



中等专业（职业）学校餐旅服务与管理专业教材新系
全国商业职业教育教学指导委员会 推荐
全国商业中专教育研究会 组织编写

饭店市场营销

Fandian Shichang Yingxiao

黄性瑞 主编

中
专



东北财经大学出版社

中等专业（职业）学校餐旅服务与管理专业教材新系

DUFEP 21 世纪新概念教材

全国商业职业教育教学指导委员会推荐

全国商业中专教育研究会组织编写

饭店市场营销

黄性瑞 主 编

东北财经大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店市场营销/黄性瑞主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2001.5

21 世纪新概念教材·中等专业 (职业) 学校餐旅服务与管理专业教材新系

ISBN 7-81044-853-6

I. 饭… II. 黄… III. 饭店 - 市场营销学 - 专业学校 - 教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 36707 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 4710523

营销部: (0411) 4710525

网 址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: dufep@mail.dlptt.ln.cn

东北财经大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

开本: 850 毫米 × 1168 毫米 1/32 字数: 218 千字 印张: 9 3/8

印数: 1—6 000 册

2001 年 5 月第 1 版

2001 年 5 月第 1 次印刷

责任编辑: 王纪新

责任校对: 那 欣

封面设计: 冀贵收

版式设计: 吴 伟

定价: 12.00 元

“中等专业（职业）学校餐旅 服务与管理专业教材新系”

编写委员会

顾问

- 张慧伶** 中国商业职业技能鉴定指导中心副主任，中国商业技师协会会长，全国商业职业教育教学指导委员会主任
- 刘 住** 上海市旅游学会会长，上海旅游发展研究中心主任，《旅游科学》杂志编委会主任，上海旅游高等专科学校校长
- 杜 江** 高等学校工商管理类专业教学指导委员会委员，全国旅行社经理资格认定专家委员会委员，中国饭店职业英语标准培训与测试中心主任，中国旅游与未来研究会常务理事，全国特级导游员评审组专家，中国旅游学院副院长，教授
- 何 新** 全国商业中专教育研究会顾问，全国商业职业高中教育研究会顾问，原商业部教育司职教处副处长，经济师

主任

- 乔正康** 全国中等职业教育教学指导委员会委员，全国商业职业教育教学指导委员会副主任，全国商业中专教育研究会会长，全国商业中专教育研究会教材建设研究委

委员会主任，上海市商业学校原校长，高级讲师

宿敏 全国商业职业教育教学指导委员会副主任兼秘书长，
全国商业中专教育研究会副会长，全国商业中专教育
研究会教材建设研究委员会副主任，原国内贸易
部教育司职教处处长，高级经济师

许景行 中国高等院校市场学研究会理事，全国商业职业教
育教学指导委员会委员，全国商业中专教育研究会教材
建设研究委员会顾问，东北财经大学出版社副社长、
副总编，编审

委员 (按姓氏笔划排列)

李宏伦 全国商业职业教育教学指导委员会副秘书长，北京市
商业学校校长，高级讲师

张昌树 辽宁省服务学校校长，高级经济师

赵关印 全国商业中专教育研究会商业学校中西南分会副会
长，河南省商业学校原校长，副教授

胡燕燕 全国商业中专教育研究会学校管理研究委员会主任，
全国商业中专教育研究会教材建设研究委员会音像教
材编审委员会副主任，浙江省商业学校校长，高级讲
师

推 荐 说 明

本书是全国中等专业（职业）学校通用教材，经审定，同意作为全国商业职业教育教学指导委员会推荐教材出版。书中不足之处，请读者批评指正。

全国商业职业教育教学指导委员会

编审说明

为适应建立社会主义市场经济体制的要求，满足中等专业（职业）学校教育改革与发展对新教材的需要，我会相继组织编写面向 21 世纪、具有“换代型”性质的公共课和市场营销、会计、计算机应用与管理、餐旅服务与管理等专业的“教材新系”。新教材认真贯彻全国工作会议精神，具体落实教育部《面向 21 世纪教育振兴行动计划》中提出的“职业教育课程改革和教材建设规划”，着眼于 21 世纪初我国大、中、小企业诸多岗位群的现实需要，以培养中等应用型专业人才为目标，依照“以素质为基础，以能力为本位，注重创新意识与创新能力培养”的原则，简化了对知识要点的陈述，增加了图、表、例和典型个案的比例，强化了知识的应用性、针对性和技能的可操作性，体现了我国中等专业（职业）学校新时期教育的特点。

《饭店市场营销》是“中等专业（职业）学校餐旅服务与管理专业教材新系”中的一种，经审定，同意将其作为我会统编教材出版。

本书是全国商业中专教育研究会会员学校必用教材，也可供新时期我国各类中等专业（职业）学校（包括普通中专、职业中专、职业高中、电视中专和成人中专等）选用，还可作为业务岗位培训教材和餐旅企业服务与管理人士的自学读物。

全国商业中专教育研究会教材建设研究委员会

总 序

“餐旅服务与管理”这个专业名称是 1999 年 6 月正式确定的。教育部从 1997 年开始研究“面向 21 世纪职业教育专业设置”，原国内贸易部教育司也成立了“商贸系统面向 21 世纪职业教育专业设置”的子课题组。经过近两年的调查研究，子课题组写出了研究报告，并向教育部申报了 10 个专业作为重点建设的骨干专业，其中就有“餐旅服务与管理”。

在这里，简要地回顾一下这个专业建设的历史是必要的。餐旅服务专业在初起阶段是职业高中（以下简称“职高”）为餐饮、旅游行业培养服务员而开设的，招收初中毕业生，学制 3 年；餐旅管理专业是中等专业学校（以下简称“中专”）为餐饮、旅游行业培养初、中级管理人员而开设的，招收高中毕业生，学制 2 年。一般称后者为“大中专”。它最先是由上海市商业学校于 1984 年开设的。当时是改革开放初期，上海的餐饮旅游事业正迅猛发展，新的饭店、餐馆如雨后春笋拔地而起，初、中级管理人员严重缺乏。在上海市人民政府教育卫生办公室、上海市教育局、商业委员会、商业二局以及新亚（集团）联营公司的倡导与支持下，上海市商业学校经过半年多的筹备，于 1984 年秋季招生试办大中专餐旅管理班。其后，改革开放的浪潮席卷我国东海、渤海、南海之滨，再由那里推向内地，旅游这个无烟产业越来越兴

旺，全国各地、相关行业教育系统的许多中专、技校、职高，都纷纷办起了餐旅管理和餐旅服务专业。据不完全统计，仅原国内贸易部系统就有近 60 所中专开设了这个专业（班）。而且，原先职高培养服务员、中专培养管理人员的旧格局也发生了变化：现在职高也办中专班（管理人员班），中专也办职高班（服务员班），两者互相渗透了。这种互相渗透乃至合二而一的局面是可以理解的。培养服务员固然要努力使学生掌握过硬的服务操作技能，培养初、中级管理人员也要使学生掌握服务操作技能。自己不会操作或操作很不到位，岂能搞好管理？从另一方面讲，“餐旅管理”实际上是在“餐旅服务”的基础上加一“管理”课程的模块，两者的培养目标大同小异或前同后异，复合起来也就比较方便、自然。

现在再来谈教材。当初我国办大中专餐旅管理专业时，并没有组织编写成套教材。零散教材中最早的一本是中国展望出版社 1989 年出版的《中国旅游文学》，后来中国商业出版社又出版了《餐饮文学》、《餐旅应用写作》、《餐旅心理学》三本。到了 1994 年，中国商业出版社组织部分学校教师编写了一套“酒店管理系列教材”，共 13 种。随着旅游业的迅速发展和教学改革的逐步深化，原国内贸易部教育司于 1996 年正式制定了教学计划和教学大纲，在此基础上组织编写了“国内贸易部部编餐旅管理专业教材”。该套教材于 1997 年由东北财经大学出版社出版。现在全国商业系统中专学校使用的，主要还是这套教材；在商业系统之外及职高方面，有的学校也选用这套教材，有的则选用中国旅游出版社出版的相关教材，也有的选用地方组织编写或自编的教材，情况各不相同。

如今，纪元晋千，党中央、国务院召开了改革开放以来的第

三次全国教育工作会议，颁发了《中共中央、国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》。这次会议正式把中专、技校、职高统一纳入“中等职业教育”范畴，并对发展职业教育提出了许多新的要求、新的思路、新的改革措施，强调要全面推进素质教育，重视创新精神和实践能力的培养，并指出要增强职业教育的适用性，开发和编写体现新知识、新工艺、新技术和新方法的具有专业特色的课程教材。

为贯彻全国教育工作会议精神，具体落实教育部《面向 21 世纪教育振兴行动计划》中提出的“职业教育课程改革和教材建设规划”，全国商业中专教育研究会与东北财经大学出版社再度合作，组织编写了“中等专业（职业）学校餐旅服务与管理专业教材新系”（以下简称“新系”）。这套教材并不限于对原国内贸易部“部编餐旅管理专业教材”的单纯修订，而在许多方面做了突破性尝试，诸如：原“部编餐旅管理专业教材”仅着眼于饭店服务与管理方向，为了使“旅”名副其实，本“新系”增加了旅行社服务与管理方向的教材；在课程结构上，原“部编餐旅管理专业教材”中有多本只讲“服务”，本“新系”则全方位地兼顾了“服务”与“管理”两方面；就各书内容的标准化部分而言，原“部编餐旅管理专业教材”的某些内容业已陈旧，本“新系”则以国家有关部门最新颁布的标准为据；在教材类型上，原“部编餐旅管理专业教材”与国内已投放市场的多数教材一样，理论陈述偏多，图、表、例偏少，栏目设置贫乏，属“新内容+旧形式”的“改良型”，本“新系”按照东北财经大学出版社和全国商业中专教育研究会率先提出的“实现‘形式与内容双更新’、营造‘换代型’赋型机制”的要求，减少了对知识的概念化阐述，增加了图、表、例的比例，新设置了“学习目标”、“小思

考”、“典型案例”、“关键概念与词语”、“本章小结”、“自测题”(书后附“参考答案”)、“测试题”等栏目。全套书注重素质教育、注重实用、注重对学生实践能力和操作能力的培养,并力求与专业教学的发展及国内外旅游酒店服务与管理的实践发展保持同步。

如此调整、充实与优化后的“新系”教材包括24种,它们是:1.《旅游概论》;2.《旅游政策与法规》;3.《中国旅游地理》;4.《导游业务》;5.《旅行社业务与管理》;6.《导游文化基础知识》;7.《饭店管理概论》;8.《饭店市场营销》;9.《餐旅企业会计》;10.《餐旅文学》;11.《餐旅英语》;12.《前厅服务与管理》;13.《客房服务与管理》;14.《餐厅服务与管理》;15.《康乐部服务与管理》;16.《餐旅设备》;17.《食品营养与卫生》;18.《烹饪知识》;19.《酒品调制与酒吧服务》;20.《连锁快餐店服务与管理》;21.《美容与造型》;22.《餐旅心理学》;23.《形体训练》;24.《餐旅实用美学》。上述教材所及课程,基本涵盖国家旅游局人事劳动教育司新近颁布的相关专业教学计划和中央电大1999年颁布的中专饭店服务与管理专业教学计划的课程设置。

本“新系”的编写得到中国商业职业技能鉴定指导中心、中国商业技师协会、高等学校工商管理类专业教学指导委员会、全国旅行社经理资格认定专家委员会、中国饭店职业英语标准培训与测试中心、全国特级导游员评审组、全国商业职业教育教学指导委员会、上海市旅游学会等部门领导和学术组织专家的支持和指导,我们谨向他们表示衷心的感谢。

国内外旅游产业的发展及与之相应的餐旅服务与管理专业的发展日新月异,我们为之付出了较大努力的“新系”,能在多大

程度上满足我国餐旅企业服务与管理岗位群和中等专业（职业）学校专业教学的新需要，这要由读者来评判。热忱地希望广大专家学者、企业领导和学校师生给我们以帮助，使这套教材能更好地服务于企业、服务于教学、服务于社会，并通过修订不断完善。

“中等专业（职业）学校餐旅服务与管理专业教材新系”

编 写 委 员 会

2001年4月

前 言

我国现代饭店业的飞速发展是我国改革开放最辉煌的成果之一，无论是设施、设备，还是服务与管理模式，都是与国际化接轨最早、程度最高的行业之一。随着我国社会主义市场经济和旅游业的迅速发展，饭店业不仅在国内，而且在国际上都面临着激烈的竞争。尽管我国的饭店业已有很大发展，但与国际先进水平相比，无论是在管理还是在经营上都存在一定的差距。我国饭店业的一些营销活动，相当程度上还只是停留在促销阶段，仅为争取眼前利益的战略、策略和计划。究其原因，关键在于以宾客为中心的市场营销思想和方法尚未普遍成为我国饭店业从业人员的经营理念。在市场营销方面还缺乏先进的方法和有效的手段作指导。因此，我们迫切需要培养造就一大批具有现代饭店管理知识和国际化营销运作技能的专业人才，以培养新时期中等应用型饭店业专门人才为己任的中等专业（职业）学校的餐旅服务与管理专业就历史地承担了这一任务。

本书是全国商业中专教育研究会组织编写的系列教材之一。它与“中等专业（职业）学校餐旅服务与管理专业教材新系”中的其他教材一样，坚持面向 21 世纪，与国际接轨，适应新时期中等专业（职业）学校教育改革和发展的需要，立足于提高学生的整体素质，培养学生认识问题、分析问题和解决问题的能力。

通过新型教材这一具体赋型机制的知识载体，进行内容创新和形式创新。

市场营销是现代饭店经营管理的核心，也是决定饭店经济效益与市场竞争实力大小的关键。本书力求全面反映饭店市场营销的基本理论，吸收国内饭店市场营销方面的最新研究成果，总结和借鉴其营销的成功经验，理论联系实际，突出实践性和应用性。全书共分9章，主要内容包括：饭店市场营销概述；饭店市场营销环境；饭店宾客的消费行为分析；饭店的客源市场分析；饭店产品策略；饭店价格策略；饭店销售渠道策略；饭店促销策略；饭店的市场营销组合与市场营销战略。

本书由黄性瑞主编并编写第1、5、6、7、8章。参加编写的人员有：浙江商业学校滕玮峰编写第2、3、9章，福建工贸学校何紫夏编写第4章。黄性瑞对全书进行了总体修改和定稿。由全国商业中专教育研究会教材建设研究委员会主任、高级讲师乔正康主审。

本书在编写过程中参阅了国内外有关教材、专著、文献资料，在此谨向原作者致以谢忱。并对在本书编写过程中给予支持的各有关学校、教师、专家表示感谢。由于编写时间仓促，编写水平有限，书中疏漏、不妥之处，恳请专家、读者不吝赐教，以使之臻完善。

编 者

2001年4月

目 录

第1章 饭店市场营销	1
■ 学习目标	2
1.1 饭店市场	2
1.2 饭店市场营销	6
1.3 饭店市场营销管理	17
■ 典型案例	25
■ 关键概念与词语	27
■ 本章小结	27
■ 自测题	29
■ 测试题	29
第2章 饭店市场营销环境	30
■ 学习目标	31
2.1 饭店市场营销环境概述	31
2.2 饭店的外部环境	34
2.3 饭店的内部环境	45
■ 典型案例	49
■ 关键概念与词语	51
■ 本章小结	51
■ 自测题	52

■ 测试题	52
第3章 饭店宾客的消费行为分析	53
■ 学习目标	54
3.1 饭店宾客消费行为概述	54
3.2 饭店宾客消费行为分析	58
■ 典型案例	75
■ 关键概念与词语	77
■ 本章小结	77
■ 自测题	78
■ 测试题	78
第4章 饭店的客源市场分析	79
■ 学习目标	80
4.1 饭店的客源市场概述	80
4.2 饭店的市场调查与预测	84
4.3 饭店的客源市场分析	106
4.4 饭店市场的选择策略	113
■ 典型案例	121
■ 关键概念与词语	123
■ 本章小结	123
■ 自测题	125
■ 测试题	125
第5章 饭店产品策略	127
■ 学习目标	127
5.1 饭店产品概述	127
5.2 饭店产品的生命周期	133
5.3 饭店新产品的开发	139

5.4 饭店产品组合策略	146
■ 典型案例	151
■ 关键概念与词语	153
■ 本章小结	153
■ 自测题	155
■ 测试题	155
第6章 饭店产品的价格策略	157
■ 学习目标	157
6.1 饭店产品价格概述	157
6.2 饭店产品定价程序	165
6.3 饭店产品定价方法	171
6.4 饭店产品价格策略	177
■ 典型案例	182
■ 关键概念与词语	183
■ 本章小结	184
■ 自测题	185
■ 测试题	186
第7章 饭店营销渠道策略	187
■ 学习目标	188
7.1 饭店营销渠道概述	188
7.2 饭店营销中介	196
7.3 饭店营销渠道策略	204
■ 典型案例	209
■ 关键概念与词语	210
■ 本章小结	210
■ 自测题	212