

普通高等教育“十五”国家级规划教材修订版

现代饭店管理

MODERN HOTEL MANAGEMENT

(第二版)

朱承强 编著



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

普通高等教育“十五”国家级规划教材修订版

现代饭店管理

Xiandai Fandian Guanli

(第二版)

朱承强 编著



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材(高职高专教育)、“国家精品课程”配套教材、“中国优秀旅游教材”《现代饭店管理》的修订版。

本书围绕现代饭店的运营过程,从饭店的经营理念与实践、饭店的战略模式与选择、饭店的投资与决策分析、饭店的组织与机构设置、饭店市场营销的策划与实施、饭店服务质量测定与控制、饭店人力资源开发与管理及饭店绩效评价体系与分析等九个方面,系统地阐述了现代饭店管理的原理、内容和方法。

本书充分体现了系统性、实用性和创新性的特色。同时,根据教学和企业应用的实际需要,解析了许多中外饭店管理的成功案例。本书既可作为高等职业院校、普通高等专科学校、成人高等教育、本科院校举办的二级职业技术学院、民办高校和饭店管理专业自学考试的教材,也可作为旅游行业从业人员的岗位培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

现代饭店管理/朱承强编著.—2版.—北京:高等教育出版社,2011.7

ISBN 978-7-04-032317-7

I. ①现… II. ①朱… III. ①饭店-商业管理-高等学校-教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第113940号

策划编辑 高飞
责任校对 胡晓琪

责任编辑 高飞
责任印制 刘思涵

封面设计 张雨微

版式设计 范晓红

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印 刷 煤炭工业出版社印刷厂
开 本 787×1092 1/16
印 张 21
字 数 510 000
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版 次 2003年8月第1版
2011年7月第2版
印 次 2011年12月第2次印刷
定 价 29.90元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 32317-00

第二版前言

《现代饭店管理》一书自2003年第一版出版以来,已累计发行十多万册,获得旅游高等院校和饭店业界的广泛认可。2006年,《现代饭店管理》荣获上海市“高校优秀教材二等奖”及“上海市级精品课程”教材;2009年,《现代饭店管理》又荣获“全国首届四十本旅游专业优秀教材奖”及“国家精品课程”配套教材。

《现代饭店管理》第二版在基本保留原书体例的基础上,对全书的结构进行了适当的调整,对部分内容作了修改、更新和补充。为了能更好地反映饭店管理的现状与发展趋势,现代管理技术和方法在饭店管理中的应用,以及更好地适应旅游高等院校专业教学和行业培训的需要,本书注重吸收中外饭店管理的最新研究成果,注意贴近现代饭店管理的实践,力求体现系统性、创新性和实用性三大特色。

本书在修订过程中,还力图体现旅游高等院校教育改革思想和趋势。依照“原理先行、实务跟进、案例同步、实训到位”和“从抽象到具体”的原则,循序渐进地展开教材的内容。在结构上,进行了新的布局:各章的“学习目标”下列出知识目标 and 能力目标体系;在“同步练习”中,设计了问题思考和实操训练;配合教学与研讨,提供了“实例参考”。

本人自1985年起,在高校从事旅游与饭店管理专业教学,荣获国家级“高校教学名师”奖。期间曾在美国、日本和澳大利亚旅游院校留学深造,并曾在国际一流品牌饭店学习与工作,还担任了国家级饭店星级评定员。书中内容部分来自于国内外饭店管理的经验汇编,部分源于作者参与饭店管理实践的体会总结。本书既可作为高等院校旅游专业的课程教材,也可作为旅游行业管理人员岗位培训使用。

在本书修订过程中,参阅了国内外同行的相关教材和资料(参考文献见书后),在此谨向有关文献的编著者表示感谢。同时,我也由衷地感谢高等教育出版社的大力支持与帮助。由于作者水平有限,本书中不妥或疏漏之处,诚望国内同仁和广大读者不吝赐教。

朱承强

2011年3月

第一版前言

我和上海旅游高等专科学校常务副校长余炳炎教授于20世纪90年代合作编写的《现代饭店管理》一书自出版以来,已累计发行7万余册,广泛用于高等院校旅游与饭店管理专业的教学,受到社会普遍好评,曾荣幸地被评为上海高校优秀教材。进入21世纪,随着服务经济时代的到来和我国加入WTO,传统的饭店经营理念、管理哲学、营销方法和服务手段,正受到全面挑战、发生重大变化。为了能更好地反映饭店业发展的现状和趋势,以及现代管理理论、技术和方法在饭店管理中的应用,以更好地适应各类旅游高等院校饭店管理专业的专业教学和行业培训的需要,本书根据教育部普通高等教育“十五”国家级规划教材(高职高专教育)的要求,注重吸收中外饭店管理的最新研究成果,注意贴近饭店经营管理的实践,力求体现系统性、创新性和实用性三大特色。

本书根据“观念是先导、战略是方向、组织是基础、决策是关键、营销是龙头、质量是生命、人才是核心、效益是根本、创新是灵魂”这九大现代饭店经营管理的主题,构筑框架体系,内容包括概论、现代饭店的经营理念与实践、饭店经营战略的选择与实施、饭店的组织结构与管理体制、饭店投资决策的内容与方法、饭店市场营销的策划与实施、饭店服务质量的测定与控制、饭店人力资源的开发与管理、饭店经营绩效的分析与评价等。本书内容曾多次在上海旅游高等专科学校饭店管理专业、全国旅游饭店管理专业证书班、全国旅游饭店总经理、部门经理岗位职务培训班等讲授,得到较高评价,被普遍认为具有理论与实际、系统与创新相结合的特点。

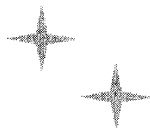
为了适应高职高专教学模式的改革,本书在编写体例和编排形式的设计上,从有利于素质教育和能力培养的角度出发,做了一些尝试。例如,在各章标题之下,列出本章的“学习目标”,便于学员掌握学习的主动权;又如,为了使学员真正理解并灵活运用现代饭店经营管理的基本理论、基本原则和基本方法,在某些重点章节内附有“案例研究”,以便组织学员进行讨论与分析。再如,各章最后都列有“本章小结”,目的在于使学员对本章内容有一个完整、系统的理解。紧随其后的“问题讨论”,其目的则在于启发学员思考、理解和运用本章“学习目标”中所要求掌握的基本内容。另外,结合每章主题附有饭店经营管理实例,这些资料部分来自中外成功饭店经验的汇编,部分源于作者参与饭店管理咨询的成果浓缩,既有助于学员加深对本书内容的理解,也不失为饭店行业管理人员的有益参考。

在本书的编写过程中,参阅了国内外同行的有关教材和资料(参考文献见书后),在此谨向有关文献的编著者表示感谢。同时,我也由衷地感谢高等教育出版社的大力支持和赵洁编辑等的帮助,正是由于他们的辛勤工作,使本书能以一种新的风格及时问世。

由于作者水平有限,本书中不妥或疏漏之处,诚望国内同仁和广大读者不吝赐教。

编 者

2003年3月



目 录

第一章 概论	1
学习目标	1
第一节 饭店的基本概念与类型	2
第二节 中外饭店业的发展历史	13
第三节 饭店管理的内容与原理	26
本章小结	36
同步练习	36
实例参考	37
第二章 饭店的经营理念与实践	53
学习目标	53
第一节 从“CI”到“CS”的演变	54
第二节 从“CS”到“CL”的拓展	59
第三节 从“CS”到“ES”的升华	67
本章小结	74
同步练习	74
实例参考	75
第三章 饭店的战略模式与选择	77
学习目标	77
第一节 饭店基本战略的内容与特点	78
第二节 饭店发展战略的模式与选择	81
第三节 饭店竞争战略的模式与运用	85
本章小结	89
同步练习	90
实例参考	90
第四章 饭店的投资与决策分析	99
学习目标	99
第一节 饭店筹资的方式与策略	100
第二节 饭店投资的可行性研究	105
第三节 饭店的决策分析与技术	116
本章小结	124



同步练习	125
实例参考	125
第五章 饭店的组织与机构设置	129
学习目标	129
第一节 饭店组织设计的原则与程序	130
第二节 饭店组织结构类型与层次	133
第三节 饭店的机构设置与组织制度	138
本章小结	148
同步练习	148
实例参考	149
第六章 饭店市场营销的策划与实施	159
学习目标	159
第一节 饭店市场营销的分析与策划	160
第二节 饭店市场营销的任务与策略	169
第三节 饭店收益管理的方法与实施	192
本章小结	208
同步练习	208
实例参考	209
第七章 饭店服务质量测定与控制	219
学习目标	219
第一节 饭店服务质量的要素与属性	220
第二节 顾客满意度的调查与分析	230
第三节 饭店质量管理方法与手段	239
本章小结	257
同步练习	258
实例参考	258
第八章 饭店人力资源开发与管理	263
学习目标	263
第一节 饭店人力资源的规划	264
第二节 饭店人力资源的开发	272
第三节 饭店人力资源的管理	280
本章小结	288
同步练习	288
实例参考	289
第九章 饭店绩效评价体系与分析	295
学习目标	295
第一节 饭店绩效评价系统的建立	296
第二节 饭店绩效评价的指标体系	299

第三节 饭店绩效评价指标的分析	304
本章小结	313
同步练习	314
实例参考	314
参考文献	322

1

第一章 概 论

学 习 目 标

知识目标：

懂得饭店的定义及要素,熟悉饭店的分类方法,了解中外饭店的发展历史,知晓饭店的发展趋势,掌握饭店管理的理论基础。

能力目标：

能说明各类不同饭店的产品特点,能解释不同发展阶段的饭店的特征,能通过互联网或其他途径查找饭店的资料,能编制介绍饭店的 PPT 文件并在课堂上进行交流分享。

第一节 饭店的基本概念与类型

饭店业是人类最古老的职业之一,其起源可追溯到几千年前的史前洞穴时期。饭店业伴随着人类社会的不断变化而发展变化。现代的饭店,就是从中国的驿馆、中东的商队客店、古罗马的棚舍、欧洲的路边旅馆及美国的马车客栈演变而来。

在过去的一百多年间,随着经济的发展、闲暇时间的增多、交通的完善,饭店业也发生了巨大的变化。今天,饭店业已成为全球旅游热中不可缺少的一部分,是商业全球化发展的主力军。饭店业的迅猛发展,也给当地社会的政治、经济、文化等方面的发展带来重要影响,是一个地区整体发展水平的重要标志。

一、饭店的基本概念

饭店(Hotel)一词源于法语,原指贵族在乡间招待贵宾的别墅。后来,英、美等国沿用了这一名称来泛指所有商业性的住宿设施。在中文里表示住宿设施的名称有很多,如“宾馆”、“酒店”、“饭店”、“旅馆”等。由于我国国家旅游局将现代宾馆、酒店等统称为旅游饭店,所以本书就选用了“饭店”这一规范的名称。

1. 饭店的定义

国外的一些权威性辞典,曾对“饭店”下过这样一些定义:

“饭店一般地说是为公众提供住宿、膳食和服务的建筑与机构。”(——见《科利尔百科全书》)

“饭店是装备好的公共住宿设施,它一般都提供膳食、酒类与饮料以及其他的服务。”(——见《美利坚百科全书》)

“饭店是在商业性的基础上向公众提供住宿、也往往提供膳食的建筑物。”(——见《大不列颠百科全书》)

饭店是指“为公众提供住宿设施与膳食的商业性的建筑设施。”(——见《简明不列颠百科全书》)

在中国《旅游饭店星级的划分与评定》(GB/14308-2010)的国家标准中,对饭店的定义是:“以间(套)夜为时间单位出租客房,以住宿服务为主,并提供商务、会议、休闲、度假等相应服务的住宿设施,按不同习惯可能也被称为宾馆、酒店、旅馆、旅社、宾舍、度假村、俱乐部、大厦、中心等。”

该定义反映了饭店产品具有空间、时间和服务三个基本要素:

第一,“住宿设施”的定义表明,客房及其服务是饭店的最基本的必备功能,也是对饭店建筑内空间的一种规定,即客房始终是饭店的主体。

第二,“提供相应服务”的定义表明,与住宿相配套的其他服务是饭店产品的基本组成因素,也是饭店与单纯房产出租的基本区别。

第三,“以间(套)夜为时间单位出租”的定义表明,饭店产品在具备间(套)等空间要素的同

时,具有包括以预订为界限,以过夜为单位的时间要素。

2. 饭店的特性

作为综合性服务企业,饭店的经营活动要受到以下几个特性的制约。

——高额的经营成本

饭店既是资本密集型企业,又是劳动密集型企业。饭店不仅初期投资大,而且形成很高的固定成本。因此,要达到收支平衡,需要很高的客房出租率。

——价值的不易保存性

饭店的空房与航班的空座位、未出售的电视广告一样,不能保留。今天的客房没卖出去,今天的价值就失去了。饭店产品作为一种使用的权利,无法像实物产品那样储存起来。

——空间的不可转移性

由于饭店的产品通常是以相应的建筑为依托的,由此决定了饭店无法将自己的产品作空间上的转移。饭店业先驱斯塔特勒曾经用“饭店经营成功的三大法宝,一是位置,二是位置,第三还是位置”的说法来强调位置对饭店业的重要性。

——销量的季节波动性

国外新饭店在开业时扔掉大门钥匙是一种传统,意味着饭店开业后永远不会关门。然而饭店业又是极具季节性的行业,不仅一年中有淡季、平季、旺季,甚至一周、一天中都会有销售波动。航空公司可以通过增加或取消一些线路的航班来调节飞机座位的数量,而饭店不仅有固定的位置,也有固定的客房供应量,销量的季节波动十分明显。

3. 饭店的作用

饭店的最初功能是为旅途中的人们提供过夜住宿服务。随着人类社会的发展,饭店已成为具有向客人提供住宿、餐饮、购物、娱乐、健身、商务等诸多功能的综合性服务企业,它与旅行社、旅游交通企业一起被称为旅游业的三大支柱,是旅游供给的基本构成要素。现代饭店业的作用,主要体现在以下四个方面:

——社交活动的中心

饭店业的发展会给当地社会的政治、经济、文化诸方面的发展带来重要影响,会刺激、促进和活跃当地社会的对外交往、经济发展和文化交流。

——提供广泛就业机会

饭店能为社会创造直接就业和间接就业的机会。按目前我国饭店的人员配备状况,一家300间客房的饭店能创造500~600个直接就业机会,同时,又能为相关行业(如饭店设备、物品的生产和供应行业)提供大量的间接就业机会。根据国际统计资料和我国的实际经验,高档饭店每增加一个房间,可以直接和间接提供5~7个岗位的就业机会;中低档饭店每增加一个房间,则可以创造4~5个岗位的就业机会。

——促进消费方式变革

饭店业的发展促进了社会消费方式和消费结构的发展变化。饭店向所在地的居民提供活动的场所,无疑会带来当地人们消费观念的变化和消费行为的改变,有利于社会经济的发展。

——带动相关行业发展

据有关资料统计,一位饭店住客开支的近60%花费在饭店以外的行业,而且住客在饭店消费的物品大多也是社会其他相关行业提供的。因此,饭店业的发展也刺激了其他行业的发展。

二、饭店的分类方法

按照饭店服务对象、规模、等级和计价方式分类,是国际饭店业的四种传统分类方法。根据某些特定标准对饭店进行分类,一是有利于顾客选择,二是有利于饭店的市场营销,三是便于同行业的比较。

1. 按服务对象分类

根据饭店服务对象的特点,一般把饭店分为商务型饭店、度假型饭店和长住型饭店三种。

——商务型饭店(Commercial Hotels)

商务型饭店也称暂住型饭店(Transient Hotels)。此类饭店多位于城市的商业区,接待商务客人、观光度假客人及因其他原因作短暂逗留的客人。这类饭店的客人,在饭店平均逗留期较短、流动量较大,饭店的服务及设施配备的适应性较广,在饭店业中所占的比例最大。为方便商务客人开展各种商务活动,饭店往往设有商务中心(Business Centre),为客人提供打字、复印、传真、秘书、翻译等服务,并提供各类会议室供商务洽谈之用。有的饭店还在客房内提供办公用品、传真机、宽带上网设施等。高档饭店还设置“行政楼层”(Executive Floor),专门为高级行政人员服务,并在行政楼层上配有商务套房和商务中心。

——度假型饭店(Resort Hotels)

度假型饭店传统上以接待休闲度假的宾客为主。此类饭店多位于海滨、山区、温泉、海岛、森林等旅游胜地,开设各种娱乐、体育项目,如滑雪、骑马、狩猎、垂钓、划船、潜水、冲浪、高尔夫球、网球等,这是因为,度假地区的景观及其旅游活动的吸引力是一个度假型饭店成功的关键。度假型饭店因易受淡、旺季的影响而采取较为灵活的经营方式,如实行淡季价、旺季价,拉大价格差距。不少度假型饭店还增设了会议设施,吸引各种会议客人。商务与度假相结合,是度假型饭店发展的一种趋势。近十年来,不少旅游胜地还出现了分时度假型饭店。

——长住型饭店(Resident Hotels)

长住型饭店也称为公寓型饭店(Apartment Hotels)。此类饭店一般采用公寓式建筑的造型与布局,适合住宿期较长、在当地短期工作或休假的客人或家庭居住。长住型饭店的设施及管理较其他类型的饭店简单,饭店一般只提供住宿服务,并根据客人的需要提供餐饮及其他辅助性服务。饭店与客人之间通过签订租约,确定租赁的法律关系。客房多采用家庭式布局,以套房为主,配备适合宾客长住的家具、电器设备以及供宾客自理饮食的厨房设备。在服务形式上讲究家庭式氛围,在服务特点上突出亲切、周到和针对性。

从发展趋势看,长住型饭店一是向豪华型发展,服务设施和服务项目日趋完备,如我国不少大城市中出现的高档酒店式公寓;二是分单元向客人出售产权,成为提供饭店服务的共管式公寓(Condominium)。不少饭店还实行定时分享制(Time-sharing-system),与其他地方的相同类型设施的所有者交换使用。

2. 按饭店规模分类

饭店的规模可以用很多标准来衡量,而按照饭店拥有客房数量来表示饭店规模,是一种传统的分类标准,它在各种衡量标准中最为客观。目前,国际上通行的划分方法是按客房数量把饭店分为大、中、小三种类型。

——小型饭店

一般把客房数在 100 间以下的称为小型饭店。在我国饭店业中,小型饭店数约占 56%,客房总数约占 27%(见表 1-1)。在夫妻饭店占主导的欧洲,饭店的平均客房数不足 50 间;而在日本,饭店平均客房数约为 70 间。在小型饭店中,客人较易受到家庭式的服务。但是,由于受建筑设施和经济实力等方面的限制,小型饭店在宣传招徕和综合服务等方面的竞争能力较弱。

——中型饭店

一般把客房数在 100 间到 500 间的饭店称为中型饭店。中型饭店的设施相对来说较为齐全,能够提供舒适方便的客房、餐厅、酒吧、康乐设施、健身设施等服务,是一般旅游者理想的休息娱乐场所。美国饭店的平均规模大约为 125 间客房。而在我国饭店业中,中型饭店数约占 43%,客房总数约占 66%。

——大型饭店

一般把客房数在 500 间以上的饭店称为大型饭店。在我国,大型饭店数量约占 1% 左右,客房总数约占 6%。大型饭店的设施和服务项目十分齐全,一般都有各种大小规格的会议厅、宴会厅、健身设施、康乐设施、迪斯科舞厅、音乐酒吧等。大型饭店在宣传招徕和综合服务等方面具有明显的优势,但在经营方面所承担的风险也很大,因此必须采用先进的设备和科学的管理手段,具备良好的营销能力。

表 1-1 2009 年中国星级饭店规模分类表

饭店规模	饭店数(家)	房间数(间)	床位数(张)
客房数 500 间以上	145	105 500	168 900
客房数 300 ~ 499 间	612	224 800	378 500
客房数 200 ~ 299 间	1 216	291 700	515 300
客房数 100 ~ 199 间	4 348	595 600	1 106 400
客房数 99 间以下	7 916	455 800	895 600
合计	14 237	1 673 500	3 064 700

3. 按饭店等级分类

饭店有着严格的等级划分。饭店等级划分有两种客观的方法,一种方法是用平均房价来衡量,而另一种则是世界通用的等级评定标准。

全世界有近 100 种等级评定系统,不同的国家和地区采用的等级标准不同,用以表示级别的标志与名称也不一样。目前,世界上通用的饭店等级制定与表示方法大致有以下几种:

——星级制

星级制是指把饭店根据一定的标准分成的等级分别用星号(★)表示出来,以区别其等级的制度。比较流行的是五星制,星越多,等级越高。一般来说,五星级饭店属于豪华饭店;四星级饭店属于高档饭店;一星级、二星级和三星级饭店属于有限服务饭店。这种星级制在世

界上,尤其是在欧洲,采用得最为广泛(参见“美国饭店星级标准”)。我国也采用此种分级方法。

小资料

美国饭店星级标准

★★★★★五星级评定的重要标准是清洁程度、维护状况、家具和具体陈设的质量、服务以及所提供设施的豪华程度。

★

一星级饭店,应当清洁、舒适,其价格同地区内其他酒店相比要物有所值。如果低于平均价格,它们除一颗星外,还会得到一个表示价格从优的钩形符号。它们提供的服务范围最小,可能会没有24小时的前台和电话服务,可能会没有餐厅,也没有豪华家具。客房及其维护良好,礼貌待客,然而不包括豪华。

★★

二星级饭店,提供的服务会多于一星级饭店,包括以下一些——不一定是全部——的内容:质量较好的家具、较大的卧室,酒店内设有餐厅,所有客房备有彩电、直拨电话、客房送餐服务和游泳池。通常谈不上豪华,而清洁和舒适则是必备的。

★★★

三星级饭店和汽车饭店,包括以上提到的所有设施和服务。如果有所欠缺的饭店得到了三颗星,就意味着其他某些礼仪会很出色。三星级饭店,应当为每一位客人提供一次非常愉快的旅行经历。

★★★★

四星级和汽车饭店,在所有列出的饭店中的比例很小(不到2%),因此它们无愧于“出类拔萃”的描述。卧室大于一般卧室,家具高档,提供所有重要的附加服务。员工训练有素、礼貌待客,尽量使客人愉快。由于质量标准高,价格经常也高于一般的饭店。入住四星级饭店或汽车饭店应当成为令人难忘的记忆。如果有顾客投诉,无论饭店豪华程度如何,都不能被授予四颗星或五颗星。

★★★★★

为数不多的五星等级,属于舒适和服务档次高于“全国最佳饭店”的饭店。必须有上等餐厅,虽然其档次可能低于住宿档次。一日两次的清洁卫生服务,是这些饭店的标准。大厅应优雅漂亮,通常用古董作家具陈设。如果建筑物周围有庭院,则必须进行精心的修饰和美化,要让每一位客人感到自己是饭店的贵宾。

——字母表示法

许多国家将饭店的等级用英文字母表示,即A、B、C、D、E五级,A为最高级,E为最低级。有的国家虽采用五级制,但用A、B、C、D四个字母表示,最高级用A₁来表示。

——数字表示法

用数字表示饭店等级的方法,一般采用最高级用豪华表示,继豪华之后由高到低依次为1、

2、3、4,数字越大,档次越低。

4. 按计价方式分类

根据饭店向客人收取的房费中是否包含餐费的标准来分类,饭店又可以分为欧式计价饭店、美式计价饭店、修正美式计价饭店、欧陆式计价饭店与百慕大计价饭店五种类型。

——欧式计价饭店(EP)

欧式计价形式指饭店客房价格仅包括客房住宿费,不含餐食费用。国际上大多数饭店都采用这一形式,中国的饭店一般也都采用欧式计价。在通常情况下,只要饭店未向客人作特别说明的报价,均为欧式计价形式。

——美式计价饭店(AP)

美式计价形式指饭店客房价格包括房租以及一日早、中、晚三餐的费用。美式计价形式曾一度被几乎所有度假型饭店采用。但随着交通的发展,旅客流动性增强,美式计价形式逐渐被淘汰了。目前,地处偏远的度假饭店及会议中心仍然使用美式计价形式,却赋予它一个更现代的名称:“全包价方案”(An All-Inclusive Plan)。

——修正美式计价饭店(MAP)

修正美式计价形式是一个精明的折中方法,客人的早餐和晚餐包括在房费中,但不包括午餐。这种计价形式可以使客人有较大的安排白天活动的自由,又可以为饭店继续保留提供晚餐所带来的良好效益。

欧洲的“半包餐”计价形式相当于修正美式计价形式,房价中包括早餐、午餐或晚餐和住宿费。让客人在午餐或晚餐中任选一餐,便于客人灵活安排日程。

——欧陆式计价饭店(CP)

欧陆式计价形式指房价中包括欧陆式早餐和住宿费。欧陆式早餐包括咖啡、面包及果汁。这种计价形式也称为“床位连早餐”报价(Bed-Breakfast),此类计价形式较多地被不设餐厅的家庭旅馆所采用。

——百慕大计价饭店(BP)

百慕大计价形式是指饭店房价包括住宿费及一顿丰盛的西式早餐。这种计价形式对商务旅客具有较大的吸引力。

三、饭店业态的变化

饭店业在近几十年发生了重大的变革,传统的分类方法已不足以涵盖今天的饭店业,饭店业正按照新的模式调整自身的结构(见表1-2)。其中,经济型饭店、全套房饭店、会议型饭店、精品型饭店、主题型饭店、设计型饭店和博彩型饭店在当代社会有了迅猛的发展。

表 1-2 被重新划分的饭店业

按活动划分	按收费方式划分
博彩型饭店	美式收费方式
会议型饭店	欧陆式收费方式
度假牧场	欧式收费方式

续表

按资金筹措划分	按价格(平均每天房价)划分
公开股份公司	豪华饭店(100 美元以上)
散客	中档饭店(50 美元到 90 美元)
REIT	经济实惠饭店(35 美元到 50 美元)
按位置划分	按等级划分
机场	五星级
高速公路	四星级
海边	三星级
按管理划分	按服务划分
连锁集团	全套服务饭店
管理公司	中等服务饭店
自行管理	自助服务饭店
按市场划分	按建筑划分
商务	高层建筑
团体	低层建筑
消闲	室外走廊(Outside Corridor)
按混杂性划分	按种类划分
环状饭店(Collar)	商务饭店
学生旅社/招待所	长住饭店
混合使用饭店	度假饭店
按所有制划分	按用途划分
连锁饭店	(供住宿和早餐的)
(房产私有的)	客栈和私人饭店
公寓房或公寓大楼	长住饭店
夫妻店	矿泉浴场

1. 经济型饭店(Economy Hotels)

近十年来,经济型饭店在欧美地区发展较为迅速。以美国为例,经济型饭店客房数量从 40 多万间增加到 70 多万间,增幅超过了 70%,而同一时期,高档饭店的增长率仅为 25% 左右。除了希尔顿、凯悦和最佳西方等少数主要经营高档饭店的联号以外,世界上规模最大的饭店公司在其品牌系列中几乎都包括了一个甚至多个经济型饭店品牌(见表 1-3)。圣达特、巴斯、马里奥特、雅高、普罗姆斯等几家世界排名在前位的饭店公司都拥有众多的经济型饭店。

表 1-3 世界著名经济型饭店的排名及规模

品牌	房间数	2008 年世界排名	隶属饭店集团
假日快捷 (Holiday Inn Express)	156 531	5	洲际
天天假日 (Days Inn)	153 333	6	温德姆
汉普顿客栈 (Hampton Inn)	147 326	8	希尔顿
速 8 (Super 8)	128 587	10	温德姆
汽车饭店 6 (Motel 6)	92 497	15	雅高
伊比斯 (Ibis)	86 486	17	雅高
家居 (Residence Inn)	65 416	21	马里奥特
艾康诺旅馆 (Econo Lodge)	52 693	24	精品国际
仙境客栈 (Fairfield Inn)	47 877	27	马里奥特
红屋顶客栈 (Red Roof Inn)	37 068	39	雅高

近几年,经济型饭店在我国也有了很大发展,以“如家”、“锦江之星”为代表的一大批经济型饭店日益受到国内旅游者的青睐。根据《2008 年中国经济型酒店调查报告》显示,国内经济型饭店的平均房价在 160 ~ 190 元之间,平均出租率在 82% 左右。截至 2009 年 1 月,中国经济型酒店数量达到 2 805 家。中国经济型酒店的前十名是如家、锦江之星、莫泰连锁、7 天连锁、汉庭酒店、格林豪泰、速 8 酒店、维也纳、万好万家和中州快捷。截至 2009 年 1 月,中国经济型酒店的客房数为 312 930 间(见表 1-4)。

表 1-4 2008 年全国经济型饭店品牌排行榜

品牌	酒店数	客房数	平均房价(天/元)
如家酒店连锁	344	41 372	195
锦江之星旅馆	203	28 161	187
莫泰连锁旅店	133	27 665	207
7 天连锁酒店	153	15 942	187
汉庭酒店连锁	111	13 326	225
格林豪泰酒店	93	10 931	208
速 8 酒店	77	7 328	204
维也纳酒店连锁	15	3 351	225
万好万家酒店	26	3 133	271
中州快捷酒店	20	2 660	151

(资料来源:中国经济型酒店网)

最新的一批经济型饭店或汽车旅馆,通过标准化的建筑设计,降低了最初的建造成本;为客