

WO ZHIDAO SHENME



我知道什么？

酒店业

〔法〕德尼·佩兰 著

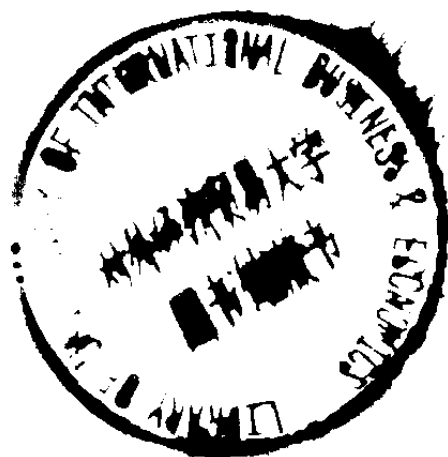
商务印书馆

我知道什么？
酒 店 业

〔法〕德尼·佩兰 著

江振霄 译

JM26/22



商 务 印 书 馆

1995 年 · 北京

图书在版编目(CIP)数据

酒店业/(法)德尼·佩兰著;江振霄译。—北京:商务印书馆,1995

(《我知道什么?》丛书)

ISBN 7-100-01921-4

I. 酒… I. ①德…②江… II. 饮食业-法国-概论 N. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 06258 号

我知道什么?

酒 店 业

〔法〕德尼·佩兰 著

江振霄 译

商 务 印 书 馆 出 版

(北京王府井大街 36 号 邮政编码 100710)

新华书店总店北京发行所发行

北京外文印刷厂印刷

ISBN 7-100-01921-4/Z·10

1995 年 12 月第 1 版

开本 787×960 1/32

1995 年 12 月北京第 1 次印刷

字数 60 千

印数 5 000 册

印张 4

定价:7.50 元

QUE SAIS-JE?

Denis Perrin

L' HÔTELLERIE

2^e édition

Presses Universitaires de France

Paris, 1991

根据法国大学出版社 1991 年第 2 版译出

本书出版得到法国外交部的资助

《我知道什么?》丛书

出版说明

世界闻名的《我知道什么?》丛书,是法国大学出版社 1941 年开始编纂出版的一套普及性百科知识丛书。半个多世纪以来,随着科学知识的不断发展,该丛书选题不断扩大,内容不断更新,已涉及社会科学和自然科学的各个领域及人类生活的各个方面。由于丛书作者都是有关方面的著名专家、学者,故每本书都写得深入浅出,融知识性和趣味性于一体。至今,这套丛书已印行 3000 余种,在世界上产生很大影响,被译成 40 多种文字出版。

“我知道什么?”原是 16 世纪法国哲人蒙田的一句话,它既说明了知识的永无止境,也反映了文艺复兴时期那一代人渴求知识的愿望。1941 年,法兰西民族正处于危急时期。法国大学出版社以蒙田这句话为丛书名称出版这套书,除了满足当时在战争造成的特殊形势下大学教学与学生读书的需要外,无疑具有普及知识,激发人们的读书热情,振兴法兰西

民族的意义。今天,我国正处在向现代化迈进的新时期,全国人民正在为把我国建设成繁荣富强的社会主义国家而努力奋斗,我们相信,有选择地陆续翻译出版这套丛书,对于我们来说也会起它应有的作用。

这套丛书的翻译出版得到法国大学出版社和法国驻华使馆的帮助,我们对此表示真诚的谢意。由于原作为数众多,且时间仓促,所选所译均难免不妥之处,个别著作持论偏颇,尚希读者亮察。

商务印书馆编辑部

1995年5月

目 录

前 言	1
第一章 创建一家酒店	9
一、一个既有吸引力但又脆弱的市场	9
二、一家酒店在法国的诞生过程	18
第二章 独立的旅店业主	27
一、独立业主的形象	27
二、自愿集团	28
三、参加联营的企业	34
四、单干户	36
五、传承	38
第三章 大型综合集团	42
一、定义	42
二、集团遍布世界	43
三、一个经济工具	51

四、对市场的影响	56
五、前景	61
第四章 酒店业中的职位	65
一、酒店业和教育体系:简短的历史回顾...	66
二、就业市场和培训	67
三、酒店业中的不同岗位	71
四、酒店业的证书	84
第五章 行业组织	90
一、寻求和维护一种特性	90
二、法国的行业联合会	92
三、一个国际组织	101
四、一个欧洲组织	103
结论	105
附录	110
注释	115

前言

悠久的历史

立刻给出酒店业的定义似乎不是很明智的做法,因为这个行业随着时代的发展,特别是在第二次世界大战以后,变化巨大。国际范围内日趋频繁的文化、经济交流,以及历史的偶然和现代世界的紧张状态造成了强烈影响酒店行业发展的现实环境。和人类的其它活动一样,酒店行业也逐渐地由手工业阶段过渡到完全的产业化阶段。但这一过程花费了数个世纪的时间。很早的时候,人们就已经有了旅店服务的需求。可以说人类每一种真正的文明都会产生出它自己的酒店业。在古代和中世纪的城市里,小客栈数量众多,正如我们在后文中将看到的那样,它们的境遇各不相同。只要一个社会开始繁荣,一整套的接待活动就会随之而产生。在这个意义上,自从旅行者实际上不再是游牧者后,旅店就占据了一个重要的位置。既然人们不再自带行囊,那就得在旅途中以及在目的地找到住处。所以,可以说酒店业的产生在

一定程度上和游牧生活的消亡有关。同时,人们为了生存(贸易往来)、为了思想的交流(传播文化和宗教)或者是后来的为了娱乐(旅游),总是有不可抑制的往返跋涉的需要。因此旅店就成为临时停留和时间有限的旅行所必需的落脚之处。人们不是超越现实而仅仅是顺其自然地开始经营这个看起来像是取之不尽的源泉:出租房间、提供附加的服务,其中第一项就是餐饮业。此后,整个体系开始完善。如今可以看到一些酒店业主同时也是鼓动者和会议的组织者,甚至在同一团体中,既有多家旅行社,也有多家酒店集团(如卧车公司和普尔门公司,阿科尔集团和一家旅行社,同时经营酒店、旅行社和运输业的地中海俱乐部)。

综上所述,无论酒店业在整体上处于哪个发展阶段,或者处在我们所观察到的哪个历史时期,我们都可以在这初步的认识之后得出适用于这一重要经济部门的总体定义。我们最好还是来看一看以科学的准确性界定这一领域的政府法令吧(1964年12月16日颁布的法令):

“旅店是以出租方式提供带家具的房间或套房的分等级的商业留宿机构,其服务对象或是过路的旅客、或是作短暂停留的顾客(其特征是按星期或按月付房租,并且除有特例,不在这里定居)。它包括餐

饮服务,可以长年经营,也可以只按一个季度或几个季度来经营。”

这样一种定义——请注意它是官方的,由法国政府提出来的——与外国通行的概念也还是相通的,因为定义法则已经奇迹般地不仅实现了规范化,而且也通行于世界了。

一、起源

正如我们在前面所提到的,酒店业的真正起源需到相当久远的历史中去找寻,甚至一直要追溯到古代文明中去。让我们借此机会来看看塞尔日·佩罗^[1]的观点。他在一篇重要的论文中解释说,在文明的初始阶段,迎来送往的行为是无私的,“并且被置于神圣的光辉之中”。他认为,实际上“希腊诸神明确地支持任何待客活动”,尤其是宙斯·克塞尼奥,他又名朱庇特或“宾客和外来人的保护者朱庇特”。佩罗指出,“在古代,旅行带有一种象征和传奇性。……款待任何外来人是约定俗成的”。确实,在古代希腊,竞技比赛、戏剧演出、朝圣,曾引起真正意义上的迁徙。免费接待这些旅行者是规范的行为。在罗马时期,待客是社会生活的强制内容之一。这使任何公民在旅行途中都有权要求提供住宿,为保证没有人露

宿，罗马统治者决定沿交通要道，尤其是在通向帝国主要温泉的路上设立驿站。在实行这些慷慨措施的同时，一种收费旅店的形式也渐渐开始出现。但至少可以认为这种现象不很受欢迎。在待客已成为一种传统和责任的时候，对通行的好客习惯提出挑战的新一类商人登上了舞台：这就是第一代的旅店业主。他们的旅馆立刻就恶名昭彰：他们被指控在商品上弄虚作假、偷窃顾客、鼓励卖淫，因而不论是在罗马还是在希腊，他们均受到当局严厉的控制。据说尼禄^[2]（这里只举最有说服力的例子）决定，在住房方面以及酒和各种食品的分配方面推行一项大胆的社会政策，其唯一目的就是把低级阶层与小客栈及其它使人堕落的场所分开。

作为混乱的根源，小客栈和小酒馆受到监视和整顿。但这种警惕是间断性的，因此直到中世纪，旅店业主与当局的斗争仍未停止，虽然教会竭力鼓吹恢复免费待客的传统，把慈善以及由此而包含的待客列为基督徒的义务。

二、教会在中世纪恢复传统

教会在恢复古代传统的同时，特别是依照率先在修道院安排留宿的所谓圣·伯努瓦教规^[3]，推崇接待旅行者的行为。塞尔日·佩罗也提到富尔达^[4]

的僧侣向查理曼^[5]提交的请愿书。其中明确地写着这样一句话,即“古代的好客不能被遗忘,应当以必要的仁慈来款待外来者”。因此在整个中世纪,教会甚至在最贫瘠的山里也建造了住所。在德国,从16世纪起,人们就对拒绝在自己家里接待旅行者的人实行处罚。

由慈善精神所倡导的待客行动在基督徒中得到了一定的反响。但正如前一个时期一样,“唯利是图”的行为从饮料零售业开始,在欧洲有了实实在在的发展。结果,教会严厉批判这种现象,舆论也与之相呼应,把小客栈视为流浪者的藏身之所。

当权者也作出了同样的反应。亨利六世就使巴黎的客栈数量由60家减为34家。

尽管客栈业主的信誉扫地,他们中的一些人还是努力地为一个显然不受欢迎的职业恢复名誉。中世纪以后,瑞士和德国的旅店业以其舒适和优质的服务取得了显著的成功。尽管时光流逝,这一可信赖的形象却未消失。至今,在国际就业市场上,初次进入酒店行业的人,曾否在这两个国家接受过培训仍是一项受重视的参考因素。

16世纪的法国则以美食为龙头。它吸引了大量民众并使餐饮业——它后来常常和传统旅店业的住宿业务结合在一起——充满活力。

三、现代社会的加速发展

近几十年来,人类活动的各个领域都出现了迅速发展的现象,我们所感兴趣的这个行业也不例外。直到 19 世纪末发展仍相对缓慢的酒店业(虽然旅行的增加确实造成了住宿业实际但又是渐进的扩展),在第二次世界大战以后有了明显的进步。酒店业已经成为经济增长的重要因素,在某些情况下,甚至已成为现代社会这座大厦的一个支柱。对此,一般认为有多种原因:一方面,必须指出酒店(特别是高档酒店)得益于工商业客户,因此酒店业优先出现在经济活跃地区。甚至常可以看到大的国际集团在工业区和机场附近设立分支机构,以招揽那些匆忙的客人。这样一种地点的选择绝不是偶然的。

另一方面,也可以从反面来考虑问题,即建造酒店仅是基于将来的经济“大爆炸”前景,非洲和亚洲就有过这种情况。最后,酒店业从现在起已被看作是能带来大量直接和间接就业(表一)的完整的经济领域,并且在很大程度上是依赖旅游业及其附属产业的地区的外汇来源。在这方面,突尼斯是个突出的例子,因为该国主要是鼓励在沿海地区创建设施,同时亦积极地在境外开展旅游促销活动。

表一、法国旅馆、餐馆、咖啡馆的就业变化(千人)

	1975	1979	1980	1981	1982	1983
雇 员	334.1	367.2	375.4	387.9	402.6	415.3
非 雇 员	234.1	207.6	206.7	209.9	214.3	218.2
就业总数	568.2	574.8	582.1	579.8	616.9	633.5
雇员/就业 数的百分比	58.8	63.9	64.5	64.9	65.3	65.5

	1984	1985	1986	1987	1988
雇 员	424.0	427.6	437.1	454.1	
非 雇 员	221.0	223.6	228.7	235.8	
就业总数	645.0	654.2	671.0	696.6	719.8
雇员/就业 数的百分比	65.7	65.7	65.7	65.8	

资料来源:全国统计及经济研究所的国民统计

人们看到,在可能的情况下,酒店被放在一个扩展计划的中心位置上,因为这关系到一个国家在世界的影响。说明这种步骤的具体事例并不缺乏。美国的情况或许是最富戏剧性的:第二次世界大战以后,出于政治和经济的需要,美国领导人倡议创建了洲际集团公司,以支持美国在世界各地的介入。不久,这一模式被迅速推广。美国的集团在扩展的同时,也为酒店公司的国际化概念标明了起点。此后,许多国家,不论是私营企业还是公有企业,都走上了同样的道路。为了推行一项在境外立足的协调政策,许多国家都把某些集团的扩展与其航空公司的发展相联系(法航与梅丽迪安集团、日航与日光集团就是

这样，而泛美航空公司与洲际集团则早已如此，后者在 1982 年与另一家酒店公司“大都市人”关系密切）。我们这几年在酒店市场所见到的迅猛发展主要为集团带来好处。阿科尔集团（和 Sofitel, Novotel, Ibis, Formule 1 等公司）的情况就是这样。再一个例子是卢浮尔公司及其子公司协和与规模酒店集团（Campanile, Premiere Classe 酒店公司）。此外，还有梅丽迪安集团（与法航的旅游分支 La Sotair 合作，梅丽迪安同样也是法国航空公司的子公司）。

在注意到这些情况的同时，人们在后面的章节中将会看到，仅限于涉及大集团公司的统计数字是不够的。其实小旅店或独立经营的旅店仍颇具实力，特别是在法国；多重的现实性使这一领域变得既复杂又丰富多彩，据说，其未来虽然荆棘重重，也仍将和人类的冒险结合在一起。美国的国家航空和航天局不是在认真研究建造有 100 个房间的航天旅馆，以便将来为星际间的飞船充作可能的停靠港吗？

第一章 创建一家酒店

一、一个既有吸引力但又脆弱的市场

尽管着手经营一家旅店有许多困难，对此的选择却仍然众多。必须指出，对一个完全面向外界的职业来说，除了人人都能感觉到的正常的吸引力之外，酒店业日益具有世界性的就业市场也在不断地引起众多人的兴趣。从 70 年代初起，金融家就在这方面做了大量投资，这使人们至今还能看到酒店集团在形成、年轻的企业在实行迅速扩展的计划、独立人士在投入冒险。当然，有一些旅店在开张，就有另一些旅店在消亡。这或者是某些地区经济不景气或困难的牺牲品，或者是管理不善的结果。其它商业活动领域也存在这两种情况。

80 年代初叶，尽管世界经济动荡和前景难测，使事情变得更微妙，但酒店业却仍在稳步向前发展，法国尤其如此。虽然不是一切情况都好（请看第五章，行业组织的忧虑），酒店和餐馆在国民生产总值