

饭店新型业态

理论与实践

谷慧敏◇主编



NEW

HOTEL INDUSTRY:

Theory And Practice

中国旅游出版社

饭店新型业态

理论与实践

谷慧敏◇主编

NEW HOTEL INDUSTRY:
Theory And Practice

中国旅游出版社

责任编辑： 洁

封面设计： 中文天地

责任印制： 冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店新型业态理论与实践/谷慧敏主编. —北京: 中国旅游出版社, 2011. 9

ISBN 978-7-5032-4258-8

I. ①饭… II. ①谷… III. ①饭店业—研究—中国
IV. ①F719. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 182981 号

书 名：饭店新型业态理论与实践

主 编：谷慧敏

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010-85166507 85166517

排 版：北京中广文化传播中心

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2011 年 9 月第 1 版 2011 年 9 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张：25.25

字 数：450 千字

印 数：1—3000

定 价：35.00 元

I S B N 978-7-5032-4258-8

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

编 委 会

主 编：谷慧敏

编 委：Chris Ryan Prof. Dr. Gerd Schwandner

Larry Yu

张润钢 张 超 吕 勤 李慧敏 杨海英

蒋 薇 张彦宁 周欢欢 李 彬 万丽丽

伍春来 林 巍 杨嘉骆 田婷婷 吕 晶

牟晓婷 孙 欢 吕林娟 邓翠云 王 博

李明龙 李 薇 魏 牧 李 慧

前言

饭店业自产生以来发展至今，在社会经济发展中扮演着不断变化、日益重要的角色。作为当代都市服务产业中的必要组成部分，饭店业已经成为城市形象的标志。从服务功能来说，它是现代都市的主要环节；从经济贡献来说，它是旅游产业的主要支柱；从社会功能来说，它是文化展示与体验的独特方式。随着世界经济一体化趋势的加强和人们对旅行、旅游服务要求的不断提高，随着饭店业对人们生活方式的影响和经济贡献的影响越来越大，饭店业态的健康成长及创新也变得越来越重要，而立足于星级饭店管理的旅游管理部门、立足于招待所管理的商业服务管理部门、立足于物业管理的物业部门、立足于农村发展的农工委等，在对这些新型业态的规制和管理中出现交叉和真空并存局面，客观上限制了饭店新型产业的发展。因此，研究饭店新型业态的发展具有很强的现实意义与理论意义。

一、饭店新型业态的相关概念

首先，饭店业态是指以住宿、餐饮、商务、会议、娱乐、休闲等基础及附加功能为依托，以服务为核心的饭店产品综合形态及经营模式。也就是说，饭店业态的研究对象是饭店产品复合体。这里的饭店产品复合体是指顾客得到的包括住宿、餐饮、娱乐、商务等产品服务在内的综合体验。所以，饭店业态的内容包括饭店目标市场、主要提供的饭店产品综合类型、运营组织模式、成长扩张方式及销售模式。

所以，饭店新型业态是指在传统旅游饭店和商务饭店基础上，由于市场需求、竞争和技术变化而形成的新的饭店产品形态，如新型度假饭店、公寓饭店、产权饭店、家庭旅馆、游轮、房车营地等的总称。在这里“新型”有两层含义：一是完全创新的业态形式；二是传统饭店业态的改进形式。对中

国饭店业来说,新型业态指相对于整个国际饭店市场来说处于初创期的新型业态,也包括在国外已经趋于成熟,但在我国还刚刚出现的新型业态,如经济型饭店等。

二、饭店新型业态产生与演进的动因

饭店新型业态的产生与演进是外因与内因共同作用的结果。

第一,外因作用方面主要是受政治、经济、社会文化和技术(PEST)推动与外部竞争下的利润最大化驱使。通过使用PEST模型对饭店业态发展的宏观环境进行分析可以较全面地了解推动饭店业态发展的外部要素,根据PEST的四大要素——政治要素、经济要素、社会要素及技术要素,可以归结为区域整体社会经济发展水平、技术变革、旅游业的发展、市场竞争状态的加剧与市场需求状况变化等。其中,顾客的需求多样化应当是其中最为重要的因素,随着中国旅游者对饭店产品的需求日益趋于个性化与多样化,新型业态的饭店必须充分挖掘现实旅游者和潜在旅游者的需求,才能把握发展方向和找准市场定位,从而在饭店产业激烈的竞争中突出重围。因此,认识旅游者的需求是新型业态饭店科学设计和营销饭店产品的前提。由于面临激烈的竞争与微利行情,在利润最大化的驱使下,使得饭店选择了产品差异化作为新的竞争手段之一,主要包括市场定位差异化、企业文化差异化、产品和服务模式差异化、建筑风格差异化及内部装饰差异化等。当饭店在以上各个方面的改变量积累到一定程度,新的饭店业态就随之诞生。

第二,内因作用方面是以价值最大化为导向的业态演进。因为产品组合与相对价格的组合与消费者的决策线存在不完全吻合现象,企业为了实现最大价值,会自觉弥补这些真空,通过改进现有产品及生产经营模式,组成新的产品综合与价格组合,寻找消费者的偏好配对。随着社会经济文化条件的不断发展,消费者的价值观及支付能力都在不断变化,消费者偏好以及消费者可以接受的产品综合与价格组合也在不断调整。同时,企业的寻找过程也不断进行。而这个寻找的整个过程也就是饭店新型业态的产生与演进的过程。

三、新型业态发展的特点

整体来看,我国饭店新型业态的发展的总体特点是:第一,和国外饭店新型业态的发展相比,我国饭店新型业态发展迅猛,成长快速。第二,仍处于发育初期,各业态无论是从存量规模、管理规范与服务标准化,还是从品牌培育、从业人员素质等方面来说都和国外有较大差距,且存在滞后性,

如以汽车旅馆为代表的经济型饭店在国外发展已有几十年的历史，已不属于新型业态，而在我国是处于起步阶段的“新型业态”。第三，从我国各业态之间进行比较来看，发展也不平衡，有的业态发展较早且较为成熟，如经济型饭店和一些度假饭店，而有的则发展较迟且发展亟待规范，如分时度假饭店、产权饭店、家庭旅馆等。第四，饭店新型业态在迅速发展的同时，也与传统业态进行着良好互动。一方面，传统业态激发着新型业态的进一步发展。在饭店市场需求的不断变化中，传统业态很难迅速适应所有变化，满足所有新的顾客需求，这为新型业态的发展提供了很大空间。另一方面，新型业态也推动着传统业态不断改进提高。新型业态对市场的把握与灵活创新性，给传统业态提出了巨大的挑战，迫使传统业态不断进行改进，以保持竞争优势。

具体来看，本成果以北京市饭店新型业态为实证研究基础，通过实地调研、深度访谈等实证研究，对各新型业态的特点进行了具体论述。首先在总体上介绍北京饭店业发展的现状，认为北京市饭店业供给存量的结构特征，即高星级饭店较多、中档饭店较少、低端饭店特别是社会旅馆非常多的特征，决定了北京市饭店新型业态的发展趋势、特点等。之后，分别对北京市各饭店新型业态进行具体论述，主要结论有：2008年奥运会的成功举办使得北京市会议的举办频率迅速增加，会议型饭店成长为非常具有潜力的饭店业态；度假饭店应当走细化度假需求市场、追求差异化的新型发展之路；分时度假与产权饭店要规范自身的管理与经营行为，政府要制定与出台相关的政策与法规来规范和引导；经济型饭店市场已经进入品牌调整期，应当培养差异化的品牌和产品；家庭旅馆应注重卫生状况的改善、变原有的租赁等简单经营模式为复合式经营模式，典型的代表为“奥运人家”的经营模式；酒店式公寓应注重前期投资和选址等，避免房地产商为转嫁风险不顾长远发展的现象带来的影响。之后，介绍了奥运会对各饭店新型业态在硬件设施和软件服务等方面的影响，认为对于改善硬件设施影响较大，而对软件服务等方面的影响较小等。

四、饭店新型业态发展的对策建议

根据饭店新型业态的“新”的特点，我们认为，在对策建议方面不仅要考虑到饭店企业自身经营与管理的创新，还要看到各个新型业态仍然处于发展初期，发育还很不完善，应当根据各自所具有的特点，从政府、产业、行业协会等各个方面提出相应的对策，通过引导与规范，形成“一体化”的管理模式，才会使得饭店新型业态健康、有序的演进与发展。

一是政府相关部门和行业协会方面,应当根据各业态不同的特点和当前发展阶段,制定和出台相关的政策法规及行业标准,以更好地引导和规范业态的发展。其中针对分时度假与产权饭店尤其要完善相关的法律法规,针对家庭旅馆、酒店式公寓等要建立经营与服务等的标准体系,如在2008年奥运会期间,由北京市旅游局主导推出的“奥运人家”在家庭旅馆的经营模式创新、产品服务的标准化与多样化等方面进行了有益的尝试,后奥运时期“奥运人家”向“北京人家”的转变,仍会凸显政府的引导作用与规范作用。二是各新型业态在发展到适当阶段,应建立起区域性的甚至是国家性的协会组织,如家庭旅馆行业协会、经济型饭店业协会等,使得新型业态发展更加注重标准化和规范化,之间的竞争也更加有序。三是新型业态饭店企业方面,应注重管理方面的创新以追求差异化,包括产品创新和经营模式创新两个方面,其中前者包括首创型产品创新、改进型产品创新、仿制型产品创新等,后者包括直营、特许经营、加盟等引进方式。

五、研究意义与学术价值

首先,从实践角度来说,本成果较为清晰地展现了北京饭店产业的发展路径,以及面对新的经济条件和法律条件要求,该产业所面临的问题。并且从产业业态优化演进的中观层面上为政府和行业协会调整政策调控方向提供依据、为产业本身的结构调整提供参照标准、为饭店企业创新形成更高层次的管理模式和发展模式提供方略指导。更为一般地,本成果为未来北京饭店产业顺应科学发展观,建设效率集约、环境友好的新型饭店产业以及产业内的创新机制培育构建出一个可操作的分析框架。

其次,从理论角度来说,本成果明确追踪和定义了饭店业新型业态的内涵和范围,搭建了新型业态研究的理论体系。通过综合分析区域比较优势与国际产业互动,对以北京为代表的超大型城市的饭店产业业态演进与发展进行了规律探究,形成较为完整的研究理论方法。同时,本成果通过对新型业态的研究,分析探讨了基于饭店服务业创新的动力系统和发展机制,这在理论上将是一种新尝试,同时也将推动饭店产业创新机制的理论体系建设进程。

六、本成果主要内容简介

本成果对北京最近15年来的饭店业态进行了汇总分析,研究总结了国内外以及北京市场不同饭店业态的市场供给和发展情况。首先,对饭店业态进行了系统的理论研究;进而从需求角度对中国饭店市场及北京饭店市场的现

状及变化趋势进行了系统全面的分析。其次,集中于北京市场上,研究了北京饭店各种业态的市场供给情况和优化与调整方向,同时对孕育中的新业态进行了理论界定和实践追踪。最后,从国际角度对国际饭店产业新型业态的发展进行了分析,并对德国饭店市场、美国饭店市场及希尔顿的业态发展进行了实证研究。主要包括:

饭店业态发展理论研究。饭店业态作为饭店产品综合的运营形态,在 PEST 因素与利益最大化内驱力推动下不断演进发展,产品创新与经营模式创新是饭店业态发展的两种途径。国际饭店业态的发展和我国饭店业态的发展过程既有相似之处,也有差异,在中国经济不断发展的背景下,中国饭店业态遵循业态生命周期规律,向着多样化、专业化和综合化的方向不断发展。

中国饭店客户的满意度。在现阶段的中国市场,饭店满意度主要取决于核心产品的舒适与整洁程度的假设。然而,当满意度中的许多差异被解释为诸如整洁程度等因素时,饭店服务的其他关键方面就不会被认为是满意度的主要决定因素。有研究认为正是那些方面的缺失导致了不满意的存在,因此它们有必要作为满意度的主要影响因素出现,但是这些因素本身又不足以带来满意度的显著提高。研究表明集中精力于房间大小、装潢和舒适度等基础性问题对现阶段的中国市场是适当的,但是未来几年,随着主题饭店、科幻饭店甚至可能是赌场饭店的出现,满意度的决定因素还将变得更加复杂。

北京饭店产业新型业态产品需求分析。最近几年,中国加入 WTO、北京“申奥”成功、中国经济高速发展、构建和谐社会及建设社会主义新农村等,为北京旅游产业带来了巨大的、多层面的旅游流和商务流。伴随北京经济形态的转变与演进、中国旅游者对饭店产品的需求日益趋于多样化和个性化,新型业态的饭店必须充分挖掘现实旅游者和潜在旅游者的需求,才能把握发展方向和找准市场定位,从而在饭店产业激烈的竞争中突出重围。因此,认识旅游者的需求是新型业态饭店科学设计和营销饭店产品的前提。

北京饭店产业现状及趋势。自 20 世纪末,全球及中国饭店业市场总体呈增长态势。在此背景下,北京饭店业整体形势也非常乐观。从 2000 年至今,北京饭店业的产业规模不断扩张,产业结构与空间布局日益合理化,经营水平进一步提高,供求比例向更加协调的方向发展。同时,北京作为中国的政治经济文化中心,其饭店市场发展又具有很强的特殊性。

会议饭店。会议产业的迅速发展使得会议型饭店成长成为一种新型的饭店业态。北京市因其城市本身的区位优势已经成长为全国的三大会议城市之一。在这一环境下,北京的会议型饭店数量众多,但布局不均匀。而且京郊的度

假型饭店也纷纷开始向会议型饭店转型。本书通过对 29 家会议饭店进行调研发现：目前北京市承接的会议以国内会议为主；会议型饭店提供的功能、服务大同小异；会议型饭店的发展需要专业的人才；员工流动率过高是会议型饭店发展中遇到的难题之一。因此北京市会议型饭店应规范饭店的经营管理，打造饭店品牌，重视人才培养，将先进的技术运用到会议配套设施中去，寻求政府和社区的支持。

度假饭店。自 20 世纪 90 年代开始，我国休闲度假旅游发展至今也已有十几年的历程，相对应的度假旅游配套设施——度假型饭店也逐渐走向成熟。北京是中国的政治和教育中心、中华文物古迹的聚集地及北方经济增长的“领头人”，这为北京的度假型饭店孕育出一大批有消费能力和消费欲望的客源，本书通过对北京市度假型饭店供给市场现状进行调研及比较分析，并在此基础上提出了一些管理对策，以促进北京市度假型饭店健康、良性和规范的发展。

分时度假和产权饭店。描述了分时度假和产权饭店的概念、国际发展经验、各自的发展现状、在北京发展的现实条件和意义，并且从政府和企业两个角度来探讨如何才能发展北京的分时度假业，从而全面地了解分时度假和产权饭店，促进北京饭店业、旅游业乃至经济的发展。

经济型饭店。自 1996 年上海锦江集团推出中国的第一家经济型饭店“锦江之星”后，经济型饭店便迅速由萌芽期进入了发展期，北京的经济型饭店市场已经进入品牌调整期。本书通过实地调研和问卷访谈的形式，同时和国外经济型饭店的发展特征相比较，揭示北京经济型饭店供给市场的运营管理特征，对未来发展趋势进行展望并提出建议。

家庭旅馆。随着我国假日经济时代的到来，作为旅游接待能力的一种重要补充的家庭旅馆应运而生，有效地缓解了旅游高峰期住宿难的问题。但家庭旅馆从现状、存在的社会背景、竞争力等因素出发，都还存在一些问题。这项实证研究需要我们密切关注家庭旅馆发展变化，并且在总结前人的研究成果基础上不断创新，为北京的家庭旅游的发展研究提供一些设想和建议。

酒店式公寓。北京饭店服务公寓出现于 20 世纪 80 年代，正式发展始于 1992 年，发展至今已有 15 年的历史，在发展过程中呈现出稳中增长的态势，但就其发展本身还有很多需要完善的地方。从宏观方面看，政府政策的大力支持和行业协会的规范，对于饭店服务公寓的有序健康发展是必不可少的。从微观方面看，饭店服务公寓的发展在前期的投资和选址方面要慎之又慎，避免房地产商为转嫁风险不顾长远发展的现象带来的影响，同时要做好人力

状及变化趋势进行了系统全面的分析。其次,集中于北京市场上,研究了北京饭店各种业态的市场供给情况和优化与调整方向,同时对孕育中的新业态进行了理论界定和实践追踪。最后,从国际角度对国际饭店产业新型业态的发展进行了分析,并对德国饭店市场、美国饭店市场及希尔顿的业态发展进行了实证研究。主要包括:

饭店业态发展理论研究。饭店业态作为饭店产品综合的运营形态,在 PEST 因素与利益最大化内驱力推动下不断演进发展,产品创新与经营模式创新是饭店业态发展的两种途径。国际饭店业态的发展和我国饭店业态的发展过程既有相似之处,也有差异,在中国经济不断发展的背景下,中国饭店业态遵循业态生命周期规律,向着多样化、专业化和综合化的方向不断发展。

中国饭店客户的满意度。在现阶段的中国市场,饭店满意度主要取决于核心产品的舒适与整洁程度的假设。然而,当满意度中的许多差异被解释为诸如整洁程度等因素时,饭店服务的其他关键方面就不会被认为是满意度的主要决定因素。有研究认为正是那些方面的缺失导致了不满意的存在,因此它们有必要作为满意度的主要影响因素出现,但是这些因素本身又不足以带来满意度的显著提高。研究表明集中精力于房间大小、装潢和舒适度等基础性问题对现阶段的中国市场是适当的,但是未来几年,随着主题饭店、科幻饭店甚至可能是赌场饭店的出现,满意度的决定因素还将变得更加复杂。

北京饭店产业新型业态产品需求分析。最近几年,中国加入 WTO、北京“申奥”成功、中国经济高速发展、构建和谐社会及建设社会主义新农村等,为北京旅游产业带来了巨大的、多层面的旅游流和商务流。伴随北京经济形态的转变与演进、中国旅游者对饭店产品的需求日益趋于多样化和个性化,新型业态的饭店必须充分挖掘现实旅游者和潜在旅游者的需求,才能把握发展方向和找准市场定位,从而在饭店产业激烈的竞争中突出重围。因此,认识旅游者的需求是新型业态饭店科学设计和营销饭店产品的前提。

北京饭店产业现状及趋势。自 20 世纪末,全球及中国饭店业市场总体呈增长态势。在此背景下,北京饭店业整体形势也非常乐观。从 2000 年至今,北京饭店业的产业规模不断扩张,产业结构与空间布局日益合理化,经营水平进一步提高,供求比例向更加协调的方向发展。同时,北京作为中国的政治经济文化中心,其饭店市场发展又具有很强的特殊性。

会议饭店。会议产业的迅速发展使得会议型饭店成长成为一种新型的饭店业态。北京市因其城市本身的区位优势已经成长为全国的三大会议城市之一。在这一环境下,北京的会议型饭店数量众多,但布局不均匀。而且京郊的度

资源的培训,保证能够留住人才。饭店服务公寓在未来的发展中还有很大的发展空间,要抓住客人的心理需求,提供个性化服务,发挥品牌效应,打造自己的核心竞争力,为饭店服务公寓的发展奠定坚实基础。

奥运会对北京市饭店新型业态的影响及其对策研究。2008年奥运会对北京市饭店新型业态的影响会是多方面的,影响的程度也是针对具体某家饭店有具体情况的,本书通过对北京市饭店新型业态的实证研究,从硬件设施和软件服务等方面讨论了奥运会对这些饭店的影响。政府的相关部门需要利用这个时机,在市场的主导与成熟的基础上,对新型业态进行规范化和制度化。

国际饭店新型业态发展。饭店业内一直存在着激烈的竞争,但是这种竞争中已经多了理性和成熟的因素。饭店业正经历着不断深入细化的过程,饭店业的新型业态在细化的过程中脱颖而出,如度假型饭店、经济型饭店、会议型饭店、家庭旅馆、酒店式公寓等,成为饭店业中不可小觑的新生力量。新型业态的催生是市场供求的产物,本书通过对国际饭店新型业态的发生、发展路径和发展中存在的问题及其解决方法的研究,可以为中国饭店新型业态的成长和发展提供重要的借鉴意义。本书还以德国饭店业、美国希尔顿饭店集团等为案例进行了分析。此外,本书还对我国饭店消费者消费行为、分时度假发展、美国法律制度等相关领域进行了阐述。

本成果是集体智慧的结晶,首先要感谢北京市哲学社会科学规划项目提供的资助,使本项目得以进行。同时,北京第二外国语学院科研管理方面的领导给予我们的默默支持和大力协助也使本项目能够得以付梓。

我们也要感谢中国旅游出版社的领导和编辑们,是他们对本课题的支持与鼓励,才使这一成果得以顺利完成。

当然,本成果也存在一些不足,比如由于时间以及产业发展成熟度等因素的影响,在饭店各新型业态的供给方面的研究深度和广度方面还需要深入。但我们深知这将是一项全面性和长期性的工作,需要对北京市饭店业各新型业态的特点、演进规律、变化特征等进行全面、深入和较长期性的、整合性的跟踪和研究。在此,还请读者不吝赐教、提出宝贵意见,我们将虚心接受,并为今后进一步研究工作做好准备。

谷慧敏

2010年5月28日

目 录

第一篇 理论篇

第一章 饭店业态发展理论研究	(3)
一、研究概念界定	(3)
(一) 业态与商业业态	(3)
(二) 饭店产品综合	(3)
(三) 饭店功能环境	(4)
(四) 饭店业态	(6)
(五) PEST 分析模型	(6)
二、业态与饭店业态理论研究现状	(9)
(一) 业态发展理论研究	(9)
(二) 饭店业态发展理论研究	(11)
三、基于单体业态、交叉业态与复合业态的饭店业态分类	(13)
(一) 饭店单体业态	(13)
(二) 饭店交叉业态	(15)
(三) 饭店复合业态	(16)
四、饭店业态演进规律分析	(16)
(一) PEST 分析模型要素的推动与利润最大化驱使下的演进	(16)
(二) 以价值最大化为导向的演进	(22)

五、饭店业态的演进途径	(22)
(一) 产品创新	(23)
(二) 经营模式创新	(24)
六、生命周期理论释义下的中国饭店业态成长规律	(24)
(一) 国际饭店业态的成长轨迹	(25)
(二) 中国饭店业态的成长轨迹	(26)
(三) 中国饭店业态的成长生命周期	(29)
七、中国饭店业态的两极化发展趋势	(29)
(一) 集团规模化发展	(29)
(二) 小型专业化发展	(30)

第二篇 饭店市场需求研究篇

第二章 中国饭店消费者：偏好与满意度研究	(35)
一、研究背景	(35)
二、文献综述	(36)
三、研究过程	(40)
(一) 数据收集	(40)
(二) 问卷	(40)
(三) 样本	(40)
(四) 主要结果	(41)
结语	(43)
第三章 饭店产业新型业态产品需求分析	(48)
一、研究方法	(49)
(一) 研究目的和范围	(49)
(二) 研究对象和方法	(49)
二、基于问卷的旅游者对新型业态饭店产品的需求	(49)
(一) 对经济型饭店产品的需求	(49)
(二) 对家庭旅馆产品的需求	(57)
(三) 对度假饭店产品的需求	(62)

（四）对商务会议饭店产品的需求	(68)
（五）对公寓式饭店产品的需求	(73)
（六）对旅游房地产产品的需求	(78)

第三篇 北京饭店产业新型业态研究篇

第四章 北京饭店产业现状及趋势	(97)
一、北京饭店产业运行环境	(97)
（一）宏观经济政策环境	(97)
（二）北京旅游业持续增长	(99)
（三）国际、国内饭店业发展概况	(99)
二、北京饭店产业发展现状	(100)
（一）产业规模	(100)
（二）产业结构	(102)
（三）空间布局	(103)
（四）经营绩效	(104)
三、北京星级饭店经营现状	(106)
（一）北京星级饭店营业收入概况	(106)
（二）北京旅游饭店营业收入及利润	(107)
（三）北京星级饭店人均收入及人均利润	(107)
四、北京饭店市场供需分析	(107)
（一）供需演变	(107)
（二）北京饭店业供给分析	(109)
（三）北京饭店业需求分析	(110)
五、北京饭店产业发展分析	(112)
（一）北京饭店业现存问题	(112)
（二）北京饭店业发展建议	(112)
六、北京饭店产业发展趋势	(113)
（一）国际顶级品牌积极进入	(113)
（二）本土饭店大规模改造	(114)
（三）本土饭店国有化程度不断降低	(114)

(四) 人才两极流动	(114)
(五) 连锁经营水平不断提升	(115)
七、北京饭店新型业态与传统业态的互动	(116)
(一) 北京饭店新型业态快速成长	(116)
(二) 新型业态与传统业态良性互动	(118)
第五章 会议型饭店	(120)
一、文献综述	(120)
二、会议市场的发展现状分析	(121)
(一) 国际会议市场的发展现状分析	(122)
(二) 中国会议市场的发展现状分析	(127)
(三) 北京会议市场的发展现状分析	(129)
三、会议型饭店的发展现状分析	(130)
(一) 国际会议型饭店的发展现状分析	(130)
(二) 中国会议型饭店的发展现状分析	(132)
(三) 北京会议型饭店的发展现状分析	(134)
四、北京会议型饭店供给分析	(136)
(一) 研究方法	(136)
(二) 问卷分析	(137)
(三) 调研结论	(142)
五、北京五洲大饭店—北京国际会议中心的成功经验	(142)
(一) 企业成立背景与发展现状	(142)
(二) 企业配套设施简介	(142)
(三) 企业经营特色	(144)
(四) 企业发展趋势	(145)
六、北京会议型饭店的发展对策分析	(146)
(一) 北京的会议市场格局分析	(146)
(二) 北京会议型饭店的发展策略选择	(147)
(三) 北京会议型饭店的发展需要政府和协会的大力支持	(151)
结语	(152)
第六章 度假型饭店	(162)
一、文献综述	(162)

二、北京市度假型饭店供给市场现状	(164)
(一) 存量及分布概况	(164)
(二) 特色度假饭店	(166)
三、调研分析	(168)
(一) 研究方法	(168)
(二) 问卷调研结论	(168)
(三) 访谈调研结论分析	(173)
四、对策建议	(175)
(一) 政府层面	(175)
(二) 企业层面	(175)
(三) 行业协会层面	(178)
结语	(178)
 第七章 酒店式公寓	 (184)
引言	(184)
一、文献综述	(184)
二、概念界定	(185)
三、酒店式公寓的发展历程	(187)
(一) 国际酒店式公寓的发展历程	(187)
(二) 国内酒店式公寓的发展历程	(187)
四、北京市酒店式公寓市场供给现状分析	(188)
(一) 存量规模分析	(189)
(二) 市场结构分布分析	(191)
(三) 客房户型	(193)
(四) 销售价格	(193)
(五) 服务设施及项目	(195)
五、北京市酒店式公寓市场调研分析	(196)
(一) 研究方法	(196)
(二) 问卷分析	(197)
(三) 运营管理	(200)
(四) 存在的主要问题	(203)
六、北京酒店式公寓发展对策研究	(205)
(一) 政府层面	(205)