

XIANDAI FANDIAN

KECHIXUFAZHANDEZHANLUEYUDUICE

现代饭店 可持续发展的战略与对策

广东旅游出版社

现代饭店管理知识丛书 XIANDAIFANDIANGUANLIZHISHICONGSHU

袁国宏 著

本书从我国饭店业经济效益、社会效益、生态和环境效益协调发展的角度出发,以可持续发展理论、可持续发展评估指标体系理论、现代饭店管理学、营销管理学、微观经济学的理论为依据,既立足国情,又借鉴国外经验,从经济、社会、资源、环境、制度建设五个方面提出全面、合理、适用的饭店业可持续发展目标、考察要素,从饭店经营、政府管理、行业管理三个方面提出可持续发展对策。

袁国宏 著

XIANDAI FANDIAN

现代饭店管理知识丛书 XIANDAIFANDIANGUANLIZHISHICONGSHU

现代饭店

可持续发展的战略与对策

625

广东
旅游
出版
社

图书在版编目(CIP)数据

现代饭店可持续发展的战略与对策/袁国宏著. —广州:广东旅游出版社. 2000. 12
ISBN 7-80653-170-X

I. 现 ... II. 袁 ... III. 饭店 - 可持续发展 - 研究 - 中国 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000) 第 58579 号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路 30 号之一 邮编: 510600)

广东省东莞市印刷厂印刷

(东莞市东城区下桥银岭街 8 号)

* 图书广告代理: 广东省旅游广告公司

(地址: 广州市中山一路 30 号之一 电话: 87347206)

* 合作网站: 广东旅游网

(网址: www.gdtravel.com)

850 × 1168 毫米 32 开 8 印张 180 千字

2000 年 12 月第 1 版 2000 年 12 月第 1 次印刷

印数: 1 - 10,000 册

定价: 12.80 元

导言 跨世纪的选择:饭店业可持续发展

一、实践需求的迫切

人类社会已经在经济增长与环境保护相背离的道路上走过了数百年的历史,而二者的背离又突出地表现为人类的经济增长是建立在对稀有资源的极大浪费和对环境的极大破坏基础上的。人类已经、正在和还将继续为此付出高昂的代价。在地球的最南端,天空出现了空洞,太阳强大的紫外线直射地球,危及地球生命;地球气温升高,温室效应加强,冰川融化,海水升高,全球气候反常,厄尔尼诺现象频繁发生,破坏性一次比一次大;大气被污染,酸雨经常降临人间,庄稼枯死,建筑物被腐蚀,人的呼吸道遭破坏;森林被滥砍,草场被破坏,水土大量流失,土地沙漠化,动物数量在减少,物种在灭绝,等等。人类生存环境的不断恶化,地球资源的迅速减少,对人类的生存和发展构成了严重的威胁。正因为如此,自 60 年代末起,美国一些有识之士开始关注现代经济活动对自然环境造成的不可弥补的损害。在 70 年代,要求企业应该负有一定的社会责任的“社会营销”观念逐步产生。到 80 年代末,由于世界各国都加强了对环境保护的认识和人们对自身健康及生活、生存条件等的更加关注,于是在主张减少污染,保护环境,合理利用资源,为了子孙后代的长远发展,实现经济与人口、资源、环境协调发展呼声的驱动下,绿色营销和可持续发展被明确地提了出来。如今,国际贸易中有约 3000 亿美元的商品是

以绿色标志出售的，国际环境标志被称为是开启国际市场的绿色钥匙。据专家估计，再过 30 年，世界上几乎所有的商品都将进入“绿色产品家族”。

现代经济正发生着深刻的结构性变化，以服务为主要特征的服务经济已蓬勃兴起。饭店业作为服务业中的一个传统而又富有活力的产业，近十几年来取得了突飞猛进的发展，它所体现的经典服务内涵，更为经济及服务管理专家所推崇。然而，由于饭店业“起飞”速度太快，对人类经济和思维方式的冲击过于迅猛，致使人们无暇思考饭店业发展的方法论问题。在实践中就表现为受趋利动机驱使，将饭店业发展简单化为数量型增长和外延的扩大再生产，如饭店业的总量和结构的失调、饭店的粗放式经营、营销手段的低级庸俗作风等等，从而导致资源的浪费、环境的破坏、污染的产生、社会主义精神文明建设的负面影响以及饭店恶性削价竞争等非可持续性的“饭店破坏”现象。同时饭店需求季节性明显，客源在时空上相对集中，“饭店破坏”因而具有明显的集聚和堆积特征，加上污染源由多方面共同构成，因而“先污染后治理”的事后行为难以奏效，进而引起“饭店破坏”的恶性循环。从微观来看，即使在服务业已相当发达的欧美国家，饭店业仍暴露出某些方面服务水平低下的迹象，其重要原因是传统发展理念和行为方式在当今饭店服务实践中面临着困境。现代饭店业必须跳出传统的框架，重新树立起新的可持续发展理念和可持续发展的行为方式，真正建立以绿色服务和绿色消费者为导向的体系。

“绿色营销”这个概念是在西方兴起并传播开来的。虽然现在我国绿色消费需求并不十分强烈，但在国际上绿色消费需求是十分巨大的。就当前而言，旅游饭店的一个很重要的客源是外国旅游者，即日本、美国、欧共体、东盟等国家，如何满

足这部分客源的饭店需求，是我国饭店经营者要研究的一个重要课题。就 21 世纪我国饭店业的发展而言，在经济全球化、贸易自由化的新形势下，如何与外国饭店的做法接轨，实现 21 世纪我国饭店业的跨国经营、连锁经营是摆在我国饭店经营者面前的又一个重要课题。就国内目前已经出现且呈蓬勃发展之势的绿色消费需求而言，饭店如何争取绿色消费者，抓住市场机会，赢得竞争优势，更是摆在我国饭店经营者面前的再一个重要课题。

二、理论供给的短缺

饭店业内人士在将可持续发展从概念和理论逐步推向实践的过程中，需要解决的一个重要问题是饭店业可持续发展要达到什么样的目标，缺乏目标的指引就会在发展过程中迷失方向。需要解决的另一个重要问题是如何考察饭店业可持续发展。缺乏这一连接理论与实践的纽带，可持续发展理论只能是动听的言辞或停留在道德原则的概念上而被束之高阁，难以真实考察和把握可持续发展的方向和效果，从而也无法有效地指导可持续发展的具体实践。需要解决的再一个重要问题是如何实施饭店业可持续发展。饭店开发绿色产品，走可持续发展道路将成为永恒的发展主题，但饭店在经营管理活动中，如何达到可持续发展目标就是一个值得研究的战术问题。需要解决的又一个重要问题是如何保证饭店业可持续发展。实现经济可持续发展无疑是饭店业内人士最关心的问题，因此，如何使饭店在保证社会效益、生态和环境效益的同时其经济效益不受损害就是一个值得研究的营销环境问题。饭店作为一个“追求自身利益最大化”的微观经济单位，它不会自发地从全社会、全球乃至代际的高度来开展经营和管理活动，这时候需要政府从可

可持续发展的角度去引导、去扶持、去规制，把社会经济政策与可持续发展联系起来，把饭店业可持续发展落实到市场行为中去，从而使饭店的经济效益、社会效益、生态和环境效益协调一致。

受国际上的“大气候”影响，目前我国饭店业掀起了一股“创建绿色饭店”的热潮，在这一活动中迫切需要理论的指导，以免其误入歧途。如一些饭店把“创绿”活动仅仅理解为“回归自然”。可持续发展战略的实施，从宏观方面，要求政府重视制定和实施可持续发展战略的总体目标、方针及具体办法；从微观方面，要求各类企业将作为“一种社会和管理过程”的营销同自然环境、社会经济的发展相联系，使企业的营销活动有利于环境的良性循环发展。

三、本书的研究框架

本书就是基于上述认识展开的。研究的指导思想是：从我国饭店业经济效益、社会效益、生态和环境效益协调发展的角度出发，以可持续发展理论、可持续发展评估指标体系理论、现代饭店管理学、营销管理学、微观经济学的理论为依据，既立足国情，又借鉴国外经验，从经济、社会、资源、环境、制度建设五个方面试图提出全面、合理、适用的饭店业可持续发展目标、考察要素，从饭店经营、政府管理、行业管理三个方面试图提出可持续发展的对策，以期对饭店业可持续发展的理论研究抛砖引玉和促进战略实施服务。

本书中提到的“饭店”主要是指“旅游饭店”。这主要是因为，1997 年对海外旅游者在华选择住宿设施的调查表明：其一，海外过夜旅游者选择宾馆饭店住宿仍占主要地位，占被调查者的 68.1%。其二，外国旅游者选择宾馆饭店的比例高

于其他海外旅游者。其三,在海外过夜旅游者中,团体旅游者选择宾馆饭店住宿的比例远远高于散客。提到的“永续”和“可持续”这两个概念是一致的,指的都是“世世代代”且“连续”的意思。本书的宗旨是探讨我国饭店业的可持续发展问题。尽管不少学者试图界定“绿色的发展”与可持续发展之间的差别,但这种区分几乎都不是本质性的,因此可以被理解为同一概念。

因为本书是从我国饭店业经济效益、社会效益、生态和环境效益协调发展的角度出发来进行研究的,更侧重于宏观思路,不可能涵盖饭店管理模式、经营风格、服务特色、产品营销等各个方面的具体内容及其运转机制。要求饭店实施绿色营销管理只能是饭店走可持续发展之路的必要条件,而非充分条件。绿色营销理念应贯穿于饭店管理、经营、服务、运转的过程之中,它们之间是一种包容关系,而不是替代关系。

本书共分为三个相联系的篇幅:

第一篇是可持续发展与饭店业可持续发展。首先,探讨可持续发展的基本理论,为饭店业可持续发展的战略与对策的提出奠定基础。其次,探讨我国饭店业可持续发展的主要目标,目标分为长远目标和近期目标,而且都由经济、社会、资源、环境、制度五个方面的目标构成。再次,构建了我国饭店业可持续发展的考察要素框架,并运用该框架对饭店业可持续发展的现状进行了考察。

第二篇是饭店业可持续发展的基本对策。首先,从绿色营销理论出发,提出饭店绿色营销管理是实现饭店业可持续发展的理想选择的结论;探讨了饭店绿色营销管理的任务、对策,分析了饭店绿色营销管理的综合成本和综合效益;提出了建立和实施饭店绿色等级标准的意义、目的和作用。其次,提出了

应加强政府部门的宏观管理，以保证饭店业可持续发展的顺利实施。

第三篇是饭店市场的可持续发展与竞争规制。实现经济的持续、快速、健康发展是我国可持续发展战略的一个重要组成部分。可持续发展不仅强调人口、资源、环境、经济和社会的综合协调，同时也注重长远发展或发展的质量，要保证目前的生产率能持续到几代、几十代甚至永远。而饭店经济可持续发展最终的落脚点在于饭店市场的可持续发展。本篇首先分析目前我国饭店市场失效的主要表现及其不良后果，为避免饭店经济发展的恶性循环，必须对饭店市场进行规制，以形成有序、有效竞争，促进饭店经济的持续、快速、健康发展。然后，提出加强饭店市场竞争规制建设的基本思路，规制建设是我国饭店行业管理的一个重要组成部分。

本书在前人对可持续发展研究的基础上有所突破，如饭店业可持续发展的战略目标、考察要素框架、饭店业可持续发展与“绿色饭店”的关系、饭店绿色等级标准的提法、饭店市场可持续发展与竞争规制等等。饭店业可持续发展是一个很新的概念，至于研究其战略目标、考察要素、基本对策更是一种尝试。但其重要性不言而喻，本文的观点、思想、理论都是探索性的，限于知识和认识水平的欠缺，会存在一些错误与不足之处，本文意为为我国饭店业可持续发展的理论研究抛砖引玉，为促进中国饭店业可持续发展战略实施服务。

目 录

导言 跨世纪的选择:饭店业可持续发展	1
--------------------------	---

一、实践需求的迫切	1
二、理论供给的短缺	3
三、本书的研究框架	4

第一篇 可持续发展与饭店业可持续发展

第一章 可持续发展:人类关怀未来	3
------------------------	---

第一节 可持续发展思想的历史考察	3
------------------------	---

一、可持续发展思想的形成与发展	3
二、可持续发展思想形成的背景	6

第二节 可持续发展的基本理论	9
----------------------	---

一、发展与可持续性的概念	9
二、可持续发展的涵义	12
三、可持续发展的原则	18

第三节 全球可持续发展战略——《21 世纪议程》	21
一、《21 世纪议程》的主题思想	21
二、《21 世纪议程》的主要内容	23
三、《21 世纪议程》的特征	24
第四节 中国可持续发展战略——《中国 21 世纪议程》	25
一、可持续发展总体战略	26
二、社会可持续发展	28
三、经济可持续发展	29
四、资源与环境的合理利用与保护	31
五、《中国 21 世纪议程》的特征	33
第二章 饭店业可持续发展及其主要目标	37
第一节 饭店业可持续发展及其思想内涵	38
一、旅游业可持续发展	38

二、饭店业可持续发展的概念界定	39
三、饭店业可持续发展的思想内涵	40
第二节 饭店业可持续发展的主要目标	43
一、基本依据	43
二、长远目标与近期目标	46
第三章 我国饭店业可持续发展的考察	48
第一节 饭店业可持续发展的考察要素	
框架	49
一、经济可持续发展角度的考察	50
二、社会可持续发展角度的考察	53
三、资源合理利用角度的考察	55
四、环境保护角度的考察	57
五、制度建设角度的考察	58
第二节 饭店业可持续性较高的主要表现	60

一、饭店业成为最早完成与国际经济水平接轨的 产业.....	61
二、许多饭店社会责任意识开始形成.....	61
三、资源的合理利用已成为越来越多饭店的选择	63
四、一些饭店已逐步按环境标准实行清洁生产.....	63
五、饭店在绿色组织建设方面已经起步.....	64
六、结语.....	65
第三节 饭店业非可持续性的主要表现	66
一、饭店经营目标尚未引进绿色思维方式	66
二、绿色产品尚未成为饭店的首选产品	67
三、资源保护尚未成为饭店的营销原则	68
四、环境成本概念尚未被绝大多数饭店所接受	70
五、饭店业可持续发展的制度建设滞后	71
六、结语:我国饭店实施绿色营销的必要性与迫切性	72

第二篇 饭店业可持续发展的基本对策

第四章 实施绿色营销管理:饭店业可持续发展

发展的理想选择77

第一节 绿色营销理论79

一、绿色营销的概念80

二、绿色营销观念与其他营销观念的区别81

第二节 绿色营销的主要内容85

一、绿色营销的研究85

二、绿色工程及产品的开发86

三、绿色标志的使用87

四、绿色产品价格的确定87

五、绿色情报信息的收集88

六、绿色分销的选择88

七、绿色促销的开展90

八、绿色销售服务	95
第三节 饭店绿色营销及其发展趋势	96
一、饭店绿色营销的概念界定及其思想内涵	96
二、饭店绿色营销的发展趋势	97
第四节 饭店绿色营销与饭店业可持续 发展的关系及作用	100
一、饭店绿色营销与饭店业可持续发展的关系	100
二、饭店绿色营销对实现饭店业可持续发展的作用	101
第五章 饭店绿色营销管理的任务、对策和 效益分析	104
第一节 实施饭店绿色营销管理的主要 任务	106
一、实现清洁生产,重点是节约资源、加强废物的处理 与控制,特别是要减少水、电、能源和物资的消耗	106

二、不断改善宾客、员工、所在地居民的生活质量和 利益,提高他们的生活品质	108
三、引导宾客进行绿色消费,培养员工、宾客和所在地 居民的绿色意识	110
四、加强环境管理、反对污染	111
第二节 实施饭店绿色营销管理的基本 对策	112
第三节 实施饭店绿色营销管理的效益 分析	115
一、应考虑的综合成本	115
二、综合效益	117
第六章 建立和实施饭店绿色等级标准:	
饭店业可持续发展的重点	120
第一节 绿色标志风靡全球	121
一、绿色标志的概念及内涵	121
二、全球范围内绿色标志的出现	122

三、绿色标志的评价标准·····	123
第二节 建立和实施我国饭店绿色等级标准 ·····	124
一、饭店绿色标志的概念界定·····	124
二、饭店绿色标志的价值·····	124
三、建立和实施我国饭店绿色等级标准的意义·····	126
四、建立饭店绿色等级标准的主要目的和作用·····	128
第七章 加强政府部门的宏观管理:饭店业	
可持续发展的重要保证 ·····	129
第一节 基本理论根据·····	130
一、外部效应理论·····	130
二、博弈论·····	131
第二节 饭店业可持续发展的宣传与教育 ·····	134
一、加强对全民进行宣传教育 ·····	134
二、加强饭店业的信息发布·····	136