

经营管理实务

现代经济型酒店

XIAN DAI JING JI XING JIU DIAN
JING YING GUAN LI SHI WU

主编 滕宝红

XIAN DAI JING JI XING JIU DIAN JING YING GUAN LI SHI WU

廣東省出版集團
廣東人民出版社

经营与管理实务

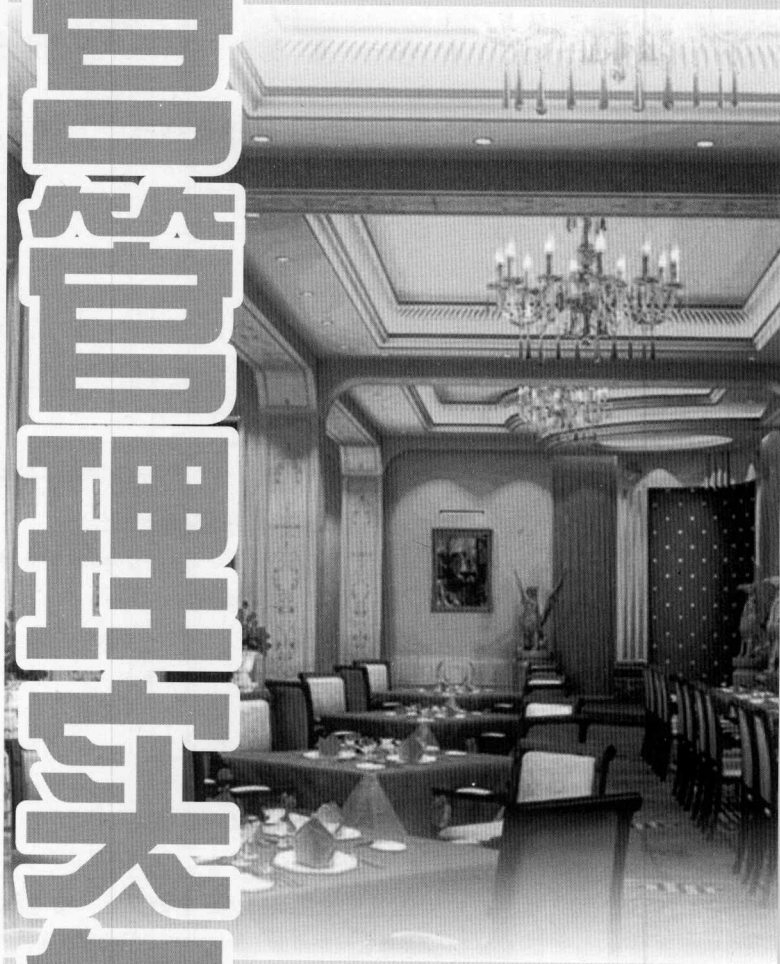
现代经济型酒店

XIAN DAI JING JI XING JIU DIAN
JING YING GUAN LI SHI WU

主编 滕宝红

XIAN DAI JING JI XING JIU DIAN JING YING GUAN LI SHI WU

廣東省出版集團
廣東人民出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

现代经济型酒店经济管理实务 / 滕宝红主编. —广州:
广东经济出版社, 2007. 8

ISBN 978 - 7 - 80728 - 612 - 7

I. 现… II. 滕… III. 饭店 - 商业经营 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 100793 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	惠州日报印务公司 (惠州市江北文华 1 路惠州日报社)
开本	730 毫米 × 1020 毫米 1/16
印张	20.5 2 插页
字数	285 000 字
版次	2007 年 8 月第 1 版
印次	2007 年 8 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 80728 - 612 - 7
定价	36.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

门市部地址: 广州市五羊新城寺右二马路冠城大厦省图批新场三楼 330 号

电话: [020] 87395594 87393204 邮政编码: 510600

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼 邮政编码: 510075

广东经济出版社有限公司发行部电话: (020) 37601950 37601509

图书网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 屠朝锋律师、刘红丽律师

· 版权所有 翻印必究 ·

前言

近年来，经济型酒店在全国各地大量涌现，吸引了越来越多的投资者、酒店业管理者和消费者的眼光。如家、锦江之星、上海的莫泰168、广州7日酒店连锁、南京的金一村、法国雅高的Ibis和美国Super8等业内著名的经济型酒店品牌，在激烈的市场竞争中不断发展壮大。

那么，什么是经济型酒店呢？

经济型酒店，与遍布大街小巷的社会旅馆、招待不同，它是一种新型的业态，是与国际标准接轨的，专业化、品牌化、连锁化发展的酒店设施。经济型酒店在房价上是低廉的，但提供的硬件设施和服务水平并不低廉，提倡为客人提供价格适中、物有所值和满足型的服务。

经济型酒店在我国的市场前景广阔。我国的经济已持续二十多年都在高速发展，大中城市的商务活动日趋频繁，旅游业也得到快速发展。这一切，都促进了酒店业的发展。但是传统的高标准星级酒店由于价格昂贵，把大多数旅客挡在门外，而众多低档次的招待所却因环境卫生、安全、服务等状况不尽如人意，无法满足旅客的要求。所以，这种既能享受星级酒店标准的服务、收费又不太高的经济型酒店，受到了顾客和市场的热烈欢迎。

由于经济型酒店的前景非常好，有许多投资者、经营者并没有看到经济型酒店的挑战、竞争的压力，一味地扩张，建立一个家一家门店；一些小型旅馆以为只要借用“经济型”概念就能赚钱，摇身一变也将自己划入经济型酒店的队伍，实际上只是拷贝了表面的模式，却

没有学到经济型酒店的标准化服务、连锁经营等内在精髓。有的经济型酒店还存在服务过于单一、设施不够完善等问题。而且由于专业管理人员的缺乏,一些经济型酒店在服务方面也存在不专业、不规范等问题。

那么如何经营经济型酒店,使服务标准化,通过每个细微环节创造出利润呢?这就是本书编写的目的所在。

本书从解说什么是经济型酒店、经济型酒店的经营模式、成功的关键及在中国的发展前景与发展趋势、面临的各种问题入手,层层进入核心要点——如何管理经济型酒店,如何架构组织、制度建设,如何进行营销推广,如何实现服务标准化,如何加强人力资源管理,如何确保经济型酒店的卫生、安全等工作。

本书由滕宝红主编,同时还有许多具有经济型酒店实际管理经验的酒店管理精英和酒店管理顾问机构的老师参与了编写和提供资料,他们是:田为农、宁小军、李军、李祖杰、李强、刘作良、赵慧敏、黄伟康、黄根艺、姚根兴、罗伟钊、周波、刘吉凤、熊金福、段利荣等。在此,对他们的大力帮助深表感谢。

目 录

MU LU

第一章 经济型酒店概述

第一节 经济型酒店概述	3
一、什么是经济型酒店	3
二、经济型酒店的特征	3
三、经济型酒店的发展历程	5
四、经济型酒店成功的关键因素	6
名家推荐 如家快捷成功的奥秘	10
第二节 经济型酒店经营形式	14
一、集团所有，集团经营	14
二、租赁经营	15
三、合同经营	15
四、特许经营	17
五、战略联盟	22
名家推荐 美国速8酒店	24
第三节 中国经济型酒店的市场格局与挑战	29
一、中国经济型酒店商机无限	29
二、中国经济型酒店行业环境	30
三、中国经济型酒店SWOT分析	31
四、中国经济型酒店的发展现状	33

五、来自市场和自身的挑战	34
名家推荐 中国经济型酒店先行者的管理模式	36
名家推荐 如家快捷酒店	38
名家推荐 锦江之星	40

第二章 经济型酒店组织架构

第一节 经济型酒店组织的意义与形式	43
一、经济型酒店组织	43
二、经济型酒店组织特性	43
三、经济型酒店的组织形式	44
第二节 经济型酒店组织架构	46
一、组织架构设计要点	46
二、经济型酒店总架构设计	48
三、业务推广部组织架构	48
四、前厅部组织架构	49
五、餐饮部组织架构	49
六、房务部组织架构	50
七、财务部组织架构	50
八、人力资源部组织架构	50
九、总务部组织架构	51
十、安全部组织架构	52
第三节 经济型酒店制度建设	53
一、对制度的认识	53
二、经济型酒店制度规划	53
三、经济型酒店制度的设计	58
四、经济型酒店制度的执行	59
名家推荐 ××经济型酒店员工手册范本	61

第三章 经济型酒店营销推广

第一节 经济型酒店市场营销分析	71
一、经济型酒店的广阔前景	71
二、巨大的产业拓展空间	72
三、经济型酒店市场营销机会	72
四、经济型酒店市场营销环境	74
第二节 经济型酒店市场细分与定位	81
一、经济型酒店市场细分	81
二、经济型酒店的市场定位	89
第三节 经济型酒店营销策略	98
一、人员营销	98
二、电话营销	100
三、互联网营销	103
四、直接通信推销	107
五、店内销售	110
六、广告促销	111
名家推荐 2006年中国十大优秀预订网站	115

第四章 经济型酒店服务标准化

第一节 经济型酒店服务标准化	119
一、什么是经济型酒店服务标准化	119
二、经济型酒店服务标准化的功能	119
三、经济型酒店服务标准化的建立与实施	121
第二节 订房服务标准化	123
一、订房工作职责	123
二、订房作业流程	124
三、客房控制管理与订房控制管理	127

四、订房报表及相关状况处理	131
名家推荐 接受预订服务标准	135
名家推荐 团队客房预订服务标准	138
名家推荐 更改预订服务标准	139
名家推荐 取消预订服务标准	141
名家推荐 担保预订服务标准	142
名家推荐 超额预订处理服务标准	143
名家推荐 经预订未抵达的客人处理服务标准	145
名家推荐 商务客人预订服务标准	147
第三节 前台接待服务标准	148
一、前台人员工作守则	148
二、前台人员工作职责	150
三、前台接待业务简介	154
名家推荐 房间分配服务标准	166
名家推荐 客人入住服务标准	168
名家推荐 办理入住登记、验证服务标准	171
名家推荐 住店客人换房服务标准	172
名家推荐 接受、处理客人投诉服务标准	174
名家推荐 失物招领服务标准	177
名家推荐 建立客户档案工作标准	180
名家推荐 退房结账服务标准	181
第四节 服务中心服务标准	187
一、服务中心人员工作守则与工作职责	187
二、服务项目及处理要求	189
名家推荐 行李组服务标准	199
名家推荐 客人查询服务标准	204
第五节 客房服务标准	205
一、客房人员工作职责	205
二、客房清洁保养工作及管理	207
三、客房对客服务及管理	209
名家推荐 迎送客人服务标准	213

名家推荐	客房清洁整理服务标准	215
名家推荐	客房卧室清洁质量标准	220
名家推荐	客房浴室清洁质量标准	225
名家推荐	换房服务标准	228
名家推荐	客人借用物品服务标准	230
名家推荐	客人遗留物服务标准	232
名家推荐	客人异常行为处理服务标准	234
名家推荐	“请勿打扰”房间服务标准	236

第五章 经济型酒店人力资源管理

第一节	人力配置规划	241
一、	人力资料分析	241
二、	员额精简的方法	244
三、	工作规划	245
第二节	人员招聘与任用	247
一、	人员招聘	247
二、	人员遴选	248
三、	人员配置	251
第三节	员工薪资与福利	252
一、	薪资制度与作业	252
二、	福利措施	255
第四节	员工绩效评估与升迁	257
一、	员工评估	257
二、	员工考核	259
三、	员工升迁制度	265
第五节	员工培训管理	267
一、	分析培训需求	267
二、	制定培训计划	269

三、员工培训成果的考评	274
四、培训效果的维持	276

第六章 经济型酒店安全管理

第一节 制定安全计划	279
一、制定安全计划的目的	279
二、制定安全计划的要求	279
三、安全计划的内容及制定要领	280
名家推荐 酒店紧急情况管理计划范本	288
第二节 安全工作实施要点	299
一、建立安全部门	299
二、建立安检制度	305
三、运用监视系统	307
四、安全联防作业	307
五、加强消防管理	308
名家推荐 ××经济型酒店安全工作守则	313
名家推荐 ××经济型酒店安全值勤工作记录表....	318
名家推荐 ××经济型酒店客房部每月安检表.....	319

第一章 | JING JI XING JIU 经济型酒店概述 | DIAN GAI SHU

第一章 经济型酒店概述

经济型酒店对中国来说，是一个舶来的概念，它与遍布大街小巷的社会旅馆、招待所不同，是一种新型的酒店业态，是与国际标准接轨的，专业化、品牌化、连锁化发展的酒店设施。经济型酒店的房价低廉，但提供的硬件设施和服务水平并不低档，提倡为客人提供价格适中、物有所值和满意的服务。

经济型酒店在中国已经获得了很大的发展。自1997年中国第一家经济型连锁酒店品牌诞生至今，已经形成了三大阵营：第一大阵营就是全国性的经济型酒店品牌，如锦江之星、如家快捷；第二大阵营就是一些区域性的经济型酒店品牌，如上海的莫泰168、广州7日酒店连锁、南京的金一村等；第三大阵营就是国际酒店管理集团，例如法国雅高的宜必思和美国速8。

然而，中国经济型酒店的发展面临着很大的挑战。外部有国际知名品牌的进驻，内部有人力资源、标准化服务、管理系统的挑战。如何去应对这些挑战，是业内人士正在积极探索的问题。

——章前导语

第一节 | 经济型酒店概述

一、什么是经济型酒店

对于中国来说,经济型酒店是一个舶来概念,它产生于20世纪80年代的美国。作为酒店行业的一个细分行业,经济型酒店近几年才在我国出现,并蓬勃发展。

经济型酒店(Economy Hotel或Budget Hotel)是指将客户锁定在中小企业商务人士、休闲及自助游客人,房价适中的中小规模酒店。从理论上讲,这种类型的酒店是按照普通商务旅行者、度假旅游者选择酒店的核心评价要素,而重新设计、建造的新的酒店。



7天连锁经济型酒店外景

二、经济型酒店的特征

经济型酒店作为酒店行业的一个新兴事物,其区别于传统酒

店的显著特征如下:

1. 功能简化

经济型酒店把服务功能集中在简单的住宿功能上,会议、娱乐等功能大大压缩,甚至根本不设,这也是为什么经济型酒店在国外称为B & B酒店的缘故,也就是一般只提供床(Bed)和早餐(Breakfast)。标准的经济型酒店不设星级酒店豪华的大堂,没有洗衣房、游泳池、娱乐中心,重点设施是标准客房、停车场和小型餐厅。

2. 投入低

与星级酒店相比,经济型酒店的投资额明显要少很多。一般而言,开一家经济型酒店所需房产建筑面积为5000平方米即可。投资者可以通过长期租赁房产或进行旧房改造来兴建一座经济型酒店,投资额为1000万元左右;如果新建,投资额为2000万元左右,远远低于建立一家高档酒店的投资费用。

3. 成本低

经济型酒店的能源、水资源、人工、各种用品等都可高度节省,以保证提供给客人的房价是“经济的”。如人工一项,星级酒店的客房数与员工数的比例通常在1:1.2以上,而经济型酒店仅为1:0.5以下。

4. 性价比高

任何产品,不能单纯谈论价格的高低,只有性价比高的酒店才有生命力。经济型酒店把现代家居的卫生、简约、清新、温馨、舒适、实用等特点融入客房,努力给客人以“家”的感觉。

5. 专一化的优质服务

不少住宿高档星级酒店的客人因公务繁忙,多数时候也就是回酒店睡觉,酒店的大多附属功能都是无暇顾及的。经济型酒店以优质住宿服务为出发点,强调“清洁、舒适、实惠、方便、安全”的专一化服务理念。

6. 目标市场与高星级酒店存在明显差异

经济型酒店的目标市场主要是普通商务人士、工薪阶层、大众旅

行者和学生群体，而高星级酒店往往以高端商务人士、高收入阶层和公费游客为主要目标市场。

7. 实行连锁品牌经营

经济型酒店自发展之初便采取连锁经营的方式，在设施、服务标准化的基础上，通过新开、合资、特许加盟等方式达到规模效益，提升品牌价值，与国内大多数星级酒店基本从单体酒店起步的发展过程存在明显的不同。

三、经济型酒店的发展历程

经济型酒店在全球的发展经历了四个历史阶段：萌芽与发展初期、蓬勃发展时期、品牌调整时期、重新发展时期。

1. 萌芽与发展初期

这一阶段指的是20世纪30年代末到50年代末，其主要特点是汽车旅馆的出现与发展。

20世纪30年代，美国大众消费兴起以及公路网络获得很大发展，汽车旅馆开始出现，为平民的出游提供了廉价的住宿服务。早在1939年，美国佛罗里达州几家汽车旅馆就自发形成了行业联合组织——品质庭院(Quality Courts)，而且在第二年更名为品质庭院联合酒店(Quality Courts United)，为单体汽车旅馆业主提供行业服务。第二次世界大战后，美国经济的繁荣带动了大众旅游发展，引发了对中低档住宿设施的大量需求，城际高速公路网络的建成则促进了汽车旅馆的风行。1952年成立的假日汽车旅馆在吸收了过去汽车旅馆发展经验的基础上，改善了服务质量，并且第一次尝试采取标准化方式复制产品和服务，在短短的十年时间里沿着美国的公路网络迅速发展。

2. 蓬勃发展时期

这一阶段指的是20世纪60年代初到80年代末。

这一阶段，酒店数量迅速增长，而且产品形态呈现丰富的层次性，开始朝着多元化方向发展。连锁经营开始取代传统的分散经营模

式,单体酒店开拓出快速发展的扩张途径,一些发展得比较成熟的经济型酒店开始并购、整合单体酒店。同时,经济型酒店开始了国际化的发展,从美国传播到加拿大、中美洲、南美洲以及欧洲。这种扩张,同时刺激了本土经济型酒店的兴起,尤其是欧洲的经济型酒店开始快速发展。到20世纪80年代末,经济型酒店已经成为欧美发达国家成熟的酒店业态。

3. 品牌调整时期

自20世纪80年代末到90年代末,经济型酒店行业开始进行品牌调整。

这一阶段,经济型酒店已经进入了市场成熟期,高速增长和大规模扩张的动力逐渐减弱。大型酒店集团的多元化战略和投资政策,促使酒店集团更加倾向于通过资本运作来购买和整合原有行业内的品牌,而不是自创新的品牌。市场竞争淘汰了一些管理力量薄弱,资金运营不畅的品牌,一些大而强的品牌则因资本实力和管理实力变得越发强大。竞争的加剧迫使企业转向服务质量和品牌建设。

4. 新一轮快速发展时期

进入21世纪,经济型酒店进入了新一轮快速发展时期。

这一阶段,世界著名的经济型酒店品牌陆续进入中国、东南亚等国家和地区,如雅高集团的宜必思(Ibis)、方程式1(Formula 1),圣达特集团的速8(Super 8)、天天客栈(Days Inn)、洲际集团的假日快捷(Holiday Inn Express)等,都纷纷瞄准了亚洲市场。同时,一些亚洲本土的经济型酒店品牌也开始发展,例如,中国的锦江之星和如家快捷等。

四、经济型酒店成功的关键因素

任何一个行业都有其成功的关键因素,即在行业中占优势地位,对企业总体竞争地位有重大影响的条件、变量或能力。而对于经济型酒店来说,成功的关键因素则是专业化规模经营、成本控制、区位、