

第一章 酒店总论

第一节 酒店的定义与功能

酒店是人类旅行活动的产物，酒店出现的初始阶段，其主要功能是向旅客提供过夜住宿服务。因此，当时酒店的设施十分简陋，服务内容非常简单。后来，随着社会和经济的发展，人类的交往开始变得频繁起来，酒店的功能也就渐渐趋于齐全。

一、旅游与酒店

酒店起源于人类旅行活动，因此酒店是旅游供给的基本构成因素，它通常同旅行社、旅游交通一起被视作旅游业的三大支柱。

旅游业是为旅游者服务的，是一个具有文化性质的综合性服务行业。它向旅游者提供物质和文化两个方面的享受，因此涉及面相当广泛。根据作用的大小，旅游业包含的诸多行业可以分为主体部门和相关部门两大部分。主体部门即其三大支柱，而相关部门则指与旅游者从事食、住、行、游、娱、购六大活动息息相关的园林、文物、考古、娱乐、公安、海关、邮电、银行、轻工、建筑、保险、出版、医疗卫生、旅游管理等行业。

本书中谈到的酒店系指经政府批准的，具有住宿、餐饮、娱乐、购物等设施设备和服务功能，以获得社会效益和经济效益为目的的综合性企业。我国目前对这类企业尚无统一称谓，有各种名称：

酒店（如广州的花园酒店、上海的波特曼—丽思卡尔顿酒店。“丽思卡尔顿”和本书后面提到的“里兹—卡尔顿”为同一名字的不同译法）大酒店（如天津的喜来登大酒店、宁波的东港大酒店）饭店（如南京的金陵饭店、首都的北京饭店）大饭店（如上海的威斯汀大饭店、天津的利顺德大饭店）大厦（如北京的亮马河大厦、哈尔滨的龙门大厦）山庄（如合肥的齐云山庄、鄂州的凤凰山庄）度假村（如深圳的西丽湖度假村、珠海的珠海度假村）等。此外还有叫宾舍（如曲阜的阙里宾舍）宾都，或是酒家、酒楼（也有住宿等设施）的。许多大厦和度假村的功能与酒店几乎相同，而有的“山庄”未必傍山或筑于山上。本书为叙述方便起见，一般均称为“酒店”，但在某些场合，仍使用“饭店”一词，个别场合还不得不同时使用“酒店”与“饭店”的提法。为了强调它与旅游的不可分割性，有时还在“酒店”前加上“旅游”两字。由于近年来酒店发展甚快，与之配套的设备用品厂商也如雨后春笋般地涌现，因此在旅游业范围内又出现了一个分支行业：酒店业（不少地方称饭店业，它们的行业组织通常称为饭店业协会）。然而，有些城市内一些仅供应餐饮服务的场所也称为酒店、饭店或大酒店（译成英文应为 *restaurant*，而非 *hotel*）。本书主要研究具有综合功能的，英文为 *hotel* 的那类酒店。

酒店业的形成是社会与经济必然的，它以社会与经济的发展为基础；反过来，酒店业的规模和经营状况又往往被视作衡量一个地区或一个城市发展水准的重要依据之一。十余年来，我国各地酒店业的迅猛发展正是我国经济腾飞的一个标志。

酒店是旅游者在旅游目的地开展旅游活动的大本营，因此酒店的经营者的总是把办成旅游者的“家外之家”作为经营管理酒店的目标。现代酒店经营者在产品的设计、生产、提供与评估时总是以宾客需求为导向，尽最大可能满足宾客，使他们在下榻期间感到安全、方便、舒适、愉快、温馨，仿佛在自己家里一样。

酒店是旅游业赖以获得旅游经济收入的重要来源。一般说来,旅客花在酒店里的支出约占全部旅游支出的三分之一或更多,有些地方的宿费很贵,致使旅客花在酒店住宿上的支出占了旅游总支出的一半。

旅游酒店是高消费的企业,在三星级酒店里住宿一个晚上往往要花费几十乃至上百美元,五星级酒店则可能高达数百乃至上千美元(例如上海的花园饭店,1997年豪华套房的门市价为1500至3000美元,新锦江大酒店的总统套房门市价为1500至2000美元)。为使客人获得的享受与付出的代价相符,酒店往往在服务功能上不惜工本,所以酒店的劳动力密集度一般很高。国际上通常每间客房平均配有1.5名员工(我国不少地方达到2.5名甚至更多)。就这个意义上来讲,建造旅游酒店有助于增加就业机会。依靠兴建酒店,解决劳动力过剩问题在我国不乏其例。另外,建造与经营管理酒店还必然刺激国民经济其他一些部门的发展,如建筑、装潢、家电、卫生洁具、食品、机械、纺织、化工、印刷等。

旅游酒店的建筑或雄伟、巍峨或古朴、典雅或豪华、瑰丽,它们往往折射出一个地区或城市的经济繁荣程度。有些酒店还是当地政府举行重大活动和各界名流相聚的最佳场所,有些则成了当地的标志性建筑物。很多酒店积极参与当地的公益活动,酒店在地区政治和社会生活中发挥越来越重要的作用。另外,由于我国服务行业的整体水准还较低,酒店业是较早提出与国际接轨的行业,无论是酒店员工总体素质还是管理水准、营销理念、服务质量等都明显高于其他服务行业。因此,酒店对于推动当地的精神文明建设也有着不可低估的作用。浙江萧山宾馆刚开业时,住店客人还没有形成良好的卫生习惯,大堂内经常可以看到痕迹,电梯里留有烟灰,酒店经过数年的不懈努力,给客人起了潜移默化的作用,帮助他们去掉不讲卫生的陋习,净化了酒店的环境与气氛,而且还推动了萧山市的精神文明建设,酒店因此而获得了市政府的褒奖。

二、酒店的定义

英文中 hotel (酒店) 一词源于法国, 原指富贵人家豪华、雄伟的宅第。主人在 hotel 内设筵席款待亲朋好友。后来英美人用 hotel 一词指称具有住宿与餐饮等设施的营业性建筑。

国外许多权威词典对 hotel 曾下过定义 例如:

酒店是向公众提供住宿, 也往往提供膳食的以商业营利为基础的建筑物。

——《大不列颠百科全书》

酒店是提供住宿 也往往提供膳食与别的服务的设施 它接待外出旅游者和非永久性居住者。

——《韦伯斯特英国英语新世界辞典》

酒店是为公众提供住宿设施与膳食的商业性的建筑设施。

——《简明不列颠百科全书》

酒店是提供住宿、膳食等并且收取费用的住所。

——《牛津插图英语词典》

我国经济管理出版社出版的《中国旅游企业管理大全》一书中对酒店下的定义是: “为旅行者提供食宿、购物和综合服务 并拥有一定数量的固定资产和流动资金的经济单位。”

根据以上诸定义, 我们认为酒店须具备如下五个基本条件:

1. 它是一座建筑物或若干座建筑物组成的接待设施。
2. 它必须具备住宿设施, 通常还具备膳食与其他服务设施。
3. 它以公众为服务对象, 但主要是外出旅行者。
4. 它是营利性的, 追求合理的利润, 使用者须交付费用。
5. 它是经政府批准的。

上述诸条件明确区分了酒店与住宅以及我国在计划经济年代

纯粹接待政府客人的国宾馆。

我国有自己独特的国情，在我国，酒店这个大概概念中又有一类涉外旅游酒店。在西方国家，只有旅游酒店（其含义与我国的旅游酒店不尽一致），而无涉外涉内之分，任何哪家酒店都可以接待本国人和外国人。在《中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定和标准》中指出旅游涉外饭店（tourist hotel）指以接待外国人、华侨、外籍华人、港澳台胞为主的饭店。由此可知，我国的旅游涉外饭店系指能接待海外旅游者的，具有一星级及以上设施和服务水平的酒店。

三、酒店的功能

根据酒店的定义和基本条件可知，“酒店”应具有如下一些内容：

1. 它有相当数量，且生活配套设施较齐全，能使客人感到舒适、方便的客房。
2. 它有可供应美酒佳肴的餐厅（通常有若干个风格迥异的餐厅）。
3. 它向客人提供健身、娱乐、美容美发、购物、通讯、交通等多方面的服务项目。
4. 它有一支人才结构合理、思想与业务素质都较好，以向客人提供优质服务为己任的员工队伍。

根据上述酒店包含的内容，我们可以知道酒店应有以下一些功能：

- 住宿。旅游酒店的客房房型繁多。较常见的有标准房（含两张单人床和独立的浴室）另外还有双人房（含一张双人床并有独立浴室，适宜于一同旅游的夫妇使用）单人房（有一张单人床并有独立的浴室，面积一般小于标准房，适宜于单身的商务客与散客使用）多人房（有3张或3张以上单人床，适宜于团队、会议或散客中

高档酒店一般不多见)套房又分普通套房、豪华套房、复式套房、行政套房、总统套房等不同类型,由两个到十多个不同大小房间组成,并有一个或一个以上的独立浴室,有的套房还设有夫人室、随从室、休息室、会谈室、书房、酒吧、厨房、客厅、冲浪浴室等)。

不管哪种类型的客房,一般都铺有地毯,配有沙发、书桌、床头柜、凳子、茶几等家具,彩电、空调、电话、足够的灯具等设备,有包括浴缸、梳妆台、洗脸盆、抽水恭桶等在内的整套洁具,有些中高档酒店的客房里还有电吹风、冰箱、酒吧、保险箱等。

客房的安全是客人决定是否入住酒店的最重要依据之一。旅游酒店的客房门一般都能自动关锁,且有安全门链(或安全扣)与门窥镜。

• 餐饮。旅游酒店一般有一个以上餐厅,其中大餐厅通常以零星散客为主要对象,有时也接待大型宴请、团队餐,以外还有若干特色餐厅(如西餐厅、地方风味餐厅等)和包厢(现在一般包厢都有卡拉OK设备,甚至可供客人跳舞)。大堂内有酒吧或咖啡室,有些酒店还在若干楼层设有咖啡室或酒吧。个别酒店的顶层还有旋转餐厅,供客人边用餐边欣赏周围景色。

• 邮电通讯。旅游酒店都设有商务中心,大多位于大堂内邻近总台的地方,向客人提供国际、国内长途直拨电话、传真、电报、邮件、特快专递、出租手机等服务。客房内须有电话装置,中高档酒店的卫生间一般有电话副机,有些商务型酒店与中高档酒店客房内有传真机和电脑等设备。

• 交通。有些旅游酒店有自己的出租车队,高档酒店还有定点定时的穿梭车,有些酒店有往返于酒店到机场或车站的定班车。旅游酒店与当地的航空、铁路、航运或市内交通公司一般都有协议关系,为客人提供各种票务服务。酒店一般还向宾客提供预订出租车服务。

• 健身康乐。旅游酒店的康乐设施越来越趋向多样化、实用

化，歌舞厅、棋牌室、桌球室是比较常见的娱乐设施。客房内的电视机一般都可接收卫星转播的节目，中高档酒店还有游泳池、桑那浴、按摩、健身房、保龄球、高尔夫球、网球、壁球、电子游戏、震动电影等设施。高档酒店的卫生间配有体重秤。现代的酒店还常邀请歌舞团、乐队或时装模特表演队为用餐客人助兴。例如：南京的中心大酒店、上海的虹桥宾馆、太原的栖贤阁宾馆等酒店都有自己的演出队伍。度假村型的酒店还有一些很具特色的康乐项目，如滑水、冲浪、帆板、沙滩排球、汽艇等。

• 购物。酒店的商场多设于大堂旁边，有些大型酒店楼上也有商场。商场内货品种类较多，以精品、工艺品和药材为最多见，也有一般生活日常用品，可满足住店客人的需要。有的商场沿街开设门面，面向社会客人。低档酒店通常在大堂旁设有小卖部，满足住店客人一般需求。

• 商务。随着旅游者对通讯要求日益增强以及商务客人所占比例逐渐增大，酒店的商务功能日趋重要。除复印、传真、电报、特快专递等服务项目外，酒店通常还设有一个以上从可容纳十多人直到数百人的大小会议室、洽谈室，配有同声传译、翻译、秘书、音响、音像、投影、信息资料等服务设施和项目，保证商务信息传递的快捷与准确。

上述诸功能是旅游酒店的基本功能，酒店的市场定位不同，各功能的重要性也不一致。一般而言，酒店档次越高，硬件设施越完善，服务功能也越多。有些中低档酒店尽管硬件条件不足，但由于经营理念符合酒店发展潮流，因此服务功能也较其他同规模、同档次酒店多。现在国内一般酒店还都具有如下服务功能：叫醒（或叫早服务）、洗衣、照管婴孩、美容美发、为残疾客人提供特殊服务、旅游、保管贵重物品、客房用餐、代客留言等。五星级的广州国际大酒店向客人提供私人管家服务，香港半岛酒店可应客人要求派优秀厨师到家里烹制佳肴等。现代旅游酒店的经营者总是最大限

度地扩大酒店各种功能，不遗余力地把方便与舒适献给客人，以此树立酒店良好的社会形象，提高客人的满意度。

下面以三星级的上海好望角大饭店（正名为中国科学院上海学术活动中心）的总台问讯服务内容为例。

1. 问讯接待服务，计有：

- 向宾客提供全国航空、海运、铁路的地图与时刻表；向宾客介绍去市政府各有关部门、各国领事馆、外商驻沪机构、教堂、大专院校、博物馆、友谊商店、各省市驻沪办事处、各游览场所的地址及交通路线；全市各大酒店、文体体育设施的地点及交通路线；

- 向宾客介绍本酒店内的餐厅、酒吧、商场、康乐等情况；

- 宾客询问购物事项时，主动向他们推荐几家商店，供宾客选择；宾客如因出访而前来问讯，主动为他们填写《好望角大饭店介绍卡》以免迷路；

- 如对宾客的询问一时回答不了，须在事后及时查询，并将查询结果通过楼层服务员转告有关宾客；

2. 转交宾客物品：

- 住店客有物品需转交给非住店亲友或熟人；

- 店外人员有物需转交给住店宾客；

3. 留言服务

4. 代办服务 计有：

- 代办物品修理服务；

- 代办邮寄包裹服务；

- 代办宴席预订服务；

- 代办戏票订购服务。

5. 为残疾人服务

以上每个服务项目均有严格的服务规程与质量要求。

酒店的经营管理者越来越清楚地认识到，酒店间激烈的竞争往往是实力竞争的体现。所谓实力，主要就是有形与无形产品的

质量高低。有形产品的开发或更新离不开大量的投资，而无形产品的研制与上市则很少或无需投资。因此精明的酒店经营管理者多在无形产品上走一条“人无我有，人有我精”的道路。近十余年里各地酒店开发了不可计数的服务产品，其中不乏深受宾客欢迎的成功产品。下面略举数例：

- 许多酒店的总台放有可随便取用的酒店卡片，背面有专出示给出租车司机的一行字：请把我送往 × × × 酒店 且是中英文对照。显然这是为了避免宾客外出迷路而设计的；

- 上海个别酒店开发电视服务功能，与商业增值网携手合作，在酒店原有的闭路设备上稍加改造，便使客房、商务中心为宾客提供 24 小时实时航空信息，使宾客在房内通过电视机即能掌握机场各航班的抵离时间；

- 国外有些酒店利用电视机为宾客提供快速结账服务，宾客将信用卡插入预制孔内，屏幕上即显示出该宾客的全部消费账目。宾客如觉无问题，只需按一下键即可确认；

- 英国有些商务酒店为提高女性商务客的满意度，把所有住店的女宾客都以 VIP 的规格来接待；

- 杭州望湖宾馆每周三下午 3 点到 4 点半举行由总经理主持的联谊会，为商务宾客提供良好的交际场所；

- 有些旅游景点附近的酒店为搞好会议团队的接待工作，特设免费提供导游的服务项目。有的酒店规模较小，不设专职导游，便安排休息的服务员担任旅游导游；

- 国内有的酒店为使大型团队抵店时解决卫生间不够用的尴尬局面 特设“导厕”服务 并在大堂最醒目处做好标志 深受老年旅游团队与旅行社的欢迎；

- 长春吉林省宾馆的客房服务员如果看到宾客房内有药片，一日三次必送上一杯温开水，并亲切地叮嘱宾客不要用茶水下药；

- 五星级的北京凯宾斯基饭店把擦鞋摊引进大堂，为宾客提

供高档次的擦鞋服务；

- 成都明珠国际大酒店为会议客提供热咖啡，为前来参加签字仪式的宾客提供香槟酒，向国际惯例靠拢。

第二节 酒店发展简史及其趋势

一、我国酒店的历史沿革与发展概况

1. 我国古代酒店

我国酒店起源极早，远在三千多年前的殷代已经出现了酒店的雏型。当时的供宿场所都是官办的，叫做“驿站”，供传递公文的人员和来往官员们下榻。到了周朝，一些交通要道口设有客舍，专门接待各诸侯国向王室进贡和朝见帝王的信使和公差人员。春秋战国时期，民间贸易日益繁荣，出现了商业性住宿设施，叫“客馆”或“客舍”，但当时统治者颁布十分严格的借宿法律，没有官府凭证不得入住，如有违者，连店主一起受罚。到秦汉两代，商业更是兴旺发达，民间旅店业发展很快。西汉中期时，长安城内建造了专供外国使者和商人下榻的“群鄙”。唐代的驿站则是接待过往官员和文人的场所，同时民间旅店随着经济的繁荣也有较大发展。到元代时驿站建造比较华丽，除接待信使、官员、文人和出差人员外，还接待商人和官吏。明清两代时，科举制度日臻完善，各省城和京城涌现出接待赶考应试者的会馆，还有接待蒙古贸易商队的“骆驼店”。就在此时，北京城里出现了大名鼎鼎的清皇帝的承德避暑山庄和慈禧太后修建的颐和园。

2. 我国近代酒店

19 世纪初，西方国家入侵中国，同时把与我国传统酒店迥然不同的西式酒店带了进来，例如鸦片战争后上海建造的锦江饭店（原华懋公寓）、北京的六国饭店、广州的万国酒店等。西式饭店的建筑与装潢风格呈现明显的欧美色彩，由外国人自己管理，接待对

象以外国人为主。当时，社会显贵名流有时也下榻在那些酒店里。

西式酒店是帝国主义入侵中华民族的产物，但另一方面，它们也带来了国际先进的管理理念、科学技术、服务方式和建筑、文化艺术等对中国传统的理念和思想有着冲击的作用。当时我国的民族资本家建造的一些酒店也明显带有西式酒店的印记，甚至在经营管理上也仿效西方的体制和方法。20世纪30年代之后，各地兴建了许多半中半西风格的新式酒店，多用“旅馆”“饭店”“宾馆”等名。尤以北京、天津、上海、广州等大城市为最多见。不少酒店至今仍在接待客人，如北京的北京饭店（旧楼）、西山饭店、中国饭店、华安饭店；天津的国民饭店、惠中饭店；上海的国际饭店、金门饭店、静安宾馆、东方饭店、扬子饭店；广州的爱群大厦等。

3. 我国现代酒店

一般认为，我国现代酒店始于1978年，当时全国能够接待国际旅游者的酒店仅203家，客房3.2万间。但在此后不长的时间里，酒店发展神速，令世人瞩目。1990年时，我国已有1987家旅游涉外酒店，客房近30万间；1995年时旅游涉外酒店已达3000家，客房数跃升到41万间。

我国现代酒店有如下几个特点：

(1) 投资形式多样化。80年代初、中期，国家大力引进外资，在全国各地建造了一些中外合资、中外合作的酒店，还利用国家与集体的资金新建或改造了一大批酒店。1985年后，国家又提出实行国家、地方、部门、集体、个人一起上的方针，发展旅游服务基础设施，全国各地酒店如雨后春笋，竞相涌现。

(2) 从事业型国宾馆、招待所转向企业型酒店。以前国宾馆、招待所的接待对象主要是党和政府的客人，不实行经济核算。1978年到1983年，酒店业开始转轨，走向企业化。随着市场经济的发展，酒店业开始走上自主经营、自行管理、自负盈亏的企业化道路。

(3) 管理逐渐向国际先进水平靠拢。1984年,国务院批转国家旅游局《关于推广北京建国饭店经营管理方法有关事项的请示》。接着国家旅游局选定102家酒店作为学习建国饭店先进管理方法的试点单位,从而迈开了管理向国际先进水平靠拢的一大步。试点工作围绕三个主要部分开展:推行总经理负责制和部门经理逐级负责制;推行岗位责任制;推行严格奖惩制,砸碎“大锅饭”和“铁饭碗”。在这基础上,各酒店建立起科学的管理机构,搞活经营,加强培训,注重员工素质,提高服务质量,严格控制成本,运用国际先进的公关、营销技术树立酒店形象,搞好与公众的关系,研究市场,开拓客源,以创造可观的经济效益和社会效益为经营管理的目标。

(4) 推行星级评定制度。星级评定是国际上旅游业发达国家比较通行的一项制度。我国涉外旅游酒店推行星级制说明我国酒店业已经走上与国际接轨的道路,并决心使我国酒店的硬件和软件符合国际惯例和国际标准,并赶上国际水平。

(5) 酒店呈现多档次化、多型化趋势。现代酒店不再是简单的招待所,功能也远不止住宿、餐饮和会议。各地酒店的档次渐趋齐全,许多地方已拥有旅游型、商务型、度假型、公寓型、别墅型等酒店。满足不同客人的多方位、多层次需求成为酒店添置设施设备与开发人力资源的主要依据。不少酒店运用高科技手段,使设施向多功能、综合性的方向发展。

二、西方酒店发展的四个重要时期

食宿设施是人类旅行活动的产物。欧洲最早的食宿设施出现于大罗马时期,之后历经客栈、大酒店、商业酒店和现代新型酒店四个时期。然而,酒店的发展不是成直线状态,而是几经起落,盛衰交替的。直到第二次世界大战以后,人们跨国、跨洲旅游骤增,各国酒店数量开始急剧上升,大型酒店公司也在此时相继问世。

1. 客栈时期

在古埃及和意大利，先后曾发现了不少有关数千年前客栈的记载或遗迹。中世纪时，十字军东征促进了商业繁荣，同时也推动了酒店业的发展。到 15 世纪时，英国等地的客栈由原来仅摆有几张床，旅客挤于一堂的小客栈发展到拥有几十间客房、酒窖、食品贮藏室、厨房等较好设施的大客栈。18 世纪时，客栈成为人们聚会的地点，是当时政治和商业活动的重要中心。

美国的客栈在 1750 年左右始有较大改观，客房内增加啤酒柜等颇能吸引客人的设施。

2. 大酒店时期

18 世纪后期，随着欧美各国进入工业化时代，小客栈逐渐发展成大酒店。通常认为，建于 19 世纪初的德国的巴登 - 巴登旅馆是世界上第一个够得上酒店这一名称的住宿场所。它有门厅、许多大小不一的厅堂、音乐娱乐厅、大餐厅、很多客房、图书馆、罗马式浴池、花园、温室、喷泉、马厩等设施。

半个世纪后，巴黎大兴土木建造了巴黎大酒店和罗浮宫大酒店，柏林出现了恺撒大饭店，伦敦则有萨伏依大饭店。这些酒店的特点是规模大、设施优、服务好，下榻者多为达官贵人、名流巨富。在此期间美国也涌现了一些豪华酒店，最负盛名的是纽约的广场饭店。

就在这个时期出现了一个杰出人物：瑞士人塞萨·里兹。他开设的酒店以豪华著称于世，他的名字由此也成了等同于豪华和时髦的形容词。

3. 商业酒店时期

这个时期酒店业的典型人物是美国的埃尔斯沃思·斯塔特勒，他被公认为现代酒店的创始人，他建造的酒店则被视为世界现代商业酒店的里程碑。他在勃法罗建造的第一家由他亲自设计的斯塔特勒大酒店给人们以耳目一新的酒店形象。其最大特征是：“一

个房间一个浴室，一美元五十分”，每个房间有一部电话，门锁和把手联在一起，水暖和电管线统筹设计安排，他的酒店里还设有消毒恭桶座圈、送报上门、自动冰水供应等服务项目，为世界酒店业引入了全新的概念。他经营酒店的宗旨是“在普通公众能够承担的价格之内提供必要的舒适与方便、优质服务和清洁卫生”，他提出的“客人永远是对的”观念至今仍是全世界酒店从业人员普遍遵循的原则。

斯塔特勒的酒店与大酒店相比较的一个根本区别是，前者服务对象不只是崇尚豪华和富丽的王公贵族或商界巨子，还有从事一般商业活动的普通旅游者。酒店向他们提供方便、清洁、安全、实用、舒适的服务。他的另一重大贡献是将酒店的所有者与经营者分离，即酒店业主不直接参与经营管理。

40年代，世界两大著名酒店集团公司——希尔顿和喜来登酒店集团公司开始发展，揭开了当今世界酒店集团公司群雄四起，百花齐放的繁荣局面的序幕。

与此同时，随着汽车工业的飞速发展，汽车酒店应运而生。当初，这种比较简陋的酒店并不为人们重视，直到后期，才出现了世界上第一个汽车酒店集团，为50年代初凯蒙斯·威尔逊创建假日酒店开了道。

这个时期的另一重要特征是欧美各国成立了饭店协会，制定了行业规范，出现了培养酒店管理人才的酒店管理院校，其中最有名的是美国康奈尔酒店学院、柏林酒店管理学院和伯尔尼大学的酒店经济专业。

4. 现代新型酒店时期（也称酒店联号时期）

一般认为，现代新型酒店时期始于20世纪50年代。第二次世界大战结束后，世界各国经济逐渐复苏，人们可支配收入与休闲时间增加，旅游活动逐渐普及，对酒店需求量激增。这个阶段，酒店业出现了相当巨大的变化。

这种变化的标志之一是酒店联号大量涌现。世界上几个大型的酒店公司，通过出售特许经营权和签订经营合同等手段，不断扩大公司经营范围，逐渐形成一个又一个有着统一名称、统一标识，并在建筑风格、设施设备、服务程序与规范、管理手段等方面实行统一标准的跨国酒店联号。很多联号还利用人才、技术、经费、信息渠道等方面的优势，共同实行客房预订、员工培训、物资采购和联合促销，使市场竞争力大增。目前在世界上具有举足轻重影响的联号有：美国的餐饮住宿特许经营系统（HFS）、全球假日、最佳西方国际、精华国际、马里奥特国际、ITT 喜来登、希尔顿酒店公司等；英国的福特、洲际、希尔顿国际等；法国的雅高、卢浮（社会）和香港的新世界、新生、香格里拉国际、东方文华、半岛等；日本的王子饭店公司、大仓等。我国的锦江集团在全世界的排名逐年靠前，1989年排名 153 位，1992 年为 75 位，1994 年为 71 位，1995 年上升为 65 位，拥有 26 家酒店，7 680 间客房，排在日本的大仓、香港的东方文华和半岛集团之前。

值得注意的是，当今酒店集团形成的局面颇像我国春秋战国时期，频繁的兼并、合作和抛售，使酒店集团竞争态势不断发生变化。例如 1993 年名列 29 的法国地平线集团被福特兼并，原来的假日饭店联号被巴斯酿酒集团兼并，1992 年时法国雅高集团和匈牙利最大的国营酒店联号巴努尼亚建立了合作关系，使拥有的客房数一下子增加四千多间。这种态势近期内还将继续存在和发展。

三、当今世界酒店业概况及发展趋势

90 年代世界旅游业继续呈旺盛发展之势，1995 年全世界旅游者为 6.67 亿人次，国际旅游收入（不包括国际交通）总计达 3 720 亿美元，比上一年增加 7.2%，给酒店业的进一步发展提供了必要的基础。

据世界旅游组织的统计，1991 年全世界可供国际旅游者住宿

的酒店数为 307 683 家，客房数为 11 333 199 间（平均每年增长 2.5%）其中有 310 万间是在美国，欧洲的客房数占全世界总数的 45% 左右。下面是世界旅游组织在数年前对全世界 176 个国家与地区的酒店情况的调查结果：

地区	酒店数	客房数	总收入(亿美元)	从业人员
北美洲	66 943	3 738 977	621	2 268 256
南美洲	14 576	487 787	98	1 283 917
中美洲	1 160	41 221	12	232 180
东北亚	10 192	719 480	237	1 120 339
东南亚	13 211	453 657	128	730 585
南亚	3 663	159 417	31	472 092
大洋洲	10 082	229 319	66	539 286
中东	4 735	162 178	92	455 432
欧洲经济区	151 945	4 242 193	875	1 873 772
非欧洲经济区	19 178	676 631	225	805 230
非洲	10 769	343 347	63	1 259 019

亚洲是世界上经济增长最快的地区之一，这可从酒店业的飞速发展得到印证。1996 年亚太地区新增酒店近 4.4 万家，预计至 2000 年，客房数将增加 20 多万间。东亚发展尤其迅速，估计在 12.7% 上下。例如新加坡到 20 世纪末将拥有客房 36 311 间，中国台北将拥有 25 779 间，上海将拥有 5 万间。

从全球范围来看，酒店发展趋势有以下几个特点：

1. 酒店联号的发展势如破竹

激烈的竞争态势要求酒店联手经营，以增加竞争力。近 40 年里，世界各地（尤以欧美为最甚）纷纷出现有一定规模的酒店联号，仅北美和西欧拥有 10 家以上酒店的联号便有 3 000 多个。有资料表明，全世界最大的 200 家国际联号拥有全世界 20% 以上的总

床位数。以前全球酒店联号美国一枝独秀，而今欧洲后来居上，大有与美国分庭抗礼之势。例如英国巴斯酿酒集团、信任之家酒店联号，法国的雅高集团等均是后起之秀。1981年英国大都会酒店公司一下子把美国整个洲际酒店联号统统收买下来，1957年拉德布罗克酒店公司以10亿美元把美国的希尔顿国际酒店公司买下。不管各大酒店联号在哪里，他们差不多都把主要目光投向欧洲大陆，致使欧洲大陆成了他们的“主战场”。然而，有些酒店联号已看出欧洲酒店业几成饱和状态的迹象，他们开始关注亚洲，尤其是我国的市场。以假日饭店联号为例，早在1984年便在北京有了第一家中国的假日饭店——北京丽都假日饭店，接着在北京与上海等大城市陆续管理了几家大酒店，截至1997年底，我国聘请国际假日饭店集团管理的酒店已达20家。目前，该集团已开始向我国二线城市发展，大连、郑州、合肥等地均已有了假日饭店。

酒店联号的发展趋势是“大一大”合并，结果出现了一些超大型的酒店联号。例如美国的马里奥特公司在1986年还不很显眼，它在世界最大国际酒店联号中仅占第9位，拥有165家各类酒店，客房7.5万间。1995年时它已拥有900家酒店18万间客房，接着又把拥有31家酒店、1万间客房的里兹-卡尔顿酒店买下。此外如喜来登酒店联号、福特PLC酒店联号都在不断“膨胀”，客房数分别达到9.7万间和13.2万间，而美国的餐饮住宿特许经营系统（HFS）则拥有客房42万多间，全球假日有客房35.6万间。

目前美国有80%的酒店已加入各个联号，欧洲约为30%，但未来几年里比例肯定还会很快上升。

2. 全球性的预订网络发展飞速

客房预订网络一向落后于美国的欧洲近年来急起直追，把预订网络视作酒店基本建设的重要项目。

世上大型的国际酒店联号都设有客房预订系统，客人在地球各处可以方便地预订同属一个联号的酒店客房。有些酒店联号还