

中国旅游
中等职业教育教材

国家旅游局人事劳动教育司 编

饭店管理概论

(第3版)

FANDIAN GUANLI GAILUN

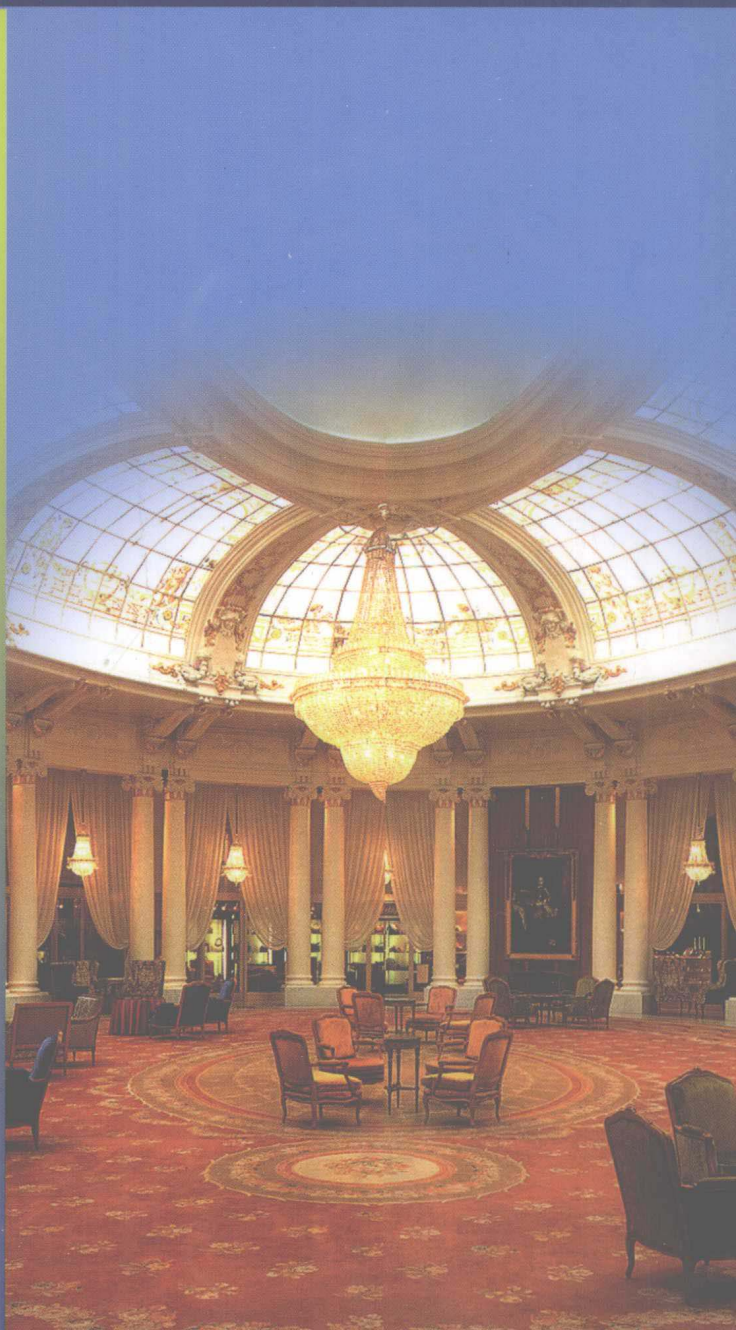
QUANGUO LÜYOU

ZHONGDENG

ZHIYE JIAOYU

JIAOCAI

旅游教育出版社



FANDIAN GUANLI GAILUN

全国旅游中等职业教育教材

国家旅游局人事劳动教育司 编

饭店管理概论

(第3版)

旅游教育出版社

· 北京 ·

责任编辑:杨晓娟

图碎在版编目(CIP)数据

饭店管理概论/国家旅游局人事劳动教育司编. - 3 版(修订版). —北京:旅游教育出版社, 2004. 1

全国旅游中等职业教育教材

ISBN 7-5637-0792-1

I. 饭… II. 国… III. 饭店-经济管理-专业学校-教材 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 03215 号

全国旅游中等职业教育教材

饭店管理概论

(第 3 版)

国家旅游局人事劳动教育司编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx @ sohu.com
印刷单位	北京科普瑞印刷有限责任公司
经销单位	新华书店
开 本	787×1092 1/16
印 张	9.125
字 数	180 千字
版 次	2004 年 1 月第 3 版
印 次	2004 年 1 月第 1 次印刷
印 数	1~8000 册
定 价	13.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

为适应旅游中等职业教育的需要,国家旅游局人事劳动教育司根据旅游中等职业学校的课程设置和教学大纲,组织业内专家编写了这套全国旅游中等职业教育教材。该教材自1994年出版以来,受到广大师生的普遍欢迎,对我国旅游中等职业教育的发展起了重要作用。迄今为止,该教材已成为出版时间最早、使用范围最广的国家旅游中等职业教育骨干教材。

为了进一步适应旅游专业的发展要求,提高教材质量,反映旅游业的最新发展状况和旅游职业教育研究的最新成果,我们组织有关专家根据教育部、国家旅游局对旅游职业教育的学科规划和行业要求,对该套教材进行了必要的修订增补,以确保国家骨干教材应有的科学性、先进性,充分反映国家职业教育改革的新精神、新要求,满足21世纪旅游业的人才需求。

此次修订,一是根据教育部与国家旅游局关于旅游中等职业教育的课程设置、教学大纲与教学计划,结合劳动部关于旅游职业技能鉴定标准的要求,并吸收国外职业教育的成果与经验,按课程设置和课程标准的要求,对每科教材的课程性质、适用范围、教学重点、教学方法、教学时数、考核评估等进行了认真研究。新版教材正确把握了课程设置与教材编写的关系,从课程标准的角度把旅游业对人才的具体要求与旅游职业教育教材的具体编写有机结合起来,既体现了教材紧贴行业实际的针对性、实用性,又体现了教材的科学性、规范性,使可学习性与可教授性得到有机的统一,全面反映了现代职业教育教材应有的教育理念。二是在教材的具体修订中,我们根据旅游业的发展需要和旅游职业教育的课程设置与教学要求,组织有关专家编写增补了近年来旅游发展的行业新内容,使教材体系更完整、更科学。三是在保持原教材科学性、权威性的基础上,本次修订特别注意了中职学生的学科基础与未来职业要求,重点强调了教材的实用性。在原版教材科学性的基础上,本版教材强调了教与学、学与用的关系,加大了技能技巧、实际应对、操作标准、模拟训练等内容的比重,使之既能体现课程要求和行业特点,又符合国家职业技能标准的要求。四是在体例安排上适当精简了部分内容,即将原版教学中既占课时又不便于教师教学的内容,或删减或置于附录,便于教师灵活运用和利于学生分清主次。五是针对旅游学科实践性强的特点,本版教材特别注意增补了一些案例,目的是强化案例教学的作用。在案例的处理上,有些案例有评析,可以帮助学生进一步掌握重点;有些案例则没有分析,可以既给教师教学留下了余地,又便于学生自学使用。最后,为方便教师教学和学生自学,还增设了学习重点、案例分析、本章小结、中英文对照规范服务用语等栏目,旨在让读者花最少的时间掌握最有用的信息。

作为全国惟一的旅游教育出版社,我们有责任及时反映旅游业发展的新要求和旅游专业教育的新理念、新成果,把专业权威的教材奉献给广大读者。为此,我们将不断努力,回报广大师生和读者对我们的厚爱!

目
录

第1章 饭店概述	(1)
学习重点	(1)
第一节 饭店的涵义和作用	(1)
第二节 饭店的类型和等级	(3)
第三节 饭店的产生和发展历程	(6)
第四节 世界饭店业现状与发展趋势	(9)
第五节 中国饭店业现状与发展趋势	(12)
本章小结	(14)
思考与练习	(14)
第2章 饭店管理理论基础	(15)
学习重点	(15)
第一节 饭店管理的概念	(15)
第二节 饭店管理的理论基础	(16)
第三节 饭店的组织形式	(19)
第四节 饭店的管理制度	(25)
本章小结	(35)
思考与练习	(35)
第3章 饭店管理的职能	(36)
学习重点	(36)
第一节 饭店管理中的计划职能	(36)
第二节 饭店管理中的组织职能	(47)
第三节 饭店管理中的指挥职能	(51)
第四节 饭店管理中的协调职能	(54)
第五节 饭店管理中的控制职能	(61)
本章小结	(65)
思考与练习	(65)
第4章 直接对客部门管理知识	(66)
学习重点	(66)
第一节 饭店直接对客部门简介	(66)
第二节 前厅部管理知识	(67)
第三节 客房部管理知识	(76)
第四节 餐饮部管理知识	(81)

第五节 康乐部管理知识	(90)
第六节 商场部管理知识	(93)
本章小结	(98)
思考与练习	(98)
第5章 间接对客部门管理知识	(99)
学习重点	(99)
第一节 饭店间接对客部门简介	(99)
第二节 饭店设备管理知识	(100)
第三节 饭店安全管理知识	(106)
第四节 饭店人力资源管理知识	(111)
第五节 饭店物资管理知识	(120)
本章小结	(125)
思考与练习	(125)
第6章 饭店服务质量管理	(126)
学习重点	(126)
第一节 饭店服务质量的构成	(126)
第二节 饭店服务质量的特性	(129)
第三节 饭店服务质量的分析	(131)
第四节 饭店服务质量的控制	(134)
本章小结	(138)
思考与练习	(138)
后记	(139)

第 1 章

饭店概述

学习重点

-  饭店的涵义
-  世界饭店业现状
-  世界饭店业主要的经营扩张方式
-  世界饭店业发展的三大趋势
-  目前我国饭店业现状

旅游饭店是旅游业的重要组成部分,它是一个国家发展旅游业的物质基础,是获得旅游经济收入的重要来源。今天,饭店业在许多国家已发展成为重要的经济支柱产业。

随着一个国家现代化程度的提高,第三产业在其国民经济中所占的比重将越来越大,如欧美发达国家第三产业收入占其国民生产总值(GDP)的比重普遍在 60%~70% 以上。可以预言,第三产业中的饭店业,其设施将不断现代化,经营将日益科学化,管理将高度专业化,发展潜力巨大,前景乐观。

在我国,旅游饭店的出现始于 20 世纪 80 年代。由于我国改革开放的进一步深入,大量的国外观光旅游者、商务旅游者来华活动,加之国际民间交流、国际会议、文艺体育赛事的逐年增多和规模的不断扩大,造成了对饭店的需求压力。而我国持续二十多年的经济高速增长和人民生活水平的不断提高也促进了国内旅游、商务活动的蓬勃兴起。现代旅游饭店得以在我国迅速发展。截至 2003 年 6 月,我国的旅游星级饭店已近一万家,星级饭店的年营业收入已达一千亿元以上,成为我国第三产业的中坚力量。随着我国加入世界贸易组织和国际交流的加速,饭店业的前景非常广阔,饭店从业人员大有用武之地。本章将对旅游饭店的涵义、作用、性质、特点以及旅游饭店管理的产生和发展等做一全面概述。

第一节 饭店的涵义和作用

饭店(hotel)一词来源于法语,原指招待贵宾的乡间别墅,后来欧美国家沿用了这一名称。在汉语里表示住宿设施的名词有很多,例如旅馆、宾馆、饭店等;近年来又引进了香港、新加坡等地的“酒店”这一名称,但在国际上则统一称为 Hotel。由于我国旅游行政部门将现代宾馆统称为旅游饭店,本书就选用了饭店这一词。

一、饭店的涵义

随着旅游业的发展,各种类型的饭店应运而生。一个饭店的设施不论是简单还是豪华,它都必须具备提供餐饮和住宿的能力,否则就不能称之为饭店。现代化饭店是由客房、餐厅、宴会厅、多功能厅、酒吧、歌舞厅、商场、银行、美容美发厅、健身房、游泳池、网球场等组成,能够满足客人吃、住、行、游、购、娱、通讯、商务、健身等各种需求的多功能、综合性建筑设

施。

根据饭店的这些特性,国外的一些权威辞典对饭店下过这样一些定义:

——饭店是装备好的公共住宿设施,它一般都提供膳食、酒类与饮料以及其他的服务。

《美利坚百科全书》

——饭店是在商业性的基础上向公众提供住宿,也往往提供膳食的建筑物。

《大不列颠百科全书》

从上述定义来看,作为一个饭店,应该具备以下四个条件:

(1)它是一个建筑物或由诸多建筑物组成的接待设施;

(2)它必须是经政府批准的,能够提供住宿设施,也往往提供餐饮和其他高水平服务的设施;

(3)它的服务对象是公众,而主要是外出的旅游者,也包括半永久居住的人;

(4)它是商业性的,以盈利为目的,所以使用者都要付一定的费用。

从以上所述可以看出,饭店是一个以提供服务为主的综合性服务企业。同其他各类企业一样,饭店是利用生产要素,运用现代化技术从事生产、销售活动的基本经济组织。由此,我们可以给饭店下这样一个定义:饭店是有形的空间、设备、产品和无形的服务效用为凭借,投入到旅游消费服务领域中,具有独立性的资本或资金运动的经济实体。今天的饭店能够为客人提供种类繁多的服务项目,日益成为人们的社会活动中心、商务活动中心、市场情报中心与康乐活动中心。

饭店这一定义的具体含义是:第一,饭店是一个经济组织。饭店是商品经济的产物,按照资本增值的特性和规律,使投向住宿设施的资本得以运动的这个实体就形成了饭店企业。第二,饭店是从事旅游接待服务活动的经济组织。饭店以有形的空间设备、产品和无形的服务效用为宾客提供服务,满足其投宿活动的需要。它有其自身的客观规律,与工业企业、商业企业、金融企业等其他经济组织是有区别的。第三,饭店是一种独立的经济组织。饭店作为一个企业的主要标志是:必须拥有一定的资金和设备,具有法人地位。要使饭店具有生机和活力,就必须承认它是一个相对独立的旅游企业,在业务经营活动中具有独立性和自主权。

二、饭店的作用

(一)饭店是发展旅游业的物质基础

饭店是提供住宿、饮食和各种服务的设施,且是进行工商、社交活动的理想场所,能改善投资、工商发展及旅游活动的环境,促进社会经济的活跃和发展。因为现代饭店不但为宾客提供吃、住、行、购、娱等方面的服务,同时又是社交中心、康乐中心以及政治、文化和商务活动场所。

(二)饭店业是创造外汇收入的重要来源

境外旅游者入住饭店就要支付各种费用,如住宿费、餐饮费、娱乐费、综合服务等。饭店提供的服务项目越多,收益越大。所以饭店业的发展,对于我国增加外汇收入、平衡国际收支有着重要意义。饭店提供的服务性劳动具有就地“劳务出口”的性质,因此创造的外汇收入是外贸出口无法相比的,对于弥补贸易逆差有着良好的作用。我国把旅游业作为三大外汇来源之一,而饭店则占了其中相当大的部分。

(三) 饭店业的发展对国家回笼货币有重要作用

如果人们手中持有的货币量超过市场上商品价格的总和时,容易引起通货膨胀。饭店业的发展既满足了国内游客外出旅游的实际需要,又节省了大部分的物化劳动,有效地回笼了货币,减轻了市场压力,促进了经济的稳定和持续发展。

(四) 饭店为社会创造直接就业的机会

按目前我国饭店的人员配备状况,平均每间客房约配备 1.5~2 人,若新建一家 300 间客房的饭店,将创造 450~600 个直接就业机会。饭店还需要其他厂商提供设备、家具、食品、煤气、水电等物品,以及其他大量的各种消费品;生产这些商品又将产生大量的就业机会,即饭店创造的间接就业机会。根据国际统计资料和我国近年来的实践经验,高档饭店每增加一个房间,可以直接和间接为 5~7 人提供就业机会;中低档饭店每增加一个房间,则可以 4~5 人提供就业机会。

(五) 饭店业的发展促进社会消费方式和消费结构的变化

饭店向饭店所在地的居民提供活动的场所,如饭店的餐厅、会议厅、娱乐厅等设施会吸引本地居民,使之成为当地的社交活动中心。利用饭店为人们提供的服务将会越来越多,这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。

(六) 饭店业的发展带动其他行业的发展,给所在地区带来巨大的经济收益

据有关资料统计,一家饭店宾客开支的近 60% 花费在饭店以外的社会其他行业,而且宾客在饭店消费(占全部费用的 40%)的物品大都是社会其他有关行业提供的,因此实际上也间接刺激了其他行业的发展。

第二节 饭店的类型和等级

由于地理位置的不同,饭店的用途、功能、设施、客源的不同,饭店的种类也较为多样。

一、饭店的类型

(一) 根据饭店的位置分类

1. 城市中心饭店(City Center or urban hotels)

这些饭店大多是能提供全套服务的豪华饭店。据统计,美国上世纪 90 年代中期,54% 的城市饭店是在 10 年内建成的。商务和会议客人占了城市中心饭店客源的 75%。

这些饭店地理位置大多在城市中心、商业中心或当地政府办公机构附近。

这类饭店一般比较豪华,客房以单间、套间为主,配有卫生间、电视、电话、收音机等。同时饭店还设有服务周到、供应齐全的咖啡厅或大餐厅,供应西餐或风味餐。饭店的餐饮质量很高,还附设夜总会,演出精彩的娱乐节目。其他如洗衣、医疗、美容、购物、照相、健身等设施,在商务饭店也应有尽有。另外,在饭店内还设有商务中心(business center)向客人提供打字、传真、国际互联网终端、国内和国际长途直拨、复印、秘书、翻译等服务项目。

2. 度假性饭店(Resort hotels)

度假性饭店多位于海滨、湖畔、山区或温泉附近,远离喧嚣的都市,而且交通甚为便利。到这样的饭店下榻的客人,多以度假、休息、娱乐与健身为目的,这类饭店生意最兴隆的时候是在周末。与商务饭店不同的是,这类饭店尽量满足客人休息、娱乐与健康等需要。客人可以进行滑雪、骑马、打高尔夫球、冲浪以及其他活动,这些活动也是度假饭店成功的关键。度

假饭店最多的地方是加勒比海、夏威夷和迈阿密等地。

近年来,由于会议旅游的兴起,他们的收入中相当大部分来源于融公务和休闲为一体的团体会议旅游者。随着主题公园业的发展,度假饭店也建在大规模的人造景观附近。例如迪斯尼公司在其主题公园周围建立的饭店多达 19 家,客房 2 万余间,成为世界排名第 32 位的饭店联号。

3. 长住式饭店(Residential hotels)

此类饭店亦称公寓旅馆,有许多美国家庭以这种饭店为家长住下来。所以长住饭店一般以公寓为主,多采用家庭式设备,并提供厨房设备。长住客人一般都与饭店签订租约。饭店里有托婴服务,餐饮部比一般商务饭店小得多。这种饭店房间大的可供一个家庭使用,小的则可供一个人使用。

4. 汽车饭店(Highway hotels / motels)

汽车旅馆真正崛起是在第二次世界大战以后,美国高速公路干线不断延伸、扩展,所以汽车旅馆多建在城市边缘与主要公路沿线上。它备有免费的停车场,出入方便,价格也低廉。现在,汽车旅馆也向豪华方向发展,除了给客人提供基本的膳宿以外,也提供电话、洗衣、会议场所等服务。在美国,“假日旅馆”和“6H 汽车旅馆”等联号的旅馆都是比较典型的汽车旅馆。

5. 机场饭店(Airport hotels)

大型远程客机的出现加快了机场饭店的发展。上世纪 70 年代,其客源仅限于单独的商务旅游者。90 年代以来,大多数机场饭店配备了完善的会议设施,由于地理位置优越,很多大公司选择机场饭店作为召开会议的第一选择。

(二)按饭店的规模分类

1. 小型饭店(Small hotels)。客房数在 300 间以下的为小型饭店。

2. 中型饭店(Medium hotels)。客房数在 301~600 间的为中型饭店。

3. 大型饭店(Large hotels)。客房数在 600 间以上的为大型饭店。

我国则习惯将客房数在 200 间以下的定为小型饭店,201~500 间的为中型饭店,500 间以上的称为大型饭店。

城市人口密度大的美洲和亚太地区喜欢建大型饭店,而欧洲则对小型饭店情有独钟。世界上的饭店规模小的只有几间客房,大的可以有上千甚至几千间客房。

(三)按计价方式分类

1. 大陆式计价旅馆(Continent plan)。收费是以房费与早餐合并为准,这是考虑到客人到外面用餐不方便,为了便利客人才采用这种形式。

2. 欧式计价旅馆(European plan)。目前世界上大多数酒店都在使用欧式计价方式。这主要是为了便利客人。商业旅游者在饭店住宿,有时在其他地方用餐,收费是以房间费为准,不包括膳食费用。

3. 美式计价旅馆(American plan)。以房间与膳食合并计价为准,像那种除本饭店外,住店者没有其他地方可用餐的度假性饭店较多采用这种方式。这种方式除少数特殊地区外采用者极少。

(四)按价格高低分类

1. 豪华型/高档饭店(Luxury/Upscale)

2. 精品饭店(Boutique)
3. 高档商业饭店(Upscale Commercial)
4. 中档饭店(Middlescale)
5. 节俭/经济等饭店(Budget/Economy)

(五)按房间的结构、配置分类

1. 全套间饭店(All-Suites)
2. 延长停留型/公寓型饭店(Extended-Stay Residential)
3. “胶囊饭店”(Capsule Hotels,设施简单,主要为人们提供短时休息之用,日本较为流行。)
4. 住宿和早餐客栈(Bed & Break fast)
5. 青年/老年旅馆(Youth/Elder Hotel)
6. 私人俱乐部(Private Club)

(六)其他新兴的饭店类型

1. 旅游目的地度假村
2. 趋大型度假村
3. 城市度假饭店
4. 共同所有权/分时共享饭店
5. 温泉度假饭店
6. 海上/内河游船
7. 会议中心、会议型饭店
8. 公园和消遣性旅游的野营
9. 康复中心

二、饭店的等级

20世纪中期,国际饭店协会在布鲁塞尔成立。同时期,世界旅游组织(WTO)和太平洋地区旅游协会(PATA)也相继成立。这些世界性的旅游组织以及各个国家主管饭店业的部门,为了保护旅游者的利益,协调饭店间的关系,促进饭店业的发展,对饭店进行了分级。

不同国家或地区的饭店分级名称是不同的,大多数国家包括我国采取“五星级”制,即一星至五星。星级越高,设施和服务越好。日本最好的饭店也称五星级饭店。其次由高至低分别是A、B、C、D四个级别。罗马尼亚的饭店分级由高到低分别是豪华级、Ⅰ级、Ⅱ级、Ⅲ级、旅游级。意大利采用“豪华、1~4级”,瑞士分为“1~5级”,有的国家则采用“豪华、舒适、现代”或“乡村、城镇、山区、观光”。

不同的旅游机构的分级标准也是不同的,但究其内容,总是针对硬件和软件两大部分作规定的。硬件包括饭店的位置、建筑结构、设备设施等;软件包括饭店的管理水平、服务项目及标准、员工素质等因素。

我国国家旅游局在1988年制定了《中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定和标准》,并于1988年9月1日开始执行。我国国家技术监督局于1993年9月1日批复,正式发布《旅游涉外饭店星级标准的划分》为国家标准,自1993年10月1日起执行。自1998年5月1日起,又执行了新修订的标准。2002年又推出了新的标准,这个标准将“涉外”二字去掉,对内容作了多处调整,使其更符合中国国情。

第三节 饭店的产生和发展历程

饭店的产生和发展经历了一个漫长的过程。伴随旅游活动的发展和社会经济的进步,饭店的发展走过了可分为若干阶段的历程。了解这一发展进程,对我们从事饭店管理是有现实意义的。

一、饭店的起源

也许还没有人能说出最早的一家旅馆是在何时、何地由何人建起来的,然而可以肯定的是,当旅行活动和相应的接待活动都发展到一定程度、形成较大的规模,且货币这种交换媒介被人们广泛地使用时,商业性的住宿设施——旅馆也就应运而生了。

旅馆业的历史可以说和人类文明一样久远:早在四五千年前,城市随着商品经济的发展而发展起来,旅馆市场随之初步形成,旅馆经济开始萌芽。从此,旅馆开始独立于社会经济舞台而一展风采。

二、客栈时期

随着生产活动的发展,人们开始开发交通,利用交通工具为自己服务。《史记》描述夏禹治水这一事件时有这样的文字:“陆行乘车,水行乘舟,泥行乘橇,山行乘犂。”这说明 4000 多年前的人们已经能根据不同的地形,发明制造出相应的交通工具,腓尼基人更是海上的旅行家,早在公元前 3000 年时,就驾着商船航行在地中海与爱琴海上。

古代君王为了出游及传递信息,耗费大量物力劳力来修建道路,创立驿站。在公元前 11 世纪到公元前 8 世纪的西周时代,中国人就已建成了 3000 多公里长的驿道。罗马帝国更拥有四通八达的公路网,从罗马城出发,可以直达欧洲大部分地区。在这些大道沿途,出现了专门为政府邮政和政府官员服务的“邮站”和主要服务于普通大众的“客栈”。

交通设施的建造为朝圣、经商、观光、求学的人们提供了极大的方便。建立于大流士时代的波斯驿道成为中东商人的“黄金大道”,商人们赶着驮着一袋袋珠宝、香料、皮革、药材的骆驼队,日复一日地走在这条商路上。好在每行一天的路就可以找到可休息的客栈,在这里,牲畜可以得到安置,人们酒足饭饱后可美美地睡上一觉,第二天再接着赶路。

除了贸易活动,宗教徒的朝圣活动也十分盛行,因此也出现许多由个人或宗教团体经营的客栈。每年的一定节日,地中海沿岸的人拥向古埃及去瞻仰雄伟而神秘的金字塔,古希腊的教徒则涌向特尔斐或奥林匹斯山瞻仰神庙,观看体育竞技表演。规模较大的客栈提供食物与酒供人们享用,但卫生情况总不尽如人意,而且由于匪徒猖獗,甚至有的店主与盗贼勾结,住客栈的客人被骗、偷、抢的事件时有发生,人们在客栈休息时,心里并不安稳。

到 16 世纪晚期,英国已经有了 6000 家客栈。随着欧洲殖民主义的扩张和产业革命的进行,资本主义的生产和经营方式开始在欧洲大陆和美洲大陆出现。

到 18 世纪初,客栈开始重视服务。客栈在人们心目中不仅代表着住宿设施,越来越多的社会名流把它当作理想的社交中心。一到晚上,贵族、官吏、富商常常聚在当地最好的客栈中,边品尝美酒佳肴,边尽情交谈、跳舞,流连忘返。

客栈时期历经的时间很长,总的说来有如下特点:① 客栈有独立经营、小规模的性质;② 设施简单,除提供基本的食、宿条件外,对舒适不予考虑;③ 客栈主要接待宗教徒和商人,房租低廉。但是,客栈的发展为豪华旅馆的出现及旅馆管理的发展提供了经验。直到今

天,当人们提起客栈时还津津乐道它那特有的家庭化的温馨气氛。

三、豪华饭店时期

18世纪末,英国的产业革命为现代旅游的发展注入了兴奋剂。首先,科技的发展、机器的使用引起一场交通工具的革命。1807年,美国的富尔顿发明了第一艘载客轮船,自此,船舶工艺几经革新,船速越来越快,载客量越来越大,轮船成为人们海上旅行的重要工具。在陆上,自1814年英国的司蒂芬孙发明了蒸汽机车,第一条铁路于1825年在英国建成后,欧洲许多国家掀起了修建铁路的热潮。火车比起以前的马车,既舒适又快捷,很快博得人们的喜爱,成为19世纪欧洲最主要的陆上交通工具。轮船与火车的普及大大方便了人们的远行。港口与车站成为游人汇集的地方,一家家旅馆在那里拔地而起。1794年,在纽约出现了第一家经过专门设计、由股份公司建造经营的饭店。

产业革命带来的一系列技术革命为旅馆设施的革新创造了良好的条件。纺织业的发展使旅馆主可以负担购置大量布件的费用,而在以前,纺织品的价格是很贵的;电梯、电话、电灯、中央供暖等一系列发明应用于旅馆业,使服务更快捷,饭店更美观,客人能享受到更多的舒适与方便。旅馆开始了装备现代化的第一步。

在19世纪初,一座富丽堂皇的巴登别墅在德国建成了,这是近代第一家豪华型的旅馆。在它之后,许多国家纷纷大兴土木,造起一个个宫殿式的饭店,其中著名的有瑞士日内瓦的拜格旅馆、1850年在巴黎建成的格兰特饭店、1870年在瑞士卢塞恩建成的大国民旅馆、1874年在柏林建成的恺撒大旅馆、1887年在英国伦敦建成的萨沃伊旅馆等。这些大旅馆都强调宏伟的建筑外观与极其讲究的室内装修,应用宫廷中的餐饮服务方式,大量使用制造精细、品种繁多的银餐具。当客人步入旅馆大门,顿时感觉俨然步入了皇宫:地上铺着中东的地毯,墙上挂着名家的油画,天花板上吊着古朴的枝形灯,餐桌上的银器闪闪发光,侍者托着法国的葡萄酒颌首微笑……

值得一提的是1829年在美国波士顿建成的特里蒙特饭店。这座饭店除了设施豪华外,在旅馆设计、管理上还有许多创新,极大影响了欧美旅馆业的发展。特里蒙特饭店第一次把170间客房分为单人间(single room)和双人间(double room);第一个设前厅,并把钥匙交给住店人(为提醒客人离店时把钥匙交给前台服务员,每把钥匙上拴有一小块铁片);第一次在客房内设计了盥洗室,并免费提供肥皂;第一次设立门厅服务员(bellboy);第一次使用菜单;第一次开展对员工的培训。

总的说来,豪华饭店时期的特点主要是:① 豪华旅馆的接待对象主要是王公贵族、豪门巨富与社会名流,一般的人是负担不起在豪华饭店的开销的;② 为取悦上流社会,投资者总是把旅馆建得宛如皇宫,配之以最先进、最贵重的旅馆设备,旅馆主讲求向客人提供至上的一流服务;③ 许多投资人的兴趣不完全在旅馆的经济效益上,有的更愿意通过旅馆的经营来满足特权阶层的虚荣心,以求得良好的社会声誉;④ 管理开始从服务中分离出来,成为专门的职能,但仍处于经验管理阶段。

四、商业饭店时期

在19世纪豪华旅馆兴旺发达的时代,西方资本主义经济迅速发展,商务活动开始在世界范围内频繁起来,商务旅游者日益增多。随着交通运输工具的不断更新,普通人出于经商、游览等目的的出游活动大大增多,但对多数旅游者来说,豪华旅馆的价格实在太昂贵了,而小旅馆大多位于偏远的乡村,也不甚清洁、方便。在这种情况下,人们盼望着既经济实惠

又方便舒适的旅馆的出现。

20世纪初,商业旅馆首先在美国出现。1907年,被称为“商业旅馆之父”的美国旅馆家斯塔特勒(Ellsworth M·Statler)在布法罗城建成了一家以他自己名字命名的斯塔特勒旅馆,开创了商业旅馆的新时代。布法罗斯塔特勒旅馆共有300间客房,规模不算很大,但以公众能够承受的价格,提供清洁舒适的环境和优质的服务闻名于世。

布法罗斯塔特勒旅馆的新颖之处主要有:①每个客房内都配有浴室,并装有浴巾挂钩。每两间客房的浴室背靠背相连,各层浴室均位于同一个位置,水、暖、电管线均集中在两间浴室间,从底楼一直通到顶楼的竖井中;②每间客房安放一部电话、一台收音机、一个落地梳妆镜;③客房内有循环冰水;④免费洗熨客人衣物;⑤每天提供一份免费报纸,并在客房内为客人准备了免费使用的文具及盥洗梳妆用品;⑥房门锁装在门把手上,钥匙孔在把手中间突起,便于客人在黑暗中也能顺利开门;⑦电灯开关安在门边;⑧设置连通各楼层的邮件通道与防火安全门;⑨房价公开,明码标价。事实证明,斯塔特勒的做法受到客人们的广泛好评,布法罗斯塔特勒旅馆开业一周年之际已赚了30000多美金。

20世纪20年代,康拉德·希尔顿开始建立希尔顿饭店王国,使美国商业饭店进入了大发展的时期。

商业饭店时期可以说是世界旅馆发展史中极其重要的一个时期。它的主要特点有:①主要接待对象是商务旅行者及社会各界人士,旅馆的特点从豪华转向方便、舒适、清洁、安全,且价格合理;②旅馆的拥有者与经营者逐渐分离,经营活动完全商品化,经营者讲求经济效益;③广泛采用最新的科学技术、科学材料来装备旅馆;④旅馆经营者应用科学经营管理方法,开始注重市场研究;⑤服务开始面向大众,讲究技巧性与标准化;⑥旅馆业的法规日益健全。

如果不是因为两次世界大战,商业旅馆的发展势头一定更迅猛。商业旅馆的出现为现代旅馆业的发展打下坚实的基础,旅馆开始向连锁化迈进。

五、现代饭店时期

早在中世纪的意大利就已经出现了旅馆行会,这可算是最早的“旅馆集团”了。随着19世纪资本主义的发展,欧洲的旅馆业出现了垄断组织,称为“卡特尔”。到19世纪末,集团化更强的垄断组织“托拉斯”出现了,一个个旅馆垄断组织激烈争夺市场以获取丰厚利润。

两次世界大战和1929年的经济危机严重打击了欧美的旅馆业,人们对投资旅馆业丧失了兴趣。第二次世界大战一结束,欧美经济开始复兴,旅馆业也开始重新繁荣起来。1945年,美国的许多旅馆的客房出租率高达90%。

20世纪中期,飞机和汽车成为人们喜爱的交通工具。飞机的突出优势在于时效性好,从远途旅游的角度看,是比较经济的。航空业的发展为人们提供了高速、舒适的交通工具,其载客量也大大增加。汽车在欧美国家更是走入寻常百姓家,驾驶自己的汽车去各地观光越来越成为一种时尚。同时,四通八达的公路网在世界各国建造起来,公路总长度早已超过2400万公里;其中还不乏国际公路及高速公路,为驾车出游的人们提供了极大方便。在公路的两旁,一种专为驾车旅游者提供食宿方便的汽车旅馆出现并迅速发展起来。

20世纪四五十年代,随着国际旅游业的发展,旅馆资本迅速积累起来,出现了许多国际旅馆集团,又称国际旅馆联号。旅馆联号的成立是通过公司所有制或出售特许经营权实现的,旅馆联号的出现使世界旅馆业发生了巨大的变化。

同一个旅馆联号的成员不但使用统一的名称、标志、管理方法和服务程序,更通过电脑预定网垄断客源市场和价格。如今,拥有占世界旅馆 60% 以上的各个旅馆联号对世界旅游业产生着越来越大的影响。

旅馆集团的目标无疑是通过争取更多的客源而达到最佳效益,因而很多旅馆联号都注重与交通行业合作。早在铁路时代,铁路公司就在许多枢纽城市建造起自己的旅馆,接待来往乘客。现在,许多旅馆集团又纷纷与航空公司合作,大的旅馆集团建立了自己的航空公司,同时一些大的航空公司也建起了自己的旅馆联号。

1946 年,泛美航空公司成立了第一家饭店集团——洲际饭店集团,并向世界其他地区扩张。随后环球航空公司、联合航空公司纷纷成立了自己的饭店集团,利用航线扩展的机会,在世界各地建立饭店,拉开了饭店业国际化的序幕。

1952 年,康芒斯·威尔逊成立了第一家假日(Holiday Inns)饭店,并用特许经营的方式迅速扩大规模。这种方式后来成了美国饭店联号主要的扩张方式。

1963 年,为吸引中低收入旅游者,第一家经济型的饭店联号“汽车饭店 6(Motel 6)”在加利福尼亚成立。目前,几乎所有饭店集团的品牌系列中都包括有经济型饭店联号。

20 世纪 70 年代,饭店业出现了一种新型的经营概念——分时共享(Time—share),并开始在世界各地推广。希尔顿饭店联号现在已成为拥有最多加入分时共享交换系统的饭店联号公司。1996 年美国膳宿特许经营系统(Hospitality Franchise System)兼并了世界上最大的分时度假交换公司 RCI。

上世纪 80 年代和 90 年代,全球饭店联号中开始了以收购兼并为主要形式的整合扩张运动,出现了大批规模庞大,拥有完整的品牌系列,从事多样化经营的巨型饭店联号,如圣达特(Cendant Corp)、喜达屋(Starwood Hotels & Resorts World wide)、雅高(Accor)、马里奥特(Marriott)、希尔顿(Hilton Hotels Corp)等。

旅游联号的优势在于其巨大的规模经营效益,不但在经济实力、人才资源上有着根本的优势,同时通过预订网有效地占领目标市场,通过大批量的采购活动节约成本,以利于联号的不断发展。当然,由于摊子太大和各成员旅馆的差异,旅馆联号不得不花费高额管理费来促进内部的沟通与协作,以在一定范围内统一联号成员的发展方向。

现代饭店时期的主要特点是:(1) 旅游者需求的日益丰富引起饭店设施朝着更多样、更完善的方向发展;(2) 市场结构的多元化带来企业类型的多样化;(3) 食宿业的高额利润加速了市场竞争,旅馆业走向联合集团化;(4) 现代旅馆管理日益科学化与现代化。

总的说来,世界旅馆业的发展总是以人们的需求为前提,以社会科技发展为物质保障。所以,旅馆的经营者密切注意世界旅馆业动向及与旅馆业发展有关的诸因素(科技发展、交通设施、世界时政、人们需求的变化……)是十分重要的。这样做有助于旅馆经营者随机应变、勇于创新和提高竞争力,同时为客人营造宜人的“家外之家”,从而推进旅馆业的进一步发展。

第四节 世界饭店业现状与发展趋势

据国际旅游组织的统计,到 20 世纪末,国际旅游人数已达到 6 亿多人次,国际旅游收入已突破 5300 亿美元,再加上人数更多的国内旅游和更为可观的国内旅游收入,旅游业已跃

居为世界第一大产业。

一、世界饭店业的现状

1. 世界饭店业地区的分布格局

欧洲和美洲是饭店业最为发达的两个地区,1995年,这两个地区所拥有的客房数量分别占了世界总量的44.36%和35.86%。东亚和太平洋地区由于经济和旅游业的迅速发展,饭店业的规模扩张很快,到1995年已增加到13.93%。由于中国经济持续稳定的增长,预计今后饭店业还将获得持续的快速发展。

但到本世纪初欧洲和美洲两大地区由于经济发展速度缓慢,更加之“9·11”恐怖袭击事件对旅游、航空、交通业的不利影响,预计其饭店业在全球饭店业所占份额将不断下降。

中东、南亚和非洲饭店业本身规模较小且发展缓慢,加上连年战乱,则只可能保持缓慢上升的趋势。

2. 世界饭店业中主要的企业形式

(1) 独立所有饭店

或称单位饭店,它的重要特征是既不为联号所有,也未参加特许经营系统,在旅游者的心目中只有较低的品牌认同。当前,越来越多的独立所有饭店以各种形式加入到了饭店联号之中。

(2) 联号饭店

通常是指一个企业通过以下几种方式经营饭店:所有并管理自己所有的饭店;对饭店进行特许经营;通过提供饭店管理人员、签订饭店管理合同的方式对他人所有的饭店进行管理。

3. 世界饭店业中主要的经营扩张方式

(1) 特许经营

特许经营的出让方提供品牌、生产及经营中必须遵循的方法和标准,提供组织及预订、营销方面的帮助,从而确保业务有效运行,定期对受让方进行检查,以保证同一品牌的饭店产品保持质量的一致性。通过以品牌为纽带的方式将受许饭店吸收到饭店联号之中;受让方的财产权和财务仍保持独立。

特许经营在20世纪五六十年代开始大规模发展起来,其中圣达特、精品国际、Hotels & Compagnie 和美国特许经营系统四家的所有饭店都是通过特许经营的方式加入联号的。其他如马里奥特国际、卡尔逊、雅高、喜达屋、巴斯、普罗姆斯等公司除了特许经营外,还采用其他的经营方式。

(2) 管理合同

是指饭店所有者和饭店经营者之间的书面协定,饭店所有者雇用经营者(通常是饭店管理公司)运营饭店,对饭店的经营和管理负全部责任。美国的里奇菲尔德饭店管理公司(Richfield Hotel Management, Inc)是世界上最大的独立饭店管理公司,管理着希尔顿、喜来登、雷迪逊等特许经营范围内的大量饭店。

(3) 所有并管理饭店

有两种类型:第一类是独立存在,同时由饭店所有者对饭店管理的饭店(即单体饭店);第二类是由所有者对拥有的饭店进行管理,管理的饭店达到两家以上,形成了联号。

(4) 租赁

是由承租人(一般是一家饭店管理公司)向租赁方(饭店所有者)签订租赁合同,由承租人向租赁方支付租赁的固定租金,饭店的所有者只对饭店资产保留所有权,而饭店资产的使用权、经营权则让渡给承租人。

(5) 拥有部分股权的管理公司

一些饭店管理公司在和业主签订管理合同的同时购买饭店的部分股权。其优点是将管理公司和饭店捆绑到一起,管理公司可以参与到饭店业主的决策中,减少由于失误而给业主管理方带来损失的可能性。

根据 1996 年对世界上 34 家最大的饭店联号的统计,美国和加拿大在经营管理方面采用特许经营的比例最高;欧洲,尤其是西班牙和英国,特许经营比例极低,主要采用所有并管理饭店的方式;亚洲国家更多的是依赖于管理合同。近年来,特许经营的形式也逐渐多了起来。

二、世界饭店业的发展趋势

1. 普遍实行多品牌战略

许多饭店联号采取在不同的细分市场采用不同品牌的多品牌战略,使每一类饭店有自己独特的品牌和标识,与联号内的其他饭店区分开来。例如,品质国际(Quality International)就有三个不同的品牌系列:舒适客栈是经济等饭店,品质客栈是中档饭店,皇家品质则是高档饭店。雅高联号中更有诺富特(Novotel)、伊比斯(Ibis)、美居(Mereure)、索菲特(Sofitel)、弗慕勒饭店(Hotel Formule)、伊塔浦(Etap)、红屋顶客栈(Red Roof Inns)、汽车旅馆第六(Motel6)等。

2. 饭店业日益向联号经营方向发展

截至 1998 年,世界前 100 名的饭店联号所经营的饭店客房总数达到了 454 万间。在美国,70%以上的客房被饭店联号所经营着。饭店联号迅速发展的一个主要原因是使饭店服务具有了可预见性和一致性。在一个越来越充满不可预见性的社会,这一点对旅游者具有极大的吸引力。

3. 饭店业中国际化经营的程度越来越高

二战结束以后,饭店业开始了国际化经营的步伐,这一进程速度非常惊人。到 1999 年,国际化经营涉及国家最多的跨国集团有巴斯(95 国)、最佳西方国际(76 国)、雅高(72 国)、喜达屋(70 国)、卡尔逊(54 国)、希尔顿国际(53 国)、马里奥特(53 国)、福特(50 国)等。

4. 经济等饭店发展迅速

进入 20 世纪 90 年代以后,经济等饭店在全世界都有长足发展。以美国为例,从 1987—1999 年,经济等饭店增长了 73.8%,同一时期,高档饭店仅增长 26.4%。同时,除了希尔顿、恺悦外,几乎所有跨国饭店联号的品牌系列中都包括了一个甚至多个经济等饭店品牌。而且经济等饭店所占份额还越来越大。如圣达特的经济等饭店客房数占了其客房总数的 50%;而雅高的经济等饭店客房数量占了雅高 1998 年所有客房数量的 68.9%。

5. 通过兼并收购进行扩张越来越普遍

联号饭店兼并收购的目的有两个:一是为了获得规模效应;二是从企业发展战略入手,利用兼并收购对企业的经营结构进行完善和调整。

此外,兼并收购的手段多样化,既有现金收购,也有股权置换和杠杆收购;并开始出现以消灭竞争对手为主要目的的恶意收购。