

<<中国饭店年鉴2011>>

图书基本信息

书名：<<中国饭店年鉴2011>>

13位ISBN编号：9787503241475

10位ISBN编号：7503241470

出版时间：2011-4

出版时间：中国旅游出版社

作者：中国旅游饭店业协会 编

页数：178

字数：450000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<中国饭店年鉴2011>>

### 内容概要

《中国饭店年鉴2011》是服务行业的一项尝试，其中，有对政策的解读，有对数据的分析，有对经验的总结，有对现实的诘问，有对前沿的探索，有对大事件的回望等等。透过它们，我们能看到几年来，中国饭店业的发展脉络；还能看到，中国饭店人在前进道路上的自问和思索，对饭店业未来的期许和展望。

书籍目录

- 序  
前言  
文献·专文  
在全国旅游饭店业发展暨五星级饭店质量提升工作会议上的讲话  
在全国旅游饭店业发展暨五星级饭店质量提升工作会议上的讲话  
在中国旅游饭店业协会第六届二次理事大会上的讲话  
国务院关于加快发展旅游业的意见  
国家旅游局关于促进旅游饭店业持续健康发展的意见  
行业研究  
全国旅游星级饭店评定委员会关于2009年全国满五年期五星级饭店  
评定性复核工作情况的通报  
旅游行业节能减排指南之饭店节能减排100条  
2009年度中国本土饭店管理公司(集团)发展年度报告  
2009年度中国饭店市场城市景气分析报告  
2009年度中国旅游饭店经营情况分析  
2009年度中小饭店企业发展报告  
理论探讨  
提升饭店品质, 打造名副其实的五星级饭店  
中国旅游饭店业的发展与管理  
——“十一五”回顾与“十二五”展望  
垄断与竞争的博弈  
——2009年中国饭店产业评论  
承担环境责任打造低碳型酒店  
用企业文化提升酒店核心竞争力  
——四川锦江宾馆企业文化建设的成功实践  
创新产业发展模式推进民族品牌崛起  
——中国民族酒店品牌发展的模式创新与路径选择  
人为本、重品牌、抓核心  
——谈中国本土饭店集团化发展的实践  
打造中国民族酒店品牌任重道远  
三正半山: 打造一流民族酒店品牌  
中小规模城市旅游饭店发展模式的设想  
旅游饭店企业品牌化发展的几点思考  
中国会议型酒店营运研究与探索  
酒店集团化经营模式及演进的趋势性特征  
旅游企业的绿色发展理念探索  
——中国大饭店: 全方位绿色发展  
关于中国酒店集团“走出去”的思考与实践  
对举办大型国际会展活动之后饭店宾馆出现供大于求现象的思考与探索  
中国饭店业30年的历史性跨越  
旅游饭店科学发展需处理好六大关系  
围绕品质核心强化产业引领全面推进浙江饭店业科学发展  
以顾客满意度调查引导饭店业提升质量  
饭店企业运作中几个热点问题的研究  
法规·标准

<<中国饭店年鉴2011>>

旅游饭店星级的划分与评定(摘录)

2010版星级标准解读

星级饭店访查规范(摘录)

中国旅游饭店行业规范

统计资料

大事记

企业荣誉

## 章节摘录

版权页：插图：星级饭店固定资产投资在2000年至2008年间显著增长，五星级饭店投资额增长361%，四星级饭店投资额增长312%，中低星级饭店投资额增长2180k。

饭店固定资产在2008年达到约4350亿元。

大量的投资使饭店的硬件越来越豪华、客房的面积越来越大、高新科技产品的应用越来越多。

同时，供给的局部、短时过剩，也加剧了饭店的价格竞争，使得饭店业经营收益下降，继而影响饭店的投资回报率。

研究表明，近年来高星级饭店的投入产出比率仅维持在0.35左右。

但得益于近年来高星级饭店房地产价值的充分发掘，去年高星级饭店的数量增长仍接近20%，不难看出在个别区域的高星级饭店市场中蕴涵着较大的市场风险。

（二）高星级饭店数量快速增长。

低星级饭店数量增长速度下降星级饭店作为我国旅游住宿业的主流，引领着旅游饭店业市场发展的基本方向。

星级饭店的总体规模在持续攀升，增长幅度逐渐趋缓，高星级饭店和经济型饭店发展明显快于中低星级饭店。

高星级饭店近年来年均增长速度超过10%，但中低星级饭店发展缓慢，二星级饭店的数量近年来增长不足1%，星级饭店反而出现下降。

处于高星级与经济型“夹缝”中的低星级饭店生存遭遇困境，在一些发达地区，饭店企业对申报中低星级已经明显缺乏积极性。

不少中低星级饭店由于缺乏专业的定位和科学的管理，在市场上很难有鲜明的产品形象和明确的产品定位，也很难有合理的产品分工，经营业绩不理想。

这种高星级饭店与低星级饭店的发展反差，一方面是市场因素的影响，另一方面也与各地只关注高星级饭店，而对中低星级饭店引导和支持不够有一定关系。

（三）高度关注国际品牌，国内品牌不受重视1982年北京建国饭店引进香港半岛管理，拉开了国内饭店引进国际饭店管理公司和国际品牌饭店的序幕。

据不完全统计，目前已有40多家国际饭店管理集团的70多个品牌进入中国，共管理1000多家饭店。

世界上排名前十位的国际饭店管理集团均已进入中国市场，管理饭店480家，客房161974间，平均管理饭店48家，平均拥有客房16197间。

国际饭店管理集团一般都采用管理合同和特许经营的方式进入中国市场，只有极少数公司有投资行为，因此基本上属于低风险、高收益的商业模式。

很多地方政府看中国际饭店集团的品牌效应，出台众多的优惠、鼓励、奖励政策，支持引进国际高端品牌饭店。

客观来说，国际饭店管理公司和国际饭店品牌的进入，对提升我国旅游饭店的管理水平和服务质量发挥了积极的作用。

但近年来，国际品牌所表现出的国内拔高品牌或专造品牌、国际客源比率下降、同一城市同品牌竞争、管理公司与业主合同纠纷等情况也在不断增多。

因此，随着国内饭店发展水平的整体提高，以及国内饭店客源市场的变化，各地应充分结合本地实际情况，更加理性地引导国际饭店管理集团和国际品牌饭店的引进问题。

## <<中国饭店年鉴2011>>

### 编辑推荐

《中国饭店年鉴2011》：海航酒店集团是中国国内规模大的酒店集团之一，在国内外拥有及管理酒店60余家，拥有以唐拉雅秀为首的全系列品牌解决方案。海航酒店集团同时与国际酒店品牌开展广泛合作.开发和规划中的交予国际品牌管理的五星级豪华酒店已逾20间。根据新推出的发展计划，预计在未来5~10年，海航酒店集团旗下酒店总数将达到200~300间。

<<中国饭店年鉴2011>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>