



普通高等学校“十四五”规划旅游管理类精品教材  
教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目配套规划教材

总主编◎马勇



# 酒店收益管理

HOTEL REVENUE MANAGEMENT

主编◎詹丽



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

图书在版编目(CIP)数据

酒店收益管理/詹丽主编. —武汉:华中科技大学出版社, 2022. 8

ISBN 978-7-5680-8615-8

I. ①酒… II. ①詹… III. ①饭店-运营管理-高等学校-教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2022)第 137153 号

酒店收益管理

詹 丽 主 编

Jiudian Shouyi Guanli

策划编辑: 胡弘扬 李 欢

责任编辑: 洪美员

封面设计: 原色设计

责任校对: 曾婷

责任监印: 周治超

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉) 电话: (027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园 邮编: 430223

录 排: 华中科技大学惠友文印中心

印 刷: 武汉市籍缘印刷厂

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 15.75 插页: 2

字 数: 383 千字

版 次: 2022 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 49.80 元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换  
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务  
版权所有 侵权必究

## 主/编/简/介

詹丽 女，中国地质大学（武汉）博士，湖北经济学院旅游与酒店管理学院教授、教学督导，武汉轻工大学硕士研究生导师，注册饭店高级培训师（CHT）。主要从事旅游管理、酒店管理方面的教学和科研工作。2018年荣获湖北省高等学校教学成果一等奖，2019年获校级教学名师。主持完成国家自然科学基金项目1项、湖北省社科基金项目3项、厅局级研究课题6项；以第一作者出版著作2部，在《系统工程理论与实践》《软科学》《地域研究与开发》《旅游研究》及*Current Issues in Tourism*等中外文期刊上公开发表学术论文20余篇，荣获省部级、市厅级及校级学术奖5项，指导本科生或研究生获得国家级、省级学科竞赛或学术奖10余项，先后为本科生、研究生讲授“旅游经济学”“旅游目的地营销与管理”“酒店收益管理”“酒店服务质量管理”“世界知名酒店概况”等专业课程。



**配套**教育部旅游管理专业  
本科综合改革试点项目

**打造**普通高等院校旅游  
管理专业类“十四五”  
规划教材

**提供**全新的阅读体验，教  
材内容丰富、形式活泼

策划编辑 胡弘扬 李欢  
责任编辑 洪美员  
封面设计 原色设计

# 编委会

普通高等学校“十四五”规划旅游管理类精品教材  
教育部旅游管理专业本科综合改革试点项目配套规划教材

## 总主编

马勇 教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任  
中国旅游协会教育分会副会长  
中组部国家“万人计划”教学名师  
湖北大学旅游发展研究院院长，教授、博士生导师

## 编委（排名不分先后）

田里 教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会主任  
云南大学工商管理与旅游管理学院原院长，教授、博士生导师

高峻 教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任  
上海师范大学环境与地理学院院长，教授、博士生导师

韩玉灵 全国旅游职业教育教学指导委员会秘书长  
北京第二外国语学院旅游管理学院教授

罗兹柏 中国旅游未来研究会副会长，重庆旅游发展研究中心主任，教授

郑耀星 中国旅游协会理事，福建师范大学旅游学院教授、博士生导师

董观志 暨南大学旅游规划设计研究院副院长，教授、博士生导师

薛兵旺 武汉商学院旅游与酒店管理学院院长，教授

姜红 上海商学院酒店管理学院院长，教授

舒伯阳 中南财经政法大学工商管理学院教授、博士生导师

朱运海 湖北文理学院资源环境与旅游学院副院长

罗伊玲 昆明学院旅游管理专业副教授

杨振之 四川大学中国休闲与旅游研究中心主任，四川大学旅游学院教授、博士生导师

黄安民 华侨大学城市建设与经济发展研究院常务副院长，教授

张胜男 首都师范大学资源环境与旅游学院教授

魏卫 华南理工大学经济与贸易学院教授、博士生导师

毕斗斗 华南理工大学经济与贸易学院副教授

史万震 常熟理工学院商学院营销与旅游系副教授

黄光文 南昌大学旅游学院副教授

窦志萍 昆明学院旅游学院教授，《旅游研究》杂志主编

李玺 澳门城市大学国际旅游与管理学院院长，教授、博士生导师

王春雷 上海对外经贸大学会展与旅游学院院长，教授

朱伟 天津农学院人文学院副教授

邓爱民 中南财经政法大学旅游发展研究院院长，教授、博士生导师

程丛喜 武汉轻工大学旅游管理系主任，教授

周霄 武汉轻工大学旅游研究中心主任，副教授

黄其新 江汉大学商学院副院长，副教授

何彪 海南大学旅游学院副院长，副教授



## 内容提要

## Abstract

本书从顾客感知价值出发,以客房收益管理为重点,介绍酒店收益管理的起源、重要概念、核心观点、理论基础和方法体系。

本书共9章,主要内容包括酒店收益管理概述、酒店产品战略定价、酒店产品差别定价、酒店市场细分与需求预测、客房定价与库存管理、客房预订与渠道管理、客房收益管理的评估、餐厅和会议收益管理,以及酒店收益管理组织实施。

本书编者力求以通俗易懂的语言和大量示例、案例,兼顾理论与实践两方面的需求,为酒店管理专业本科生提供一本明白晓畅、易学易用的教科书。

---

Based on customer perceived value, focusing on room revenue management, this book introduces the origin, key concepts, core viewpoints, theoretical basis and method system of hotel revenue management. This book consists of 9 chapters, the main contents include: overview of hotel revenue management, strategic pricing and differential pricing of hotel products, market segmentation and demand forecast, room pricing and inventory management, room booking and channel management, evaluation of room revenue management, restaurant and conference revenue management, and the organization and implementation of hotel revenue management. Authors of this book strives to provide a clear and easy-to-use textbook for undergraduates majoring in hotel management with easy-to-understand language and lots of examples and cases, taking into account the needs of theory and practice.

# 总序

## Introduction

伴随着我国社会和经济步入新发展阶段,我国的旅游业也进入转型升级与结构调整的重要时期。旅游业将在推动形成以国内经济大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中发挥出独特的作用。旅游业的大发展在客观上对我国高等旅游教育和人才培养提出了更高的要求,同时也希望高等旅游教育和人才培养能在促进我国旅游业高质量发展中发挥更大更好的作用。

《中国教育现代化 2035》明确提出:推动高等教育内涵式发展,形成高水平人才培养体系。以“双一流”建设和“双万计划”的启动为标志,中国高等旅游教育发展进入新阶段。

这些新局面有力推动着我国高等旅游教育在“十四五”期间迈入发展新阶段,未来旅游业发展对各类中高级旅游人才的需求将十分旺盛。因此,出版一套把握时代新趋势、面向未来的高品质和高水准规划教材则成为我国高等旅游教育和人才培养的迫切需要。

基于此,在教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会的大力支持和指导下,教育部直属的全国重点大学出版社——华中科技大学出版社——汇聚了一大批国内高水平旅游院校的国家教学名师、资深教授及中青年旅游学科带头人在成功组编出版了“普通高等院校旅游管理专业类‘十三五’规划教材”的基础上,再次联合编撰出版“普通高等学校‘十四五’规划旅游管理类专业精品教材”。本套教材从选题策划到成稿出版,从编写团队到出版团队,从主题选择到内容编排,均作出积极的创新和突破,具有以下特点:

### 一、基于新国标率先出版并不断沉淀和改版

教育部 2018 年颁布《普通高等学校本科专业类教学质量国家标准》后,华中科技大学出版社特邀教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会副主任、国家“万人计划”教学名师马勇教授担任总主编,同时邀请了全国近百所开设旅游管理类专业的高校知名教授、博导、学科带头人和一线骨干专业教师,以及旅游行业专家、海外专业师资联合编撰了“普通高等院校旅游管理专业类‘十三五’规划教材”。该套教材紧扣新国标要点,融合数字科技新技术,配套立体化教学资源,于新国标颁布后在全国率先出版,被全国数百所高等学校选用后获得良好反响。编委会在出版后积极收集院校的一线教学反馈,紧扣行业新变化,吸纳新知识,不断地对教材内容及配套教育资源进行更新升级。“普通高等学校‘十四五’规划旅游管理类专业精品教材”正是在此基础上沉淀和提升编撰而成。《旅游接待业(第二版)》《旅游消费者行为(第二版)》《旅游目的地管理(第二版)》等核心课程优质规划教材陆续推出,以期为全国高等院校旅游专业创建国家级一流本科专业和国家级一流“金课”助力。



## 二、对标国家级一流本科课程进行高水平建设

本套教材积极研判“双万计划”对旅游管理类专业课程的建设要求,对标国家级一流本科课程的高水平建设,进行内容优化与编撰,以期促进广大旅游院校的教学高质量建设与特色化发展。其中《旅游规划与开发》《酒店管理概论》《酒店督导管理》等教材已成为教育部授予的首批国家级一流本科“金课”配套教材。《节事活动策划与管理》等教材获得国家级和省级教学类奖项。

## 三、全面配套教学资源,打造立体化互动教材

华中科技大学出版社为本套教材建设了内容全面的线上教材课程资源服务平台:在横向资源配套上,提供全系列教学计划书、教学课件、习题库、案例库、参考答案、教学视频等配套教学资源;在纵向资源开发上,构建了覆盖课程开发、习题管理、学生评论、班级管理 etc 集开发、使用、管理、评价于一体的教学生态链,打造了线上线下、课堂课外的新形态立体化互动教材。

在旅游教育发展的新时代,主编出版一套高质量规划教材是一项重要的教学出版工程,更是一份重要的责任。本套教材在组织策划及编写出版过程中,得到了全国广大院校旅游管理类专家教授、企业精英,以及华中科技大学出版社的大力支持,在此一并致谢!衷心希望本套教材能够为全国高等院校的旅游学界、业界和对旅游知识充满渴望的社会大众带来真正的精神和知识营养,为我国旅游教育教材建设贡献力量,也希望并诚挚邀请更多高等院校旅游管理专业的学者加入我们的编者和读者队伍,为我们共同的事业——我国高等旅游教育高质量发展——而奋斗!

总主编

2021年7月



编写一本主要面向酒店管理专业本科生的《酒店收益管理》教材，是一项激动人心而又富有挑战性的工作。2019年9月，在确定出版目标之后，为了完成这项极富挑战性的工作，本书编写组的每一位成员都付出了艰辛的努力。

我们通读了包括参考文献所列的著作、文章在内的大量与收益管理或酒店经营相关的书籍、学术论文、专业报道等，并对其中的一些论著进行了精读和重点研习。我们走访了多家酒店，就酒店收益管理的组织、执行进行了调研和交流。编写组内部也进行了多次交流研讨。全书从初稿到定稿经历的大修小改不计其数。如果说用“衣带渐宽终不悔，为伊消得人憔悴”这样的诗句来描述写作过程的艰辛有些言过其实，但用“废寝忘食”“夜以继日”这些词还是恰如其分的——编写组的多位成员都有过类似的经历：满脑子都是“产品”“价值”“定价”“渠道”“收益”“优化”等词语，以至于睡梦中还在与它们纠缠……

我们如此投入，是因为我们希望本书能够符合以下几个特点，或者说接近以下几项标准。

其一，这是一本有理论价值的书。就目前我国所出版的收益管理类的书籍而言，总体上偏向于教人们“如何做”，而就“为何这样做”的讨论相对欠缺。本书在编写过程中努力弥补这一缺憾，不仅介绍酒店收益管理实践中一些行之有效的方法，也尽可能地对这些方法背后的原因进行具体阐释。

其二，这是一本便于应用的书。在本书中，收益管理的理论与方法是融为一体的——在解释“为何这样做”的同时即是在告诉读者要“如何做”。我们希望本书可以指导读者在具体的商业环境中提出适当的收益管理策略。如果对这些策略背后的理念、逻辑、适用条件、预期效果等烂熟于心，将会对所做出的收益管理决策充满信心。

其三，这是一本明白晓畅的书。从某种程度上讲，酒店收益管理是一门复杂甚至有点艰深的学问，但我们力求避免把它写成一本艰涩难懂的书。我们希望通过通俗易懂的表达来阐述酒店收益管理的理论和方法，并通过大量的示例和案例来帮助读者更好地理解它们。我们知道，做到明白晓畅，或是深入浅出，并不是一个易于达成的目标，但我们的确一直为此而努力。

其四，这是一本引人思考的书。编写组一直持有这样的理念：面对相同的商业环境，不同的收益管理者由于价值观、宏观战略或其他方面的差异，可能会做出不同的甚至相反的决策。有时，这些具体的收益管理策略的优劣是易于判断的；然而有时，这些不同的甚至相反



的收益管理策略究竟孰优孰劣,人们很难进行评估。比如,被大量酒店奉为圭臬的容量控制方法——超额预订,就遭到了很多酒店人的反对。对于这种带有争议性的收益管理策略,本书在阐释其方法和原理的同时,也分析其局限性。至于在实际操作中,是否采用、如何运用,就留待读者思考、定夺了。另外,本书各章结尾的案例,只是提出问题,并没有给出答案。因为我们认为,引起思考远比具体答案本身更加重要。

为了达到上述目标,编写组采用了集中研讨、分头写作的工作方式。即我们通过集中讨论,确定本书的内容框架、编写体例和语言风格,然后按分工安排各自写作。具体分工如下:第一章到第七章由詹丽编写;第八章第一节、第二节以及本章小结、核心术语、思考练习、案例分析等由梁慧、詹丽共同编写,第三节、第四节、第五节由梁慧编写,第六节由詹丽编写;第九章由牟晓娟编写。全书由詹丽进行统稿,梁慧、牟晓娟进行协助。具体来说,詹丽和牟晓娟对第一章、第二章、第三章、第四章、第五章、第七章的内容进行了交叉审阅和验算,詹丽和梁慧对第六章、第八章、第九章进行了交叉审阅。游帆对各章的案例和一些重要的示例进行了审阅。

可以说,尽管我们每个人都付出了120%的努力,但由于时间、精力、水平所限,书中定然存在不少错漏之处,我们诚恳地期待您批评指正。381464591@qq.com是本书主编詹丽的邮箱,如果您有任何意见或建议,欢迎您给该邮箱写信,编写组非常愿意采纳任何有益的建议并同您进一步交流。

最后,我们要向收益管理尤其是酒店收益管理领域的前贤们表示由衷的谢意和敬意,正是你们的努力使得本书的编写得到理论或实践上的借鉴;感谢湖北经济学院旅游与酒店管理学院夏保国副教授、康芬副教授、朱伟老师和三峡大学经济与管理学院阚如良教授、郑宇飞副教授、周宜君副教授、胡春梅副教授等在本书写作过程中所给予的关心和指导;同时,我们要特别感谢华住、开元、东呈国际等国内知名酒店企业在调研过程中所提供的大力支持;我们还要感谢湖北经济学院旅游与酒店管理学院、湖北经济学院教务处、华中科技大学出版社在本书出版过程中所给予的支持和帮助。

詹 丽

2022年4月17日于武汉

1

**第一章 酒店收益管理概述**

## Chapter 1 Overview of Hotel Revenue Management

- 
- |     |  |     |
|-----|--|-----|
| 第一节 | 收益管理的起源与发展                                   | /4  |
| ①   | Origin and Development of Revenue Management |     |
| 第二节 | 收益管理的基本概念                                    | /8  |
| ②   | Basical Concepts of Revenue Management       |     |
| 第三节 | 收益管理的适用条件                                    | /13 |
| ③   | Applicable Conditions of Revenue Management  |     |
| 第四节 | 酒店收益管理的指标                                    | /15 |
| ④   | Indicators in Hotel Revenue Management       |     |

23

**第二章 酒店产品战略定价**

## Chapter 2 Strategic Pricing of Hotel Products

- 
- |     |                      |     |
|-----|----------------------|-----|
| 第一节 | 酒店的产品                | /24 |
| ①   | Products in Hotel    |     |
| 第二节 | 价格与价值                | /25 |
| ②   | Price and Value      |     |
| 第三节 | 成本与竞争                | /27 |
| ③   | Cost and Competition |     |
| 第四节 | 定价的程序                | /33 |
| ④   | Pricing Procedures   |     |

40

**第三章 酒店产品差别定价**

## Chapter 3 Differential Pricing of Hotel Products

- 
- |     |         |     |
|-----|---------|-----|
| 第一节 | 差别定价的优势 | /40 |
|-----|---------|-----|



|     |   |     |
|-----|---|-----|
| ①   | Advantages of Differential Pricing      |     |
| 第二节 | 差别定价的局限                                 | /44 |
| ②   | Limitations of Differential Pricing     |     |
| 第三节 | 差别定价的实施                                 | /46 |
| ③   | Implementations of Differential Pricing |     |

59

第四章 酒店市场细分与需求预测

Chapter 4 Hotel Market Segmentation and Demand Forecast

|     |                           |      |
|-----|---------------------------|------|
| 第一节 | 酒店市场细分                    | /59  |
| ①   | Hotel Market Segmentation |      |
| 第二节 | 预测的数据                     | /65  |
| ②   | Data of Forecast          |      |
| 第三节 | 预测的方法                     | /80  |
| ③   | Methods of Forecast       |      |
| 第四节 | 预测的准确性                    | /101 |
| ④   | Accuracy of Forecast      |      |

110

第五章 客房定价与库存管理

Chapter 5 Room Pricing and Inventory Management

|     |                           |      |
|-----|---------------------------|------|
| 第一节 | 客房价格体系                    | /110 |
| ①   | Room Rates System         |      |
| 第二节 | 客房动态定价                    | /125 |
| ②   | Room Dynamic pricing      |      |
| 第三节 | 客房库存管理                    | /130 |
| ③   | Room Inventory Management |      |

146

第六章 客房预订与渠道管理

Chapter 6 Room Booking and Channels Management

|     |                            |      |
|-----|----------------------------|------|
| 第一节 | 客房预订管理                     | /146 |
| ①   | Room Booking Management    |      |
| 第二节 | 直接渠道管理                     | /151 |
| ②   | Direct Channels Management |      |

|     |                              |      |
|-----|------------------------------|------|
| 第三节 | 间接渠道管理                       | /155 |
| ③   | Indirect Channels Management |      |

166

## 第七章 客房收益管理的评估

### Chapter 7 Evaluation of Room Revenue Management

|     |                                |      |
|-----|--------------------------------|------|
| 第一节 | 内部评价指标                         | /166 |
| ①   | Internal Evaluation Indicators |      |
| 第二节 | 外部评价指标                         | /170 |
| ②   | External Evaluation Indicators |      |

179

## 第八章 餐厅和会议收益管理

### Chapter 8 Restaurant and Conference Revenue Management

|     |   |      |
|-----|---|------|
| 第一节 | 餐厅收益管理概述  | /180 |
| ①   | Introduction to Restaurant Revenue Management               |      |
| 第二节 | 餐厅价格制定策略  | /184 |
| ②   | Pricing Strategies in Restaurant                            |      |
| 第三节 | 餐厅时间管理策略  | /188 |
| ③   | Time Management Strategies in Restaurant                    |      |
| 第四节 | 餐位组合优化策略  | /193 |
| ④   | Seats Combination and Optimization Strategies in Restaurant |      |
| 第五节 | 餐饮菜单优化策略  | /200 |
| ⑤   | Menu Optimazation Strategies in Restaurant                  |      |
| 第六节 | 宴会会议收益管理  | /205 |
| ⑥   | Banquet and Conference Revenue Management                   |      |

216

## 第九章 酒店收益管理组织实施

### Chapter 9 Organization and implementation of Hotel Revenue Management

|     |   |      |
|-----|---|------|
| 第一节 | 收益管理部门的组织结构   | /217 |
| ①   | Organizational Structure of Revenue Management Department |      |
| 第二节 | 收益管理人员的岗位职责   | /218 |
| ②   | Post Responsibilities of Revenue Management Staff         |      |
| 第三节 | 收益管理会议的组织管理   | /225 |
| ③   | Organization and Management of Revenue Management Meeting |      |



|     |  |      |
|-----|--|------|
| 第四节 | 收益管理的跨部门协作   | /227 |
| ④   | Cross-Departmental Collaboration in Revenue Management       |      |
| 第五节 | 收益管理常用软件概述   | /230 |
| ⑤   | Introduction to Common Software for Hotel Revenue Management |      |

236

参考文献

References

# 第一章 →

## 酒店收益管理概述

### 学习目标

- ◆了解收益管理的发展历程及其在酒店业的应用情况；
- ◆了解收益管理的主要方法；
- ◆理解收益管理的定义、五大要素、适用条件和核心观点；
- ◆掌握酒店收益管理的基础指标，了解酒店收益管理的其他指标。

### 重点难点

- ◆酒店收益管理的定义；
- ◆收益管理的适用条件；
- ◆收益管理的核心观点；
- ◆酒店收益管理的基础指标。

### 课前游戏

### 当电话响起

在进入正式的课程之前，让我们一起来玩一个小游戏。假如你是一家拥有5间客房的小旅店的老板，你将要为未来一周的客房库存进行预订决策，以期实现最大收入。

旅店的客房一共有5种不同的价格，分别是：

- (1) 最优可用房价，580元；
- (2) 合同价，448元；
- (3) 高级会员价，428元；
- (4) 政府价，378元；
- (5) 周末价，348元。



你必须遵守以下游戏规则：

- (1) 你将接到 10 个以上的预订电话，每个电话会提出一个明确的预订请求；
- (2) 面对每一个预订请求，你必须立即做出接受或是拒绝的决定；
- (3) 一旦你决定接受某个预订请求，你需要在表 1-1 中填写其所占用的客房及价格；
- (4) 你不能删除、涂抹或者罗列已经拒绝的预订请求。

表 1-1 未来一周的客房预订决策

| 房号   | 日期 |    |    |    |    |    |    | 收益总计 |
|------|----|----|----|----|----|----|----|------|
|      | 周日 | 周一 | 周二 | 周三 | 周四 | 周五 | 周六 |      |
| 1 号房 |    |    |    |    |    |    |    |      |
| 2 号房 |    |    |    |    |    |    |    |      |
| 3 号房 |    |    |    |    |    |    |    |      |
| 4 号房 |    |    |    |    |    |    |    |      |
| 5 号房 |    |    |    |    |    |    |    |      |



教师宣读以下内容,学生请勿提前翻看:

- (1)周二抵达,最优可用房价,住2晚;
- (2)周日抵达,政府价,住4晚;
- (3)周三抵达,周末价,住4晚;
- (4)周二抵达,合同价,住2晚;
- (5)周一抵达,最优可用房价,住2晚;
- (6)周二抵达,合同价,住3晚;
- (7)周三抵达,最优可用房价,住1晚;
- (8)周日抵达,高级会员价,住5晚;
- (9)周六抵达,周末价,住1晚;
- (10)周六抵达,高级会员价,住1晚;
- (11)周二抵达,政府价,住4晚;
- (12)周一抵达,最优可用房价,住3晚;
- (13)周三抵达,合同价,住2晚;
- (14)周二抵达,周末价,住2晚;
- (15)周一抵达,政府价,住5晚。

评论:游戏结束的那一刻,很少有人能够自信地说,我的旅店实现了最大收益——而现实中的酒店收益管理,远比这个小小的游戏复杂得多。如若不信,你不妨考虑一下如下情形:

- (1)如果你管理的不是5间客房,而是50间或500间客房;
- (2)你的酒店也不是只有一种房型,可能有各种各样的房型;
- (3)有的客人需要1间房,有的客人需要10间甚至更多;
- (4)有的客人偏爱大床房,有的客人喜欢双床房,有的客人想要豪华套间,有的客人需要特价房;
- (5)客人需要的也不仅仅是客房,还会有其他需求;
- (6)有的客人提前1个月甚至更长时间预订,有的客人提前一周或一两天预订;
- (7)有的客人喜欢在美团或携程预订,有的客人在酒店官网预订,有的客人打电话预订,有的客人直接到酒店大堂询问;
- (8)有的客人预订之后又取消,有的客人预订3天实际要住5天;
- (9)有些日子酒店客房供不应求,有些日子生意十分清淡;
- .....

在纷繁复杂的市场环境之中,做出正确的决策,努力使酒店取得最大化的收益,正是酒店收益管理者的工作。为了能够胜任这项复杂有趣、富有意义的工作,我们需要学习酒店收益管理相关理论和方法,为进行酒店的收益管理实践做好准备。

本章将为大家简单介绍收益管理的起源与发展,分析收益管理的定义、要素、基本观点