

16 高等学校酒店管理专业本科系列规划教材



酒店管理概论

JIUDIAN GUANLI GAILUN

◎ 主编 马 勇



重庆大学出版社

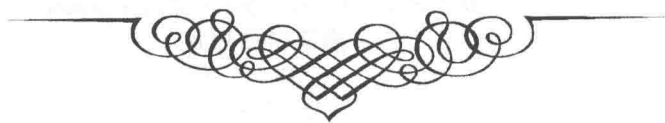
<http://www.cqup.com.cn>

◆ 高等学校酒店管理专业本科系列规划教材

酒店管理概论

JIUDIAN GUANLI GAILUN

◎ 主 编 马 勇



重庆大学出版社

内容简介

本书从酒店管理的基本理论入手,结合大量经典案例对相关知识进行了深入浅出的阐述,将理论性与科学性,实践性与可操作性紧密融合。在逻辑框架与内容的编排上,做了一些新的尝试。全书内容分为三部分,共12章,第一部分为基础理论部分,包含了第1章和第2章,主要是对酒店业及酒店管理的基本概念与相关理论的讨论;第二部分是本书的重点与核心部分,主要从管理的角度,对酒店管理的重要方面进行阐述,包含第3章至第11章,主要包括酒店的业务、组织、人力资源、市场营销、品牌、质量、设备、信息系统等的管理;最后一部分是关于酒店集团化发展的阐述。

本书兼顾课程设置与教学两方面,理论与实践相结合,既可作为高等学校旅游管理及酒店管理专业的教材,也能够作为酒店管理从业者的培训教材及参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

酒店管理概论/马勇主编.—重庆:重庆大学出版社,2017.1

高等学校酒店管理专业本科系列规划教材

ISBN 978-7-5689-0235-9

I. ①酒… II. ①马… III. ①饭店—商业企业管理—高等学校—教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第261339号

高等学校酒店管理专业本科系列规划教材

酒店管理概论

主编 马勇

策划编辑:尚东亮

责任编辑:杨敬 郝小玮 版式设计:尚东亮

责任校对:关德强 责任印制:赵晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:易树平

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址: <http://www.cqup.com.cn>

邮箱: fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆荟文印务有限公司印刷

*

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:15.75 字数:373千

2017年1月第1版 2017年1月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5689-0235-9 定价:35.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究



编委会



主 任


马 勇

委 员(以姓氏笔画为序)


朱承强	何 彪	张胜男	张 超
李丽霞	李志刚	李 雯	陈雪钧
陈雪琼	范向丽	胡宇橙	钟志平
饶 勇	唐 飞	黄安民	黄 崎
焦 彦	靳国章	薛建红	

策划编辑

马 宁 尚东亮 范 莹



总序



旅游业已经发展成为全球市场经济中产业规模最大、发展势头最强的产业,其强劲的产业带动力受到全球众多国家的高度重视,促使众多区域将旅游业作为发展当地经济的支柱产业和先导产业。酒店业作为旅游业的三大支柱产业之一,在良好的旅游转型升级发展背景下,需要我们抓住旅游新常态机遇应对激烈的市场挑战。分析2000—2014年15年间的中国酒店统计数据,中国星级酒店客房总量以每年8.5%的复合年均增长率发展。酒店业在国际竞争国内化、国内竞争国际化的强竞争环境中,已从酒店间的竞争发展到酒店产业链与产业链之间、一个地区和另一个地区之间的线面竞争,酒店业发展总体呈现出酒店数量增长快,酒店主题多元化发展,酒店国际化程度高和融入科技元素实现智慧酒店的四大特征。为了更好地满足大众化酒店消费时代下的个性化需求,酒店集团开始转变酒店层次布局,更加注重差异化产品和独特品位酒店产品打造,转型升级酒店产品以应对市场化竞争。因此,酒店业发展应充分结合市场需求,实现新时代下酒店业的完美转型升级。

面对酒店业良好的发展态势,酒店人才的需求与培育已成为酒店业界和高校教育界亟待解决的问题,酒店人才培养成为高等院校的核心重点。从酒店管理本科人才培养情况来看,自2007年全国本科院校首次开设酒店管理专业,相对于旅游管理专业的开办而言起步较晚,但在这8年的发展过程中,特别是2012年教育部首次将酒店管理本科专业列入《普通高等学校本科专业目录(2012年)》以来,酒店管理本科教育得到快速发展,截至2014年全国开设酒店管理专业(不包含仅开设酒店管理专业方向)的本科院校就从2007年的4所上升到130所,人才培养规模紧跟行业发展速度。正是在我国酒店业逐步实现稳步转型升级和对酒店应用型人才需求的背景下,整合酒店教育资源,积极反映近几年来酒店管理本科教育教学与改革的新变化、新发展和新成果,为我国酒店业发展提供供需匹配的酒店人才支持,促进我国酒店管理教育进入稳定发展阶段。如此,规划出版一套具有前瞻性和新颖性的“高等学校酒店管理专业本科系列规划教材”已成为全国高等院校酒店教育的迫切需要和历史必然。

本套教材由教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任、国家“万人计划”教学名师、湖北大学旅游发展研究院马勇教授组织策划,担任编委会主任,自2012年启动选题调研与组织编写,历时3年多,汇聚全国一批知名酒店院校,定位于酒店产业发展人才需求层次较高的本科教育,根据教育部《旅游管理类本科专业(酒店管理专业)教学质量国家标准》,在对我国酒店教育人才培养方向、培养目标和教育特色等方面的把握以及对酒店发达国家酒店教育学习借鉴的基础上精心编撰而成的,具有较强的前瞻性、系统性和完整性。本套教材主要体现在以下四大特色:

第一,体系完整科学。本套教材围绕“融前沿、成体系、出精品”的核心理念展开,将酒店行业的新动态、新业态及管理职能、关系管理等都融于教材之中,将理论与实践相结合,实现

多角度、多模块组合,形成完整的教材体系,出版精品之作。

第二,内容新颖前沿。本套教材尽可能地将当前国内外酒店产业发展的前沿理论和热点、焦点问题吸收进来以适应酒店业的现实发展需要,并突出酒店教育的中国特色。

第三,引用交叉融合。本套教材在保持本学科基本内容的基础上,注重处理好与相邻及交叉学科的关系,有重点、有关联地恰当引用其他相关学科的理论知识,以更广阔的视野来构建本学科的知识体系。

第四,作者队伍水平高。本套教材的作者很多都是中国酒店教育的知名专家,学历层次高、涉及领域广,包括诸多具有博士学位的经济学、管理学和工程学等多方面的专家和学者,并且还有酒店行业高水平的业界精英人士。我们力求通过邀请优秀知名的专业作者来保证所出教材拥有较高的水平。

在酒店教育新背景、新形势和新需求下,编写一套有特色、高质量的酒店管理专业教材是一项复杂的系统工程,需要专家学者、业界、出版社等的广泛支持与集思广益。本套教材在组织策划和编写出版过程中,得到了酒店业内专家、学者以及业界精英的广泛支持与积极参与,在此一并表示衷心的感谢!希望这套教材能够满足酒店本科教育新形势下的新要求,能够为中国酒店教育及教材建设的开拓创新贡献力量。

编委会

2015年3月5日



前言



大众度假时代的来临为中国旅游业的发展带来了广阔的前景,酒店业作为旅游业的三大支柱产业之一,也同样面临着非常良好的发展机遇。近年来,随着互联网技术的飞速发展和消费者需求的不断变化,酒店业的业态也发生着深刻的变革,各种新型的酒店如精品酒店、民宿、养老酒店、智慧酒店等不断涌现。快速发展的酒店业不仅需要更多的酒店管理人才,而且对现代酒店管理人才的素质能力也提出了更高的要求。中国酒店业要想在激烈的市场竞争中激流勇进,就必须充分重视酒店人才的培养和创新能力提升。

为不断提升我国酒店管理人才的数量和质量、培养出更符合未来中国酒店业发展所需优秀人才,我们组织编写了本书,本书在编写过程中尽可能地融入了作者三十多年来在酒店管理教学方面所积累的理论与实践经验,并努力追求精益求精。由于酒店管理是一门实践应用性非常强的学科,因此本书在编写过程中结合了大量的实践案例,并在此基础上根据我国高等教育旅游管理专业的培养目标和专业设置要求,从全新的角度介绍了酒店管理的理论和方法,力求做到系统全面、深入浅出。全书共分为12章,第1章和第2章为基础理论部分,包括酒店业的概述与酒店管理的基本理论;第3章至第11章是酒店管理的具体内容,包括酒店的业务、组织、人力资源、市场营销、品牌、质量、设备、信息系统等;最后第12章着重探讨了酒店管理的集团化历程与创新发展趋势。

本书的最大特色在于将现实经典案例穿插于各章节中,在每一章我们都设置有学习目标、关键术语、开篇案例、知识点滴、案例分析、本章推荐阅读书目等栏目,不仅向学生展示了酒店管理的最新理论和案例,而且拓展了他们的知识面,使其理论学习充分与实践接轨。

本书由教育部旅游管理教学指导委员会副主任、中组部“万人计划”国家教学名师马勇教授担任主编。具体写作分工为:第1章、第2章由马勇、黄其新编写,第3章、第6章、第7章、第8章、第12章由马勇、李家乐编写,第4章、第5章由李丽霞、马勇编写,第11章由马勇、李莉编写,第9章、第10章由马勇、周宵编写,全书最终由马勇教授统稿和定稿。本书不仅可作为高等院校酒店管理专业教育教学的专业教材,也可作为酒店企业专业人才培养培训的参考用书。

由于时间和水平有限,书中难免存在一些不足之处,恳请广大读者批评指正,使本书更加丰富与完善。

编者

2016年9月于湖北大学



目 录



第1章 酒店业导论	1
1.1 酒店基本概念与内涵	2
1.2 酒店业的发展史	6
1.3 酒店业的发展趋势	10
第2章 酒店管理概述	17
2.1 酒店管理概念与内涵	18
2.2 酒店管理理论溯源	23
2.3 酒店管理职能体系	29
第3章 酒店业务管理	38
3.1 酒店前厅业务管理	39
3.2 酒店客房业务管理	45
3.3 酒店餐饮业务管理	50
第4章 酒店组织管理	56
4.1 酒店组织管理	57
4.2 酒店组织设计	62
4.3 酒店组织制度	68
第5章 酒店顾客关系管理	75
5.1 酒店顾客关系管理概述	76
5.2 酒店顾客关系管理系统	80
5.3 酒店顾客关系管理的实施	83
5.4 酒店顾客关系管理的保障	88
第6章 酒店人力资源管理	93
6.1 酒店人力资源管理特色	94
6.2 酒店人力资源管理体系	97



6.3 酒店人力资源开发	116
第7章 酒店市场营销	121
7.1 酒店市场细分与目标市场选择	122
7.2 酒店市场营销方法	128
7.3 酒店市场营销策略	133
第8章 酒店品牌塑造与维护	141
8.1 酒店品牌发展概况	142
8.2 酒店品牌战略体系	148
8.3 酒店品牌塑造	153
8.4 酒店品牌维护	159
第9章 酒店质量管理	163
9.1 酒店质量概述	164
9.2 酒店质量管理的内容	169
9.3 酒店全面质量管理	174
第10章 酒店设备与管理	184
10.1 酒店设备配置	185
10.2 酒店设备管理职能	191
10.3 酒店设备管理流程	195
第11章 酒店信息管理	202
11.1 酒店信息系统	203
11.2 酒店管理信息系统	205
11.3 酒店信息系统的开发	210
11.4 酒店信息系统的安全维护	217
第12章 酒店集团化发展	221
12.1 酒店集团化发展史	222
12.2 国内外酒店集团发展现状	228
12.3 中国酒店集团化发展模式与创新	233
参考文献	242

第 1 章 酒店业导论

【学习目标】

通过学习本章,学生应该能够:

- 1.了解酒店的基本概念和内涵
- 2.熟悉中外酒店业的发展史
- 3.了解酒店业的发展趋势

【关键术语】

- ◇ 酒店业 Hotel industry
- ◇ 绿色酒店 Green Hotel
- ◇ 主题酒店 Theme Hotel

【开篇案例】

中国酒店业发展离国际酒店业的距离

目前,华住酒店集团(以下简称“华住”)在中国超过 280 个城市里已经拥有超过 1 900 家酒店,旗下 7 个品牌覆盖高端(禧玥、漫心)、中端和经济型(全季、星程、汉庭、怡莱、海友)市场。华住的人力资源战略最具有特色的一个是“人才辈出”战略,另一个是“人才发展体系”战略。

华住创立初期,发展速度比较快,公司的人力资源战略基本上属于拿来主义,“用之能战,战之能胜”即视为人才,就会被大胆使用。这种理念为华住早期的快速发展奠定了一个比较好的基础。

近年来,华住按照国际酒店发展惯例,横向扩张产业链,完成高端、中端、经济型酒店布局,至今已有 7 个品牌。这些品牌既有面向高端市场的,也有涉及中、低端市场的。这些业务模块出现以后,“华住”发现可用人才的紧缺性,所以,适时提出了“人才辈出”的战略。一方面,“华住”需要能跨部门、跨行业地找到更优秀的人才;另一方面,要求在自身的人才培养方面,做出一些突破性的工作。

中国酒店业的水平离国际酒店业水平究竟有多远?中国酒店业距离国际酒店业的距离



和中国内地星级酒店距离米其林星级餐厅的距离,应该是差不多的。米其林星级评分是全世界最具权威性的饮食评分系统,第一颗星的颁发标准以餐厅食物的质量来决定,多出来的星星则视餐厅服务的质量、装潢、餐桌摆设、餐具的好坏、上菜的顺序以及酒窖的大小和质量来决定。当餐厅获得一颗星之后,要投资相当可观的金钱在人员训练、摆设和各种酒藏等方面,才可能获得第二颗或第三颗星星。对餐厅来说,获得或失去一颗星,可能为其营业额带来数以百万计的得益或损失。

米其林星级评比和中国酒店的星级评比有着极大的不同。米其林星级评比,它的进行完全是在酒店方未知的条件下进行匿名拜访,并且派不同的人多次拜访,而且这些评鉴员每年都要轮调评鉴的区域。这些评鉴员在秘密进行评鉴时,只有在用餐完成之后才会亮出身份,餐厅老板当然可以向他们问明评鉴情况,但是结果都会说好,当看到实际分数,餐厅老板一定大失所望,而且为了维持客观性,该评鉴员在若干年以内,一定不会再次出现在此餐厅中。同时,只有在所有评鉴员意见同意时才能被评上,一旦出现争议,则需要再次品评,一家餐厅能够被评上米其林星级餐厅,真的可谓是餐厅中的货真价实的佼佼者了。

中国酒店业的现状不容乐观。中国的各种评比往往流于形式,比如学校评比中,早早发文通知评比,于是开始各种改变,酒店业中也一样,往往都是通过一段时间的准备才会参加评选,这就缺乏了客观性,这种过于注重形式的评比,直接导致了酒店业问题层出不穷。当中国酒店业的星级评比能够上升到米其林星级评比的高度,中国酒店业与国际酒店业的距与便会大大缩短了。

(资料来源:搜狐媒体平台·中国酒店业发展离国际酒店业的距离. <http://mt.sohu.com/20150717/n416977327.shtml>)

当今社会属于服务社会,随着经济全球化和一体化进程的加快,服务经济的发展日新月异,酒店业的竞争也愈加激烈。进入 21 世纪,在各种环境的冲击下,酒店业生存愈加困难。酒店业的发展历程及其发展趋势,对于推动中国酒店业的健康发展具有十分重要的意义。

1.1 酒店基本概念与内涵

1.1.1 酒店的概念

人们出门在外时,都有寻求“旅途之家”以满足其休息和栖身的需求,这类专门为顾客提供临时性住宿服务的行业,通常称之为住宿业。在我国现代日常用语体系中,酒店、宾馆、旅馆、旅店、旅社、旅舍、招待所等都是常见的住宿业称呼,它们之间主要的区别在于,酒店、宾馆一般指较高档的住宿业,其他称呼则指相对较低档的住宿业。为了论述的方便,本书统一使用“酒店”作为住宿业的称谓。

实际上,酒店除了能够为人们提供居住场所之外,一般还可提供饮食、购物、娱乐、安全保障等其他综合性服务。因此,它可以被视作是“短期房产租赁”和“旅行生活服务”的综合体。概括地讲,酒店就是以一定的建筑设施为平台,为人们提供住宿、饮食、购物、娱乐及其他服务,并由此取得收入的企业。

关于酒店的上述界定,突出了酒店的两大特性,即服务性与企业性。酒店的服务性体现在其产品的使用价值中包含大量的服务性劳务价值,并且这种服务性劳务价值在其产品价值构成中占据主体地位,直接通过酒店员工向顾客提供的服务劳动实现。酒店的企业性则表现为它是依法自主经营、自负盈亏、独立核算的商品生产和销售的经济组织,追求市场中经济效益的最大化是酒店与其他类别企业的共性。

1.1.2 酒店的功能

酒店的服务水平是衡量一个国家或地区综合接待能力的重要标志之一,其数量规模和档次结构直接表征着该国家或地区的整体形象和经济发展水平。酒店的功能具体表现在以下4个方面。

1) 酒店是国家创汇的重要基地

从竞争力的角度来讲,外汇收入能力毫无疑问应该成为国家竞争力指标体系中的核心要素之一。一些大型酒店大多具有涉外性质,其境外目标市场主要包括有较高社会地位或政治地位的知名人士和入境旅游者,他们一般具有较强的消费能力,涉外酒店通过为这类顾客提供各种高档服务,可以获取非常可观的外汇收入。

2) 酒店是解决就业的重要部门

酒店业属于劳动密集型行业,具有很强的就业吸纳能力和产业关联带动能力,可以直接或间接地解决相当数量人员的就业问题,社会效益显著。根据有关机构测算,酒店业每增加一间客房,就可为社会提供1~3个直接就业岗位和3~5个间接就业机会。

3) 酒店是旅游业发展的重要依托

酒店是旅游业发展不可或缺的物质基础,缺乏适量酒店的依托,任何一个地方要想发展旅游业都是不切实际的。作为旅游业“三大支柱”之一,酒店不仅是较为理想的食宿场所,它同时还能为广大游客提供娱乐、购物、保健、订票等多种服务,以满足现代旅游者日益多元化的需求。

4) 酒店是多元交流的重要场所

酒店往往是文化、科学、技术交流和社交活动的中心。许多新闻发布会、学术研讨会、产品推介会等都会在酒店中举行,尤其是一些国际性的盛会,吸引着来自五湖四海的宾客到访,极大地促进了文化艺术和科学技术的交流;同时,酒店提供的优雅环境,如咖啡厅、茶坊和娱乐场所等也促进了社交活动的发展。

1.1.3 酒店的类型

酒店发展到一定时期必然会出现类型众多的局面,于是就产生了对进行分类的需要。通过对酒店的分类,能够方便其市场定位,同时也有利于酒店产品的推销和在同类酒店之间进行比较。酒店通常有如下4种划分标准。

1) 根据酒店特色和客人特点划分

①商务型酒店:指为那些从事企业活动的商务旅行者提供住宿、饮食服务和商业活动场



所及有关设施的酒店。

②度假型酒店:指为度假旅客提供住宿、餐饮、娱乐、休闲服务和各种交际活动场所的酒店。

③会议型酒店:指主要接待对象为各种会议团体的酒店。

④长住型酒店:指主要接待常住或长期居住的商务性、度假性客人或者家庭的酒店。

⑤汽车酒店:指设在公路旁,主要为自备汽车进行旅游的客人提供食宿等服务的酒店。

2) 根据酒店计价方式划分

①欧式计价酒店:这种酒店的客房价格仅包括房租,不含食品、饮料等其他费用。世界上绝大多数酒店均属此类。

②美式计价酒店:这种酒店的客房价格包括房租和一日三餐的费用。目前,尚有一些地处偏远的度假型酒店仍属此类。

③修正美式计价酒店:这种酒店的客房价格包括房租和早餐以及午餐或晚餐的费用,以便宾客有较大的自由安排白天活动。

④欧陆式计价酒店:这种酒店的客房价格包括房租及一份简单的欧陆式早餐,即咖啡、面包和果汁。此类酒店一般不包括餐厅。

⑤百慕大式计价酒店:这种酒店的客房价格包括房租及美式早餐的费用。

3) 根据酒店等级与档次划分

在国际上,一般将酒店分为五个等级,用星号“☆”(或字母“A”)的数目来表示,称之为星级,星数越多表明酒店档次越高。

①一星级酒店:最低星级的酒店。设备简单,提供食、宿两项最基本的酒店产品,能满足旅客基本的旅行需要,设施和服务符合国际流行的基本水平。

②二星级酒店:较低星级的酒店。设备一般,除食宿基本设施外,还设有简单的小卖部、邮电、理发等便利设施,服务质量较好。

③三星级酒店:中等星级的酒店。设备齐全,有多种综合服务设施,服务质量较高。

④四星级酒店:较高星级的酒店。设备豪华,服务设施完善,服务项目健全,服务质量优秀。

⑤五星级酒店:最高星级的酒店。其设备、设施、服务项目设置和服务质量均达到世界酒店业的最高水平。

需要指出的是,即使国际上按照等级档次一般都将酒店划分为五个星级,但实际上并不存在一个统一通行的酒店等级“国际标准”,各国都是根据自己的国情来制定酒店等级标准并进行星级评定。也有一些顶尖的酒店超越了“五星”的概念,如位于阿联酋迪拜的阿拉伯塔大酒店就享有“七星级”酒店的称誉。我国也在2003年颁布的《旅游酒店星级的划分与评定》(GB/T 14308—2003)国家标准中,在五星级酒店之上增设了最高等级的白金五星级酒店。

4) 根据酒店经济性质划分

这是我国特有的一种旅游酒店分类方法,可分为国营经济酒店、私营经济酒店、联营经济酒店、股份制经济酒店、中外合资经济酒店、外商投资经济酒店、港澳台投资经济酒店等。

5) 根据酒店规模大小划分

按照酒店的规模,即房间数量,可以将旅游酒店划分为大型、中型和小型酒店。通常地,大型酒店是指拥有 600 间以上客房的酒店,中型酒店是指拥有 300 至 600 间客房的酒店,而少于 300 间客房的酒店则为小型酒店。

【知识点滴】

欧陆式早餐和美式早餐

星级酒店中的西式早餐一般分为“欧陆式早餐”和“美式早餐”两种。欧陆式早餐也叫“简单早餐”,通常只包括咖啡或茶、黄油、果酱、面包和果汁。相比之下,美式早餐要丰富得多,它因而也被称作“复杂式早餐”或“全早餐”,除了与欧陆式早餐相同的项目之外,还包括英国式早餐中的煮黄豆、德式早餐中的香肠,还有麦片、谷物粥类、鸡蛋类、肉食类等食品。

此外,随着社会的变化与发展,酒店类型也日趋多元,“新常态”的提出,促进了经济型酒店的蓬勃发展,消费者需求的多元化趋势,使得主题酒店、民宿等类型的酒店越来越受到广大消费者的青睐。主题酒店是以某一特定的主题,来体现酒店的建筑风格和装饰艺术,体现特定文化氛围,让顾客获得富有个性化的文化感受,与此同时,也将服务项目融入主题,以个性化的服务来取代刻板的服务,使顾客获得欢乐、知识与刺激。例如,柏利吉欧酒店(图 1.1),便是模仿意大利北部的同名小镇建成,有 3 000 个房间。在美国拉斯维加斯的金字塔酒店则以埃及金字塔为主题,以人面狮身像为外形,是世界上第三大度假酒店、第四大金字塔。民宿(图 1.2),是一种私人经营的小型家庭旅馆,通常房间不如商务旅馆来得多,也不一定有接待柜台与穿着制服的服务人员。与旅馆不同的是,民宿通常没有先进的网络订房系统、刷卡等服务。而清扫,订房,接待客人等,往往都是由主人与其家人负责。民宿也许没有高级奢华的设施,但它能让人体验当地风情、感受民宿主人的热情与服务、并体验有别于以往的生活,因此当下受到很多人的追捧。在我国很多地区,如台湾、云南都十分盛行原住民宿。酒店业竞争的不断加剧,也在不断丰富着酒店的类型。



图 1.1 主题酒店

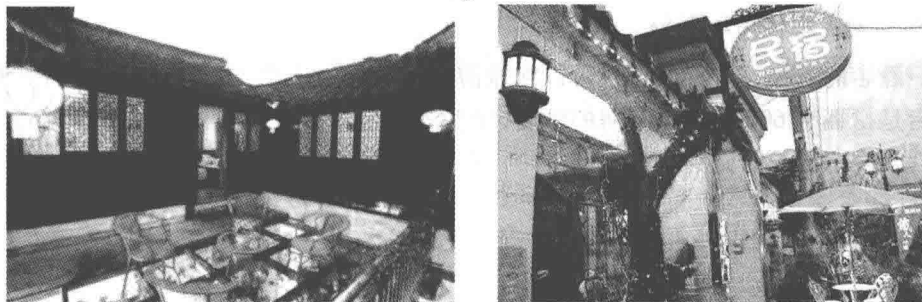


图 1.2 民宿

1.2 酒店业的发展史

1.2.1 世界酒店业发展史

旅游和商务活动自古有之,酒店餐馆就应运而生。相传欧洲最初的食宿设施约始于古罗马时期,其发展进程经历了所谓古代客栈时期、大酒店时期、商业酒店时期等阶段,其间几经波折起落。第二次世界大战以后,欧美各地随着经济形势和旅游业的不断发展进入了新型酒店时期,并逐步形成了庞大独立的酒店行业。

1) 古代客栈时期

由于社会的需要,为满足外出人们的吃、喝、睡等赖以生存的基本需要,千百年以前就出现了客栈和酒店。至中世纪后期,随着商业的发展,旅行和贸易兴起,外出的传教士、信徒、外交官吏、信使、商人等激增,对客栈的需求量大增。由于当时的交通方式主要是步行、骑马或乘坐驿车,因此,客栈大多设在古道边、车马道路边或是驿站附近。早期的英国客栈是人们聚会并相互交往、交流信息和落脚歇息的地方。最早的客栈设施简陋,仅提供基本食宿,无非是一幢大房子,内有几间房间,每个房间里摆了一些床,旅客们往往挤在一起睡,并没有什么更多的要求,当然,由于服务项目少,服务质量差,也确实没有什么可供消遣。到了15世纪,有些客栈已拥有20~30间客房,有些比较好的客栈设有一个酒窖、一个食品室、一个厨房,为客人提供酒水和食品。还有一些客栈已开始注意周围环境状况,房屋前后辟有花园草



图 1.3 古代客栈

坪,客栈内有宴会厅和舞厅等,开始向多功能发展。总的来看,当时的客栈声誉差,被认为是赖以糊口谋生的低级行业。客人在客栈内缺乏安全感,诸如抢劫之类的非法事件时有发生(图 1.3)。

2) 大酒店时期

18 世纪后期,随着工业化的进程加快和民众消费水平的提高,为方便贵族度假者和上层人物以及公务旅行者,酒店业有了较大的发展。在纽约,1794 年建成的首都酒店,内有 73 套客房,这在当时无疑是颇具规模的。而堪称第一座现代化酒店的特里蒙特酒店于 1829 年在波士顿落成,为整个新兴的酒店行业确立了标准。该酒店不仅客房多,而且设施设备较为齐全,服务人员亦经过培训,客人有安全感。19 世纪末 20 世纪初,美国出现了一些豪华酒店。这些酒店崇尚豪华和气派,布置高档的家具摆设,供应精美的食物。大酒店时期的酒店,具有规模大,设施豪华,服务正规,具有一定的接待仪式,讲究一定规格的礼貌、礼仪等特点。

3) 商业酒店时期

20 世纪开始不久,当时世界上最大的酒店业主埃尔斯活思·弥尔顿·斯塔特勒为适应旅行者的需要,在斯塔特勒酒店的每套客房都设有浴室,并制定统一的标准来管理他在各地开设的酒店,增加了不少方便客人的服务项目。20 世纪 20 年代,酒店业得到了迅速发展,美国的大中小城市,纷纷通过各种途径集资兴建现代酒店,而且汽车酒店也在美国各地涌现。到 20 世纪 30 年代,由于经济大萧条,旅游业面临危机,酒店业亦不可避免地陷入困境。在兴旺时期开业的酒店,几乎尽数倒闭,酒店业受到极大挫折。商业酒店时期,汽车、火车、飞机等给交通带来很大便利,许多酒店设在城市中心,汽车酒店就设在公路边。这一时期的酒店,设施方便、舒适、清洁、安全。服务虽仍较为简单,但已日渐健全,经营方向开始以客人为中心,酒店的价格也趋向合理。

4) 现代新型酒店时期

第二次世界大战结束后,由于经济繁荣,人们手里有钱,交通工具十分便利,从而引起了对酒店需求的剧增,一度处于困境的酒店业又开始复苏。1950 年后开始出现世界范围的经济发展和人口增长,而工业化的进一步发展增加了人民大众的可支配收入,为外出旅游和享受酒店、餐馆服务创造了条件。至 50 年代末 60 年代初,旅游业和商务的发展趋势对传统酒店越来越不利,许多新型酒店大批出现。现代新型酒店时期,酒店面向大众旅游市场,许多酒店设在城市中心和旅游胜地,大型汽车酒店设在公路边和机场附近。这个时期,酒店的规模不断扩大,类型多样化,开发了各种类型的住宿设施,服务向综合性发展,酒店不但提供食、住,而且提供旅游、通信、商务、康乐、购物等多种服务,力求尽善尽美,酒店集团占据着越来越大的市场。

1.2.2 中国酒店业发展史

1) 中国古代的客栈时期

(1) 古老的旅馆——驿站

据历史记载,中国最古老的一种官方住宿设施是驿站。在古代,只有简陋的通信工具,

统治者政令的下达,各级政府间公文的传递,以及各地区之间的书信往来等,都要靠专人递送。历代政府为了有效地实施统治,必须保持信息畅通,因此一直沿袭了这种驿传制度,与这种制度相适应的为信使提供的住宿设施应运而生,这便是闻名于世的中国古代驿站。从商代中期到清光绪二十二年(1896)止,驿站竟长存三千余年,这是中国最古老的旅馆。中国古代驿站在其存在的漫长岁月里,由于朝代的更迭、政令的变化、疆域的展缩以及交通的疏塞等原因,其存在的形式和名称都出现了复杂的情况。驿站虽然源于驿传交通制度,初创时的本意是专门接待信使的住宿设施,但后来却与其他公务人员和民间旅行者发生了千丝万缕的联系。驿站这一名称,有时专指其初创时的官方住宿设施,有时则又包括了民间旅舍。(图 1.4)



图 1.4 驿站

(2) 中国早期的迎宾馆

我国很早就有了设在都城,用于招待宾客的迎宾馆。春秋时期的“诸侯馆”和战国时期的“传舍”,可说是迎宾馆在先秦时期的表现形式。以后几乎历代都分别建有不同规模的迎宾馆,并冠以各种不同的称谓。清末时,此类馆舍正式得名于“迎宾馆”。古代中华各族的代表和外国使者都曾在“迎宾馆”住过,它成为中外往来的窗口,人们从“迎宾馆”这个小小的窗口,可以看到政治、经济和文化交流的盛况。我国早期的迎宾馆在宾客的接待规格上,是以来宾的地位和官阶的高低及贡物数量的多少区分的。为了便于主宾对话,宾馆里有道事(翻译),为了料理好宾客的食宿生活,宾馆里有厨师和服务人员。此外,宾馆还有华丽的卧榻以及其他用具和设备。宾客到达建于都城的迎宾馆之前,为便于热情接待,在宾客到达的地方和通向都城的途中均设有地方馆舍,以供歇息。宾客到达迎宾馆后,更是受到隆重接待。如使团抵达时,还受到有关官员和士兵的列队欢迎。为了尊重宾客的风俗习惯,使他们的食宿生活愉快,迎宾馆在馆舍的建制上还实行“一国一馆”的制度。

(3) 民间旅店和早期城市客店

①民间旅店的出现。古人对旅途中休憩食宿处所的泛称是“逆旅”。以后逆旅成为古人对旅馆的书面称谓。逆旅店奠定了基础。西周时期,投宿逆旅的人皆是当时的政界要人,补充了官办“馆舍”之不足。到了战国时期,中国古代的商品经济进入了一个突飞猛进的发展时期,工商业愈来愈多,进行远程贸易的商人已经多有所见。一些位于交通运输要道和商贸聚散的枢纽地点的城邑,逐渐发展为繁盛的商业中心,于是,民间旅店在发达的商业交通的推动下,进一步发展为遍布全国的大规模的旅店业了。

②早期城市客店。我国早期的城市还未与商业活动发生紧密联系,也就不可能有城市民间旅店的出现。后来,城邑内开始有了商业交换活动,这标志着兼有政治统治、军事防御