



普通高等学校旅游管理教材

饭店管理概论

Concepts of Hotel Operation and Management

王天佑 编著



清华大学出版社 • 北京交通大学出版社

普通高等学校旅游管理教材

饭店管理概论

Concepts of Hotel Operation and Management

王天佑 编著

清华大学出版社

北京交通大学出版社

• 北京 •

内 容 简 介

饭店是生产和销售住宿产品、会展产品、餐饮产品和休闲产品的企业,饭店、旅行社和旅游交通被称为旅游业经营的三大要素。通过本书的学习,可对国际饭店业和饭店经营业务有全面的认识,了解国际饭店业的发展和饭店种类与特点,掌握国际饭店经营组织和经营原理,熟悉国际饭店经营设施和设备,了解饭店产品的构成与质量管理,掌握现代饭店经营方法,从而适应现代饭店经营管理的需求。

本教材适用于高等院校旅游管理专业学生,也可作为高星级饭店管理人员的培训教材。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理概论/王天佑编著. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社, 2006.6

(普通高等学校旅游管理系列教材)

ISBN 7-81082-750-2

I. 饭… II. 王… III. 饭店-企业管理-高等学校-教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 051587 号

责任编辑:吴嫦娥

出 版 者:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969 <http://www.tup.com.cn>

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414 <http://press.bjtu.edu.cn>

印 刷 者:北京瑞达方舟印务有限公司

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:185×230 印张:17.75 字数:398 千字

版 次:2006年8月第1版 2006年8月第1次印刷

书 号:ISBN 7-81082-750-2/F·161

印 数:1~4 000 册 定价:27.00 元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。
投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@center.bjtu.edu.cn。

前 言

旅游业是世界经济规模最大的产业之一，是 21 世纪朝阳产业和新兴经济产业，已成为我国服务贸易创汇的优势产业。随着我国社会主义市场经济的确立和人民生活水平的提高，中国旅游业经历了前所未有的持续快速发展。目前中国旅游业已实现了由亚洲旅游资源大国向亚洲旅游大国的历史性跨越，并正朝着世界旅游大国和旅游强国的目标前进。

饭店是生产和销售住宿产品、会展产品、餐饮产品和休闲产品的企业，饭店、旅行社和旅游交通被称为旅游业经营的三大要素。饭店管理被教育部高教司确定为高等院校旅游管理专业主干课程之一。本书——《饭店管理概论》在编写过程中，力求理论联系实际，充分吸收国际饭店管理最新研究成果和实践经验，简明扼要，便于学生理解和掌握。在内容设计方面，以饭店主要业务管理——房务经营管理、餐饮经营管理和会展经营管理为核心，循序渐进，其他内容紧紧围绕饭店业务管理，包括饭店管理原理和方法、饭店人力资源与组织管理、饭店产品质量管理、饭店营销管理、饭店战略管理、饭店文化管理和饭店伦理与职业道德管理等。本书具有鲜明的时代特色和科学前瞻性，符合现代经济全球化和知识经济的需求。

全书由王天佑编写大纲。第 1 章由汪爽编写，第 6 章由王天佑、杨冷千编写，第 7 章由马棚、王天佑编写，其余各章由王天佑编写。

作者王天佑为中国欧美同学会饭店管理专家委员会成员，20 世纪末赴美国学习旅游与饭店管理，回国后多年从事高等旅游教育，特别是饭店管理教育，其他作者均有旅游发达国家高等院校留学或从事国际饭店管理工作经历。

本书适用于高等院校旅游管理专业教学，也可作为高星级饭店管理人员的职业培训教材。

编 者
2006 年 6 月

目 录

第1章 饭店概述	(1)
1.1 饭店种类与特点	(1)
1.1.1 饭店含义与特点	(1)
1.1.2 饭店分类	(2)
1.2 饭店业发展	(7)
1.2.1 国际饭店业发展	(8)
1.2.2 我国饭店业发展	(10)
1.3 饭店等级	(11)
1.3.1 饭店等级概述	(11)
1.3.2 我国饭店等级概述	(13)
1.3.3 美国饭店等级概述	(13)
1.3.4 欧洲饭店等级概况	(15)
1.4 饭店产品	(16)
1.4.1 饭店产品含义	(16)
1.4.2 现代饭店产品组成	(16)
1.4.3 现代饭店产品特点	(17)
◇ 本章小结	(18)
◇ 练习题	(19)
◇ 阅读材料	(19)
◇ 参考文献	(20)
第2章 饭店管理理论与方法	(21)
2.1 饭店管理职能	(21)

2.1.1	饭店计划职能	(22)
2.1.2	饭店组织职能	(23)
2.1.3	饭店领导职能	(25)
2.1.4	饭店控制职能	(26)
2.1.5	饭店协调职能	(28)
2.2	科学管理理论	(29)
2.2.1	科学管理理论	(29)
2.2.2	一般管理理论	(30)
2.2.3	行政组织体系理论	(32)
2.3	行为科学理论	(33)
2.3.1	人际关系理论	(33)
2.3.2	需要层次论	(34)
2.3.3	双因素论	(35)
2.3.4	X理论和Y理论	(35)
2.4	现代管理理论	(36)
2.4.1	系统原理	(36)
2.4.2	人本管理	(37)
2.4.3	学习型组织	(38)
2.4.4	企业流程再造	(39)
2.4.5	顾客关系管理	(41)
2.5	饭店管理方法	(44)
◇	本章小结	(45)
◇	练习题	(45)
◇	参考文献	(46)
第3章	饭店组织管理	(47)
3.1	饭店组织概述	(47)
3.2	饭店组织结构	(49)
3.3	饭店组织设计	(53)
3.3.1	饭店组织设计原则	(53)
3.3.2	饭店组织设计程序	(54)
3.3.3	饭店组织设计内容	(54)
3.4	职能部门与管理团队	(57)
3.4.1	饭店职能部门	(57)
3.4.2	饭店管理团队	(59)

3.5 饭店组织创新与变革	(61)
3.5.1 组织创新与变革原因	(62)
3.5.2 组织创新与变革过程	(64)
3.5.3 组织创新与变革形式	(65)
3.5.4 不同的组织变革方法	(65)
3.5.5 组织变革阻力管理	(66)
◇ 本章小结	(68)
◇ 练习题	(68)
◇ 参考文献	(69)
第4章 饭店营销策略	(70)
4.1 饭店营销环境	(70)
4.1.1 饭店市场	(70)
4.1.2 饭店营销	(71)
4.1.3 饭店营销环境特点	(72)
4.1.4 饭店营销环境分析	(72)
4.1.5 饭店营销任务	(75)
4.2 饭店营销竞争	(77)
4.2.1 营销竞争者分析	(77)
4.2.2 营销竞争内容	(78)
4.2.3 不同竞争者营销策略	(80)
4.3 目标市场选择	(81)
4.3.1 饭店市场细分	(81)
4.3.2 目标市场选择	(85)
4.3.3 饭店市场定位	(86)
4.4 饭店营销策略	(87)
◇ 本章小结	(101)
◇ 练习题	(101)
◇ 阅读材料	(102)
◇ 参考文献	(103)
第5章 饭店人力资源管理	(105)
5.1 饭店人力资源管理概述	(105)
5.1.1 人力资源的特点	(105)
5.1.2 饭店人力资源管理作用	(106)

5.1.3 饭店人力资源管理内容	(108)
5.2 饭店人力资源规划	(109)
5.2.1 人力资源规划的作用	(109)
5.2.2 人力资源规划的内容	(110)
5.2.3 人力资源规划程序	(111)
5.3 饭店职工配备	(113)
5.3.1 职工配备的任务	(113)
5.3.2 职工选拔计划	(113)
5.3.3 职工配备原则	(114)
5.3.4 职工选拔途径	(114)
5.3.5 职工选拔程序	(115)
5.4 饭店培训管理	(117)
5.4.1 饭店培训的作用	(117)
5.4.2 饭店培训原则	(118)
5.4.3 饭店培训体系	(118)
5.4.4 饭店培训程序	(119)
5.5 职工职业发展管理	(120)
5.5.1 职工职业发展管理的意义	(120)
5.5.2 职工职业发展规划	(121)
5.5.3 职工职业发展管理的内容	(122)
5.6 职工激励与薪酬管理	(122)
5.6.1 职工激励的特点	(123)
5.6.2 职工激励的作用	(123)
5.6.3 职工激励方法	(124)
5.6.4 职工薪酬管理	(126)
5.7 职工考核管理	(128)
5.7.1 考核目的	(129)
5.7.2 考核标准	(129)
5.7.3 考核方法	(130)
5.7.4 职工考核发展趋势	(131)
5.7.5 职工奖励计划	(131)
◇ 本章小结	(132)
◇ 练习题	(132)
◇ 参考文献	(133)

第6章 房务经营管理	(134)
6.1 房务管理概述	(134)
6.2 客房预订与接待管理	(136)
6.2.1 前厅部各部门职责	(136)
6.2.2 客房预订管理	(137)
6.2.3 礼宾服务管理	(138)
6.2.4 住宿接待管理	(140)
6.2.5 其他	(141)
6.3 住宿服务管理	(142)
6.3.1 客房部组织	(143)
6.3.2 客房规划和布局	(143)
6.3.3 客房清洁与维护管理	(146)
6.3.4 退房查房管理与其他	(149)
6.3.5 公共区域清洁管理	(149)
6.4 洗衣房管理	(150)
◇ 本章小结	(150)
◇ 练习题	(151)
◇ 参考文献	(151)
第7章 餐饮经营管理	(153)
7.1 饭店餐饮管理概述	(153)
7.1.1 饭店餐饮管理含义	(153)
7.1.2 不同饭店餐饮经营特点	(154)
7.2 餐饮生产管理	(156)
7.3 餐饮营销管理	(159)
7.3.1 菜单筹划管理	(159)
7.3.2 餐饮服务管理	(161)
7.4 餐饮成本管理	(166)
7.4.1 餐饮成本管理概述	(166)
7.4.2 食品原料成本控制	(166)
7.4.3 人工成本与能源成本控制	(168)
7.4.4 其他经营费用控制	(168)
◇ 本章小结	(168)
◇ 练习题	(169)
◇ 参考文献	(169)

第 8 章 会展经营管理	(171)
8.1 会展概述	(171)
8.1.1 会展含义	(171)
8.1.2 会展的发展	(171)
8.1.3 会议种类与特点	(172)
8.1.4 展览会种类与特点	(174)
8.2 会展销售管理	(176)
8.3 会展合同管理	(179)
8.4 会议服务管理	(182)
8.4.1 会议准备工作	(182)
8.4.2 会中服务管理	(183)
8.4.3 会后服务管理	(183)
8.4.4 会议室管理	(183)
8.5 展览会服务管理	(185)
◇ 本章小结	(187)
◇ 练习题	(188)
◇ 参考文献	(188)
第 9 章 饭店质量管理	(190)
9.1 饭店产品质量概述	(190)
9.1.1 质量含义	(190)
9.1.2 影响饭店产品质量的因素	(191)
9.1.3 饭店质量管理发展	(192)
9.1.4 饭店质量管理的错误理念	(193)
9.2 饭店全面质量管理	(193)
9.2.1 饭店全面质量管理特点	(194)
9.2.2 饭店全面质量管理内容	(196)
9.2.3 全面质量管理体系	(200)
9.2.4 全面质量管理统计与分析方法	(203)
9.3 饭店服务质量管理	(205)
9.3.1 饭店服务特点	(205)
9.3.2 饭店服务质量形成要素	(206)
9.3.3 现代饭店服务质量观	(207)
9.4 顾客满意的质量战略	(208)

9.4.1 顾客对饭店需求分析	(208)
9.4.2 顾客满意的质量战略原则	(209)
9.4.3 顾客满意的质量战略实施	(209)
◇ 本章小结	(211)
◇ 练习题	(211)
◇ 参考文献	(212)
第 10 章 饭店战略管理	(213)
10.1 饭店战略概述	(213)
10.1.1 饭店战略特征	(213)
10.1.2 饭店战略结构	(214)
10.1.3 饭店战略管理过程	(215)
10.2 饭店战略环境分析	(215)
10.2.1 饭店外部环境分析	(215)
10.2.2 饭店内部环境分析	(218)
10.3 饭店战略选择	(223)
10.3.1 饭店任务与经营目标	(223)
10.3.2 饭店战略选择	(224)
10.4 饭店战略类型	(225)
10.5 饭店战略实施与控制	(227)
◇ 本章小结	(228)
◇ 练习题	(229)
◇ 参考文献	(229)
第 11 章 饭店文化管理	(230)
11.1 饭店文化概述	(230)
11.1.1 饭店文化发展	(230)
11.1.2 饭店文化特征	(231)
11.1.3 饭店文化功能	(232)
11.1.4 饭店文化形成要素	(234)
11.2 饭店文化组成	(234)
11.2.1 饭店精神文化	(235)
11.2.2 饭店行为文化	(236)
11.2.3 饭店物质文化	(237)
11.3 饭店文化建设	(238)

11.3.1 饭店文化建设步骤	(238)
11.3.2 饭店文化建设原则	(239)
11.3.3 饭店精神文化建设	(240)
11.3.4 饭店行为文化塑造	(241)
11.3.5 饭店物质文化建设	(243)
11.4 饭店文化识别系统	(246)
11.4.1 饭店识别系统概念及组成	(246)
11.4.2 饭店识别系统的作用	(247)
11.4.3 饭店识别系统设计原则	(248)
11.5 现代饭店跨文化管理	(249)
11.5.1 文化对饭店管理的影响	(249)
11.5.2 饭店跨文化管理的必要性	(250)
11.5.3 现代饭店跨文化管理	(250)
◇ 本章小结	(253)
◇ 练习题	(254)
◇ 参考文献	(254)
第 12 章 饭店伦理与职业道德建设	(256)
12.1 饭店伦理概述	(256)
12.1.1 饭店伦理环境	(256)
12.1.2 饭店伦理作用	(257)
12.2 饭店常见的伦理问题	(259)
12.3 饭店的社会责任	(260)
12.3.1 传统社会责任观	(260)
12.3.2 现代社会经济观	(261)
12.4 饭店职业道德建设	(262)
12.4.1 道德含义与特征	(262)
12.4.2 职业道德的形成	(263)
12.4.3 饭店职业道德特点与功能	(263)
12.4.4 饭店职业道德构成	(264)
12.4.5 影响饭店职业道德的因素	(267)
12.4.6 饭店道德建设途径	(267)
◇ 本章小结	(270)
◇ 练习题	(270)
◇ 参考文献	(271)

第 1 章

饭店概述

本章导读

饭店是生产和销售住宿产品、会展产品、餐饮产品和休闲产品的企业。饭店由一座或数座设备完善的建筑物组成,该建筑物应有符合顾客需求的客房、餐饮、会议或会展、休闲和健身设施,有特色商品店和礼品店等。通过本章学习,可掌握饭店的分类方法,了解世界饭店业发展,掌握世界各国饭店等级与评定概况,掌握饭店产品的组成与特点。

1.1 饭店种类与特点

1.1.1 饭店含义与特点

饭店(Hotel)是生产和销售住宿产品(房务产品)、会展产品、餐饮产品和休闲产品的企业,饭店可称为宾馆、旅馆或酒店。

饭店由一座或数座设备完善的建筑物组成,该建筑物应有符合顾客需求的客房、餐饮、会议或会展、休闲及健身设施,此外,常有特色商品店和礼品店等。饭店作为企业,经政府主管部门批准,有固定的名称和经营场所,有完善的组织机构和规章制度,有独立支配的财产并承担社会责任,为公众开放,具有经营自主权,独立核算,自负盈亏,提供满意的服务,包括房务服务、会展服务和餐饮服务等。饭店尽管以赢利为目的,但是它必须提供优质的客房、设施、菜肴、酒水和服务,取得合理利润,讲究产品质量和特色,有一定知名度和美誉度。为了保证产品品种、质量、成本等满足社会和目

标顾客需求,饭店必须加强内部管理并及时对市场变化做出反应。

1.1.2 饭店分类

饭店有多个种类,分类方法主要根据规模、坐落地点、经营特色和产权形式进行分类。

1. 根据规模分类

饭店规模指饭店客房数目的多少。在饭店经营中,客房数目与饭店坐落位置、饭店种类及设施布局紧密相关。饭店业常根据客房数,即饭店规模分类。

(1) 小型饭店

根据美国饭店协会的分类原则,小型饭店客房数常在150间以下,不包括150间客房。其特点是生产和销售房务产品、餐饮产品、小型会展产品及有特色的康乐产品,例如高尔夫球、滑雪等。小型饭店包括各种类型和各种级别的饭店。

(2) 中型饭店

中型规模饭店客房在150~299间,其设施和服务项目比小型饭店多,收费合理,是普通商务和大众旅游者的理想场所。中型饭店生产和销售舒适而方便的住宿、餐饮、会议和休闲产品。中型饭店常包括各种类型和任何级别的饭店,从豪华级至经济级。

(3) 大型饭店

客房在300~600间范围的饭店称为大型饭店。其设施和服务项目齐全,环境幽雅。饭店有各式客房,包括单人间、标准间、商务套房、豪华套房及总统套房等。饭店设有各种餐饮设施,例如扒房、咖啡厅和风味中餐厅,有销售世界各地小吃的食街。饭店设有各种健身和娱乐设施。包括保龄球馆、高尔夫球场、游泳池、网球场和健身房等。饭店设有各种会议室、谈判室、多功能厅及展览馆。通常大型饭店有中央空调,使饭店一年四季的温度和湿度都达到顾客满意的标准。饭店服务项目包括方便的网上客房预订服务、机场接送顾客服务、行李服务、客房服务、餐饮服务、会展服务和商务服务等。大型饭店多以豪华级和中等级别服务模式,面对商务、会议及休闲市场。

(4) 特大型饭店

特大型饭店指客房在600间以上的企业,其设施和服务项目非常齐全。目前我国和某些国家均有2000间以上客房的超大型饭店。超大型饭店以商务、会展和常住顾客为主要目标市场。

2. 根据坐落地点分类

(1) 机场饭店(Airport Hotel)

指在机场附近的商务饭店,通常为中型或小型的二星级至三星级饭店。

(2) 城市饭店(City Hotel)

主要指坐落在城市中的商务饭店和常住型饭店,通常为三星级至五星级饭店。

(3) 郊区饭店 (Suburban Hotel)

指坐落在城市郊区的三星级至四星级小型、中型或大型商务饭店、度假饭店、常住饭店和会议饭店。

(4) 度假地饭店 (Resort Hotel)

主要指旅游度假区的度假饭店,通常为二星级至五星级任何规模的饭店。

(5) 高速公路饭店 (Highway Hotel)

主要指经济型至三星级的中型或小型汽车饭店。

3. 根据经营特色分类

(1) 商务饭店 (Commercial Hotel)

商务饭店是为了满足商务、会议和旅游顾客需求而设计的带有综合设施和服务的饭店。通常坐落在城市交通便利的商务区域,服务设备和服务项目齐全,有各种客房、中式和西式餐厅、各种规模和功能会议室、酒吧和康乐设施等。这种饭店注重通信设施、商务设施、会议设施、交通工具及相应的服务。例如电话和传真机、客房计算机和网络系统、同声翻译系统、复印机等,提供翻译、复印、打字、机场接送等服务。除此之外,商务饭店的服务设施和服务项目还充分考虑旅游者的需求。在欧美各国,中小型商务饭店有时称作 Inn (见图 1-1)。



图 1-1 商务饭店

(2) 度假饭店 (Resort Hotel)

度假饭店常位于交通方便、气候宜人的风景名胜地区或名山秀水附近,主要目标顾客是度假、休闲和会议顾客。其经营特点是提供休闲环境,有舒适的房间和特色餐饮及完善的康乐设施。目前许多度假饭店增加了各种会议设施和会议服务以满足会议团队需求。早在罗马时期,人们就修建了度假饭店,通常建在温泉附近。由于顾客消费目的是为了休憩和度假,因此这种饭店与其他饭店相比,更呈现休闲的气氛,饭店管理者希望通过丰富的休闲活动和体贴式的服务为顾客提供美好的记忆。现代度假饭店的康乐活动包括远足,跳舞、骑马、游泳、驾船、滑雪、网球和高尔夫球等,聘请专业人士策划和组织康乐和文娱活动。度假饭店关注个性化的餐饮产品,使餐饮服务更具有特色和个性 (见图 1-2)。



图 1-2 度假饭店

(3) 长住饭店 (Residential Hotel)

长住饭店是适应长期住宿顾客的需要,通常坐落在交通方便的城市或郊区,房间以套房为主。每套客房包括客厅、卧室、厨房、卫生间和洗衣房等。这种类型饭店特点是,客房设施比商务饭店齐全,厨房有炉灶和冷藏箱;套房内有洗衣房并装有洗衣机和

烘干机。长住饭店的套房常包括各种式样和级别,例如单间卧室套房、2间卧室套房、越层套房、家庭套房和豪华套房等。长住饭店的经营策略、计价方式和服务方法都比较灵活,房价可以按天、周、月、季度或年为计算单位,清扫客房可以是每天、隔天或顾客自己清扫,房间用品可以由饭店提供,也可以由顾客自己准备。除此之外,长住饭店有健身中心、康乐设施和餐饮服务。一些长住饭店把餐饮服务包给饭店外部的餐饮公司经营。小型长住饭店,常在50~100套房间范围,称为套房饭店(All-Suite Hotel)。

(4) 汽车饭店(Motel)

汽车饭店发源于第二次世界大战后的美国,其坐落地点主要在城郊、高速公路和飞机场附近,目标顾客是长途驾车的旅行旅客。包括商务、探亲 and 旅游。传统的汽车饭店客房数在50间以下,通常为两层楼。有免费的停车场,在公路旁设有广告牌。此外,还带有天然游泳池和儿童游乐场所,游泳池四周常以灌木围绕。现代汽车饭店的客房数已扩展到200间,其设施和服务范围完全可以与商务饭店媲美,可提供客房预订、住宿和餐饮服务,客房价格实惠。如今,汽车饭店已遍布欧洲和美国的主要公路及城市边缘(见图1-3)。



图1-3 汽车饭店

(5) 会议饭店(Convention Hotel)

尽管大部分商务饭店都有会议场所,但是会议饭店是专门针对会议团体需求设计的。此类饭店关注的焦点是会议市场,强调可使会议成功的一切设施和服务。会议饭店常位于风景名胜、旅游区或交通方便且不太繁忙的城市街区。其设施和服务主要包括多功能厅、多媒体、同声传译系统、国际餐饮及广泛的康乐设施等。会议饭店除主要接待会议团队外,也接待少量的旅游和常住顾客,目的是填补少数空余客房。根据国际会议协会的标准,会议饭店至少应有60%的销售收入来自会议业务,60%的空间供各类会议使用。会议饭店规模通常是中型至特大型,房间从250间到2000间不等。

会议饭店的会议室种类齐全,可供各种展览、会议和谈判使用。一些会议饭店称为会议中心,每20间房间就有一个会议室。一些新型会议饭店,将顾客运送到不同的停车场,把散客和会议团队分配到不同的接待地点,办理入住手续,减少了大厅的噪声和拥挤。会议饭店通常有良好的隔音装置以方便各团队安排不同的活动。此外,会议饭店可向会议组织者收取一次的综合费用,包括房费、餐费、会议室服务费及其他相关费用,方便管理。某些现代大型会议饭店实际上已成为会展



图1-4 会议饭店

饭店,这类饭店设有各种规模的展览厅,各类多功能厅和会议室,可提供各类会展服务(见图1-4)。

(6) 机场饭店 (Airport Hotel)

机场饭店通常建在飞机场附近,其设施和服务与商务饭店很相似,主要客源是转机和被延误的旅客及航班机组人员等。机场饭店规模通常为中型或小型,客房在100~300间。机场饭店提供免费的顾客接送服务并在机场有明显的订房和接送服务的电话标志,方便顾客。现代机场饭店增加了会议设施和餐饮设施以吸引专程出席会议并希望节省时间的顾客。此外,现代机场饭店的经营业务不断扩展,吸收机场附近企事业单位的中小型会议。

(7) 休闲饭店 (Lodge)

休闲饭店通常是小型饭店,客房数常在100间以下,其主要客源是度周末、度假及参加专项休闲活动的顾客。例如参加高尔夫球、网球、滑雪、骑马和钓鱼等休闲活动。休闲饭店服务设施和服务项目与长住饭店很相似,顾客居住时间为1~7天。

(8) 经济型饭店 (Bed and Breakfast)

经济型饭店常坐落在城郊或高速公路旁,其规模常在50~200间客房内。饭店只负责顾客住宿和简易的早餐(大陆式早餐)服务。经济型饭店常称为提供早餐和住宿的饭店。顾客在这种饭店住宿,费用比较实惠并可领略到当地的历史文化和风俗习惯。现代经济型饭店规模不断扩大,可有200余间客房并配备小型会议室,还提供经济实惠的自助餐和大众化国际餐饮。

(9) 招待所 (Hostel)

招待所是仅有出租房间业务的小型饭店,这种饭店没有餐厅和洗衣房,顾客需要的各种用品和餐饮可由顾客自己解决。房间价格常以周或月计价,价格便宜,饭店入住登记和出店手续及住宿管理很规范。

(10) 培训中心 (Training Center)

培训中心相当于中型或大型的商务饭店,通常有200~600间客房。其设施与商务饭店很相似并备有多间教室。由于其经营目标是企业和事业单位的培训业务,因此服务比商务饭店逊色。通常培训中心坐落在风景区。

(11) 分时度假饭店 (Time-share Hotel)

分时度假饭店在欧美国家称为业主型饭店,指顾客购买了某套客房的数年中某一时段的住宿权并成为该套客房在这某一时段的业主;同时可通过饭店管理部门将该套房间的某一时段使用权转让他人或将该房使用权与其他地方的顾客客房使用权进行交换。这种饭店在欧洲和北美的度假区比较普遍。分时度假饭店主要特征就是将自己购买的使用权与异地业主交换而方便顾客到各地度假。

4. 根据产权形式分类

(1) 个体经营饭店