



美国

现代小型旅馆

经营与管理

李建英 编著

MEIGUO

XIANDAI XIAOXING LUGUAN

JINGYING YU GUANLI

现代饭店管理知识丛书

XIANDAIFANDIANGUANLIZHISHICONGSHU

广东旅游出版社



现代饭店管理知识丛书
XIANDAIFANDIANGUANLIZHISHICONGSHU

美国

现代小型旅馆

经营与管理

李建英 编著

广东旅游出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

美国现代小型旅馆经营与管理/李建英编著. -广州: 广东旅游出版社, 1999. 9

ISBN 7-80653-051-7

I. 美… II. 李… III. 旅馆-经济管理-美国 IV. F719

中国版本图书馆CIP数据核字 (1999) 第29000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)

湛江日报印刷厂印刷

(广东省湛江市赤坎康宁路17号)

850×1168毫米 32开 6.5印张 136千字

1999年9月第1版 1999年9月第1次印刷

印数: 1-10000册

定价: 12.00元

前 言

近几年来，有关旅游城市的饭店供过于求的报道不绝于耳。各地客源纷纷告急，北京市1998年的星级客房出租率在30%左右；长沙市的星级出租率也仅在3至5成之间，有些甚至不足2成等。为求生存，各饭店竞相削价，经营者们叫苦不迭。然而，《羊城晚报》于1998年12月27日登载了一则令人欢欣鼓舞的消息：广东在旅游城市广州、珠海、肇庆等地建成的“学生旅馆”周末均告爆满。这一则信息无疑是一声巨响，使人们猛醒过来。他们重新审视这个市场，思考着旅游饭店到底是供过于求，还是饭店规格比例失调等问题。

80年代初，我国实行了对外开放政策，外国游人及商人蜂涌而至，一时间各旅游城市大兴土木，星级饭店拔地而起。据报道，截至1997年底，我国共有涉外饭店5201家，其中已评定星级的为2724家。这种饭店越建，规模越大，档次越高。它们瞄准的是海外游人或商人，或是国内的高消费和公款消费群体。其客源受国内外政治、经济因素的影响，很不稳定。如1998年，受亚洲金融危机的影响，旅游饭店出现危机，这是意料之中的事。

然而，我国旅游饭店业却忽略了一个很有潜力的市场：国内市场，特别是老人和学生市场。随着我国人口年龄结构的老龄化，越来越多的老年人希望外出旅游；而学生走出课

堂，外出旅游也成为时尚。曾几何时，我们发现有些旅游区的学校在暑期时，开放课室，也能赚得盆满钵满。可惜这种住宿太简陋，且极不安全。人们呼唤着一种舒适卫生、价格便宜的简易旅馆。学生旅馆的兴建正是顺应了这一潮流。

由此可见，中国的饭店不是过剩，而是规格档次失调，形式过于单一，缺乏个性化。基于这种情况，我们编写了这本《美国现代小型旅馆经营与管理》，介绍美国的乡村旅馆、提供床位与早餐的家庭旅馆和提供床位与早餐的小型商业旅馆，以及这些旅馆的开办及经营之道。这些小型旅馆都各具特色，已具相当规模，和美国中、高档饭店齐头并进，成为美国重要产业之一。我们希望该书将对读者有所启发。

汪纯本教授、谢礼珊副教授在本书的编写过程中提出过宝贵的意见，在此一并表示感谢。

编者

1999年3月

目 录

第一章 小型旅馆概述

1. 小型旅馆的种类和定义.....3
2. 时间的投入.....6
3. 有机会相互了解.....7
4. 小型旅馆的顾客特点.....7
5. 小型旅馆与大中型旅馆的比较.....9
6. 小型旅馆的发展趋势.....9
7. 改变对房价的态度.....11
8. 改变度假观念.....12

第二章 小型旅馆的创办

1. 请教专门人士.....14
2. 企业结构.....16
3. 小型旅馆业主应具备的素质.....17
4. 小型旅馆的经营计划.....18
5. 小型旅馆的管理计划.....20
6. 小型旅馆的财务计划.....21

7. 小型旅馆的资金筹措	32
--------------------	----

第三章 家庭旅馆的筹办

1. 家庭旅馆的起源	34
2. 美国家庭旅馆的兴起	35
3. 美国的城市家庭旅馆	36
4. 美国的特色家庭旅馆	38
5. 家庭旅馆合适你吗?	40
6. 评估你的家	42
7. 评估你的地点	44
8. 审视你的家	46
9. 设立目标	48
10. 列出开支项目	48
11. 早餐的费用	52
12. 员工开支	52
13. 开支抵消应纳税利润的费用	53

第四章 家庭旅馆预订服务处

1. 预订服务处的服务宗旨	56
2. 地区局限性	57
3. 教育	58
4. 预订服务处的推销工作	61
5. 预订服务处的工作人员	61
6. 筛选客人和业主	62
7. 质量控制	62
8. 顾客评估表	63
9. 预订服务处的收费	64
10. 选择预订服务处	64
11. 家访	67

第五章 小型旅馆的营销策略

1. 为小型旅馆命名	71
2. 设计旅馆标志符号	72
3. 给房间定价	72

4. 确定旅馆的目标客人	74
5. 成功的经验	76

第六章 小型旅馆的广告促销与公关宣传

1. 手册	80
2. 制作手册的注意事项	81
3. 发行手册	85
4. 媒介的选择	86
5. 广告促销	86
6. 广告人与旅馆的伙伴关系	88
7. 公共关系和宣传	89
8. 礼券	92
9. 旅馆指南	94
10. 在当地推销旅馆	95
11. 目标市场的推销	97
12. 帮助预订服务处推销你的旅馆	98
13. 市场营销新策略	98

14. 成功的经验.....	99
----------------	----

第七章 小型旅馆开业准备工作

1. 规章制度.....	104
2. 防火安全规则.....	105
3. 营业税.....	106
4. 住宿税.....	107
5. 保持记录.....	107
6. 收入税.....	108
7. 计算机记帐.....	109
8. 制定房规.....	109
9. 安全措施.....	110
10. 美国伤残人士条款.....	111
11. 房间的设计.....	114

第八章 小型旅馆的经营策略和步骤

1. 取消预订和没入住.....	118
------------------	-----

2. 索要现金	121
3. 儿童	121
4. 宠物	122
5. 入住和离店时间	123
6. 抽烟	124
7. 早餐时间	124
8. 公共和私人空间	125
9. 下午茶	125
10. 小费	126

第九章 小型旅馆的内部管理

1. 接听电话	128
2. 回话器 (Answering Machines)	130
3. 提供舒适物品	131
4. 处理预订	133
5. 客房管理及维修保养	137
6. 客房打扫	138

7. 配备员工	140
8. 招收员工	142
9. 善于与人共事	143
10. 解雇员工	144
11. 管理和培训员工	144
12. 洗衣服务	146
13. 成功的经验	147

第十章 提高小型旅馆的获利能力

1. 提高收入	154
提高占有率	154
使用促销礼物	155
评估促销手段	155
投资回报	156
保证周日客满	157
发挥想象力	158
扩建旅馆，改善设施	158

提高价格.....	159
采取灵活的价格措施.....	159
从现有的预订中获取更多的利润.....	160
在旅馆举行活动.....	161
出问题要承担责任.....	161
2. 降低成本.....	161
训练购物技巧.....	161
给自己购买假期.....	162
注意利率.....	162
做个多面手.....	163
淡季的操作.....	163
礼品店.....	164
3. 成功的经验.....	165

第十一章 使顾客满意

1. 微笑服务.....	170
2. 接待团体客人.....	174

3. 应付“难弄”的客人.....	176
4. 随时准备解决问题.....	180
5. 及时纠正错误.....	181

第十二章 小型旅馆的餐饮服务

1. 菜单计划和采购.....	185
2. 食物准备和烹制.....	185
3. 餐前准备.....	186
4. 餐桌的摆放.....	186
5. 餐厅服务.....	187
6. 节省时间.....	188
7. 特别的关照.....	189

第一章

小型旅馆概述

XIAOXING LUGUAN GAISHU

自从人类为了躲避风寒而创建了住所以来，他们和他们的亲朋好友才得以共享“家”的天伦之乐。公元前961年，一群瑞士奥古斯教徒进一步发展了“家”的概念。他们首次在通往罗马的狭长的阿尔卑斯山关口处建起了一个拥有75个床位的客栈。

如今，服务业已经今非昔比。它成长为世界上最大的行业，其餐饮和住宿设施遍布世界各个角落。服务业设施的激增导致行业的分化，形成了独具特色的餐馆业、酒吧业及住宿业。由于房地产、建筑成本及宣传广告成本的飙升，多功能连锁旅馆应运而生。连锁旅馆扩大了其影响力和服务范围。

20世纪50年代，克蒙斯·威尔逊及家人出国旅游度假，所到之处，旅馆的建筑风格，服务设施等的不一致使他们大为失望。回到美国后，他们开设了首家“假日旅馆”。“假日旅馆”设有绿、白、黄色相间的路边标志。如今它已发展成为新型的多层次的连锁旅馆，遍布世界各地。

纵向联合的住宿公司蓬勃地发展（纵向联合指的是一个公司能以多少种不同的方式吸引不同层次和不同品味的顾客）。例如拉姆达连锁旅馆公司(Ramada Inns)为迎合高消费阶层，以质优价高著称。选择旅馆公司(Choice Hotels)为了满足各种旅客的需求而设立不同层次的旅馆，如“舒适旅

馆”、“高级旅馆”、“睡眠小旅馆”、“经济旅舍”等，共拥有217,209间客房。许多旅馆还挪出一部分空间，以便给那些愿意缴交附加费的旅客提供更高级的服务和额外的设施。

当连锁旅馆大行其道，称霸市场时，一种朴素的小型旅馆却悄然崛起。它是住宿业最大的、可以认为是发展最快的一部分。

1965年，一位热心的爱交际的前广告经理，叫诺曼·辛普森(Norman Simpson)的人写了一本只有16页的书，名为《乡村旅馆和小道(Country Inns and Back Roads)》。此书以不正规的散文形式生动地描述了12间小型旅馆的故事。

《乡村旅馆和小道》的成功发行（此刊物现已发展成为年刊，并介绍了几百家小型旅馆的成功经验）表明了美国的小型旅馆的真正兴起。

80年代初，据估计全美国只有2000家家庭小旅馆和乡村小旅馆，而到80年代末已增加到2万多家。据美国人口统计杂志统计，约321,000美国人服务于这个行业。小型旅馆顾客盈门，每年至少有2000万游客因“客满”而被拒之门外。可见，小型旅馆的业务确实是蒸蒸日上。

1. 小型旅馆的种类和定义

小型旅馆指的是规模小、投资额和营业额小的旅馆。有些人认为拥有25间客房以下的旅馆为小型旅馆。小型旅馆的种类有：乡村旅馆、商业旅馆，还有就是第二次世界大战后初步形成的只提供床位及早餐的家庭旅馆和只提供床位及早餐的小型旅馆。