

旅游管理系列教材

# 饭店管理概论

翁钢民 主编



华中师范大学出版社



# 饭店管理概论

主 编 翁钢民

副主编 严金明 舒 波 郝彦革

编 者 (以姓氏笔画为序)

王岫岩 严金明 陈国生 杨秀平

翁钢民 郝彦革 袁 鹏 舒 波

华中师范大学出版社

2007 年 • 武汉

## 新出图证(鄂)字 10 号

### 图书在版编目(CIP)数据

饭店管理概论/翁钢民主编. —武汉:华中师范大学出版社, 2007. 7

ISBN 978-7-5622-3567-5

I. 饭… II. 翁… III. 饭店—企业管理—概论 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 078170 号

## 饭店管理概论

---

主编:翁钢民

出版发行:华中师范大学出版社 ©

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

电话:027—67867076/67863040(发行部) 027—67861321(邮购)

传真:027—67863291

网址:<http://www.ccnp.com.cn>

经销:新华书店湖北发行所

责任编辑:谢 琴

封面设计:甘 英

开本:787mm×960mm 1/16

版次:2007 年 7 月第 1 版

印数:1—3000

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

印刷:武汉大学出版社印刷总厂

责任校对:王 炜

督印:章光琼

印张:16.75 字数:300 千字

印次:2007 年 7 月第 1 次印刷

定价:25.00 元

---

欢迎举报盗版,举报电话 027—67861321

# “华大博雅”旅游管理系列教材

## 编委会成员

(按姓氏笔画排列)

|      |     |     |      |     |
|------|-----|-----|------|-----|
| 王远坤* | 李友清 | 陈国生 | 胡 静* | 徐德宽 |
| 翁钢民  | 袁 俊 | 游巧荣 | 舒伯阳  | 谢 苏 |
| 简王华  | 鄢志武 | 熊剑平 | 潘宝明  |     |

(姓名后加星号者为常务编委)

# 前 言

近年来,随着社会、经济、科学技术的迅猛发展和势不可挡的全球经济一体化趋势,我国饭店业进入了一个新的经营时代,饭店管理理念和经营思想正在发生深刻的变革。与此同时,由于宏观供给总量的迅速扩大、国内饭店市场竞争的国际化等因素的影响,我国饭店业的经营形势十分严峻,在价格、质量、服务、促销和技术等方面的竞争日趋激烈。面对这一新的发展态势,如何根据饭店的外部环境和内部条件,探寻能适应饭店市场变化的管理模式,是广大饭店从业人员以及旅游专业师生必须认真面对、必须进行深入研究的一个重要课题。

饭店管理是管理学科的一个重要分支。随着旅游教育和旅游科学研究的不断深入、饭店改革与发展的空前活跃,有关饭店管理的著作和教材不断问世。《饭店管理概论》一书,力求反映现代饭店管理在理论研究和实践发展方面的最新进展,注重知识的系统性、权威性、前沿性和实用性,全面阐述现代饭店管理的基础理论、管理方法、经营理念和运作手段,具有鲜明的时代特色和饭店特色。本书可作为高等院校旅游管理和饭店管理专业的教学用书,也可供饭店企业作为培训教材或饭店管理人员的学习用书。

《饭店管理概论》一书由燕山大学旅游系翁钢民教授担任主编,广东轻工职业技术学院旅游系严金明副教授、燕山大学旅游系舒波副教授、河北建材学院郝彦革老师担任副主编。主要编写人员有大庆石油学院旅游系王岫岩教授、湖南工学院旅游规划研究所陈国生教授和袁鹏老师、兰州理工大学旅游系杨秀平老师等。各章编写的具体分工为:翁钢民编写第一、九、十一章,严金明编写第四、六、八章,舒波编写第二、三、七章,王岫岩编写第十章,陈国生和袁鹏编写第五章,郝彦革、杨秀平参加了第四、五、六、八章的编写和修改工作。全书由翁钢民修改、定稿。

本书在编写过程中得到了北京大学代道军,武汉大学孙超,湖北经济学院朱伟,燕山大学赵小萌、尚雪梅等老师和研究生的大力支持与协助,参考了国内外知名学者近几年出版的有关饭店管理的教材和研究成果。在此一并向他们表示

由衷的感谢。

虽然本书的作者都从事了多年的旅游与饭店管理的教学和科研工作,但由于饭店业发展的日新月异,饭店经营环境的日趋复杂和不断变化,本书作者深感才学浅薄。正因如此,书中难免有许多不足之处,敬请各位同行和读者批评指正。

编 者

2007 年 4 月

# 目 录

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 第一章 饭店概述.....              | (1)   |
| 第一节 饭店的涵义与类型.....          | (1)   |
| 第二节 饭店业发展历史与趋势.....        | (9)   |
| 第三节 饭店产品特征及其对饭店管理的要求 ..... | (16)  |
| 第四节 宾客消费需求及其对饭店管理的要求 ..... | (20)  |
| 第二章 饭店管理理论与方法 .....        | (26)  |
| 第一节 饭店管理基础理论 .....         | (26)  |
| 第二节 饭店管理职能 .....           | (35)  |
| 第三节 饭店管理方法 .....           | (40)  |
| 第三章 饭店组织管理 .....           | (45)  |
| 第一节 饭店组织机构 .....           | (45)  |
| 第二节 饭店组织制度 .....           | (61)  |
| 第三节 饭店非正式组织管理 .....        | (66)  |
| 第四章 饭店决策与计划管理 .....        | (72)  |
| 第一节 饭店决策管理 .....           | (72)  |
| 第二节 饭店计划管理概述 .....         | (79)  |
| 第三节 饭店计划的编制与实施 .....       | (85)  |
| 第五章 饭店服务质量管理 .....         | (91)  |
| 第一节 饭店服务质量概述 .....         | (91)  |
| 第二节 饭店服务质量管理与控制 .....      | (99)  |
| 第三节 饭店服务质量分析与评价.....       | (110) |
| 第六章 饭店市场营销管理.....          | (117) |
| 第一节 饭店市场营销概述.....          | (117) |
| 第二节 饭店市场营销策略.....          | (122) |
| 第三节 饭店新型营销模式.....          | (137) |

---

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| <b>第七章 饭店人力资源管理</b> .....     | (148) |
| 第一节 饭店人力资源管理概述.....           | (148) |
| 第二节 饭店人力资源的开发与利用.....         | (152) |
| 第三节 饭店人力资源的激励.....            | (162) |
| 第四节 饭店人力资源的流失与控制.....         | (165) |
| <b>第八章 饭店信息系统管理</b> .....     | (171) |
| 第一节 饭店信息系统管理概述.....           | (171) |
| 第二节 饭店信息系统的运行和管理.....         | (182) |
| 第三节 饭店信息系统的客户资源管理.....        | (189) |
| <b>第九章 饭店建筑、设备与物资管理</b> ..... | (195) |
| 第一节 饭店建筑管理.....               | (195) |
| 第二节 饭店设备管理.....               | (202) |
| 第三节 饭店物资管理.....               | (212) |
| <b>第十章 饭店安全管理</b> .....       | (224) |
| 第一节 饭店安全管理概述.....             | (224) |
| 第二节 饭店安全保障系统.....             | (230) |
| 第三节 饭店安全事故的预防与处理.....         | (235) |
| <b>第十一章 饭店集团化发展</b> .....     | (242) |
| 第一节 饭店集团概述.....               | (242) |
| 第二节 国外饭店集团的发展模式.....          | (246) |
| 第三节 中国饭店集团的发展策略.....          | (254) |
| <b>主要参考文献</b> .....           | (260) |



# 第一章 饭店概述

伴随着知识经济时代的来临和全球经济一体化进程的加快,饭店业明显地感受到新经济的鲜活气息。一方面,由于社会、经济特别是旅游业的高速发展,我国饭店业用 20 多年的时间走过了发达国家 100 多年的历程,拥有了相当的产业规模,经营管理水平和服务质量也有了显著的提高。另一方面,作为对外开放最早、与国际接轨程度很高的我国饭店业,面临着“国内市场国际化、国际竞争国内化”的挑战,众多著名的国外饭店集团纷纷登陆中国市场,使得国内饭店市场竞争更加激烈。要想在竞争激烈的饭店市场中获得生存和发展,走科学化管理之路是我国饭店业的必然选择。因此,从饭店管理的角度来看,饭店管理者必须首先明确饭店的涵义及类型,了解饭店发展的历史与趋势,掌握饭店面临的管理要求是什么。

## 第一节 饭店的涵义与类型

饭店(hotel)一词源于法语,原指法国贵族在乡下招待宾客的别墅,后来欧美饭店业沿用了这一名词。在我国,饭店的称谓很多,如宾馆、旅游饭店、旅馆、酒店、度假村、大厦、大楼、山庄、宾舍等。在英语里,饭店的名称有 hotel, inn, guesthouse, tavern, lodge, house 等。

### 一、饭店的涵义

饭店是指功能要素和企业要素达到规定标准,为旅居宾客和其他宾客提供住宿、餐饮、娱乐、购物等综合性服务的企业。

#### (一) 饭店的功能要素

由于饭店能够为旅居宾客和其他宾客提供住宿、餐饮、娱乐、购物等综合性服务,承担接待各类宾客、满足其生活需要的社会责任,因此它是社会不可或缺的组成部分。从这一角度来看,饭店实际上是一种社会功能组织。

所谓饭店的功能要素是指饭店作为社会功能组织,为发挥社会功能所必须

具备的各种条件。饭店的功能要素主要包括：

(1) 饭店必须以房屋建筑和设备设施为依托,有足够的场地、空间和外部环境设施,能满足宾客的旅居生活和社会需求。

(2) 饭店必须提供前厅、客房、餐饮和其他服务,有满足各种旅居宾客和其他宾客需求的使用功能。就餐饮功能而言,饭店必须具有提供各种食品菜肴和酒水饮料的功能,满足宾客的饮食需要。

(3) 饭店为保证使用功能具有现实的使用价值,要按国家或行业标准配备各种设备设施及所需要的物资用品。如客房要按标准配备家具、棉织品、一次性用品等。

(4) 饭店的管理人员和服务人员构成了饭店的从业人员,他们是经过系统培训、具备了饭店行业素质的专业人员,具有素质上的不可替代性,其主要职责是为宾客服务。

(5) 饭店功能的发挥要有良好的环境和氛围,要能给宾客提供良好的生活空间。环境和氛围要从空间布局、装饰格调、环境艺术、员工形象、服务设计、绿色环保、安全保卫、清洁卫生等方面来体现和渲染。

(6) 饭店作为企业要有自己的经营理念和行业规范。经营理念是饭店经营的共同信念,如“宾客至上”、“员工第一”等。有了经营理念,饭店才可能有良好的组织行为和理想的效益。行业规范是在法规之外的、为了指导和规范各饭店及全行业的活动和行为而约定俗成的行为规范。没有规矩不成方圆,行规是饭店业多年来对饭店活动规律的一种共识,对饭店和宾客都有指导意义和约束力。由中国旅游饭店协会制定的《中国旅游饭店行业规范》就是一个成文的行规。

## (二) 饭店的企业要素

所谓企业要素是指饭店的经济形态是一个企业。从企业要素的角度来讲,饭店是具备一定的生产要素、从事服务经营活动、以盈利为目的、具有法人资格的经济组织。饭店的企业要素主要包括:

### 1. 合法的法人资格

饭店要从事生产经营活动,必须取得法人资格,成为独立的法人。法人是指具有一定的组织机构和独立的财产,能以自己的名义进行民事活动,能独立享有民事权利并承担民事责任的组织。在取得法人资格后饭店才是合法的企业。因此,饭店必须经过工商管理部门登记并取得营业执照和其他各种合格证照,必须在法律和政策允许的范围内经营。

### 2. 必备的生产要素

生产要素是饭店生产、经营的基础和依托。饭店的生产要素主要有:固定的

经营场地和专有的饭店名称、一定规模可供独立支配的固定资产、一定量的可供周转的流动资金、一支专业的管理人员队伍和服务人员队伍、健全的组织机构、完备的信息系统等。

### 3. 正常的经营活动

饭店所从事的经营活动主要是生产饭店产品和提供饭店服务,以满足宾客的旅居或社会交往需求,并在此基础上取得经济效益,使饭店得以生存和发展。同时,饭店所从事的经营活动必须符合社会道德和社会价值取向,能被社会所接受并能产生良好的社会效益。

### 4. 合理的产权制度

市场经济条件下,饭店作为企业,在产权制度上必须与市场经济相适应。产权是法定主体对财产拥有的所有权、占有权、支配权、使用权、收益权、处分权、转让权的总和。出资者权利和法人财产权的分离(即所有权与经营权分离)是市场经济条件下产权制度的典型特征。

### 5. 独立的企业法人

饭店独立法人资格的本质是“自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束”,即饭店在财产、人事、利益和责任上都独立自主。

专栏:新观念——现代饭店的功能定义

近年来,许多旅游学家对饭店的定义更注重饭店的功能和饭店能给客人提供的服务。如瑞士旅游学家若译·塞伊杜(Jos's Seyoloux)对现代饭店的定义作了更新颖的描述:现代饭店是充分利用现代先进的科技成果,给客人提供一种生活环境,创造一种生活方式,使客人下榻到饭店后能够感到轻松和愉快,得到幸福,从而有助于身心健康和事业成功。从定义中可以看出,饭店以前追求的是“宾至如归”,现在追求的是“人间天堂”,这就可以解释为什么人们不惜花费许多美元、日元、欧元或人民币到异国他乡去旅游了。

## 二、饭店的传统类型

在林林总总的饭店中,有着多种不同的类型。从饭店的类型中我们不仅可以知道饭店的一些基本概念,更为重要的是通过对不同饭店类型的介绍和描述,饭店管理者能够确定自己的客源市场,发现自己的主要竞争对手和自身的优势。

### (一) 按饭店市场和宾客特点分类

#### 1. 商务型饭店

商务型饭店是以接待从事商务活动的客人为主要客源市场的饭店。从事商

务活动的客人(包括公司的商务旅客、会议代表、奖励旅游者、公司行政管理人员、小商人等)往往穿着讲究,很注重饭店的品味、完善的服务项目和饭店产品的质量,对价格不太敏感。因此,商务型饭店不仅讲究外观,内部设施也必须富丽堂皇;不仅客房、餐厅要有较高水准,商务活动所需的各类设施也要一应俱全。如,不仅要配备电话、互联网、传真、录音机、幻灯机、投影仪、会议室、业务洽谈室、商务中心、商务秘书、翻译人员,还要有高档次的康乐中心、健身房、游泳池、桑拿浴池等设施以及高质量的服务水平。商务型饭店多位于城区或靠近城市商业中心的地方。

世界上著名的国际饭店集团所属的饭店绝大多数都属于商务饭店。我国北京的长城饭店、王府饭店、香格里拉饭店、西苑饭店,南京的金陵饭店,广州的白天鹅宾馆、花园酒店、中国大酒店等,也都属于商务型饭店。

## 2. 度假型饭店

度假型饭店是以接待度假客人为主,满足其需求的饭店。这类饭店的客源市场主要是度假客人。度假客人希望饭店外部的景色、景观和内部的环境、设施、项目能给他们带来心理的愉悦,不受外界因素的干扰,能够彻底地放松心情。所以,这类饭店最主要的项目是康乐中心。在设施方面,度假型饭店应建有游泳池,此外,保龄球、网球、酒吧、卡拉 OK、电子游戏等是绝大多数度假型饭店必有设施。还有一些度假型饭店根据自己的特点和实际情况,为客人提供滑雪、骑马、冲浪、狩猎、垂钓、划船、水上游艇、潜水、高尔夫球、网球等项目和设施。此类饭店多位于交通便利的海滨、山区、温泉、海岛、森林等地,一般远离嘈杂的大都市。

世界上著名的综合性度假饭店有位于火努鲁鲁的夏威夷希尔顿之村、位于加利福尼亚州棕榈温泉附近的马里奥特沙漠泉酒店等。近年来,度假型饭店在我国发展很快,其中包括深圳的香蜜湖度假村、西丽湖度假村,上海的美丽华度假村、日月岛度假村等。

## 3. 长住型饭店

长住型饭店是为长住客人提供以住宿服务为主的饭店。长住客人一般是住宿期较长,在当地有短期工作或在当地度假的客人和家庭。这类客人对价格较为敏感,要求饭店提供与家庭一样的厨房用具和基本生活设备。所以,长住型饭店一般以套房为主,采用家庭式布局,提供住宿及饮食等基本服务,服务讲究家庭气氛,并常需提供现代化通讯设备和方便的交通。与其他饭店类型不同的是,长住型饭店需要与客人签订一份协议书或合同,写明住宿期和服务项目。

我国比较典型的长住型饭店是上海的龙柏宾馆,其内有 30 多栋小楼(公

寓),每一栋小楼都适合一个商社或商社家属及其他类型的客人居住。

#### 4. 汽车饭店

汽车饭店主要是为自备汽车的宾客提供服务的饭店。这类客人最大的要求是饭店必须有停车场,客人并不是要在饭店所在地进行商务活动或度假,他们只是路过。所以,饭店豪华与否并不重要,重要的是能否提供方便、及时和合适价格的服务。这种饭店多数都建在公路旁,有明显的标记。饭店的规模不大,一般在100个房间左右,两三层楼居多,一楼是车库,二、三楼做客房。与其他饭店相比,汽车饭店的主要特征是:有较大规模的停车场,饭店设施相对简陋,价格相对便宜,服务较为简单。但近年来,汽车饭店有向综合性、豪华型饭店发展的趋势,部分汽车饭店开始设有综合服务设施,如游泳池、健身房,配备了会议厅、舞厅、球场等,还提供洗衣及其他服务。有的经营者甚至将汽车饭店选址于市郊和市内。

随着高速公路的大规模建设,近年来,汽车饭店在我国发展速度很快,出现了大批汽车饭店。国际上,假日集团、华美达集团等都拥有大量的汽车饭店,而霍华德·约翰逊公司则号称是“公路东道主”。

#### 5. 会议饭店

会议饭店主要是为参加会议的客人提供住宿、餐饮、娱乐及其他服务的饭店,其客源市场主要是因参加会议而暂住的客人。由于会议客人要聚集在一起,召开会议和发表演讲,因此会议饭店需要提供不同规模的会议厅、宴会厅及相关的设备设施。会议饭店与商务饭店有许多相似的特点,不同的是会议饭店需要配备更多的会议厅或会议室。

由于会议市场发展迅猛,接待会议有较高的综合经济效益和社会效益,近年来,在国际、国内饭店市场上不仅出现了众多专门的会议饭店,而且更多的饭店在新建或改扩建时配备了数量不等、规模不一的会议厅,以便招揽和承接会议。

#### (二) 按饭店的收费方案分类

##### 1. 欧式收费方案饭店

欧式收费方案是指饭店的客房价格仅包括住宿费,不含食品、饮料等其他费用(即房价就是单纯的房租)。世界上绝大多数饭店均采用此类收费方案。

##### 2. 欧陆式收费方案饭店

欧陆式收费方案是指饭店的房价包括住宿费及一份简单的欧陆式早餐,即咖啡、面包和果汁等(在荷兰和挪威还包括冷盘和鱼)。在我国,有些饭店的房价中包括一份中式早餐或欧陆式早餐。

##### 3. 美式收费方案饭店

美式收费方案是指饭店的房价包括房费及早、中、晚三餐的费用。该收费方

案最早源于殖民地时期的美国,主要原因是饭店在当时与外部隔离,周围没有其他可以用餐的地方。现在的度假型饭店和地处边远地区的饭店适合用这种收费方案。

#### 4. 修正美式收费方案饭店

修正美式收费方案是指饭店的客房价格包括房租、早餐和一个正餐(午餐或晚餐),这是一个精明的折中的办法,饭店可以保留美式收费方案的一些优点,而客人的活动又少受一些限制,使他们有较大的自由来安排白天的活动。

#### (三) 按饭店的规模分类

饭店最常见的按规模分类的方法是:客房数在 300 间以下的饭店一般为小型饭店,客房数在 300 间~600 间的饭店一般为中型饭店,客房数在 600 间以上的饭店一般为大型饭店。但近年来由于饭店建筑热,新建饭店的规模开始变小。同时,由于饭店综合性功能表现得更为充分,客房数在饭店经营中的地位相对要轻一些,而且在激烈的市场竞争中,规模小的饭店“船小好掉头”,经营起来有较大的灵活性。因此,目前国际上还有另外一些按规模划分的方法,如规定拥有 25 间客房以下的饭店是小型饭店,拥有 25 间~100 间客房的饭店是中型饭店,拥有 100 间~300 间客房的饭店是较大型饭店,拥有 300 间以上客房的饭店为大型饭店。

#### (四) 按饭店的建筑投资费用分类

##### 1. 中低档饭店

根据国际饭店建筑投资标准,中低档饭店每个标准间的建筑投资费一般为 2 万~4 万美元。其中包括饭店的建筑材料、室内装潢、各种设备、用具、陈设的费用以及建造过程中所支付的各种技术和人员训练的费用。中低档饭店每个标准间的建筑面积一般为 25 平方米左右。

##### 2. 中高档饭店

中高档饭店每个标准间的建筑投资一般是 4 万~6 万美元,客房有设施先进、舒适的卫生间,有彩电、音响系统、中央空调系统、写字台、沙发、壁画等。每个标准间的建筑面积在 36 平方米左右。

##### 3. 豪华饭店

豪华饭店每个标准间的建筑投资在 8 万美元以上。饭店内有国际直拨电话、名人字画、豪华卫生间、室内按摩浴池、豪华灯具、付费点播电影和电视节目、呼唤安全电话等。豪华饭店的标准间面积一般要大于 47 平方米。

饭店业还有一种较为常见的按投资费用分类的方法,即将饭店分为低档、中低档、中高档、高档和豪华五种类型。

### (五) 按饭店的等级划分

到一个陌生的地方,如果饭店没有等级,客人往往无法作出合适的选择。因此,许多国家的政府部门、旅游或饭店协会,通过为饭店制定标准来对饭店的豪华程度、设备设施水平、服务范围和服务质量进行严格分级。饭店经过权威机构的认证,可以获得顾客信任,便于顾客的选择,这样不仅提高了饭店的营销效果,同时也保护了一个国家或地区饭店业的整体利益。

目前,世界上有 80 多种饭店等级制。法国饭店分“1 星~5 星”五级,意大利饭店用“豪华、1 级~4 级”制,瑞士饭店分“1 级~5 级”,奥地利饭店用“A1、A、B、C、D”五个等级,澳大利亚和以色列用六星级的等级标准。还有一些国家采用“豪华、舒适、现代”或“乡村、城镇、山区、风光”来分级。美国由于复杂的政治和社会结构以及饭店类型的千姿百态,至今没有统一的、被普遍接受的饭店等级标准,较有影响的是美国汽车协会及美国汽车石油公司分别制定的“五花”和“五星”等级。

我国采用的是五星级标准,即一星级、二星级、三星级、四星级和五星级(含白金五星)饭店等级制度。星级越高,饭店的豪华程度、设备设施水平、服务范围和服务质量等情况越好。

另外,我国根据饭店的所有制形式还可将饭店划分为国有饭店、集体所有制饭店、合资饭店、外资饭店、饭店联合体、私营饭店等。

### 三、现代饭店的新类型

社会进步、经济发展和现代科学技术的突飞猛进,为饭店的管理方式、建筑风格等提供了更多的选择,现代饭店可以用更多的标志来划分类别。在饭店市场中,一家饭店可能同时属于几种类型,它有可能既是一家商务饭店,同时又是一家会议饭店或度假饭店。下面介绍几种现代饭店的新形式(见表 1-1)。

表 1-1 现代饭店新类别

| 分类标志    | 具 体 类 别                     |
|---------|-----------------------------|
| 按平均房价划分 | 豪华饭店、中档饭店、经济实惠饭店等           |
| 按活动划分   | 卡仙奴(Casino)饭店、会议饭店、度假饭店等    |
| 按位置划分   | 机场饭店、高速公路饭店、海边饭店等           |
| 按管理划分   | 连锁集团所属饭店、管理公司管理的饭店、自行管理的饭店等 |
| 按服务划分   | 全套服务饭店、中等服务饭店、自助饭店等         |
| 按建筑划分   | 高层建筑饭店、低层建筑饭店、别墅群饭店等        |

#### (一) 经济型饭店

经济型饭店是指只提供基本服务项目,满足低价客人需求的饭店。这种类

型的饭店数量众多。最早的经济型饭店是汽车饭店,但随着汽车饭店业竞争的加剧,逐渐增加服务项目和提高服务水平成为汽车饭店竞争的主要手段。于是,诸如以汽车饭店起家的假日饭店,许多原来的经济型饭店客房逐渐变大,附加服务项目不断增多,房价日益提高,从而跻身于中高档饭店之列。但市场对经济型饭店的需求并没有减少。相反,受旅游者人数增多、收入结构发生变化和消费观念的转变等诸多因素的影响,对经济型饭店的需求还有增加的趋势。这为许多新的饭店企业创造了机会。一些饭店放弃了附加产品和服务,只提供满足客人基本生活需求方面的产品和服务。

当然,在现代社会中基本服务的内容与以往有所不同,电话、遥控电视、接受信用卡、提供餐饮等都属于基本服务。现代经济型饭店成本的节约主要在于减少浴室的附加产品和服务、提高建筑价值和在经营管理方面的精打细算。如浴室不提供浴缸,只提供淋浴器;每一百间客房雇用的员工不到 20 人;建筑结构的天花板高度较低;不配备游泳池、会议场所、酒吧等休闲娱乐设施,减小大堂面积。部分经济型饭店甚至取消了餐厅,不提供餐饮产品与服务。

正如许多高档饭店通过采取措施可以接待中低档消费水平的宾客一样,经济型饭店也有三种类型,一是适合较高消费阶层的经济型饭店,二是适合中等阶层的经济型饭店,三是适合低收入阶层的经济型饭店,其中以第三种为主。

### (二) 全套房饭店

全套房饭店是指客房的类型以套房为主的饭店。全套房由卧室和客厅两部分组成,服务设施齐备,等级较高,公共区域面积相对较少。传统的全套房是专门为长住客人设计的。现代饭店将全套房概念应用于不同阶层和不同居住时间长度的消费者,并创造出不同的全套房品牌。如假日饭店的住宅旅馆、马里奥特的马里奥特套房、乔伊斯的质量与舒适套房等都是全套房的品牌。全套房饭店的主要市场有商务客人、长期外出作业的职员、寻求经济膳宿的旅游夫妇和家庭等。

### (三) 卡仙奴(Casino)饭店

卡仙奴饭店是指以赌博娱乐为主要营业内容的饭店。在国际上,这是一些国家和地区赌博娱乐合法化的结果。这种饭店的营业情况与一般饭店有所不同,饭店收入的重要来源是赌博业的收入,客房和餐饮的销售额只是其中的一部分,如澳门的葡京酒店、马来西亚的云顶饭店等。因此,卡仙奴饭店需要制定较低的房价,以吸引更多的卡仙奴玩家。

### (四) 会议中心

会议中心指满足商务会议、培训会议及其他各种会议需求的特殊饭店,是传



统会议饭店和度假饭店的结合。但这种饭店与传统的会议饭店不同,除参加会议的客人外,它一般不接待暂住客人。会议中心与其他饭店的会议场所也有所不同,主要表现在:它设有永久性的专用会议场所,而不是仅有由多功能厅改为会议室、宴会厅和舞厅的设施;它的客房双开率很高,有利于会议成员之间相互沟通和增进了解;它的价格一般采用公司会议包价的形式,将食品、饮料、房费等报价为一个数字。会议中心有一整套视听设备、专题讨论会议室、阶梯式讲堂以及具有人机对话、同声传译功能的闭路电视系统。

## 第二节 饭店业发展历史与趋势

世界饭店业一直处于持续发展的状态,尽管经济衰退、政治冲突、能源危机、通货膨胀、恐怖主义、外汇波动等因素会对饭店的出租率和利润率产生影响,但是由于饭店总是致力于满足客人不断变化的各种需求,因此近一个世纪以来,世界饭店业进行了多次的改革和创新,复杂的通讯系统、智能化的能源系统及先进的国际预定网络系统等,已经成为现代饭店业的鲜明特征。

### 一、世界饭店业的发展历史

世界最早出现的饭店与今天我们定义的饭店相差甚远:一个平板架当床,设施简陋的小房间就是饭店的雏形。在业内,一般将饭店业的发展划分为客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期和现代新型饭店时期。不同时期的划分代表了饭店业繁荣与发展的一个里程碑。

#### (一) 客栈时期(12世纪~18世纪)

客栈时期是饭店业最初的兴旺时期,也正是古罗马帝国的统治时期。客栈指乡间或路旁的小客站、小旅店。刚出现的客栈只是家庭住宅的组成部分,规模小,设施简陋。到了15世纪,客栈开始流行,有些客栈不仅有20间~30间客房,甚至还有酒窖、食品室和厨房。到了18世纪,英国等地的客栈除为过往旅客提供食宿之外,还为人们聚会提供交往、交流的场所。

客栈的发展与交通的便利有直接关系。在中世纪初期,由于交通很不发达,旅行者很少。人们居住在相对隔绝的村镇,沿途有很多盗匪出没,要旅行的商人不得不结成商队,其他旅行者也往往要结伴而行。所以,当时的客人最需要的是一个有保护、较为安全的住宿地,对服务项目并无特殊要求。宗教朝圣、宗教战争在一段时期内曾推动了客栈业的发展,使旅游人数增加。不过,直到城市间公共马车系统的出现,旅游者的数量才开始有迅速、稳定增加的趋势。当时在许多国家,每隔10千米~15千米的车站旁就有客栈。