

中国旅游酒店业 发展研究：案例与实证

范香花 黄红霞 冯小霞 蔡 湓 著



四川大学出版社

范香花 四川大学历史文化学院（旅游学院）在读博士，讲师，参与多项国家自然科学基金和国家社会科学基金，主要研究方向为旅游可持续发展和民族社区旅游。

黄红霞 四川大学历史文化学院（旅游学院）在读博士，贵州大学旅游与文化产业学院讲师，主持和参与横向旅游规划项目十余项，主要研究方向为旅游企业管理、旅游可持续发展。

冯小霞 四川大学历史文化学院（旅游学院）在读博士，湖北民族学院讲师，主持或参与横向旅游规划项目十余项，主要研究方向为旅游规划与开发。

蔡 溢 四川大学历史文化学院（旅游学院）在读博士，参与多项国家自然科学基金及省级基金，主要研究方向为旅游规划与开发。

中国旅游酒店业发展研究：
案例与实证

ZHONGGUO LÜYOU JIUDIANYE
FAZHAN YANJIU
ANLI YU SHIZHENG

ISBN 978-7-5690-2449-4



9 787569 024494 >

定价：38.00元

责任编辑:许 奕
责任校对:张伊伊
封面设计:胜翔设计
责任印制:王 炜

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游酒店业发展研究:案例与实证 / 范香花等著. — 成都:四川大学出版社, 2018. 10
ISBN 978-7-5690-2449-4

I. ①中… II. ①范… III. ①旅游业发展—中国
②饭店业—经济发展—研究—中国 IV. ①F592.3
②F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 235137 号

书名 中国旅游酒店业发展研究:案例与实证

著 者	范香花 黄红霞 冯小霞 蔡 溢
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5690-2449-4
印 刷	成都金龙印务有限责任公司
成品尺寸	146 mm×208 mm
印 张	7.75
字 数	207 千字
版 次	2018 年 10 月第 1 版
印 次	2018 年 10 月第 1 次印刷
定 价	38.00 元



◆ 读者订购本书,请与本社发行科联系。
电话:(028)85408108 (028)85401670/
(028)85408023 邮政编码:610065
◆ 本社图书如存在印刷质量问题,请
寄回出版社调换。
◆ 网址:<http://press.scu.edu.cn>

版权所有◆侵权必究

前 言

随着经济的持续增长，城市化进程的加速及产业结构的升级，我国正形成规模庞大的中等收入群体。据预测，我国中等收入家庭数量到 2022 年将达到 2.71 亿，他们正成为消费市场的主要力量。在酒店市场，尤其是旅游酒店业市场，中档潜在消费群体正以年均 10% 左右的速度扩张。国家旅游局（现为中华人民共和国文化和旅游部）公布的数据显示，我国星级酒店在经历了一个完整周期后，2017 年开始复苏，新的酒店增长周期已经启动。

然而，我国酒店业仍存在盲目扩张而忽视管理、重硬件建设而轻软环境的营造等问题，表现在宏观市场中的消费升级需求应对速度慢、内部人力资源管理效率低下等，相关研究并未引起重视。作为旅游产业的重要组成部分，现有对旅游酒店业的研究集中于景点、交通等要素，忽略了这些基本产品配套的相关便利性服务、空间和情境。因此，有必要对旅游酒店业所包含的更广义的产品内核进行再理解，通过典型案例总结经验，推动我国酒店业人士对国内外旅游发展趋势、发展阶段及发展现状的再认识。

同时，酒店业具有典型服务性质，员工的工作效率极大地影响着顾客的满意度以及酒店的核心竞争力。作为人力资源管理中的重要问题，服务质量管理承诺、工作满意度、工作绩效三者关系密切，研究意义重大。从服务质量管理承诺入手，探讨员工工作满意度对工作绩效形成的影响，构筑有利于工作效率提升的服务质量管理承诺、工作满意度，是一个十分有价值的课题。

针对以上论述，本书将在前人研究的基础上，展开以下三个方面的研究：

首先，在国内外旅游发展趋势及背景下，梳理中国酒店业的发展历程、总体发展现状，从概念内涵、特点等进行阐释。

其次，在梳理上述不同类型酒店发展的基础上，本书抽取高星级酒店（香格里拉酒店、希尔顿饭店、洲际酒店和万豪酒店）、经济型酒店（如家酒店、汉庭酒店、七天酒店、格林豪泰酒店）、民宿客栈（花筑、登巴、久栖、童话）以及精品酒店（悦榕庄、花间堂、隐庐和书香府邸）等的典型案例，在发展历程、组织文化、员工管理等方面进行多案例研究，为下一步的实证研究做好准备。

最后，本书基于内容营销理论、社会交换理论及组织支持理论，梳理、归纳服务质量管理承诺、工作满意、工作绩效相关研究成果，提出研究假设和研究概念模型，并设计出调查问卷。我们选取长沙市五星级酒店作为调查对象，收集数据，再利用SPSS、AMOS等统计软件对获得的基础数据进行方差分析、因子分析、信度和效度分析、路径分析，验证假设模型，最终得出结论，对酒店业人力资源管理提出有针对性的建议，并指出研究局限及未来进一步研究的方向。

在本书编写的前期过程中，四位作者对内容选取、思路梳理、资料收集等工作进行了反复沟通，并确定了最终的写作框架和任务分工。在具体写作过程中，冯小霞负责上篇（背景篇）的写作，黄红霞负责中篇（案例篇）的写作，范香花和蔡溢负责下篇（实证篇）的写作，每人分别负责5万字左右。

由于种种原因，书中文字尚显粗浅，可能存在不妥之处，欢迎读者提供宝贵意见和建议。

范香花 黄红霞 冯小霞 蔡溢

2018年5月

目 录

上篇：背景篇

第一章 概 述·····	(002)
第二章 中国旅游酒店业发展历程与现状·····	(009)
第一节 发展历程·····	(009)
第二节 总体现状·····	(016)
第三节 类型与定义·····	(020)
第四节 小结·····	(025)
第三章 不同类型酒店的发展现状·····	(026)
第一节 高星级酒店的发展·····	(026)
第二节 经济型酒店的发展·····	(033)
第三节 精品酒店的发展·····	(038)
第四节 民宿客栈的发展·····	(042)
第五节 小结·····	(046)

中篇：案例篇

第四章 国际高星级酒店·····	(050)
第一节 香格里拉酒店：家族创业者与企业文化·····	(050)
第二节 希尔顿饭店：微笑服务与情绪劳动·····	(053)
第三节 洲际酒店：差异化战略与产品创新·····	(056)
第四节 万豪酒店：并购策略与员工整合·····	(058)
第五节 小结·····	(061)

第五章 经济型酒店	(063)
第一节 如家酒店：产品升级与品牌营销	(063)
第二节 汉庭酒店：精细化管理与顾客忠诚度	(066)
第三节 七天酒店：电子商务与员工管理	(069)
第四节 格林豪泰酒店：特许经营模式	(072)
第五节 小结	(073)
第六章 民宿客栈	(075)
第一节 花筑客栈：“互联网+”与精品服务	(076)
第二节 登巴客栈：社会公益与网络运营	(078)
第三节 久栖客栈：主人文化	(081)
第四节 童话客栈：文化传承	(082)
第五节 小结	(083)
第七章 精品酒店	(084)
第一节 悦榕庄：社会责任与多元创新	(085)
第二节 花间堂：文化生态与体验真实性	(088)
第三节 隐庐：东方审美与在地文化	(090)
第四节 书香府邸：雅活空间与阅读文化	(093)
第五节 小结	(095)

下篇：实证篇

第八章 研究概述	(098)
第九章 研究综述及概念模型的提出	(102)
第一节 理论基础	(102)
第二节 服务质量管理承诺	(115)
第三节 工作满意度	(140)
第四节 工作绩效	(155)
第五节 研究假设	(163)
第十章 研究设计	(177)
第一节 问卷设计	(177)

第二节	数据的获取·····	(181)
第三节	数据分析方法·····	(182)
第十一章	数据分析及结果·····	(184)
第一节	描述性统计分析·····	(184)
第二节	探索性因子分析·····	(186)
第三节	信度与效度分析·····	(189)
第四节	验证性因子分析·····	(193)
第五节	路径分析·····	(199)
第十二章	研究结论及讨论	
	·····	(203)
第一节	研究结论·····	(203)
第二节	管理建议·····	(205)
第三节	研究局限及研究展望·····	(208)
附 录	·····	(210)
参考资料	·····	(213)

上篇：背景篇

第一章 概 述

旅游是非定居者的旅行和暂时居住引起的现象和关系的总和。这些人不会长期定居，也不会从事任何赚钱的活动^①。这是截至目前，旅游业界比较认可的旅游的定义，即旅游的艾斯特定义。该概念中有一个关键词——“居住”，外出旅行或旅游（一日游除外）不可避免要住，住在哪儿呢？露宿街头，足够随性却不体面，幕天席地，足够浪漫却不舒适。此时，主要为当地居民和商务者服务的各类住宿商家慧眼识商机，开始为旅游者服务。其时，住宿与旅游开始有了你中有我、我离不开你的亲密关系。

时至今日，酒店业已成为旅游业的三大支柱产业之一，伴随着全球旅游业的蓬勃发展，在各大洲繁荣起来，亚洲是增长速度最快、活力最强的地区之一，尤以中国为甚。中国自改革开放后，旅游业发展势不可挡。近十年，中国旅游业的综合收入由2008年的1.14万亿元增加到2017年的5.40万亿元，年均增长率达到19%，远远高于国内生产总值（GDP）的增长速度和世界经济的发展速度。伴随着旅游业的发展，住宿业迎来了最佳的发展时机，中国住宿业的类型由新中国成立时期的单一的招待所演变成现在涵盖标准住宿和非标住宿的、多达几十种的住宿形式。

^① C. Kaspar, Leisure-Reception Tourism: An Introduction to the General Topic of the 31st. Aiest Congress, Aiest editions, 1981.

住宿业是旅游业的重要组成部分，其数量规模和服务质量是衡量一个地区旅游业发展水平的重要标志之一。中国住宿业经过将近四十年的高速发展，形式越来越多样，住宿规模在全球也处于领先地位。但是，中国住宿业特别是现代酒店的发展时间要远远短于欧美国家，虽在积极追赶，但依然处于数量规模增长的阶段，尚未进入数量有序增长、质量逐步提高并与国际接轨的阶段。

基于此，笔者和同仁梳理了中国住宿业的发展历程，并就不同类型的住宿进行了个案研究，进而对国内部分高星级酒店做了实证分析，希望能给国内从事住宿业服务和管理的人员带来启发，为中国住宿业的发展提供帮助。

世界旅游组织提供的资料表明，自 20 世纪 90 年代开始，国际旅游收入在世界出口收入中所占比重达到 8.25%，超过石油出口收入（6.5%）、汽车出口收入（5.6%）和机电出口收入（4.6%）。自此，旅游产业正式确立了世界第一大产业的地位并保持至今。2011 年 3 月 3 日，世界旅游及旅行理事会（World Travel and Tourism Council）发布的《2011—2021 旅游业的经济影响》认为，尽管目前世界经济增长遇到了很多挑战和不确定因素，但旅游业却一直是增长速度最快的行业之一，而且成为推动经济和就业增长的主要力量。

一、世界旅游业发展趋势

过去的六十多年，世界旅游业的发展虽偶有波动，但总体仍然呈现出高速增长态势。由世界旅游及旅行理事会发布的研究报告《2017 年旅游业的经济影响》称，全球旅游业的增长速度已经连续 7 年超过了经济增长速度，且其增长速度（4.6%）比其他行业都快，包括制造业（4.2%），零售和批发业（3.4%），农业、林业和渔业（2.6%），金融服务业（2.5%），并且比世界整

体经济增长速度（3%）快一半以上。

（一）旅游市场进一步扩大，旅游发展持续稳定增长

世界旅游及旅行理事会表示，未来十年旅游业仍将保持年均3.8%的增长速度，到2028年，预计旅游业将在全球范围内支持4亿多个就业岗位，相当于全球所有就业岗位的1/9，预计未来10年，旅游行业将每年贡献约25%的新增岗位。基于此，越来越多的国家和地区把发展旅游业上升到国家战略地位。旅游业已经成为各国应对经济危机、促进经济复苏、培育新经济增长点的重要手段。官方的政策倾斜和财政投入积极地推动了旅游业的发展和持续稳定增长，由于旅游业具有关联性和带动性，旅游业的发展必然会带动其他行业的发展，从而形成一种正向循环。旅游业的发展必然呈现螺旋上升的趋势，旅游市场逐步扩大，旅游发展持续稳定增长。

（二）旅游市场进一步细化，度假旅游成为市场主流

旅游市场由旅游者构成，旅游者在一个或几个方面存在差异，他们可能在购买需求、购买实力、地理位置、购买习惯上各不相同。通过市场细分，旅游企业可以把巨大的、异质的市场分解为小型的细分市场。伴随着旅游业的发展和旅游者消费个性化诉求的出现，旅游市场将进一步细分，甚至可细分至极限的个人，此时旅游产品价格缺乏大众集体产品的可比性，同时旅游者参与产品的设计，在某种程度上可以规避旅游企业之间的过度竞争和不正当竞争。从世界旅游业发展史看，旅游业的发展始于观光，盛于度假。随着世界各国经济的发展和生活水平的提高，旅游者的旅游目的从传统的开阔眼界、增长见识向通过旅游使身心得到放松休息、陶冶生活情操等方向转变，度假旅游成为现代人生活的重要组成部分。

（三）区域旅游势头强劲，新兴旅游目的地方兴未艾

由于地缘和文化的原因，对大部分国家和地区来说，邻近市场仍将是本国或本地区旅游客源的主体市场。同时，区域经济一体化会以其“地利、人和”的优势，推动区域旅游业以更快的速度发展。传统的欧美区域旅游市场将继续保持高速发展，在不久的将来，“一带一路”区域将形成区域旅游带并成为观光旅游、商务旅游蓬勃发展的地区之一。受人类冒险精神和探寻未知之地的心理的驱使，更多的旅游新发现将会接踵出现并发展成为知名的旅游目的地，甚至成为旅游者的天堂。

（四）旅游动机不拘一格，旅游消费关注体验与个性

旅游动机是指激励旅游者外出旅游的原因。美国学者罗伯特·麦金托什和沙西肯特·格普特在他们合编的《旅游的原理、体制和哲学》一书中提出了四大类旅游动机：第一类是身体健康的动机。这类动机的特点是以身体的活动来消除紧张和不安。第二类是文化动机。这类动机表达了一种求知的欲望。第三类是交际动机。这类动机表现为对熟悉的东西的一种反感和厌倦，出于一种逃避现实和免除压力的欲望。第四类是地位与声望的动机。这类动机表现为在旅游活动中搞好人际关系，满足旅游者的自尊需求。随着旅游业的发展和旅游者消费心态的变化，旅游动机越来越复杂化和多元化，如想入非非的旅游动机，更有甚者不需要动机——“一场说走就走的旅行”。旅游动机的变化，反映了旅游者消费心理和消费习惯的变化，要求旅游企业提供能够体现旅游者体验诉求和个性的旅游产品。

（五）产业融合如火如荼，“旅游+”模式蔚然成风

旅游业与科技教育、文化体育、商务会展等产业的结合越来越紧密，特别是与信息化“珠联璧合”，成为跨领域、跨行业的综合性、战略性产业。首先，科技进步和技术创新已成为世界旅

旅游业发展的主要推动力。信息技术、网络技术、交通技术的快速发展，促进了旅游需求多样化、旅游管理信息化、旅游装备科技化。在线旅游预定业务、电子旅游信息、电子签证和电子商务等正在改变旅游业的市场环境，社交网络的广泛应用也在改变旅游业的面貌。有关研究表明，目前全球旅游产品的在线销售额约占总旅游销售额的 15%，未来 5 年，这个比例将上升到 25%。其次，旅游业与文化体育产业的结合成为亮点。文化是旅游产品的灵魂。最后，旅游业直接促进了与其密切相关的酒店业、餐饮业、服务业的发展和百货及奢侈品消费。随着旅游业的发展和大旅游及全域旅游概念的提出与实施，“旅游+”的形式会越来越多，旅游带动相关行业发展的特点会愈加凸显。

二、中国旅游业发展趋势

联合国世界旅游组织秘书长瑞法对未来旅游的发展作过十分精辟的判断，“2011—2020 年，是旅游的十年”^①，中国旅游的发展将是世界旅游发展的亮点，是世界旅游持续稳定发展的重要推动力量。

第一，中国公民旅游需求持续增加，旅游选择更加多元化，旅游业持续稳定发展。中国经济在未来仍将保持稳定的增长，为旅游业的发展提供了优良的外在环境。同时，伴随着经济的增长，居民可自由支配的收入和闲暇时间都将增加，居民旅游需求必然会增长。随着旅游业的发展和旅游消费的成熟，居民的出游选择将更加多元化，不再简单地局限于边走边看。中国旅游的发展要从全域旅游走到无景区旅游。

第二，中国公民休闲时间增多，休闲旅游将成为市场主流。

^① The Decade of Travel and Tourism: Remarks by Mr. Taleb Rifai at ITB, Berlin, Germany, March, 2011.

随着人工智能技术的发展，人从劳动中解放出来，将有充裕的休闲时间，普通的走马观花式的旅游已不能满足人们的旅游诉求，修养身心的休闲旅游将成为首选。基于居民的旅游需求已从观光游览发展到“住下来看”，2013年，我国印发了《国民旅游休闲纲要（2013—2020年）》，并提出国民旅游休闲发展目标：到2020年，职工带薪休假制度基本得到落实，城乡居民旅游休闲消费水平大幅增长，国民休闲质量显著提高，与小康社会相适应的现代国民旅游休闲体系基本形成。该纲要的发布引领和促进了国内休闲旅游的发展与完善。

第三，国内旅游市场仍是主体，其增长的速度仍将快于GDP。相较于入境旅游和出境旅游，大力发展国内旅游具备拉动内需、解决就业、促进地区经济发展、平衡地区差异等多项优势，也是政府最为重视的。中国国内旅游市场已然是全球最大的旅游市场。伴随着国内经济的发展和居民旅游意识的觉醒，越来越多的居民将会选择旅游作为休闲的主要方式，乃至一种生活方式。根据中华人民共和国文化和旅游部给出的数据，在过去的10年，我国国内旅游市场的增长速度均快于GDP，可以预见，在未来很长一段时间内，国内旅游市场的增长速度仍将显著快于GDP。

第四，旅游产品研发注重参与性与体验性，旅游服务注重质量。中国经济的发展已经从追求数量扩张转向注重质量效益，在此大环境下，旅游业的发展也需要寻求突破。现阶段个性化、多样化的旅游消费渐成主流，保证产品质量，通过创新供给激活需求的重要性显著上升，必须采取正确的消费政策，释放消费潜力，使消费继续在推动经济发展中发挥基础作用。如何释放消费潜力？其核心在于旅游产品的研发应满足消费者的心理诉求，注重消费者的参与性与个人体验性，让旅游不再是简单的“旅行+游览”，而是满足消费者个性需求的一段极度畅爽的人生体验。