



中国社会科学院旅游研究中心博士文库系列丛书

中国经济型酒店研究： 动态视角下的结构演进

DEVELOPMENT OF BUDGET HOTELS IN CHINA:
A DYNAMIC ANALYSIS
OF THE STRUCTURAL EVOLUTION

沈 涵 / 著



四川大学出版社

中国社会科学院旅游研究中心博士文库系列丛书

中国经济型酒店研究： 动态视角下的结构演进

DEVELOPMENT OF BUDGET HOTELS IN CHINA:
A DYNAMIC ANALYSIS
OF THE STRUCTURAL EVOLUTION

沈 涵 / 著



四川大学出版社

责任编辑:王 冰
责任校对:李思莹
封面设计:墨创文化
责任印制:李 平

图书在版编目(CIP)数据

中国经济型酒店研究:动态视角下的结构演进 / 沈涵
著. —成都:四川大学出版社, 2010. 2

ISBN 978-7-5614-4749-9

I. 中… II. 沈… III. 饭店—企业管理—研究—中国
IV. F719. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 021225 号

书名 中国经济型酒店研究:动态视角下的结构演进

著 者	沈 涵
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 978-7-5614-4749-9
印 刷	成都蜀通印务有限责任公司
成品尺寸	146 mm×208 mm
印 张	8
字 数	224 千字
版 次	2010 年 2 月第 1 版
印 次	2010 年 2 月第 1 次印刷
定 价	22.00 元

版权所有◆侵权必究

◆读者邮购本书,请与本社发行科
联系。电 话:85408408/85401670/
85408023 邮政编码:610065

◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。

◆网址:www.scupress.com.cn

总 序

中国社会科学院财贸所是国内经国务院学位办批准招收旅游专业博士研究生最早的机构之一。1999 年开始,以产业经济学(旅游经济)的名义招收了第一批博士生。2002 年,根据国务院学位办关于学科调整的意见,正式开始以管理学(旅游管理)的名义招收博士生。到 2007 年,已经先后有来自境内外的 11 名研究生毕业,并获得博士学位。他们是国内旅游学术界的一批生力军,活跃在旅游研究、教育、政府机构以及旅游业界。

中国社会科学院旅游研究中心是中国社会科学院专门从事旅游学术研究的机构,创立于 1999 年,正好与中国社会科学院的首批旅游博士生是同龄人。历届旅游博士研究生在他们攻读博士期间,作为社会实践的一个重要部分,都积极参与了旅游研究中心的研究课题和项目,为旅游研究中心的学术成果做出了自己的贡献。无论现在何处供职,甚至离开了旅游界,他们都还与这个中心保持着紧密的联系,如果不是这个中心的正式成员,也是这个中心的特约研究员,一直是旅游研究中心的骨干。从这个意义上讲,他们又都是旅游研究中心成长的见证人。

为了促进青年旅游学者学术水平的提高,扩大青年研究人员学术成果的社会影响,中国社会科学院旅游研究中心决定组织出版中国社会科学院旅游研究中心旅游博士文库。这是一个系列丛书,收集出版以博士论文为基础的旅游学术著作。这个文库是开放性的,并非仅仅收集中国社会科学院的博士学术著作,更不局限在中国社

会科学院旅游研究中心系统之内。我们愿作一面旗帜，希望有更多的优秀著作入选，使之真正成为旅游博士学术著作的宝库，成为现在和将来、国内和国外研究中国旅游发展理论与实践的重要读物。

中国社会科学院旅游研究中心主任 张广瑞

2007年7月1日



中国社会科学院旅游研究中心

中国社会科学院旅游研究中心是中国社会科学院专门从事旅游研究的学术机构，创建于1999年。

创建旅游研究中心的宗旨是为适应中国旅游业发展的需要，加强旅游学术研究，促进与国内外旅游学术界、政府机构和实业界的联系与交流，进而促进中国旅游业的健康发展。

旅游研究中心坚持理论联系实际的原则，与政府、产业密切结合，坚持服务政府、服务企业、服务社会的方针。

旅游研究中心的主要任务是独立从事旅游理论和实证研究，承担中国社会科学院、中央政府及国家有关部门指派和地方政府委托的研究项目，编制旅游发展总体规划，为旅游相关产业提供咨询服务，开展与国内外学术界的交流与合作，举办国内、国际旅游专题研讨会等活动。

中心的研究人员由旅游经济、旅游管理、旅游规划、文化等学科的专家组成，并先后在国内外聘请了高级学术顾问和特约研究员、特约青年研究员50余名，构建了一个旅游研究学者网络。

旅游研究中心自成立以来，长期与国内外旅游学术界保持着良好的合作关系，在国内为国家旅游局和地方旅游局提供多种研究报告、政策咨询和规划编制，并为旅游企业从事过多项咨询研究。从2001年开始，组织《中国旅游发展：分析与预测》（即《旅游绿皮书》）的编撰工作，每年编辑出版一册，成为国内唯一连续出版的旅游学术研究年度报告。在国外，与世界旅游组织（UNWTO）和世界旅游理事会（WTTC）等国际机构保持着合作关系，并与韩

国文化观光研究院、香港理工大学酒店及旅游管理学院、澳门旅游学院、芬兰哈嘎旅游学院等旅游研究与教育组织签订了合作协议，曾为欧盟中国办事机构、斯里兰卡、泰国以及澳门等国际组织、政府机构和旅游机构提供咨询服务。

旅游研究中心的信条是“博采众长，精益求精”，愿与各级政府机构、行业组织、学术机构及社会各界建立广泛的联系与合作关系，共同为中国和世界的旅游业健康发展做出自己的贡献。

主任：张广瑞

地址：北京西城区月坛北小街2号（邮政编码 100836）

电话：010-68053991 电传：010-68053991

电子信箱：casstrc@public3.bta.net.cn zhgr@vip.sina.com



TOURISM RESEARCH CENTRE CHINESE ACADEMY OF SOCIAL SCIENCES

Tourism Research Centre of Chinese Academy of Social Sciences (CASSTRC), a professional tourism research institution, set up in 1999 by the Chinese Academy of Social Sciences (CASS), is a member of China Tourism Association and that of ATLAS Asia. The mission of the Centre is to meet the needs of the growing tourism development in China by further promoting tourism studies, facilitating contacts and exchanges among tourism academics, administrations and the industry both at home and abroad. The Centre, being open and service-oriented, adheres to the principle of serving the government, the industry and the whole society. Staffed by experts in the fields of economics, management, and tourism planning and development and culture, it conducts tourism research projects, provides consulting services to the government agencies and the industry, promotes academic exchanges among tourism researchers, organizes national and international tourism symposiums and seminars, and prepares reports on China's tourism development. In addition, world-noted scholars have been invited as Senior Academic Advisors to the Centre, and 40 scholars have been appointed as guest research fellows.

Since its establishment, the Centre has been working closely with tourism academics both home and abroad. At home, the Centre has conducted research projects for China National Tourism Administration, and provided consulting services for local governments and industry. It publishes *China's Tourism Development: Analysis and Forecast* (known as *Green Book of China's Tourism*) annually since 2001, the only continuous academic report in the country so far.

The Centre works closely with UNWTO and WTTC and other international organizations, and maintains a good collaborative relationship with overseas tourism academic and educational organizations including Korean Culture and Tourism Institute, School of Hotel and Tourism Management, Hong Kong Polytechnic University, Institute for Tourism Studies, Macao, and Haaga Tourism Institute, Finland. In the past few years, the Centre has conducted research projects for and provided consulting service to EU-China, Sri Lanka, Thailand and Macau.

The philosophy of this Centre is to **learn widely and strive for perfection**. The Centre tries to build up broad contacts and partnership with government agencies, academic institutions and the industry both at home and abroad in order to make more contribution to the tourism development in China and the world as well.

Director: Zhang Guangrui

Contact details: Add. : No. 2 Yuetan Beixiaojie Str. Beijing, 100836, China
P. R.

Tel. 86-10-68053991

Email: casstrc@public3.bta.net.cn zhge@vip.sina.com

序

沈涵博士的专著《中国经济型酒店研究：动态视角下的结构演进》终于出版了，值此表示衷心祝贺。按说这本书应当更早一点与读者见面，也许是作者过于苛求完美，把出版的时间拖了下来。作为这部专著基础的博士论文，是她 2006 年初完成的，试想 4 年以前，人们对这样的研究成果是何等的渴望。当然，那个时候在中国可供研究的实践也绝不能和今天的情况相比，留一点时间充实，能够考虑得更周全一些。

“酒店”是个外来词，至今还弄不清楚“酒店”和“饭店”的区别在哪里，至于这个词语到底何时被中国的业界所采用，更是难以考证。最近偶然在一篇博文上发现了一个关于“酒店”来源的解释，逻辑清晰，清楚明白，实在是妙不可言：

酒店本来是卖酒的店，因为业务的扩展，后来还卖下酒的菜，人喝多了自然就醉了，再后来还开设了睡觉的地方。

不过为此我还专门查阅了一些权威的中文词典，20 世纪 80 年代出版的词典还没有收录这个词，中国社会科学院专家编撰的《现代汉语词典》在其 1996 年的修订本中，“酒店”一词给出了两个意思：一是“酒馆”，二是“较大而设备较好的旅馆”。显而易见“经济型酒店”的概念出现得更晚。与这个词语对应的英文应当是“budget hotel”或“economic hotel”，此前曾有人译作“廉价旅馆”，给人的感觉是价格便宜。在现实中，事情并非如此简单。由

此,使我想到了英文中的“旅游”(tourist)。在西方经济发达国家中,冠以“tourist”的设施,其含义强调的是大众化,一般指的是些符合普通大众的需求、价格适中的东西,如 tourist class, tourist hotel 等。而中国改革开放以后,旅游顿时变得时髦起来,任何设施之前加上“旅游”则身价倍增,令人仰视。不是吗,“旅游饭店”必是星级饭店或豪华饭店,“旅游汽车”必是现代豪华汽车,最初的“旅游商店”也主要是为外国人开设的,国人则却而止步。这实在是应了一句古语:“橘生淮南则为橘,生于淮北则为枳,叶徒相似,其实味不同”。在这里搬出这句话无意要评说经济型酒店在中国的成败,而是借此说明成长在中国大地上的经济型酒店与根植于欧美国家的经济型酒店实际上是存在差别的,至少目前是这样。实践证明,对任何引进的概念都要做出切合本国实际的解释,本土化往往是“舶来品”必须经过的一个历练过程,这也是通往成功的必由之路。

沈涵的这个课题是从研究“橘”开始的,显然,这个路径的选择是正确的。为了弄清经济型酒店这个“橘”,她花了很多的时间和精力研究国际实践,探索经济型酒店发展的源头,下工夫把这一业态在异国他乡产生的背景、发展的过程弄明白,等于从源头上把经济型酒店这个“橘”生长的土壤、气候和当地人的口味摸清楚,尔后再分析“枳”,即经济型酒店是如何被移植到中国的,进入中国之后它的生长条件与原生地有何异同。只有这样深入的比较分析,才能够发现和明白它在发展过程中可能遇到什么问题,探讨出如何把这个“枳”转变为在中国受欢迎的“橘”的途径。

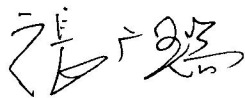
沈涵的研究是以典型案例作为基础的,这是这一研究成果的又一特色。经济型酒店作为一个酒店类型,它就一定具有酒店这个行业的特性,它的发展要遵循这个行业运行的基本规律。因此,探讨经济型酒店在中国的发展,重要的不是进行繁杂的理论探讨和模型的演绎,而是对现有实践的深入探索。尤其是当人们对这个业态的来龙去脉还不太了解的时候,重视国内外经济型酒店典型案例的研究无疑是个明智的做法。这样的研究成果不仅对旅游学术界、教育

界的研究人员有益，对从事饭店经营管理的人员和对这个新业态有兴趣的投资人更有重要的参考价值，因为在读这本书的时候，他们可以对这些案例做出自己的解读，悟出更多的道理。

今天在中国，经济型酒店已经不再是个陌生的概念，如家快捷、锦江之星、莫泰 168、汉庭客栈等品牌早已耳熟能详，在大江南北的大城小市里随处可见。它们的名字有的或许还带着一点洋味，留下了开放引进的痕迹，但这种新型的住宿设施越来越被普通大众所熟悉，所接受，它们中有不少在从“枳”到“橘”的转变过程中取得了可喜的进展，赢得了宝贵的经验。当然，还应当看到，这毕竟是个新的业态，还处于初级发展阶段，远远没有成熟。稚嫩的新苗还经常会遇到风雨的考验，更何况就是在中国这块土地上生长的过程，其外部环境也不断地变化，还会面临许多意料之中和意料之外的挑战，因此，经济型酒店在中国的新实践更值得关注，更值得深入研究和探讨。从这个意义上讲，或许读者能够从这本书中学到一些研究的方法，得到一些新的启发。

经济型酒店在中国的出现是一件可喜的事情，它从一个侧面反映出中国饭店业正在走向成熟。经济型酒店在中国的发展值得关注和支持。随着中国公民休闲与旅游需求的多样化发展，这个业态还将不断分化，融入更多的中国元素、中国文化和中国人的智慧，创造出中国自己的独特风格。到那个时候，外来的“橘”变成了中国的“橘”，又会被人移植到新的土地上去生长。如此说来，这本书出版了，作者的任务并没有结束；反过来，要继续关注中国经济型酒店的发展，写出关于它们成长、创新、成熟的新作来。

是为序。



2010 年初于北京嘉铭园

前言

随着中国大众消费阶层的形成,酒店住宿业顺应市场需求的发展而迅速调整,经济型酒店在中国的各个城市发展和壮大起来。从1996年锦江集团在上海开设的第一家经济型酒店“锦江之星”开始,中国的经济型酒店受到市场需求、投资热潮、产业调整和产品更新四大需求的强力推动,得到快速的发展。民间资本、国有资本、海外基金通过各种渠道,以不同形式纷纷涌入这个行业,经济型酒店成为中国酒店行业新的投资热点。

在中国经济型酒店迅猛发展的同时,问题也伴随而生。随着投资的持续升温,各地涌现出大量的经济型酒店。市场供应的增加加剧了行业的竞争。原先因为快速扩张而被掩盖或者忽略的行业发展和企业管理问题在竞争的压力下也日益凸显。主要表现在盲目投资和低效管理带来的发展困境,激烈市场竞争条件下的压力和突破,由于客源变化而引发的经济型酒店行业的整体结构性演变,酒店品牌的扩张、兼并和细分,小型酒店企业的经营困境与生存探索,资本渠道的开拓与改善等。

本书比较系统地总结了世界经济型酒店的发展经验,研究中国经济型酒店发展的动因、现状、问题与对策、未来趋势,对国内外经济型酒店企业进行了比较深入的实证分析。全书分为三个部分:国内外经济型酒店研究概述与总结、中国经济型酒店的发展现状与未来趋势的理论分析、国际经济型酒店的实证分析及对中国经济型酒店的启示。第一、二、三章为第一部分,指明了研究的主要问题及其意义,概括了中国经济型酒店的定义和五大特点,论述了国际

上经济型酒店的发展阶段及其特色、主要规律。第四、五、六章为第二部分，分析了经济型酒店在中国发展的动因、存在的问题，并提出了相应的制度建议和实施对策。第七章为第三部分，是案例研究。作者通过对“雅高”、“圣达特”这两个国际著名集团的发展战略及其相应的经济型酒店策略的案例分析，总结国际经验，指出完善品牌战略，构筑核心竞争优势，进行全球化的扩张战略、规范的集团化发展是中国经济型酒店企业未来发展的必然选择。

Prologue

With the development of China's mass tourism, hospitality industry is experiencing a significant structural modification. In 1996, Jinjiang International Holdings established the first budget hotel 'JJ Inn' in Shanghai. From then on, budget hotels watched a roaring growth in metropolis and secondary cities in China. Budget hotels are considered as the result of strong market demands for mass accommodation product, the push effect from real estate investment, the structural modification in lodging industry, and the upgrading force of hotel products in an ever - changing environment. Budget hotels today represent a significant reality and have been the most dynamic segment in Chinese accommodation market.

This book is a tentative research on budget hotels which summarizes the historical development of budget hotels throughout the world and provides corresponding experiences for the evolution of Chinese budget hotels. On a basis of profound study on the driving forces and the real situation of the development of this segment in China, the author presents the countermeasures for the current issues.

This book is composed by three parts, literature review, theoretical analysis and case studies. In the first part, Chapter 1 to 3, the author summarizes the concept, characteristics and research framework of budget hotels in China on a comprehensive analysis of related literatures. In the second part, Chapter 4 to 6, the author provides driving forces analysis and indicates the current issues exist in Chinese market. The financing barriers in budget hotel investment and the difficulties in inventory upgrading of commercial lodging industry are impacting the boom of this sector. The author put forwards some institutional suggestions and practical mechanisms as solutions for these barriers and predicts the strategic selections for further development. In the third part, Chapter 7, the author processes several case studies. Through comparative analysis of domestic and international brands in budget hotel sector, the author concludes strategic outlines for Chinese budget hotels.

目 录

第一章 引 言	(1)
一、研究背景与意义.....	(1)
二、研究方法.....	(5)
三、主要思路和创新.....	(6)
四、需要进一步研究的问题.....	(8)
第二章 国内外研究综述	(9)
第一节 相关概念.....	(9)
一、基本概念.....	(9)
二、西方饭店行业产品类型划分.....	(15)
第二节 国内外经济型酒店的定义综述.....	(17)
一、国外对经济型酒店的定义.....	(17)
二、国内对经济型酒店的定义.....	(20)
第三节 世界经济型酒店的主要特点.....	(23)
一、服务特征.....	(23)
二、产品特征.....	(24)
三、市场特征.....	(26)
四、组织与管理特征.....	(27)
五、经营特征.....	(28)
第四节 中国经济型酒店的定义探讨.....	(30)
一、两种争议的厘清.....	(30)
二、本书的经济型酒店定义.....	(36)

第三章 全球经济型酒店的演进发展历程	(41)
第一节 经济型酒店的发展历史	(41)
一、经济型酒店的萌芽与发展初期	(42)
二、经济型酒店的蓬勃发展时期	(47)
三、经济型酒店的品牌调整时期	(52)
四、经济型酒店的重新发展时期	(55)
第二节 国际主要经济型酒店品牌的发展	(60)
一、国际著名的经济型酒店品牌	(60)
二、经济型酒店与饭店集团的发展	(67)
第三节 中国经济型酒店的发展现状	(72)
一、中国经济型酒店的发展现状	(72)
二、中国经济型酒店的分类	(78)
三、现阶段中国经济型酒店主要类型的发展	(81)
第四章 中国经济型酒店的发展动因分析	(87)
第一节 中国经济型酒店的市场动因分析	(87)
一、中国大众旅游的发展产生对经济型酒店的需求	(88)
二、中国商务旅游的发展产生对经济型酒店的需求	(92)
三、中国入境旅游的发展产生对经济型酒店的需求	(97)
第二节 中国经济型酒店发展的产业动因分析	(100)
一、中国酒店行业发展历程与现状	(101)
二、SCP 范式下的酒店行业调整动因	(102)
第三节 中国经济型酒店发展的资本动因分析	(107)
一、中国经济型酒店的投资热潮	(107)
二、中国经济型酒店的投资模式	(110)
三、中国经济型酒店的投资风险	(112)
第四节 中国经济型酒店发展的产品动因分析	(113)
一、产品多元化战略的驱动	(114)
二、产品升级战略的驱动	(116)
第五章 中国经济型酒店的发展障碍与对策	(119)
第一节 经济型酒店发展的融资障碍与对策	(121)