

# 第一章 旅游饭店概述

## 学习目的

- 掌握饭店产品的概念和特点
- 掌握旅游饭店的类型
- 熟悉饭店集团的经营模式
- 了解饭店业的发展历史与发展趋势

## 基本内容

### 旅游饭店发展历史

- 世界饭店业  
客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期、新型饭店时期
- 中国饭店业  
饭店的发展、饭店管理现状、饭店管理发展趋势

### 旅游饭店及其产品特点

- 饭店产品  
组合产品、有形设施、无形服务
- 饭店产品特点  
生产与消费同步、价值不能储存、不可捉摸性、综合性、季节性

### 旅游饭店的类型

- 饭店特色与宾客特点

商务型、度假型、长住型、公寓饭店、汽车饭店、BB 家庭式饭店

- 经济类型、规模与等级

饭店集团

- 饭店集团的形成与优势

- 饭店集团的经营模式

横向联合、纵向联合、多种经营联合

- 饭店集团的结构关系

拥有关系、控股关系、租赁关系、管理合同关系、饭店名使用权  
转让

- 中国饭店集团的发展与现状

复习思考题

案例分析

特许经营权让渡的利与弊

旅游是人类社会的一项有益活动。它可以陶冶人的情操，丰富见闻，增长知识，增添乐趣，因而令人向往和追求。现代社会经济的发展以及生产水平的提高，为人们参加旅游活动创造了更为有利的条件。旅游在当今社会已逐渐成为普及性的活动，并被世界大多数人认为是生活中不可缺少的有益活动。

## 第一节 旅游饭店的发展历史

旅游活动自古有之，饭店、餐馆应运而生。相传欧洲最初的食宿设施约始于古罗马时期，其发展进程经历了客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期等阶段，其间几经起落，几经荣衰。第二次世界大战以后，欧美各地的旅游业迅速发展，进入了现代新型饭店时期，至 60 年代，出现了不少在世界各地拥有数十乃至上百家企业的大

饭店公司，从而形成了庞大独立的饭店行业。

在中国，最早的饭店设施可追溯到春秋战国或更古的时期。数千年来，中国的唐朝、明朝和清朝被认为是饭店业得到较大发展的时期。中国出现现代化的饭店设施，只不过是近几十年来的现象，其中一些是经过改造的旧饭店，一些是建国以后建造的宾馆、饭店和招待所，另一些则是近年来兴建的现代化新型旅游饭店。这三类设施组成了中国目前旅游饭店的主要接待力量。

## 一、世界饭店业的兴起与发展

### （一）客栈时期

货币的出现，促进了商业的发展，商业活动的开展，增加了对食宿设施的需要。从埃及古墓挖掘出的图画中，可以看到将游客安顿在现代称之为饭店、宾馆的客栈里的情景。曾以“以眼还眼 以牙还牙”格言而闻名于世的巴比伦国王汉穆拉比（Hammurabi）对当时巴比伦的客栈的质量和管理的十分关注，他甚至为这些客栈制订了详细的规定，其中包括禁止饮料掺假。在庞贝的出土文物中，发现了几千年前的客栈遗迹，并由此得知，古希腊的客栈往往是由奴隶或战俘经营和劳作的。

古代经商者一般都组成商队，他们沿途住在东方国家的商队客栈里。这些客栈还必须为旅客提供可容纳数量达几百头牲畜的厩栏。在古罗马和中国，沿路都有驿站以供皇帝使者往来住宿。

中世纪初，当时贸易很不发达，人们聚居在相对隔绝的村镇，因而很少有人旅行。如果要旅行，人们或在野外露营，或寄宿于贵族城堡，而宗教团体也常以低廉价格向旅行者提供膳宿服务。中世纪后期，随着商业的发展，旅行和贸易兴起，对客栈的需求量大增。宗教战争更推动了旅行和膳宿服务业的发展。普通平民及新兴中产阶级都可以到客栈寄宿，不必再到贵族阶层的城堡投宿了。

在中世纪，英国已出现大规模的旅行活动。英国大诗人杰弗

里·乔叟 (Geoffrey Chaucer ,约 1340—1440) 写于 14 世纪的名著《坎特伯雷故事集》便是以英国早期巡回商人在旅途中借以消遣的各种故事为素材，生动而准确地描述了当时旅行和客栈的真实情况。由于当时可供四轮马车行走的驿道不多，农村和城镇相距又远，森林和田野经常有盗匪出没，旅行者往往成群结队地行动。晚间，他们除了需要食物和歇脚场所外，真正需要的是保护。因此，沿途有的住户就向旅行者敞开了家门，这就导致了客栈业的发展。

随着公共马车的出现，人们可以发现每隔 10~15 英里的车站旁就有客栈。住宿处往往还提供膳食和啤酒，诸如切片熟肉、盆菜及其它食物。最早的客栈无非是一幢大房子，内有几个房间，每个房间摆了一些床，旅客们往往挤在一起睡。当然，对受尊敬的旅客一般都会给予优待，让他们在最不拥挤的地方安睡。

## (二) 大饭店时期

18 世纪后期，美国的饭店逐渐成为世界上最好的饭店。1794 年，在纽约建成的首都饭店，是严格按照要求建立起来的，内有 73 套客房，在当时不啻为一座大宫殿。

一座真正值得纪念的饭店，是 1829 年在波士顿落成的特里蒙特饭店 (Tremont)，它被称为第一座现代化饭店，为整个新兴的饭店行业确立了明确的标准。这座饭店设有 170 套客房，其规模在当时十分可观。据说它也是第一座建有前厅的饭店，宾客不再在酒吧柜台上登记入住。楼下还悬挂煤气灯，餐厅设有 200 个座位供应法式菜肴，服务人员训练有素。饭店不仅有单间客房，而且房门可以加锁。为了不使旅客忘记归还钥匙，每把钥匙都带着一个长形的铁片。客房里备有脸盆、水罐和肥皂，旅客再也不必上饭店后院从水泵里接水洗澡，特里蒙特饭店就是以此闻名。总之，特里蒙特饭店是饭店历史的里程碑，它推动了美国各地类似饭店的蓬勃发展，其中包括 1832 年在纽约建成的著名的利顺德饭店 (Astor House)。

19 世纪末 20 世纪初，美国出现了一些豪华饭店，其中有些饭店，如纽约的广场饭店，至今仍称得上是美国的一流饭店。这些饭店崇尚豪华，供应最精美的食物，布置最高档的家具摆设。而恺撒·里兹 (Caesar Ritz, 1850—1919) 开办的饭店，可以说是当时豪华饭店的代表

Ritzy 一词也由此而来，意即极其时髦，非常豪华。讲究排场的里兹饭店，不仅聘用了一代名厨埃斯科菲尔 (G·A·Escoffier, 1846—1935)，使得饭店的菜肴精美绝伦、无与伦比，而且还别出心裁地以主顾或以他们女友的名字来命名各种菜点。例如“美女梅尔巴”(Peach Melba) 就是以女性名字梅尔巴命名的一道用桃片配以香草冰淇淋与蔗糖糖浆和奶油制成的冷饮甜品。

### (三) 商业饭店时期

产业革命引起了经济繁荣。进入 20 世纪后，商业旅行急剧增加，对价廉舒适的食宿设施的需求也随之增加，以前所建造的食宿设施，无论是豪华的大饭店，还是设施简陋的小客栈，都无法满足这种需求，前者对一般大众来说价格昂贵，高不可攀，而后者则过于简陋，既不卫生，又不舒适。于是商业饭店应运而生。

首先发现这一市场并着力开发的是美国的斯塔特勒 (Ellsworth Statler, 1863—1928)。同里兹的饭店经营不同，斯塔特勒把“提供普通民众能付得起费用的世界第一流的服务”作为经营目标。斯塔特勒饭店是专为旅游者设计的，其特点是每套客房都有浴室，这在当时是闻所未闻的。他按统一标准管理饭店，因此，不论你到波士顿、克利夫兰，还是纽约、布法罗，只要住进斯塔特勒的饭店，就可保证享受到标准的服务，饭店还设有通宵洗衣、自动冰水供应、消毒马桶坐圈、送报上门等服务项目。斯塔特勒十分注重企业的管理，制订了控制成本的记帐办法。他还协助成立了美国饭店协会。

20 世纪 20 年代，饭店业得到了迅速发展。仅在纽约，就有许

多饭店兴建起来。小城市的饭店创办人则呼吁，如果没有现代饭店设施，将有损于这个城市的声誉，而后便采取向居民兜售债券的办法，集资兴建饭店，有力地促进了饭店业的大发展。20年代中期，美国饭店的客房平均出租率达86%左右。20世纪30年代的经济大萧条时期，旅游人数大减，饭店业陷入困境。

二战后，被长期抑制了的旅游需求得以再度暴涨，一度处于困境的饭店业又开始复苏。由于经济繁荣，汽车和其他交通工具又可以把人们自由地送到他们想去的地方，从而引起了对饭店需求的剧增。人们不仅住饭店，而且也住进了游客宿舍和汽车饭店之类的设施。

#### （四）新型饭店时期

新型饭店时期指本世纪50年代以后的时期。20世纪中叶旅游活动的发展，使饭店业已成为国际性的经营项目和许多国家的重要经济成分。这一时期，饭店业的主要特点是：

1. 接待对象更加大众化。二战后，各国都致力于发展本国经济，随着经济的发展，交通业的不断革命，旅游业开始蓬勃发展，饭店业的接待对象已不再局限于商务旅行者。日益增多的观光旅游者成为饭店业一大客源市场。

2. 多功能化。为了适应现代旅游者的要求，饭店经营朝多功能化发展。除了基本的食、宿功能以外，饭店还为客人提供问讯服务、外币兑换服务、洗衣服务、房内用餐服务、电话服务、缝纫服务、医疗服务、按摩服务、健身服务、邮电服务、交通服务、导游服务、保安服务等。此外，还有游泳池、高尔夫球场、会议室、电影院、展览厅等供客人使用，故现代饭店又被称为“城中之城”、“国中之国”。

3. 多样化。为了满足不同客源市场的需要，这一时期的饭店业开始朝多样化发展，出现会议饭店、商务饭店、长住式饭店、度假型饭店以及各种特色饭店等。尤其是随着小汽车的普及，汽车饭店迅速增多。

4. 联营化。随着饭店业竞争的不断加剧，饭店日益走上联营化的道路。当今世界上的许多饭店被一些大的饭店集团所控制，像希尔顿、假日、喜来登、凯悦、马里奥特已成为跨国经营的著名饭店集团。

## 二、中国饭店业的兴起与发展

### （一）我国饭店业的兴起与发展

我国是世界上最早出现旅店的国家之一。早在春秋战国以前就出现了“庐旅”、“驿站”等投宿设施。在漫长的封建社会中出现了“蛮夷邸”、“回夷馆”、“会同馆”等各种类型的商业旅店、客店、同乡会馆等。但是，近代由于帝国主义的侵略和封建制度的腐败，资本主义经济发展缓慢。直到清末民初，我国饭店才从古代旅店中脱离出来，以企业的面貌出现。我国饭店业发展大致经历了两种社会、三个阶段。

1. 近代饭店管理阶段。即 19 世纪末到 1949 年。这一时期的饭店有三种类型：一是外国人在中国沿海及大中城市建立的饭店；二是中国的工商业者建立的饭店；三是由中国旅行社在各主要城市建立的饭店和旅舍。饭店管理从接待服务活动中分离出来，形成专门的职能，学习西方的管理方法，以经验管理为主。

2. 行政事业单位管理阶段。即解放后到 1978 年党的十一届三中全会前。这一阶段，我国建设了一批高级饭店宾馆，主要接待外国专家和友好人士。这些饭店属于行政事业单位，由国家财政拨款或补贴，不太注意经济核算，浪费严重，几乎年年亏损。

3. 现代饭店企业管理阶段。主要指 1978 年党的十一届三中全会以后，我国的饭店由行政事业单位管理走向企业管理，这是我国饭店逐步实现管理科学化和现代化的一个新阶段。

这一时期，我国利用外资和自己投资建设了相当数量的现代化饭店。其设备先进、设施齐全、管理水平大大提高。特别是 1983

年国家旅游局推广了建国饭店的管理经验之后,大大促进了我国饭店管理的发展。

## (二)我国饭店管理的现状

1978年以来,我国饭店管理迈进了三大步。一是饭店从事业单位变成企业组织,实行自主经营、独立核算,自负盈亏。二是在推广北京建国饭店管理经验的基础上,对饭店的管理体制和分配制度进行了改革,推行了多种形式的经营责任制,完善了企业运行机制,使饭店企业从经验型管理开始向科学化管理转变。三是1988年,国务院批准了国家旅游局关于对全国旅游涉外饭店按五星制评定星级的规定,推动了饭店管理的等级化、标准化、规范化。经过近20年的发展,我国饭店管理的现状是:

1. 硬件建设已经接近、达到或超过国际水平,大批老饭店得到改造,大批按照国际水平建造的新饭店已陆续投入使用。

2. 饭店数量大大增加,企业竞争局面已经形成,大部分重点旅游城市和地区的饭店经营已转入以买方市场为主,经营管理难度增大。

3. 在引进外资和学习建国饭店经验的推动下,饭店企业管理水平、服务质量有了很大提高,出现了一批具有中国特点,管理水平、服务质量和经济效益都比较先进的饭店。

4. 饭店管理形成多重格局。1985年以来,在“打破垄断、提倡竞争、搞活旅游”政策的推动下,各行各业办旅游、办饭店,使饭店管理形成多重格局。在国营、集体、合资饭店之间,国外饭店集团之间,国家机关、旅游部门、地方政府、企事业单位所办的饭店之间,竞争加剧,饭店管理急需加强宏观调控。

5. 软件建设相对落后。部分饭店职工素质较低,大批新职工进入饭店行业,急需加强培训。部分饭店还是经验式管理,服务质量不稳定,饭店企业管理需要加强软件建设,进一步搞好转轨变型。

### （三）我国饭店管理的发展趋势

我国饭店管理将朝以下几个方向发展：

1. 饭店企业将以建立“产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学”的现代企业制度为目标，企业运行机制将进一步完善。

2. 市场机制将得到加强。随着市场竞争日趋激烈，市场开发和客源组织已经成为决定饭店经营管理成败的关键。各饭店将增加市场开发投资，企业营业部、市场开发部门的职能将得到加强，客房、饮食、宴会预订制度将进一步完善。

3. 管理手段将进一步向科学化、现代化方向发展。各饭店将逐步采用电子计算机等现代化办公及通讯设备，采用标准化、程序化、制度化管理方法及预算管理、目标管理、定额管理、数理统计分析等科学管理手段。

4. 智力投资和人才培养将得到进一步加强。提高人员素质是提高饭店服务质量和管理水平的根本，智力投资和人才培训将成为饭店的一项长期战略任务。

5. 集团化经营将进一步发展。现阶段我国饭店业连锁经营的比例仍很低，提高我国饭店业的市场集中度和发展连锁经营仍有很大的潜力。同时，饭店集团化经营将向实质化方向发展，向集资经营和股份制方向发展。

## 第二节 旅游饭店及其产品特点

旅游饭店是旅游业的重要组成部分，是旅游业赖以生存和发展的三大支柱之一。

旅游饭店是以大厦或其它建筑设施为凭借，为旅游者的旅行提供住宿、饮食、娱乐、购物或其它服务的企业。它是为满足社会需要，并获得自身盈利而进行自主经营、独立核算，具有法人资格的

基本经济组织。

### 一、饭店产品

饭店产品，从顾客的角度讲，是一段住宿经历。顾客的这段住宿经历是个组合产品，它由三部分构成：

物质产品：顾客实际消耗的物质产品，如食品、饮料等。

感觉上的享受：它是通过住宿设施的建筑物、家具、用具等来传递的。顾客通过视觉、听觉、嗅觉领略物质享受。

心理上的感受：顾客在心理上所感觉到的利益，例如地位感、舒适感、满意程度、享受程度等。

顾客在饭店这段住宿经历质量的好坏，主要取决于饭店产品的物质形态，如建筑物、家具、部件、食品、饮料以及其无形形态，即提供的各种服务，也取决于顾客主观的经历和看法。

另外，从饭店的角度讲，饭店产品是饭店有形设施和无形服务的综合。

1. 饭店的位置。饭店所处的位置，指它与机场、车站的距离、周围的风景环境，距游览景点和商业中心的远近等。这些都是顾客选择饭店的重要因素。饭店只要能充分利用现有的优势向客人推销，往往就能吸引客人，取得较佳效果。例如上海天鹅信谊宾馆，虽非地处市中心，但却处于上海鲁迅公园正门右侧，距公园仅 20 余米，客人在客房可鸟瞰公园秀丽的风景，犹如饭店的私家花园，这一位置也就成为饭店向客人推销的优势之一。

(2) 饭店的设施。饭店设施指饭店的建筑规模，饭店的各类客房、商务套间、豪华套间、总统套房，各类别具特点的中餐厅、西餐厅、风味厅、快餐厅、面包房、点心房、康乐中心，包括保龄球、台球、麻将室、歌舞厅、卡拉 OK、游泳池、商务中心、美容院、按摩室、桑拿浴室、健身房以及公共的休息场所、卫生间等。齐全的设施也是推销饭店产品的重要条件。

(3)饭店的服务。饭店的服务包括训练有素、端庄大方、懂得礼仪、恭敬待客的服务员，操作熟练、动作轻盈利落、主动热情、善为客人处理意外情况的现场管理员，以及能讲标准、流利的国际语言，不厌其烦地解答客人的问讯，千方百计为客人排忧解难，使客人感到安全可靠的服务。良好的服务，应该说是饭店产品中最为重要的部分。

(4)饭店气氛。气氛是客人对饭店的一种感受。现代化装饰的豪华设施，中国民族风格的（古色古香、园林风格）饭店建筑，配上不同的格调、不同档次的壁画、艺术品，错落有致花草布置，以及与之相适应的服务员的传统服饰打扮，对各国客人都将有特殊的吸引力。

(5)饭店的形象。饭店通过销售与公关活动在公众中所形成的良好形象，涉及饭店的历史、知名度、经营思想、经营作风、产品质量与信誉度等诸多因素，是最有影响的活广告。

(6)饭店的价格。价格也是产品的组成部分之一。

## 二、饭店产品的特点

饭店产品与一般商品比较，具有下列特点：

### （一）生产与消费同步

一般商品由生产到消费要经过商业这个流通环节才能到达消费者手中。商品的生产过程与顾客的消费过程是分离的，顾客看到的和感受到的只是最终产品。所以一般商品是先生产后消费，不受顾客即时需要的限制，工厂能够主动地调整生产的产量、时间和节奏。而饭店出售的产品却不存在这样“独立”的生产过程，它要受顾客即时需要的制约，其生产过程和消费过程几乎是同步进行的。只有当客人购买并在现场消费时，饭店的服务和设施相结合才能成为饭店产品。

## （二）价值不能储存

一般商品的买卖活动会发生商品的所有权转让，而饭店出租客房、会议室和其它综合服务设施，并同时提供服务，并不发生实物转让。客人买到的只是某一段时间的使用权，而不是所有权。以每晚租金 80 元的饭店客房为例，如果此房全天租不出去，那么这 80 元的价值就无法实现，也就是说，它的价值具有不可储存性，价值实现的机会如果在规定的时间内丧失，便一去不复返。它不像一般的商品那样，一时卖不出去，可以储存起来以后再销售。所以，饭店业的行家把客房比喻为“易坏性最大的商品”，只有 24 小时寿命的商品。这就是为什么饭店业普遍以“顾客第一”为经营信条，并在经营时，有时甚至以低于成本的价格销售饭店产品而不愿饭店设施闲置的根本原因。

## （三）受人的因素影响很大 具有不可捉摸性

饭店服务是无形的，服务质量的好坏不能像其他商品那样用机械或物理的性能指标来衡量。来自不同国家、地区的不同类型的客人，由于他们所处的社会经济环境不同，民族习惯、经历、消费水平和结构不同，对服务接待的要求也不尽相同，因此，客人对服务质量的感受往往带有较大的个人色彩和特点。饭店提供的服务质量的好坏在一定程度上取决于客人各自的需要和自身的特点。饭店的服务人员和管理人员不能忽视这一点，不能以自己的想象或自己的服务质量标准来对待各国旅游者。

其次，一般的商品可以摆在柜台里，让顾客自由选择购买。而饭店产品却具有不可捉摸性。客人在购买前对饭店产品看不见、摸不清，通常不可能对这一产品的质量和价值做出准确的判断，往往产生“担风险”的心理，因而不利于饭店产品的销售。饭店服务也不能像其他产品那样，做得不好，可以重新返工，而饭店的任何一个环节和服务人员出了问题，对饭店所造成的损失，常常是难以弥补的。

#### （四）具有综合性和季节性

现代旅游是一种高级消费形式，饭店必须提供和满足客人的吃、住、行、购、娱等多种产品和服务。饭店产品往往同时具有生存、享受和发展三种功能。饭店产品必须是能够满足顾客多层次消费的综合性商品。

其次，旅游受季节、气候等自然条件和各国休假制度的影响较大。在国际上，各国的休假大多在夏季和秋季，因此饭店产品的销售具有明显的季节性。淡旺季客人多寡差别很大，造成客人住店大起大落的差异。

### 第三节 旅游饭店的类型

旅游饭店业由各种类型、各种等级的饭店设施组成。由于旅游者的旅行目的和动机不一，其旅游需求也各不相同。为了满足各类旅游者的需要，出现了不同类别和不同等级的饭店。

饭店分类有两大目的：一是有利于推销，能使饭店明确推销对象和所处市场，从而更有效地制订计划，更集中地使用广告宣传费用，同时也能使宾客在选择饭店时有比较明确的目标；二是便于比较，一家饭店经营效益的好坏，要与同一类型的饭店相比较才有意义。特别是当饭店企业运用饭店行业的各种统计资料分析市场动向、研究竞争对策和制订经营方针时，同类饭店的比较显得格外重要。目前，世界各地的饭店设施有以下几种基本类型

#### 一、根据饭店特色及宾客特点分类

1. 商务型饭店。也称暂住型饭店，此类饭店多位于城区，靠近商业中心，以接待商务旅行者为主。商务型饭店不但讲求外观，内部设施也必须富丽堂皇。不仅客房、餐厅要有较高水平，各类服务、

设施，特别是商务所需的设备设施，亦需一应俱全。例如：直拨海外的直通电话，迅速的电传、传真设施，投影仪、放映机、录相机和各种规模的谈判室和会议室等。商务中心提供打字、复印和文件服务，另外也要注重康乐中心、健身房和游泳池等设施。

2. 度假型饭店。主要是为度假客人提供住宿、饮食、娱乐和各种交际活动的场所。此类饭店一般位于海滨、山区和温泉附近，且交通非常方便。度假型饭店除了提供一般饭店所应有的一切服务项目以外，最突出、最主要的项目是它的康乐中心。中心的设备要齐全、完善，例如，保龄球、网球、游泳池、酒吧、卡拉 OK、水上游艇、碰碰船、电子游戏等度假型饭店环境优美，客人不仅可以享受到舒适的服务，同时可以尽情欣赏大自然的景色。如世界最大的度假型海滨饭店——夏威夷希尔顿之村，深圳的西丽湖度假村等都是典型的度假型饭店。

近年来，在许多饭店业发达的国家，已出现度假型与商务型相结合的饭店，即所谓改良的度假型饭店，被认为是当代饭店设施发展的方向之一。

3. 长住型饭店。主要是接待长住的商务和度假客人，这类饭店要求长住客人先与饭店签订一项协议书或合同，写明居住的时间和服务项目。有的长住型饭店提供正常的客房和餐饮服务。例如一些商业集团、商业公司，都在饭店租用房间作为办公地点和场所，租用的时间一般在半年或一年以上。另一种长住饭店只提供住宿，而不提供专门客房和餐饮服务，这类饭店的客房由几个套房组成，备有生活设施，因不提供日常的饭店服务，收费也较便宜。

4. 公寓饭店。在西方国家也不失为一种较新型的饭店设施。此类饭店内部多采用公寓式布局，配有整套的生活设施及公用的娱乐、健身设施，适宜家庭居住。经营方法采用所谓的时间分享法，即由投资者出资兴建，其他人可任意租用，租期可以为一周、一月、一年、五年或更长时间，同时允许转租他人。

5. 汽车饭店。它是设在公路旁，为自备有汽车的游客提供食宿等服务的饭店。这种汽车饭店最初建在公路旁边，有明显的标记 旅馆不大，一般有 100 个房间左右，二层楼居多。二楼做客房、餐厅，一楼做车库，有的还有健身房、游泳池等综合服务设施。随着饭店业发展，这种汽车饭店还逐渐打入城市周围和市内。它和一般饭店不同的地方在于建有较大规模的停车场，且价格便宜，一般采用自动化服务，设有商店和餐厅。进入 70 年代以来，不仅提供客房和餐饮服务设施，还有洗衣服务、会议室、舞厅、球场等其他饭店所拥有的综合服务设施。因此，这种新型的饭店很受旅游者的欢迎。

6. BB 家庭式饭店。是一种家庭式的可向客人提供住宿和早餐的饭店。“BB”是英文 Bed and Breakfast 的缩写 意为“住宿和早餐”。它最早流行于欧洲，后逐渐传到美国。目前，美国各地都设有专门从事“BB”家庭式饭店订房服务的公司，旅游手册上也常有許多这种饭店的名称和电话号码，旅客可提前三四天预订房间。“BB”家庭式饭店发展迅速，受到许多旅游者的欢迎，其原因是：(1)经济实惠，房价较低。在美国每晚 24—26 美元不等，还可以得到一顿好的早餐。(2)自由自在 无拘无束 大饱口福。(3)不收小费。主人和客人以友情为重，而不是设法向客人索要钱财。

## 二、根据饭店的经济类型和饭店规模划分

我国存在着多种经济成分和企业组织形式。我国饭店企业的经济类型可根据国家新近颁布的有关标准划分。1998 年 9 月 28 日，国家统计局与国家工商行政管理局联合发布了《关于划分企业登记注册类型的规定》，国家统计局同日制定发布了《关于统计上划分经济成分的规定》。新的规定将统计和企业工商登记分了开来。按照新修订的《关于划分企业登记注册类型的规定》，工商行政管理部门对企业登记注册类型分为以下几种：一是内资企业，其具体注册类型分为国有企业、集体企业、股份合作企业、联营企业、有

限责任公司、股份有限公司、私营企业和其他企业；二是港、澳、台投资企业，其具体注册类型包括合资经营企业（港或澳、台资）、合作经营企业（港或澳、台资）、港、澳、台商独资经营企业和港、澳、台商投资股份有限公司；三是外商投资企业，其具体注册类型包括中外合资经营企业、中外合作经营企业、外资企业和外商投资股份有限公司。按照《关于统计上划分经济成分的规定》，统计部门在统计上将经济成分划分为两大类，共 5 种成分类型：第一大类为公有经济，其中包括国有经济和集体经济两种成分类型；第二大类为非公有经济，其中包括私有经济、港澳台经济、外商经济三种成分类型。

根据饭店规模划分，有大型、中型和小型饭店。饭店的规模通常按客房数量来划分。目前国际上划分的标准是：客房在 600 间以上的为大型饭店；客房在 300—600 间的为中型饭店，客房在 300 间以下的为小型饭店。

### 三、根据饭店的等级划分

目前世界上许多国家依照饭店所提供服务项目的多寡和服务质量的优劣，将饭店划分为不同的等级，一般分为五级，用“星”的数目（或字母“A”、或直接用“级”）来表示，称之为星级。星数愈多表示饭店的等级愈高。一般来讲，一星级、二星级饭店属低档饭店，三星级饭店属中档饭店，四星级、五星级饭店属高档饭店。高档饭店除提供食、宿外，还向客人提供尽可能多的便利，如各种娱乐服务、委托代办服务、会议服务等。我国的旅游涉外饭店 1988 年起也实行星级制度。

我国饭店星级的评定是参照国际上一些国家核定饭店等级的方法进行的。由于饭店业务具有综合性的特点，饭店的星级评定工作是一项复杂的系统工程。我国饭店评星的内容由《中华人民共和国旅游涉外饭店星级标准》（简称《星级标准》）和《中华人民共和国

评定旅游涉外饭店星级的规定》(简称《规定》)所确定。《星级标准》由六个方面的内容组成：

项目一：具体规定了一至五星级饭店建筑物、设备设施的标准，规定了服务项目的内容及标准。主要包括八个方面的内容：饭店建筑；前厅；客房；餐厅；酒吧；厨房设备；公共区域设施和设备；服务项目。前七项主要是规定了饭店各个星级的硬件标准，第八项规定了服务的要求。

项目二：是饭店设备设施评分表。项目二由两部分组成：一是一至五星级饭店应得的规定分数。二是规定了一至五星级饭店各类设备设施各个档次的绝对分值。这一部分是按设备设施的类型区分的，每一类设备设施根据其档次的不同而得到不同的分值。设备设施评分表主要有四个方面：一是地理位置、环境、建筑物装修；二是前厅、客房、卫生间；三是餐厅、酒吧、厨房；四是公共设施。

项目三、项目四：是维修保养、清洁卫生检查表。该表横行列有 21 个大类 306 个项目，纵列是维修保养检查、清洁卫生检查两大类。每一类检查又分项目检查分数和实际得分。

项目五：服务质量检查。该项横行列有 6 个大类 111 个项目。纵列是项目检查分数和实际得分两大类。

项目六：宾客满意程度调查表。本项目是通过向宾客发放调查表，对调查表统计而得出结论，表明宾客对饭店管理和服务的满意程度。

通过以上六个项目的综合评价，从而确定一个饭店的星级。

#### 第四节 现代饭店管理的发展趋势——饭店集团

饭店集团 (Hotel Chain) 在我国称作联号饭店、连锁饭店，或统称饭店集团。饭店集团是指以经营饭店为主的联合经营的经济