



西方国家的旅馆业

1998



19
05
7 119



中国国际贸易促进委员会

美国人的好客



马丁斯维尔美国人公司 (American of Martinsville) 是一家经验丰富的全球性出口商，它是 LADD 的合同公司和美国的主要旅馆家具生产商。

永远时兴的款式和坚固耐用的质量是马丁斯维尔美国人公司各类木制软垫家具的特点。

家具款式从传统的到现代的，一应俱全。用樱桃木、红木、松木和榉木精制而成，并上有各种未油漆。

马丁斯维尔美国人公司提供从豪华套房到标准客房使用的各类家具，价格多样，随您选择。

马丁斯维尔美国人公司，世界级旅馆家具提供者。

欲知详情，请发传真：(910)888-6445。

AMERICAN
FURNITURE

LADD Furniture
One Plaza Center - High Point, North Carolina 27260 USA
TEL: 910-888-6445 FAX: 910-888-6445
www.laddfurniture.com

e-mail: laddintl@northstate.net



WizCom 国际公司为旅游行业提供技术服务，这对其业务发展很有意义。我们专
 事提供适应顾客要求的中央预订系统和 GDS 预订处理系统，包括与 Amadeus、
 Galileo、International、Sabre、System One 和 Worldspan 等系统的无缝连接。

世界充满机会 ... 我们提供解决办法。

北美办事处：

WizCom International, Ltd.
 900 Old Country Road
 Garden City, NY 11530
 Telephone: (800) 544-7385
 Fax: (516) 222-6660
 E-mail: wizsales@wizcom.com

欧洲办事处：

WizCom International, Ltd.
 Axis House, Park Road
 Bracknell, Berkshire RG12 2EW UK
 Telephone: +44-1-344-417-320
 Fax: +44-1-344-485-616
 E-mail: wizsales@wizcom.com



<http://www.wizcom.com>

西方国家的旅馆业

1997

主 编

龚文抗

Gong Wen Kang

* 本书作者所表述的各种意见和观点并不一定是出版者的意见和观点，而且因为此书经过周密审慎的准备，所以出版者对书中各篇文章中的这些意见和观点、或者任何不准确之处概不负责。

* 中国国际贸易促进委员会既不赞助，也不提供本出版物各款广告所列举的任何材料、物品、设备和服务；而且中国贸促会对本书中刊载的任何广告说明的准确性和不准确概不负责。

Published by Sterling Publications Limited
a subsidiary of Sterling Publishing Group Plc
55a North Wharf Road, London W2 1XR
United Kingdom
Telephone: +44 171 915 9660
Fax: +44 171 724 2089



Sterling Publications Limited
Flat B, 18th Floor
Tai Ping Industrial Centre, Block 1
57 Ting Kok Road
Tai Po, Hong Kong

中国国际贸易促进委员会 中国国际商会
北京复兴门外大街1号 邮编: 100860
电话: 6462 0451
传真: 6462 0450
电挂: COMTRADE BEIJING
电传: 22315 CCPIT CN



中国国际商会驻英国代表处
40/41 Pall Mall
London SW1Y 5JQ
United Kingdom
电话: 44 171 321 2044
电传: 44 171 321 2055

©1997: 此出版物的全部内容受到版权保护，其详细内容由斯特灵出版集团公司提供，所有权利都保留。事先未经版权所有者的同意，此出版物任何部分均不得再版，或储存在回收系统，或者用电子、机械、影印、拷贝等任何形式和方法加以传播。

承印者: 长城(香港)文化出版公司

目 录

- 3 需要推动改革
戴卫·伍德
- 6 中国旅游饭店协会简介
中国旅游饭店协会副会长 车德馨
- 7 亚洲宾馆行业的主观因素：人员
迈克尔·B·佩切里，国际宾馆及餐馆协会
- 10 中国旅游饭店的发展
魏小安，中国国家旅游局
- 14 中国酒店业的扩大与发展
J·戴维·海登，香格里拉国际酒店管理集团
- 17 古老的价值—未来的财富
唐纳德·W·Y·顾
温伯利·阿利森·汤和顾公司 (WAT&G)
- 21 台北帝国洲际饭店
伊丽莎白·哈利特
- 25 领欧洲高档家具之潮流
Selva Style 国际公司
- 27 AstroTurf 踏鞋垫和垫席
孟山都 (欧洲) 公司
- 29 种类繁多的色彩与图案
福尔波地毯公司
- 31 世界上宾馆客房电话的主要供应商
Teledex 公司
- 33 鲍卡斯论美食原则
瑟基·格莱兹
- 37 啤酒业界的佼佼者
亚洲太平洋酿酒 (集团) 公司
- 39 一个世纪的经验
雀巢 (中国) 投资服务有限公司
- 42 中国人的浴室将焕然一新
高仪太平洋私人有限公司
- 45 全球范围的客房用品供应商
Günter ACS
- 46 优质设计、完美组合的德国“高捷 KLUDI”
水龙头与“安高 EMCO”浴室装饰配件
BSC Hong Kong
- 49 酒店业的浴室设计和设备
休·拉塔 达雷尔·施米特
让尼娜·巴泽尔—施瓦茨, IDS-B 公司
- 53 赫福高移动隔板
赫福高 (香港) 有限公司
- 57 研究指出长期市场增长
北美食品设备制造商协会
- 58 咖啡服务中的主要革新
道威·埃格伯特公司
- 62 Sulcus 向中国投入现代化的旅馆软件技术
Sulcus 旅馆设备集团
- 65 欧米加保险产品
Entec 系统公司
- 67 在饭店安全中, TESA 电子锁无与伦比
TESA 公司
- 69 电子锁系统
N K 杨, 香港喜来登饭店安全部
- 71 3 种用于宾馆的风机盘管系统的比较
汤姆·德索勒, 建筑服务研究与情报协会
- 75 地毯的发展前景
罗纳德·E·范格尔德恩, 地毯协会
- 79 充分利用机场旅馆
卡罗尔·切斯特
- 83 对用品和休闲设施的投资
罗伯特·帕通, 健身工业协会
- 87 全面健身
大西洋健身公司
- 88 广告索引

需要推动改革

戴卫·伍德

David Wood



世界范围的国际旅馆和膳食供应管理协会有一个共同的认识：社会的需要推动着旅馆管理环境的改革。

变化从来没有像现在这样频繁和迅速，并且仍在加速进行着。在我半个世纪的生涯中，我亲眼目睹了旅馆从手工记录到计算机化的系统、从来信订房到通过全球互联网的电子化订房系统的变化。我们习惯于评价旅馆的客房服务，现在要评价客房内的设施，例如小酒柜、茶和咖啡的烹制设备。我们在室内电视上查询我们的帐单而不是跑到接待处去查询。我们打算从我们的身边发一个传真或电子邮件给远方另一个时区的朋友，而不是打电话。

投资的时间尺度缩短了。旅店业必须和工业竞争，它们的基础设施费用比较低，这也是促使小集团合并以获得规模经济效益的原因之一。

我们必须重新考虑我们的销售结构以寻找另外的经济形式。这就推动了大的区域性的、国家级的和国际性的集团和财团的形成。市场商人正在寻找更狭义的市场部门在其中扩展他们的公司。

投资知识也已经转变成人类的财富。50年前

存在的旅馆学校和培训公司只有很少几家，现在已经有旅馆管理学位和毕业证书以及国家培训计划。

在寻找经济理论以满足投资的需要时，通常都是雇员首先感觉到对培训和发展的削减。我们说，在情况困难时“顾客优先”。然而，如果我们考虑到未来的需要，早则在下世纪初，旅游事业将成为世界上最大的业主，我们可能必须重新考虑，哪里是我们优先投资的所在？当我们的受过训练且能满足需要的职员太少的时候，是否就要“顾客第二”呢？可以认为，在我们这个产业中，到下个世纪中期即使是在美国，能够读书写字的人物也太少了，当然，除非我们为此有些什么措施。

我们也需要保持那些能够吸引人来访问的东西，例如国家的特色，文明和遗产。对于环境的关怀，当越来越多的人作过全球性的旅游后，会变得更加尖锐。在保存这些世界性的珍贵资源中，旅馆老板应该如何起作用呢？帮助限制浪费并且教育他们的顾客应该对这个世界和它的居民更自觉一些。

明天的旅馆老板应该受过更多教育，具有更多的商业意识，更加注重人，对于变革和环境具有更高的自觉性。

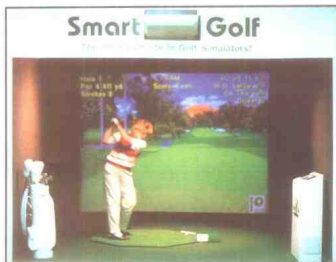
通过我们的指导，信息服务，教育和培训，为经理人员提供有用的基准点来把握当前的趋势和寻找新的技巧，从而对旅馆进行适宜的管理。新的职业旅馆经理应能不断地赶上潮流，充实自己，以适应不断变化的顾客、公司、雇员和世界的需要。

戴卫·伍德曾获得旅馆和膳食供应文学士和工商管理硕士学位。他是国际旅馆和膳食供应管理协会的主席。

要获取额外收益，

不妨采用以下可行而又可靠的办法，

而任何新建的或现有的设施都可以采用这一方法。



在您的设施里增加“智能高尔夫球”设备 堪称明智之举！

只要在您的设施里增加“智能高尔夫球”模拟机，您肯定能获得额外的收益。

额外收益的来源

额外收益来自以下几个方面：对在 20 多个模拟的世界著名高尔夫球场上比赛或练习所收取的费用、高尔夫球俱乐部的场租费、高尔夫球的出售，会员费，以及选手及其朋友在您的设施里逗留期间所消费的食物和饮料。

独具一格

用“智能高尔夫球”模拟机打高尔夫球，是与户外打球最相近的替代性活动。这是世界上最精密、最逼真、最好玩的模拟机，因此玩过的人还会经常来，而他们每来玩一次对您来说就意味着更多的收益。

“智能高尔夫球”模拟机也许堪称杰作，甚至看一眼就可以证明这一点。不过，只有当您真正玩过和看到它所产生的收益时，您才会完全认识到它对您的潜在价值。

受益匪浅

如今，越来越多的旅游机构已开始意识到把客人留在其设施里花钱的重要意义。“智能高尔夫球”就能够做到这一点！“智能高尔夫



Count the people - Add up the profits!

球”不管是作为酒店客人在商务性约会之间玩的一种游戏，还是作为一项业余时间的活动，都有助于吸引客人和留住客人。

“智能高尔夫球”还能从当地居民身上赚到一笔的额外收益，这些人可以作为会员，也能以“资格赛”或“联赛”的形式进来玩游戏。

除此之外，它对妇女和老年群体也有特别的吸引力，因为这些人喜欢舒适而方便地在室内打高尔夫球。

靠聚会来增加收入

寻找聚会场所的企业，也开始意识到带有高尔夫球模拟机的场所的价值，因为在这样的地方可以举办休闲活动、联赛和挑战赛等。

维护量小

“智能高尔夫球”的另一个优点就

是维护量小，基本上是不用清理或擦拭。如果想要减少管理人员，还可以选用“前台界面”和“投币操作”功能。

体积小，使用方便

在“智能高尔夫球”的像房间一样大小的 12.5' × 16' 场地上，一次可以有 1 至 8 名选手玩游戏。（还有两种更小的型号）其操作方便的键盘可以适用于任何语言。

最后一条令人振奋的补充说明“智能高尔夫球”绝对可以让您休息放松：它虽然功能齐全，但还需要有选手参加……而选手比比皆是！

“智能高尔夫球”使高尔夫球步入了一个全新的境界，不仅给打高尔夫球的人带来了便利和乐趣，而且还给 Smart Entrepreneur 带来了丰厚的额外收益。您可以相信，这不仅仅是高尔夫球，而是“智能高尔夫球”！所以，要作出明智的选择！今天就与我们联系。

©Smart Golf, Inc 1996

Smart Golf

THE SMART CHOICE IN GOLF SIMULATORS
12625 Danielson Ct. Poway, CA 92064
(619) 748-5811 • Fax (619) 748-5885
e-mail sales@smrtgolf.com

中国旅游饭店协会简介

中国旅游饭店协会副会长 车德馨

中国旅游饭店协会是由旅游饭店及其密切相关的单位组成的全国性行业组织。这些密切相关的单位包括各省市的旅游饭店协会、旅游院校和为旅游饭店服务的饭店管理公司、咨询公司、饭店设施物资供应厂商。中国旅游饭店协会于1986年2月成立，经中华人民共和国民政部注册登记，具有行业性团体法人地位。

中国旅游饭店协会于1986年2月成立之后，曾先后于1987年3月在广东省珠海市召开第一届会员代表大会，1989年8月在上海市召开第二届会员代表大会，1993年在北京召开了第三届会员代表大会。每届会员代表大会都对章程做了修订，使章程日臻完善。会员代表大会还制定了会员公约，全体会员共同遵守。

中国旅游饭店协会的主管部门是国家旅游局。协会在成立时有会员157家，现在已拥有会员近千家。会员都是自愿申请入会，经由当地的理事推荐，经过协会常务理事会批准，入会之后，要遵守协会章程，缴纳会费，遵守会员公约。会员也有退会的自由。协会现有理事350人，其中常务理事96人，特约理事18人。协会名誉会长是陈嘉华（全国人大常委会副委员长），协会现任会长为李权中，他原是国家旅游局副局长。协会有副会长13人，秘书长1人，副秘书长2人，聘请6位顾问。

协会的基本任务是会员服务，在会员和政府之间发挥桥梁和纽带作用。协会曾组织27名学员到香港理工大学学习1年；曾先后组织185人到中国旅游学院学习；组织2期经理培训班到中国旅游管理干部学院学习；组织一批饭店工程部主任75人到金陵旅馆干部学院学习；组织9期饭店保安经理培训班共330人到中国人民警官大学学习；组织20期496人万能工培训班进行万能工培训；组织4期电脑化培训班98人进行饭店电脑软件培训；先后请水处理公司在5个城市组织饭店水处理讲座；先后组织过餐饮、财会、工程、制冷、空调、设备、卫生、饭店洗衣、饭店制服等各种培训班600多人进行培训。协会的会刊是《中国旅游饭店》，双月刊，现已出版到32期。协会还编辑出版《会员饭店报刊集锦》，摘登80多家会员饭店报刊的文章，每月1期。上述2个刊物都是免费赠送给各会员单位及理事。协会还不定期地散发《工作简报》，向全体会员单位和理事报道协会工作情况。现已发至136期。

协会还召开了一些会议，一是定期召开理事会和常务理事会，常务理事会每半年举行1次，理事会是每年举行1次。二是以大行政区为单位，由在当地的副会长召集本大区几个省市的会员饭店开会，交流饭店管理经验。三是召开一些专业的会议，如饭店的保安会议、思想政

治工作会议、青年工作会议、党委书记会议、高档饭店工作研讨会、合资饭店工作研讨会、一、二星级饭店经验交流会、会员饭店报刊编辑会等，并将这些会议的经验文章转发给各会员单位，以供参考。

中国旅游饭店协会于1994年正式加入了世界饭店协会，并由李权中会长和周鸿猷副会长率代表团参加了在澳大利亚悉尼市举行的32届年会，由副会长袁宗堂率代表团参加了在以色列特拉维夫市举行的33届年会，由副会长车德馨率代表团参加了在墨西哥城举行的34届年会。

中国旅游饭店协会在维护会员饭店的合法权益方面也作了一些工作，并取得一定成绩。

协会是民间的社会团体组织，本着为会员服务的精神，努力为会员单位办实事，协会的活动都是号召会员饭店自愿参加，协会的经验介绍都是会员饭店自觉地接受，协会是以积极为会员服务实际行动赢得会员饭店的信任和支持。协会的会费比国内其他协会是最低的，协会从不以组织会员饭店的活动去谋取经济利益，因而协会在全国饭店业中是有凝聚力的，也赢得了好声誉。

中国旅游饭店协会的地址是：北京建国门内大街甲九号；
邮政编码：100740
电话：(010) 65138866-1910
传真：(010) 65122095

亚洲宾馆行业的主观因素：人员

迈克尔·B·佩切里
国际宾馆及餐馆协会

Michael B Peceri

International Hotel & Restaurant Association

如今影响亚洲宾馆行业最重要的因素是什么？当我们向国际宾馆及餐馆协会负责亚太事务的安德鲁·琼斯提出这一问题时，他的回答直截了当：这个因素就是能够在本行业工作而且愿意在本行业工作的人。

如今，许多宾馆很难找到足够的餐厅工作人员，工资不断上涨，以致于成为宾馆可否盈利的一个重要因素。以前，新加坡是从马来西亚输入劳务，而如今却到中国去寻找宾馆员工。马来西亚为了应付其新兴宾馆业的人力需求，也把目光投向了其他发展中国家。

提高亚太地区劳工素质和加强培训，仍然是投资宾馆的国际化公司的一个重点。对训练有素的人员需求量最大的是中国，许多公司在中国的投入都很大，其目的就是为了提高未来的员工的管理、领导和公关能力。

我们的正式刊物《宾馆》杂志对亚太地区的宾馆总经理进行了一

次调查。根据这次调查，由于缺少高水平的宾馆专业学校，因此技能岗位劳务短缺的现象越来越严重。各大公司目前已开始雇用当地的员工，并对他们进行培训。推出的计划包括类似北京的“假日饭店大学”的专业培训中心和内部培训计划。

香港世纪国际饭店的董事长兼总经理布莱恩·迪森，目前担任国际宾馆及餐馆协会亚太事务特别顾问。他说，亚洲大部分国家目前还不能产生足够的员工，因此旅游业必须寻求自己的解决方法。

“除了像新加坡、中国香港、日本和韩国这样较先进的国家和地区外，这是一个长期存在的问题，需要政府加以关注，并下决心把培训纳入其教育体系。”

文化差异

去年，国际宾馆及餐馆协会在香港举办以“未来的宾馆经营者”为题的规划研讨会，迪森在研讨会上做了重点发言。此次研讨会旨在

确定亚太地区未来的宾馆经营所需技能和特性。迪森说，在一个有文化差异的地区从事经营管理，是面临的巨大挑战之一。

迪森具有在香港、泰国、菲律宾、澳大利亚和台湾地区从事经营管理的经验，他告诉与会者，亚洲的管理工作近20年来发生了很大的变化，“在七十年代初期，外国人在言谈举止上即使出了格也不要紧，而且并不太尊重当地的员工”。

迪森承认他25年前初到香港来的时候也犯过错误，就是“想让别人适应自己的管理风格，而不是让自己的管理风格适应别人”，不过，他很快就学会了自我调整。

他说：“尊重只能赢得，而不能强求，这是从各种文化中总结出的基本经验，好的管理者必须是好的心理学家。”世纪饭店的“欢迎您”计划就体现了这一观点，迪森将其说成是一种以西方和亚洲价值观为基础的企业文化，强调的是员工之间的相互尊重，以及员工和客人之间的相互尊重。

他力劝拥有第三国国籍的经营

国际宾馆及餐馆协会

国际宾馆及餐馆协会 (IH&RA), 是由 150 多个国家的旅游业专家组成的一个网络。其成员有各国旅游协会、国内及国际宾馆及餐馆联号、独立的宾馆及餐馆、行业供应商和教育中心。

国际宾馆及餐馆协会的使命就是充当世界各国宾馆及餐馆行业的“喉舌”，在全球范围内代表本行业，保护本行业，宣传本行业，向本行业提供信息，使各成员能够实现自己的目标。

国际宾馆及餐馆协会有 3 个战略重点：

充当代表：国际宾馆及餐馆协会要保护本行业，尤其是独立的和集团化的宾馆及餐馆，使其不受可能会损害其利润和产值的

有效法律或规定的影响，同时进行游说，以争取人们对本行业的经济贡献的首肯。

制订规划：国际宾馆及餐馆协会帮助其成员预测将会影响本行业未来的趋势和问题，这样竞争策略即可相应加以调整。我们制订规划的第一步是发表国际宾馆及餐馆协会的《全球旅游业白皮书——迈向 2000 年》。

这份白皮书的内容出自“规划未来”研讨会。在研讨会上，来自本行业及其他相关行业的高级专家们，分析了旅游产业发展过程中市场营销和技术等重要问题所产生的影响。

传播信息：为了确保需要信息的业内人士在需要的时候能获

得信息，国际宾馆及餐馆协会正在加强信息传播能力，以使自己成为全球宾馆及餐馆行业的最具权威性的机构。

我们在努力使本行业了解技术方面的情况，尤其是宾馆高技术迅速发展情况。为了实现这一目标，国际宾馆及餐馆协会创办了“全欧宾馆技术展览会暨会议”（简称 EURHOTEC）。目前，EURHOTEC 已成为一年一度的盛事，来自 52 个国家的 1200 多人参与了“EURHOTEC'97”的高效率业务会议，宾馆技术方面的专家在会上交换了他们对今后几年高技术发展的见解。

国际宾馆及餐馆协会的《全球旅游业白皮书》

去年发表的国际宾馆及餐馆协会的《全球旅游业白皮书》，是第一份关于全球宾馆行业规模和收益及劳动力规模进行量化的研究报告，发表之后即被称为“一份论及宾馆未来的最全面的报告——将可靠的统计数字和战略性评估结合在一起，对一个迅速发展行业提出了不可多得的见解”。

这份白皮书由弗吉尼亚理工学院和州立大学教授迈克尔·奥尔森撰稿。它提出了今后 5—10 年内影响宾馆行业的一些问题，分析了过去 10 年里跨国集团化宾馆为了在风云变幻时代求生存而采用的竞争手段。对寻求二十一世纪生存战略的业内人士来说，这是一本必看的读物。

在国际宾馆及餐馆协会白皮书的主要章节里，有一个章节专门论述了各种变革因素及其对旅游业的重要影响。有 5 个方面被确认会对宾馆发展产生重大的影响：

接待能力控制——分布网络

对客房销售（以及航班座位、轿车租用、景点门票和餐馆座位）产生的影响。

游客的人身安全——恐怖主义的威胁、政治性冲突和对健康的危害；为了让客人和投资者放心，旅游业应当做哪些方面的工作才能应对这些挑战。

资产和资本利用——缺少支付现有发展需求和未来资金增长的资本所带来的影响。

技术——“旅游部门在九十年代后期至下个世纪的一段时间里所拥有的最强竞争优势”。宾馆经营者们要想成功地推销其产品和服务，就必须学会利用信息高速公路。

新的管理方式——下一代宾馆经营者们要在日益复杂和多变的旅游业生存下去所必备的素质。

白皮书列举了本行业在为寻求进入就业市场的人们创造和提供就业机会方面所发挥的重要作用。白皮书预测了亚洲、中东和

南美市场迅速发展的机遇。随着自由市场经济和民主在这些地区的推进，投资的政治风险也在减少，因此宾馆发展的前景是令人鼓舞的。

这份研究报告强调，各公司必须有更具战略性、更长远的眼光，相应调整资源配置和竞争方式，才能确保运作更有效。

这份报告说，未来的经营者必须具备有预见性和长远战略性的管理才能。具有挑战性的行业环境所需的经营者，要能够把上乘的服务和产品交付与业主或投资者的要求加以权衡，以达到投资的最佳回报。

白皮书定价：国际宾馆及餐馆协会会员 150 美元，非会员 400 美元。如欲订购，请与国际宾馆及餐馆协会的 Ratna Lefort 联系，电话：(331) 4489 9400，传真：(331) 4036 7330。

者们花时间去了解一下东道国员工的经济和社会背景——他们及其家人的生活方式，他们接受教育和享受社会福利的情况。他提出的建议是，“即便您不会被同化，您也必须下功夫了解一些东道国文化方面的情况，以便和东道国的员工和客人打成一片。”

迪森警告说，低估冲突是危险的，因为在员工的条件和客人的条件有差别时就会出现冲突。“人们往往不太注意员工的设施（厕所、食堂等），而这就说明没有意识到员工对宾馆的成功所起的重要作

用。”

迪森认为，在有文化差异的地区从事经营管理，涉及到人情事理和敏感性。世纪饭店已经有意识地在公司总部和饭店内培养亚裔高级管理人员，不过，由于来自老板们的压力，录用的人员还是少于原先的计划。

他批评了国际管理及联营大公司的“千篇一律”的做法。这些公司认为，它们可以把在西方可行的概念硬搬到亚洲。迪森认为，这样的计划既没有考虑到东道国所处的不同发展阶段，也没有考虑到每个

国家可能存在的巨大的文化差异

管理公司必须开发出适应市场的宾馆产品。西方所说的两星级饭店，在印度各省的城市里就可能是最好的饭店。在不同的社会环境下，饭店可能会起到完全不同的功能——举办婚礼成为当地政要及其客人举办重要会议

迈克尔·B·佩切里是 South Sea Resorts Company 的前总裁，该公司设在佛罗里达州的迈尔斯堡

(黄呈亮 译)



中国国际贸易促进委员会 中国 国 际 商 会

主要业务

中国贸促会、中国国际商会的主要业务是：

(一)开展同世界各国经济贸易界的联络工作，邀请和接待外国经济贸易界人士和代表团组来访，组织中国经济贸易、技术代表团出国访问和考察；

(二)发展同外国商会和其他经贸团体以及有关国际组织的联系，参加有关国际组织和它们的活动。负责与外国对口组织在华设立的代表机构以及外国在华成立的商会进行联络，向外国派遣常驻代表或设立代表处；

(三)组织、参加或与外国相应机构联合召开有关经济贸易和法律方面的国际会议。

(四)在国外举办中国经济贸易展览会或参加国际博览会，协调和协助中国各有关部门和地方在国外举办经济贸易展览会或参加国际博览会的工作；

(五)安排和接待国外来华举办的经济贸易或技术展览会，主办多国专业性或综合性展览会，组织并主办国际博览会；

(六)联系、组织中外经济贸易界的技术交流活

动，负责国外新产品样本、样品和各种科技出版物的收集、分类、陈列和展览；

(七)办理国际经济贸易和海事仲裁事务，受理共同海损和单独海损理算案件，出具中国出口商品产地证明书和人力不可抗拒证明，签发和认证对外贸易和海上货运业务的文件和单证；

(八)代理中国企业在外国或外国公司和个人在中国办理商标注册和专利申请，承办有关工业产权的咨询、争议及技术贸易等业务；

(九)编辑出版发行对外经济贸易的技术报刊以及其他出版物，组织对外经济贸易座谈；

(十)开展调查研究和经济信息的搜集、整理工作，向国内外有关企业和机构提供经济技术合作和贸易方面的信息和咨询服务，提供中外经济技术合作项目的评估和可行性研究以及国内外公司、企业的资信调查服务。

(十一)指导各地地方分会和行业分会的工作；

(十二)办理其他促进对外经济贸易活动的有关事宜。

中国旅游饭店的发展

魏小安
中国国家旅游局

Wei Xiao'an
China National Tourism Administration

(一)

中国的旅游饭店行业，经过近20年的高速发展，已经形成了相当的产业规模，并在改革开放和旅游业的发展中，发挥着重大的作用。

分布。从总体规模来看，截止1996年底，中国已拥有旅游涉外饭店4000多家、客房50万间，已评定星级的饭店2172家，其中，五星级饭店45家，占总数的2.1%；四星级饭店127家，占总数的5.8%；三星级饭店675家，占总数的31.1%；二星级饭店1063家，占总数的48.9%；一星级饭店262家，占总数的12.1%。从档次结构来看，二、三星级饭店共计1738家，占总数的80%，成为星级饭店的主体。因此，星级饭店在档次方面总体上是比较合理的。但从地区分布来看，则差异较大。在数量上，北京星级饭店占全国的10.04%，广东星级饭店占全国的18.42%，共28.46%。在档次上，有19个省、自治区尚无五星级饭店，9个省、自治区无四星级饭店。然而，这种差异基本上是与改革开放形势相吻合的，也是与当地经济发展特别是当地旅游业发

展相适应的。从发展上看，沿海城市不会再有较大发展，供求关系也相对比较宽松；饭店在建设与投资上存在着由东向西、由南向北转移的趋势。

管理体制。我国的饭店业以国营饭店为主体，辅之以集体、个体、合资、合作等其他管理体制，形成多种体制并存发展的局面。

客源结构。现在饭店客源的分布，大体上大饭店或城市中心饭店常驻商客占15~20%，目前，许多城市建设公寓和写字楼的势头很旺，大量常住商客随之从饭店迁出，这将一定程度地减少饭店的客源。

宏观经营状况。中国饭店业正处于快速增长而且是效益型增长的阶段，几年来，一直保持逐年上升的势头。

(二)

目前，中国饭店行业已形成一个大产业、大投入、大竞争、大市场、大集团的局面。

饭店行业已形成一个大产业。全国4000家旅游涉外饭店，固定资产大约有1000多亿元人民币，若按市场重估价评估，可达

2500亿元人民币的产业规模

大产业是大投入的结果。饭店业是资金密集型行业，是综合性行业。这种大投入的主要来源，一是外资，二是社会资金。目前4000家旅游涉外饭店中，利用外资的大约有800余家，占20%，但营业收入上，却占40%，外汇收入上，占60%。饭店业是中国外资引进最成功的和率先与国际接轨的行业，无论是从硬件设施、从观念，还是从人才队伍，基本上都能接轨。很多大的企业都将投资饭店作为企业集团化产业结构升级和完善的重要战略看待。

由于有了大产业规模、大投入的趋向，形成了高度的竞争。市场经济必然存在竞争，一定程度上的竞争是一件好事，在竞争中涌现出一批新型的企业家，具有开放意识，能适应市场经济，具有现代企业的管理方式和现代素质。与其他行业相比，饭店行业的竞争秩序是好的，是有一定规则的，其中，基础性的原因是由于饭店推行了星级制度，使饭店在市场上找到了自己的位置，也树立了在市场上的形象。星级标准、质量与价格基本衔接，在竞争中起到了好的作用

作为外向型行业，饭店业直接

与国际市场接轨。无论是人才素质上、经营观念上,都符合国际上的规则,这也使我们这个行业的秩序相对而言易于维持。

大市场。1996年,中国旅游入境人数过5112万,其中,外国人634万。旅游外汇收入102亿美元,比上年增长10.68%。中国国内旅游也迅猛发展,1996年旅游人次达6.39亿,收入1638亿元人民币,比上年增长19.1%。这样一个大市场,给中国旅游饭店业展示了良好的发展前景。

大集团。为了高度的竞争和市场化发展的要求,便呼唤走集团化道路,这也是近几年饭店行业发展的一个趋势。饭店业的集团化,基本上有2种模式:一是以一个大饭店为主体,进而发挥综合优势,延伸形成一个集团公司;另一个模式是若干饭店联合起来组成集团公司。中国饭店业向海外发展,需要一定的时间。

(三) 评定饭店星级情况

中国国家旅游局作为中国旅游饭店行业主管部门,在对旅游涉外饭店行业发展的业务指导下,采取了动态的全过程管理方式。依照《中华人民共和国旅游涉外饭店星级的划分及评定》(GB/T 14308-93),采取资格认证制度,对中国境内具有旅游涉外接待条件的饭店进行星级评定。一方面,星级评定是国际饭店行业通行的惯例,是国际饭店行业通用的语言,采用星级饭店制度,使得中国的饭店行业与国际饭店市场接轨,大大方便了国际旅游者的选择和国内饭店的宣传与销售;另一方面,通过星级评定建立起一套科学的饭店管理体系,树立了良好的中国饭店行业形象,维护了中国饭店行业的声誉,尤其是各地旅游局组织的每半年一次的

星级饭店复核,有力地推动了中国饭店业整体管理与服务水平的提高。

(四) 饭店管理公司

饭店管理公司将管理作为一项经营内容引入市场,所谓的管理经营化,即以先进的管理方法、科学的管理手段,加上优秀的管理人才为经营内容的企业经营行为,这一点,无论是产品的经营形式还是经营内容,在中国都还是一个较新的概念。

基本状况:把管理作为一项经营的商品推向市场,从饭店业自身的优势来看是这样,从饭店管理的市场来看也需要进一步开发和培育,使之逐渐成熟,这不仅是政府行业管理的任务所在,更是企业发展的必须。

(1) 中国现有涉外饭店4000多家,其中星级饭店2172家,应该说,中国饭店市场的供求关系在整体上已经比较宽松,但中国现有的饭店管理公司(包括中、外各种形式的饭店管理公司)还不到100家,所管理的饭店不足500家,也就是说,中国饭店管理公司在国际饭店行业现有的市场份额不到13%。而美国、加拿大2国著名饭店管理公司在2国所管的饭店比例均高达20%以上。仅假日系统旗下就有2000多家饭店。因此,可以说,目前中国饭店管理公司的市场仍存在较大空白,有待开发和占领。

(2) 管理权与所有权的分离,越来越多的饭店业主开始认识到饭店实行专业化、规范化、标准化连锁经营、科学管理的重要性,也开始接受饭店管理公司管理的概念,甚至还有一批新建的饭店在筹建之初就开始物色、选择饭店管理公司。对中国饭店管理公司来说,应

该抓住这个机会,依靠饭店管理公司所拥有的管理方法、管理手段、管理人才、管理标准而形成的最佳资源配置来吸引业主。

(3) 从目前中国众多饭店的管理水平看,十分需要有大企业作鱼腹,以知名饭店为依托,以先进管理技术为手段、有优秀管理人才作保证的饭店管理公司来推动饭店管理水平的提高,这种方式所花时间与费用较少,并且效果也较为理想。

处于市场竞争中的中国饭店管理公司,面临着相当严峻的挑战。

(1) 中国饭店管理公司的发展本身尚处于初级阶段,专业管理技术不够成熟,知名度不够高,难于直接产生靠名牌管理使物产增值的效果。与许多著名的外国饭店管理公司相比,不论是产业规模、名牌效应抑或是专业技术、多元化经营以及融资能力、管理水平还存有差距,特别是目前国际上著名的饭店管理公司纷纷看好中国这个潜力巨大的饭店管理市场,并将要形成一个带资管理的趋势。

(2) 与饭店管理公司伴生的物业管理公司,也对饭店管理公司形成了包括人才与市场在内的各种竞争。物业管理公司与饭店管理公司有着天然的渊源关系,都是以委托经营管理为形式,以科学管理为内容、以人才密集型 and 知识密集型为特点的经营行为。而且物业管理公司的包容性和市场空间还将随着经济的发展大大超过饭店管理公司。

在当前饭店和饭店管理公司的兼并之风日盛的情况下,中国饭店管理公司只有加强市场调研和供求分析,制定长远发展战略,及时、准确地以市场需求为依据,投入各种适量的生产要素——资金、技术、人才,合理地组织生产与经营,才能进一步占有的市场,形成更大的产业规模,以一个全新的姿态

去迎接新形势下的挑战。

对饭店管理公司的管理。我们总的想法是，以开放的态度，先发展，后规范，再促进。

在市场经济条件下，企业发展不仅需要研究经济运行规律，合理分析市场，扩大生产，占有市场，最终增加利润，还需要政府强有力的管理措施和市场规则来规范市场，保护企业经营者和消费者的利益，同时服务于企业。因此，企业

的发展与政府的管理是分不开的，一定程度上需要建立统一的市场秩序进行规范、管理，以帮助企业减少来自各方面的干扰。

发育健全的市场、运作科学的机制、制度规范的管理是目前我国饭店管理公司面临的3个主题，也是饭店管理公司的基本发展方向。总的来讲，对饭店管理公司进行科学的管理，是希望通过深入细致的研究，了解企业特点，明确企业发

展所需环境和条件，并进行有效的和有益于企业的规范和引导。同时，行业管理部门也需要进一步了解饭店管理公司的现状，研究饭店管理公司的市场供求关系，以便为今后制定饭店管理公司的宏观发展政策提供依据。

魏小安是中国国家旅游局旅行社饭店管理司司长。

引进先进技术的向导

了解世界产品的窗口

《世界产品与技术》

(原名《国外产品与技术》)(双月刊)

加强企业管理的顾问

提高经济效益的参谋



《世界产品与技术》是由中国国际贸易促进委员会(又名中国国际商会)主办的一本中文综合性国家级科技刊物。

该杂志于1980年创刊,以介绍国外新产品、新技术、新工艺,以及国外先进管理经验和商业信息为宗旨。它利用中国贸促会40多年来与国外交往能多方面获得信息的优势,为我国贸易界、科技界、工矿业界传递新产品和技术信息;为促进对外贸易,促进引进先进技术,促进利用外资,促进各种形式的经济技术合作服务。

《世界产品与技术》的特色是,技术与贸易结合,以技术促贸易。在内容上注重到产品与技术的先进性与实用性相结合。《电子论坛》、《机械视野》、《材料热点》、《纺织经纬》、《轻工精英》、《医疗器械》、《能源广角》、《农业天地》、《知识产权》、《市场纵横》、《营销策略》、《展览大观》、《环保绿茵》、《世界科技信息》、《世界商业信息》、《台、港、澳之窗》等多个栏目,为企业的技术进步、发展外向型生产服务。它是了解世界先进技术的“窗口”,进行对外经济技术合作的

桥梁,购买国外先进仪器、设备和引进先进生产线的贸易向导。《世界产品与技术》受到我国经贸界、科技界和广大工矿企业的欢迎,每期收到大量的读者反馈书,它得到了德国、澳大利亚、日本、美国、意大利、瑞典、加拿大等几十个国家的各类公司的友好合作。十二年来,先后有近千家外商向《世界产品与技术》直接提供产品技术信息和经济贸易信息,深受中国读者的欢迎。我们真诚地希望读者能在《世界产品与技术》杂志中了解到世界科技发展的总体态势,并找到您所需要的新技术、新产品、新伙伴,开辟新的经营渠道。

定价:每册5.00元,全年6期30.00元(包括邮费)

全国各地邮局和本刊发行部均可订阅

国内邮发代号:18-75(廊坊部局)

编辑部地址:北京复兴门外大街1号 邮编:100860

编辑部联系电话:68513344-8823 6852947

传真:68510201

营造新生活方式的舞台

观光计划设计公司(KKS)
柴田阳三及合伙人公司



KKS 的辉煌始于六十年代初期。当时日本经济正朝着今天经济强国的方向发展。回顾过去 50 年的中国历史和最近的香港回归，中国正处于戏剧性的变化之中，前景非常乐观。中国能否像其他亚洲国家那样实现经济腾飞？借助于旅游业的鼎力支持，KKS 对此充满信心。

中国东部经济特区的开发，使中国及其邻国进入了一个崭新时代，经济发展前景不可估量，经济的发展必然导致对豪华宾馆的需求，以满足日益增长的国际国内市场需要。这是中国人脚踏实地、迈向新生活方式的过

程，也是憧憬未来的年轻一代充分施展自己的新时期。

几千年来，世界了解中国这个最古老的文明国度一直是通过边境口岸，从古代佛教的传入到丝绸之路贸易，中国人对于变革总是褒贬不一。在这片人口众多的土地上，这种变革既是缓慢的，又是惊人的。当今，中国的改革大潮波澜壮阔，但由于其一流宾馆设施的匮乏，使得外国宾馆业大量涌入。调查市场价值和新设施的效益，是工程成功的基本保证。因此，KKS 认为中国的星级宾馆和别墅设施亟待合理规划与设计。这不仅有利于市场的合法发展，也有利于社会生活方式朝着进步的方向迈进。中国人期盼并且能够顺应这种趋势，从而体验到他们所追求的生活。总之，体验是无可替代的。KKS 愿意把自己的知识与技术用于中国的发展，我们的做法已得到了同仁的认可与赞扬，反过来，使他们最终也跻身于这一行业。



柴田阳三先生
观光计划设计公司总裁

经济在发展，市场在扩大，许多新的观念随之产生。这些新的观念丰富了中华文明的内涵，使世界对中国刮目相看。随着世界上越来越多的人来中国观光，中国的旅游业将会得到迅猛的发展。与此同时，这些新的观念也将对中国社会产生积极的影响，不仅使之成为能够接纳世界旅游者的开放性国家，也使其经济发展满足人民大众的愿望。

在中国人民和当地政府的大力支持下，KKS 及其同仁将一如既往，为发展中国的宾馆业奉献力量。中国的宾馆业正如旭日东升，方兴未艾，它必将在学习和吸收一切先进经验的基础上立足于世界强者之林。

KANKO KIKAKU SEKKEISHA
Y. SHIBATA & ASSOCIATES
No 17 Mori Building
1-26-5 Toranomon Minato-ku, Tokyo 105 Japan
Tel. +81 3 3507-0373 Fax +81 3 3507-0383

KKS CONSULTANTS & DESIGNERS PTE LTD.
KKS INTERNATIONAL PTE LTD.
71 Robinson Rd., No 04-02, Singapore 068895
Tel. +65 227-7212 Fax +65 227-7213

KKS CONSULTANTS & DESIGNERS LTD.
Room 1101, East Point Centre,
55 Hennessy Rd., Causeway Bay, Hong Kong
Tel. +852 2573-0820 Fax +852 2573-1028



中国酒店业的扩大与发展

J·戴维·海登

香格里拉国际酒店管理集团

J David Hayden

Shangri - La Hotels & Resorts

当谈到中国和其旅游业的潜力时，你就会使用一大堆带“最”的形容词。不管怎么说，中国是全球人口最多的国家，并且其旅游业是世界上最大的行业，将这2个因素合起来，那么可预测到其发展是呈指数形式上升的。除了上述这个令人兴奋的条件外，再加上中国经济发展中现实的经济情况和亚洲旅游业的一般情况，对旅游观光的预测会与以往不同，就不足为怪了。

在这里，没有必要详述世界银行关于中国在2020年全球经济排名的预测，和航空公司及飞机制造商关于下一个20年亚太地区乘机旅行的增长情况的预测，只要这么说就足够了——连最保守的预测都认为那将是旅游界的一大富源。

有证据证明，一些开发商（以香格里拉为首）所表现出的对未来的信心是对的。1986年，香格里拉在北京开设了它的第一家国际饭店，该集团在1984年已担负起了对杭州的一家饭店的管理，但北京的这家饭店代表了香格里拉在中华人民共和国第一个在酒店方面的主要承诺。那时，北京只有几家酒店，从一个国际顾客的观点来看，

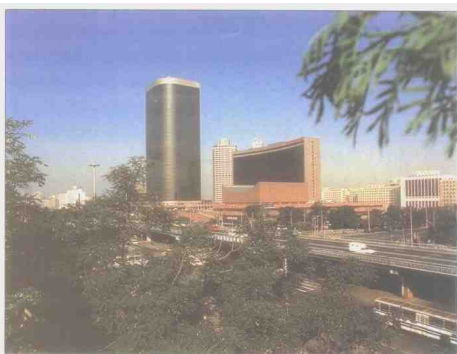


图1. 北京国贸中心中国大饭店

其选择是非常有限的。而且那时的观点认为，这是一个超前的举动，投资不会有什么好处。这种观点证明是错误的，一年内，香格里拉饭店的住房率在当地最高，价格适中。它已成为商务旅行者在北京的落脚点。

那些年，在许多房地产商和基建发展的驱动下，北京的面貌发生很大变化，出现了新的城区，改变了居民的住所。在中国的许多城

市，这种现象越来越普遍，上海浦东开发区就是另一个著名的例证。它是近些年来又一个具有远见规划的城市，近来着实招来国际方面的极大关注。

此外，有许多基建工程项目，如京九铁路及其主干公路就是一个首要的例子。随着国际和国内乘机旅行人数的迅速增长，产生了对机场的需要，使过去4年中新建了8个机场，同时在许多城市对现有