高。从 1978 年至今,我国饭店业大体经历了四个发展阶段:

第一阶段(1978 年至 1983 年),由事业单位招待型管理走向企业单位经营型管理。这一时期的饭店,很大部分是从以前政府的高级招待所转变而来的,在财政上实行统收统支、实报实销的制度,基本没有上缴利润,没有任何风险;服务上只提供简单的食宿,不提

供满足客人要求的各种服务项目;经营上既没有指标,也没有计划,因此,作为一个饭店也就既没有压力,又缺乏活力,与满足国际旅游业发展和为国家增加创汇的要求极不相称。

第二阶段(1984年至1987年),由经验型管理走向科学管理。1984年,我国饭店业在全行业推广北京建国饭店的科学管理方法,走上了与国际接轨的科学管理轨道,这是我国饭店业在发展中迈出的第二步。企业化管理进程开始加快,科学管理体系开始形成,经营方式变灵活,管理队伍活力增强,服务质量明显上升,经济和社会效益得以提高。

第三阶段(1988年至1994年),吸纳国际上通行做法,推行星级评定制度。这一制度使我国饭店业进入到国际现代化管理新阶段。为使我国迅速发展的饭店业能规范有序地发展并与国际饭店业的标准接轨,1988年9月,经国务院批准,国家旅游局颁布了《饭店星级标准》,并开始对旅游涉外饭店进行星级评定。我国的饭店星级标准,是在对国内外饭店业进行大量调查研究的基础上,参照国际通行标准并结合我国实际情况,在世界旅游组织派来的专家指导下制定出来的。1993年,经国家技术监督局批准,定为国家标准。饭店星级是国际饭店业的通用语言。我国饭店业实行星级制度,可以促使饭店的服务和管理符合国际惯例和国际标准。评定星级既是客观形势发展的需要,也是使我国饭店业进入规范化、国际化、现代化管理新阶段的需要。

第四阶段(1994年至今),我国饭店业逐步向专业化、集团化、集约化经营管理方向迈进。20世纪90年代以来,国际上许多知名饭店管理集团纷纷进入中国饭店市场,向我国饭店业展示了专业化、集团化管理的优越性以及现代饭店发展的趋势。1994年,我国的饭店业已形成了一定的产业规模。经国家旅游局批准,我国成立了第一批自己的饭店管理公司,引导我国饭店业向专业化、集团化管理的方向发展,这为迅速崛起的中国饭店业注入了新的活力。但由于受到国际国内经济环境变化的影响,饭店业的经营效益出现滑坡,“走集约型发展之路”越来越成为饭店业的共识,这就要求饭店业应从单纯追求总量扩张、注重外延型发展向追求质量效益、强化内涵型发展转变。

这个时期饭店业的特点:一是实行多种形式联合。出于经营上的需要,为了提高预订和推销效果,许多饭店实行了多种形式的联合。二是投资形式多样化。为了满足不断发展的旅游业和对外开放的经济发展需要,饭店业采取多种渠道的集资形式,建造了一批具有现代化设施和服务的饭店。三是设施和服务日趋现代化。为了适应现代旅游多元化的发展,满足多类别的国外旅游者的需要,我国参照国外先进饭店的硬件标准,结合中国民族建筑的特色,建造了一批新颖别致,设施齐全的饭店。它们不仅具有基本的食宿和高級的娱乐、健身、购物等设施,而且提供接待外宾应具备的各种服务项目,并在此基础上不断地充实和完善。四是经营管理日趋先进。新时期的饭店管理引进国外先进的饭店管理理论和经验,结合我国饭店经营的实际情况,吸收我国其他行业企业管理的先进经验,探索和创造了先进的饭店管理体制和方法。

四、中国饭店业的现状及未来前景

按国家统计局统计,至2007年底,中国本土星级酒店已经达到了14326家,其中包括:白金五星4家(北京中国大饭店、上海波特曼丽嘉酒店、广州花园酒店、山东大厦),五星361家,四星1631家,三星5534家,二星6158家,一星638家。星级饭店直接从业人

员超过 160 万人。全国共有饭店及旅游住宿单位超过 30 万个,从业人员超过 500 万人。2007 年底,全国星级饭店数量是 1978 年全国饭店总数的 100 倍。2006 年,全国星级饭店实现利润 33 亿元人民币,与上年同比增长了两倍多。此外,全国已经拥有绿色旅游饭店 2000 多家;有 41 家国际饭店管理集团、67 个饭店品牌进入中国市场,管理了 516 家饭店,世界排名前 10 位的国际饭店管理集团均已进入中国市场。

2007 年的假期调整政策让酒店业绷紧了每一根敏感神经,带薪休假的出台则激活了旅游酒店这一板块,它使得酒店、旅游行业进入“价量齐升”的黄金投资期。同时,国内消费升级推动了国内游的游客人次与人均花费同步增长,现代交通工具提供的更为快捷舒适的运输服务,使交通对旅游的瓶颈约束效应越来越小,这使观光游得以继续发展,而休闲度假游也逐步兴起。旅游市场针对此纷纷推出相关产品,很多度假型酒店更是看准了商机,针对这个市场的变换进行着相应的调节。而对于深处大都市的商务型酒店而言,这一消息同样令其拍手叫好,由于“五一”黄金周的取消,商务型酒店免去了多年来由于假期造成的“空房”甚至是“降价”的尴尬,“五一”的正常工作,让商务型酒店拥有了正常的“商务”价值。

2008 年金融危机的爆发从金融界一路波及实业界,酒店业作为与金融实体关系最为密集的产业,受到影响在所难免。全球经济危机的影响已蔓延至亚太地区,酒店经营者在 2008 年下半年已开始感受到压力。随之而来的通货膨胀、油价上升导致的交通成本上涨,让不论是消费旅游还是商旅出行的人们都压紧开支,这使得在这条产业链条上的酒店业切实感受到了冬天般的寒冷。但是,中国商务部采取以下三方面措施缓解了这一困难:首先,大力发展大众化餐饮;其次,重点关注和解决酒店行业的放心消费问题,严把食品原料进货关;第三,积极推进节能环保工作,推动行业节能减排纵深发展。

鉴于此,现阶段的酒店业应顺应国家扩大内需的号召,各大酒店尤其是高档酒店,应调整客源结构,瞄准内需市场;应缩减开支、降低成本,练好内功,以度过危机。酒店消费需求有一定的刚性,总有一部分人得住酒店,所以应抓牢商务市场,开发散客旅游市场。从长远来看,酒店业的发展前景依然是光明的。

五、从全球发展的视角看世界饭店业发展的趋势

(一) 新世纪世界饭店业发展的新特点

1. 全球化与本土化

经济全球化是当前世界发展中的一个重要趋势,无论你喜欢与否,全球化天天在扩大、在深化,难以逆转。经济全球化的重要体现是开放与合作成为世界经济发展的主流,其发展趋势是区域经济的一体化。随着欧盟的建立,区域经济一体化迈出了从理论到现实的一大步。在这个区域内,实现了人员、资本、信息、物资等自由流动的统一经济体,甚至实现了统一货币的梦想,为世界各地区域一体化的探索提供了经验与启示。之后又在世界各地涌现出各种不同规模、不同形式的自由贸易区和经济合作组织,为更多地区的区域经济一体化做出准备。与此同时,生产和资本的国际化进一步促进了经营的国际化,超大型的跨国公司、集团公司、无国籍公司应运而生。这些超大型国际公司,其资本集中程度和经济实力,甚至超过了当代世界上的许多主权国家,它们在世界经济发展中的影响越

来越显著,这是全球化发展的另外一个特征。这一点,既体现在制造业,也体现在服务业。人们还注意到另外一种现象,那就是存在于世界各地的本土化的意识加强。本土化并非和全球化相抗衡,而是相生不悖、长期共存。如果说全球化催生了国际化、标准化、网络化,那么本土化则张扬了民族化、特色化和差异化。前者从整体上说可以提高效率,而后者则会提高国家和企业的竞争力和比较优势。值得说明的是,全球化主要指的是经济的全球化,而经济的全球化并不意味着文化的全球化,尽管有的国家希望如此,但这一条路是走不通的。

2. 新技术与新媒体

在人类发展的过程中,技术的发展发挥着极其重要的作用,它是社会发展的重要推动力。当1981年IBM向世界推出计算机的时候,人们几乎不会想到在不到20年的时间内,个人电脑在世界会如此普及。

而21世纪最为突出的特点是IT技术和网络技术的发展,人们从技术发展的角度把当代描绘成“电子时代”或“e-时代”。电子技术、电脑技术、网络技术、移动通讯技术,不仅改变着人们的生产和生活方式,甚至改变着人们的思维方式。美国人称其为“21世纪全球化的世界”,这“世界是平的”,这自然是信息技术发展的结果。与其他技术相比,电脑技术、网络技术、信息技术的发展,对欠发达国家和地区同样也是个机遇,而且是个非常重要的机遇。这些技术的应用,克服了企业在规模、地理位置等方面的差异,使其在传递和接收信息等方面有了跳跃性的发展。对此,世界旅游组织的专家曾经提出这样的忠告——“准备上的失败就是准备失败”,值得深思。此外,随着信息技术的发展,新媒体也日益增多,它扩大了信息的传播渠道和速度,对主流和传统媒体来说是个补充,也是个挑战。新媒体也许更受“小众”的青睐,但它在针对性、及时性、主动性方面具有优势,而在互动性上则更是高出一筹,更能体现或实现“人本主义”。

3. 服务时代与体验经济

人类在其发展的历史长河中,首先跨入的是“农业革命时代”,从茹毛饮血、刀耕火种到确立了一个农业系统;尔后进入“工业革命”时代,开始了从农业、手工业经济向以工业和机器生产为主的经济体系的过渡,这场“革命”在很多经济发达国家和地区已经完成,而一些发展中国家仍然处于这个工业化的进程之中;目前,世界正在进入“服务革命”时代,这个时代的特征是,以人力资源为基础,多样化的服务经济正在成为经济的主体,知识与技术发挥着越来越重要的作用。一个国家或地区服务业的发达程度成为其经济发达程度的象征。在服务革命时代,无形产品的生产显得更加重要,创造人的体验变得更受关注,这个新概念在世界上越来越被广泛的接受,为数众多的创造体验的新业态如雨后春笋,与日俱增。实践证明,在当代社会里,周到的服务自然是饭店增值的重要手段,而创造特殊体验的举措,其增值的幅度更大。

4. 休闲需求与休闲产业

早在20世纪末,一些经济学家曾经预测,21世纪,休闲产业将取代信息产业成为推动全球经济增长的最大推动力。消费的休闲化和休闲的市场化成为新时代的一个重要的特征。休闲的基础是社会经济的发展、生产力的提高,对休闲认识的提高和需求的增加是人类社会进步的一个象征。人们只有满足了基本生存条件之后,尤其是解决了温饱之后,