

酒店营销180例

主 编 蒋一枫

副主编 张 楠

JIUDIAN YINGXIAO 180 LI



東方出版中心

98
F719
386

2

酒店营销180例

任百尊

主 编 任百尊
副主编 张 楠

XAJ35/01

编委：任百尊、张楠、李国栋、刘国栋、
王卫华、王卫华、王卫华、王卫华、
王卫华、王卫华、王卫华、王卫华、



3 0010 6041 1

北京出版中心

说 明

经中央机构编制委员会办公室和中华人民共和国新闻出版署批准,原中国大百科全书出版社上海分社、知识出版社(沪),自1996年1月1日起,更名为东方出版中心。

酒店营销 180 例

蒋一珩 主编

出版: 东方出版中心
(上海仙霞路 335 号 邮编 200336)

开本: 850×1168(毫米)1/32

印张: 16.75

发行: 东方出版中心

字数: 400 千字 插页 10

经销: 新华书店上海发行所

版次: 1998 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

印刷: 东方出版中心海峰印务公司

印数: 1—10,000

ISBN 7-80627-272-0/G·76 定价: 26.00 元

内 容 提 要

本书是《酒店服务 180 例》和《酒店管理 180 例》的配套作品,编著者从我国各大酒店的营销工作中选取大量实例,并分别从不同角度,结合所选实例,阐明酒店营销的基本理论和原则,介绍了许多行之有效的营销技巧和方法。全书分“市场篇”、“产品篇”、“促销篇”和“公关篇”四大部分,包含了酒店营销的多方面内容,诸如:市场客源及其细分、营销环境、选择目标市场、产品定位、产品生命周期、新产品开发、广告与促销、价格及效果评估,等等。本书生动活泼地叙述营销实例,深入浅出地阐明营销理论,有较强的可读性和一定的理论性。本书可作为各酒店、宾馆及有关中专学校、职业学校的培训教材,亦可供其他各类商业中专或商业职校作辅助教材,还可供在职的各类商业营销、管理人员阅读。



杨子饭店



外景



大堂



客房

总经理 杨维清
地 址 中国上海市汉口路740号
电 话 (021)63517880
传 真 (021)63516012
邮 编 200001

珠海度假村酒店



酒店鸟瞰



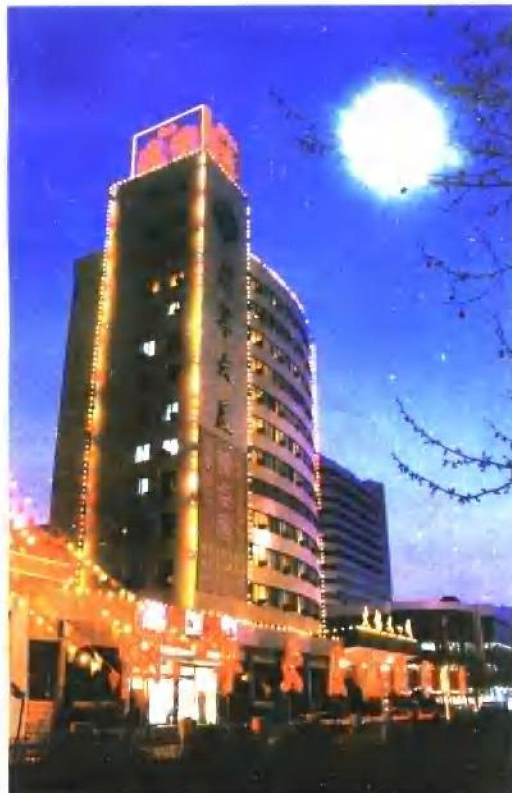
珠海度假村酒店
ZHUHAI HOLIDAY RESORT HOTEL

园中之冠 大海楼



宴会厅

总经理 刘 佳
地 址 中国广东省珠海经济特区
石花山
电 话 (0756)3332038
传 真 (0756)3332036
邮 编 519015



大厦外观

烟草大厦



TOBACCO BUILDING



金舞厅中景



接待

总经理 李新宽

地址 中国河南省三门峡市
崤山路中段44号

电话 (0398) 2823083 2823085

传真 (0398) 2823880

邮编 472000

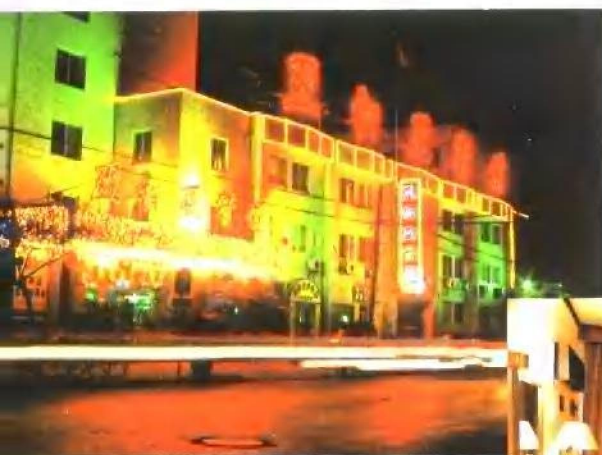


总经理 李志国



亞細亞賓館

Asia Hotel



外景



客房

总经理 李志国
地址 中国河南省郑州市东明路
中段6号
电话 (0371) 6318861
传真 (0371) 6318861 3601
邮编 450003



总经理 陈广文

安徽安港大酒店



ANHUI ANGANG HOTEL



外景



大堂

总经理 陈广文
地 址 中国安徽省合肥市
芜湖路273号
电 话 (0551)2626888
传 真 (0551)2630909
邮 编 230006

一流大酒店

一流吸尘机



配上筒管附件，又具有普通筒式
吸尘器的全部功能



低身设计，只有67厘米，适合家具
底部清洁；把手还有三种位置可
供调节。



独一无二的边缘
清洁器，连最难
清洁的垂直边缘
也照清不误。

转速：50417
功率：400W
输入电压：220V
吸口宽：128mm
吸尘袋：1641公升
外型尺寸：35×55×110cm
净重：7.5kg

好使得
hosde

联系电话 021-62820391

hosde干洗式地毯清洗机是目前国内独一无二的高压干洗式清洗机，在欧美饭店行业已获广泛应用。



该机有以下六种用途

1. 整新清洗
2. 保养清洗
3. 大面积清洗
4. 局部清洗
5. 阶梯清洗
6. 绒面梳理



hosde干洗粉有诸多优点，如：工作时能全部回收，含有防霉除虫剂，清洗后留有微微幽香。



输入电压：220V

功率：760W

转速：3000r/min

转速：900转/分钟

外型尺寸：50 × 46 × 35(连手柄180cm)

净重：13kg

联系电话 021-62820391

好使得
hosde



外景



餐厅



神憩賓館

SHEN QI HOTEL



客房

总经理 薛玉法
地 址 中国山东省泰安市
泰山天街10号
电 话 (0538)8223866
传 真 (0538)8215399
邮 编 271000

序 言

我曾在《酒店管理 180 例》序言的末尾,预祝过《酒店营销 180 例》早日问世。事隔一年,此书的清样已摆在了我的案头,我深感欣慰。我国酒店业服务、管理、营销三大领域的典型案例,通过编著者的努力,已形成了系列丛书。毫无疑问,这套融“理论启发性、实践应用型、培训案例式”为一体的系列性专著,填补了我国酒店业岗位教育中案例培训的空白。

酒店营销作为正在发展的领域,目前尚无统一的定义。最常见的一种认识,是将酒店营销等同于酒店所开展的促销活动,尤其是酒店向顾客开展的推销和广告宣传活动。还有一种类似的认识,是将酒店营销等同于酒店通过旅行社等中介单位或个人所开展的组织客源的活动。这些认识是不完整的。

旅游经济学家们从不同的角度将酒店营销看成是酒店向客人提供利益。他们认为,客人之所以购买酒店的产品或服务,是因为酒店的产品或服务使他们感到满足,即获得效用。

同样,酒店营销学对酒店业营销活动的研究,受一般市场营销学理论的指导,但后者不能完全代替前者。这是因为酒店业的营销活动有着自己的特殊矛盾和运动规律。例如,酒店产品大规模生产的限制性和服务的无形性,它们的不可贮存性和非运动性,都要求形成特定的专业化营销理论来进一步指导酒店的营销实践。这正是酒店营销学得以形成和发展的基础。

此外,酒店营销学是建立在经济科学、行为科学、现代管理理论和一般市场营销学基础上的应用科学。它着重研究买方市场下

酒店的营销管理问题,即着重研究酒店在激烈竞争的不断变化的营销环境中,如何识别、分析、选择和利用市场机会,如何通过满足目标市场中顾客的需要,来求得酒店的长期生存和发展。

显然,本书的编著者亦是基于上述基本理念,来编写本书“市场篇”、“产品篇”、“促销篇”、“公关篇”内的各则案例的。这些案例的形成、积累和运用,必然会对逐步走向成熟的我国酒店营销学提供有实践与理论价值的论点、论据。这是本书的又一贡献。

酒店运作,无论从哪一个角度去阐述,均可以服务、管理、营销三大理念加以概括。我始终认为服务是酒店管理的基础,所谓酒店管理也可以视为酒店服务管理。我曾在《酒店管理 180 例》序言中详述了这一观点。剖析此书及纵览前两部书,“服务”始终是这套丛书贯穿始终的主线。酒店业本质上是服务性行业,服务是酒店赖以生存和发展的基本前提,服务构成了酒店产品的重要特征。

因此,学会服务,用优质的服务产生更大的价值效应,这是酒店营销面临的现实课题。我们正在不知不觉中迈向一个“服务的年代”。据统计,目前美国与日本的大量劳动人口都投身于服务业中。在美国里兹·卡尔登酒店(Ritz Carlton Hotel),每一位员工都被要求随身携带“员工信条”,上面印有如下基本服务理念:座右铭——乐在服务,我们是礼貌服务的绅士和淑女;诚信——以客为尊,满足顾客所需,甚至潜在需求;服务三部曲——诚挚的欢迎,预测及满足顾客所需,温馨的告别,等等。

其实,本书所列举的诸多营销方面的成功案例,均在不同程度上体现了上述服务理念,并阐发为管理、营销理念。我曾在 1989 年撰写的《中国人如何管好饭店》一书中,把来自我国酒店业服务实践的范例总结为具有中国特色的“诚信服务”。诚者,酒店员工;信者,优质服务。有了这两条,酒店从服务到管理,乃至营销领域,就有了良性运作的基础和保证。由此而论,我以为所谓酒店服务学、酒店管理学,包括酒店营销学,都可以作一个更具体实在的定

义概括,即:酒店服务、管理、营销的出发点和归宿点就是“宾客满意学”。本书及前两部书的编著者独具匠心,通过案例剖析,形成了他们所坚持的“一切以客人为中心设计服务、提供服务、评价服务”的编著指导思想,这也就是酒店营销、管理、服务所要坚持的基本理念。

中国旅游饭店业协会副会长

上海市饭店业协会执行会长

任百尊

1997年8月于上海寓所

目 录

序言	任百尊
编写前言	1

市 场 篇

寻找市场定位的目标	3
不搞低价,只求优质	6
决不搞削价竞争	9
区分时段的弹性房价	12
体验“烧鹅宅”	15
以“空手道”起家的纽约物业大王	18
分销网的魅力	21
交互网络上的推销与购买	24
这儿的酒楼为什么不收服务费?	27
一节电池的价格	30
从“一条腿”变成“两条腿”	33
“芝麻”也会结硕果	36
金融家俱乐部	39

市场再定位	42
一切围绕中档客人转	44
选择自己的市场	47
受欢迎的假日旅馆	50
在客源结构根本变化的背后	53
确定设计方案之前	55
火车站旁的四星级酒店	58
老年人的好去处	61
改造之前访问长住客	64
“狼来了”并不可怕	67
南菜北引	70
售楼小姐的甘苦	73
老客户的新需求	76
以变应变	79
从旅游团队转向商务客人	82
还是那么一块“蛋糕”	84
盯住瑞士客源	87
营销在上海	90
在“旅交会”上	92
市场在哪里	95
“一律住青年会宾馆!”	98
一份客房销售战略意见书	101
“千岛湖事件”之后	103
“20+ 保龄球”的连锁式经营	106
清洗公司自主经营后	109