

<<新建改建酒店成功策划案例>>

图书基本信息

书名：<<新建改建酒店成功策划案例>>

13位ISBN编号：9787547600399

10位ISBN编号：7547600395

出版时间：2009-10

出版时间：上海远东出版社

作者：袁学娅

页数：156

字数：217000

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>

<<新建改建酒店成功策划案例>>

前言

中国的酒店业在近30年的时间里，紧随国家经济改革开放的步伐，经历了一个引进、学习、探索、发展的过程。

这个过程有经验，有教训，有成功，有失败，是行业成长必经之路，是一个科学实践的过程。

在这个过程中，参与酒店业建设的有各大企业集团、专业酒店管理公司、当做房地产投资的房地产发展商等，参与酒店管理的有来自世界各国的专业酒店管理集团、当地在实践中发展起来的酒店管理集团、酒店投资发展商自行组织聘请的松散型管理者等等。

我国酒店的类型也从刚起步时的简单星级区别——五星级到一星级，发展到目前的除了星级以外的众多分类：会议型、度假型、商务型、经济型、服务公寓型、精品型、主题公园型等等。

酒店的数量也已经增加到315000家左右。

纵观酒店业发展的整个过程，除了物质资本的投入，更离不开人力资源的开发，离不开旅游教育的支持。

但是目前国内旅游教育仍存在一个相对落后于酒店业发展水平的情况，绝大多数的旅游大专院校的教育工作者，都没有从事酒店业务的实践经验；旅游院校的教学内容，基本停留在理论阶段，缺乏实用的、和酒店业相关的、结合中国酒店业实践情况的案例教材。

虽然本专业的学生，在毕业前的一年或者半年时间内，都有一个在酒店实习的机会，但是目前这种实习机会，对于学生而言是一个缺乏循序渐进、缺乏逐渐消化的过程。

而且从在校学习两年或者三年，对于酒店业务感性上一无所知，到最后阶段集中感受酒店业务的最基础工作，这样的现状，也导致一部分学习酒店管理专业的学生，最后在择业阶段做出了不加入酒店行业的决定。

然而从旅游院校毕业的学生，即使加入了酒店管理和服务的行业，又有多少人能够胜任酒店建设、筹建的前期工作？

几乎没有。

原因很简单，在目前中国的旅游大专院校的课程设置中，基本没有这样的内容，再加上刚出校门，没有足够的经验积累，又何以胜任类似的工作？

从目前酒店业的形势来看，各地大量酒店的新建、并购和改造活动的顺利实施，都需要拥有这方面专业知识的人才参与其中，为其保驾护航。

<<新建改建酒店成功策划案例>>

内容概要

本书是从酒店管理咨询者积累的案例来讲解旅游酒店在新建、改建方面的经验教训，具有资料详实、数据确切、贴合市场的特点。

出于对项目投资者的尊重和遵循商业保密条款的原则，本书案例中采用了地方、城市真实，名字以英语字母排列顺序替代的方法，以便于读者了解当地市场对于项目投资分析的依据作用。为了帮助读者了解不同项目的市场情况和规划中的酒店产品类型，每个案例都配备了相关的照片，部分照片是项目现场拍摄的，部分照片是其他项目的产品，用于解释规划产品的类型之用。

<<新建改建酒店成功策划案例>>

书籍目录

杭州A度假庄园项目案例 项目背景 业主要求 报告目录 报告内容 项目结论 案例思考题 附录长春烂尾楼改建五星级商务酒店的可行性分析案例 项目背景 业主要求 报告目录 报告内容 项目结论 案例思考题 附录建造上海C酒店项目定位、功能设施规划及投入产出可行性分析案例 项目背景 业主要求 报告目录 报告内容 项目结论 案例思考题 附录太原D酒店项目功能、设施规划及定位和投入产出分析案例 项目背景 业主要求 报告目录 报告内容 项目结论 案例思考题 附录武汉E酒店项目规划、功能定位及市场财务可行性分析案例 项目背景 业主要求 报告目录 报告内容 项目结论 案例思考题 附录上海F酒店经营管理投标方案 项目背景 业主要求 报告目录 报告内容 项目结论 案例思考题 附录

<<新建改建酒店成功策划案例>>

章节摘录

杭州的经济总量较小，而若要兴建数量众多的高星级酒店，客源从何而来？即使短期内客源有保证，如果想要长期保持发展势头，应该采取何种对策？我们都知道，在一个酒店的开业初期生意兴隆是非常常见的，这可能是由于开业前的宣传、顾客对新酒店的好奇等多种因素导致的，但是过一段时间之后顾客数量就会回落。

如何避免出现这种情况，也是应该提前思考的问题。

因此，如何做好酒店的长远规划，确立酒店所面向的细分市场，避免盲目上马，是值得深入研究的。

我国目前的会员制俱乐部的发展情况。

作为一种富人的生活方式和社交方式，会员制俱乐部在中国尚未成为一个成熟的产业。

一般的俱乐部是选择社会阶层中特有的并具有相当水准的消费群体（商务要人、社会名流、各路精英、企业白领等）所形成。

在欧美国家，休闲娱乐设施远不如中国一些大城市发达，会员制俱乐部作为富人的休闲娱乐场所十分普遍，但在中国的大城市，丰富多彩的休闲娱乐设施抢走了俱乐部的客源。

另外，会员制俱乐部是一种贵族生活方式，中国的富人多数还没有养成贵族式的生活方式，他们对会所的要求还停留在对一个娱乐场所的要求。

除此之外，俱乐部的商务咨询、互动交流等传统功能在中国不被重视，在国际上已是成熟行业的会员制俱乐部在中国还是新生事物。

不过，照搬国外经验显然是笨拙的，而且已经被许多会员制俱乐部经营状况的惨淡所证实，中国的会员制俱乐部需要补课。

但是也并非所有的会员制俱乐部都处于亏损的边缘，也有少数成熟的会员制俱乐部找到了适合自己生存和发展的定位。

在商业竞争激烈得近乎残酷的今天，缺乏特色便无法取得胜算。

会员制俱乐部必须不断地在服务内容上推陈出新，才能维系住会员的参与热情、避免客源流失，而策划水平的高低则是其中的关键。

规范化的策划过程实际上是在进行科学的市场预测、定位设计和可行性研究。

因此，杭州A度假庄园的俱乐部应该做好自己的定位，分析自己所面向的客源市场，并辅以多种营销手段才有可能盈利。

根据对该项目的设想和杭州及周边地区的市场分析、利弊分析，总体来看，整个项目是利大于弊。

关键是如何将其设计为独特、具有竞争力的产品。

为此我们建议：度假酒店项目应该利用整体项目的其他产品优势，定位成度假酒店+会议设施+休闲健身会员制乡村俱乐部，并且做到有别于传统的度假酒店，充分体现现代性、智能型、生态型的特点。但具有这样特性的多元化产品，在度假酒店行业几乎没有，下面就多元结合对于项目的开发和日后经营管理的效果做进一步的论证。

<<新建改建酒店成功策划案例>>

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>