

<<中国经济型酒店成功之道>>

图书基本信息

书名：<<中国经济型酒店成功之道>>

13位ISBN编号：9787313051776

10位ISBN编号：7313051778

出版时间：2008-9

出版时间：上海交通大学出版社

作者：李志平

页数：206

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>

<<中国经济型酒店成功之道>>

内容概要

1997年中国第一家经济型酒店——锦江之星上海锦江乐园店在上海诞生后，中国经济型酒店已经走完了10年的历程。

10年来中国经济型酒店以高出租率、高投资回报率、高成长率，取得了令世人瞩目的骄人业绩，让外国品牌望尘莫及，所有这一切，吸引了无数投资者，希望前来分享。

那么，中国经济型酒店的现状如何？

拐点出现了吗？

如家为什么会出现亏损？

现在投资还来得及吗？

有成功的经验可以复制吗？

人才从哪里来？

打造一个新品牌需要多少年？

做大了以后如何保持品牌和服务的一致性？

成功的关键因素是什么？

顾客期望的产品和服务是什么？

中国经济型酒店的未来发展趋势是什么？

中国经济型酒店连锁，能否突破外国酒店品牌的包围，通过10~20年的努力。

跻身于世界酒店品牌之林，进而实现季琦等中国企业家的伟大梦想：“成为世界住宿业领先品牌集团”？

本书叙述的就是中国经济型酒店的成功之道。

<<中国经济型酒店成功之道>>

作者简介

李志平，1999年加入锦江之星，曾任锦江之星苏州乐园店店长、锦江之星江苏地区总经理、锦江之星西南地区总经理兼锦江之星西北地区总经理。
2004年加入如家，任如家总裁助理兼华东区总经理。
2007年3月加入汉庭酒店，任副总裁兼汉庭管理学院院长。

<<中国经济型酒店成功之道>>

书籍目录

第一章 中国经济型酒店发展的时代背景第一节 中国经济的超高速发展第二节 世界旅游业和蓬勃发展的中国旅游业第三节 空前兴盛的商务旅游第四节 中国的交通业第二章 中国酒店业的品牌梦第一节 世界各大品牌酒店入驻中国第二节 中国酒店业高、中端品牌处于危情中第三节 中国经济型酒店连锁--中国酒店品牌战略唯一的出路和希望第三章 世界经济型酒店纵横谈第一节 世界经济型酒店的起源第二节 经济型酒店定义第三节 经济型酒店的国际市场份额第四节 世界著名酒店集团和经济型酒店第四章 中国经济型酒店现状第一节 中国经济型酒店十强第二节 中国经济型酒店市场的现状第三节 中国经济型酒店两巨头的发展史第五章 世界酒店业和中国经济型酒店业的分品牌战略第一节 世界酒店业的分品牌战略第二节 中国经济型酒店业分品牌(品牌组合)战略第三节 中国经济型酒店品牌战略三个阶段第六章 酒店业的品牌连锁和特许经营第一节 特许经营简介第二节 世界各国酒店业中的品牌连锁酒店比例第三节 世界主要特许经营集团和特许品牌酒店介绍第四节 中国的特许经营迎来政策的春天第七章 值得投资的中国经济型酒店第一节 欧美和中国经济型酒店发展历程第二节 经济或GDP决定论及未来中国经济走势第三节 前景看好的中国旅游业和经济型酒店的发展空间第四节 未来的新客户群一 中产阶级大量涌现和蓬勃兴起的中小企业第五节 二、三星级酒店的升星为经济型酒店腾出市场空间第六节 在中国酒店业投资依然有很高的价值第七节 任何投资都是有风险的第八节 中国经济型酒店告别第一桶金的时代第九节 美国的昨天和今天及中国的明天第八章 经济型酒店的投资分析第一节 经济型酒店的选址第二节 经济型酒店的物业选择第三节 经济型酒店设不设餐厅第四节 经济型酒店的体量第五节 经济型酒店设计第六节 经济型酒店投资回报率分析第九章 经济型酒店的人才招聘、选拔和培养第一节 经济型酒店发展的关键~人才第二节 人才的来源--第三节 如何来识别人才第四节 经济型酒店的人才培养附 中国占代招聘六法第十章 经济型酒店高层、中层和基层管理者第一节 经济型酒店的总裁第二节 地域(城市)总经理岗位职责第三节 经济型酒店店长第四节 经济型酒店中的主管角色第十一章 中国酒店业未来发展趋势第一节 中国经济型酒店未来发展之路第二节 兼并收购是中国经济型酒店发展壮大必由之路第三节 外国品牌为何还未大举进入中国经济型酒店第四节 关注未来经济型酒店发展的新动向第五节 未来中国经济型酒店谁主沉浮附录1 2007年度中国经济型酒店调查报告附录2 中国经济型酒店大事记附录3 雅高酒店品牌组合附录4 2007年酒店业总裁薪资调查附录5 经济型酒店店长会议模板后记主要参考文献

<<中国经济型酒店成功之道>>

章节摘录

中国经济型酒店发展的时代背景 一切事物都是围绕着一个枢纽在旋转，这个枢纽就是闲暇。

——亚里士多德 第一节 中国经济的超高速发展 中国改革开放近30年来，中国在上世界上迅速崛起，中国人民正在富裕起来。

据世行《世界发展指标》数据显示，2001年中国的经济总量已经上升到世界第六位，许多外国评论家说，按实际购买能力计算，中国已经跃升为仅次于美国的第二大经济强国。

美国媒体称，中国的崛起，将取代其在全球的主导地位。

“九五”期间，中国的国民收入水平有了很大提高。

2000年，中国的国内生产总值第一次超过了10000亿美元（89000亿元人民币），人均收入已经超过了800美元。

从国际经验来看，人均收入达到800~1000美元的时候，是旅游产业迅速起步的时期。

国民可自由支配收入的增加带来了旅游需求的增加，因此旅游市场具有了很大的潜力。

中国人世谈判的时候一个最大的争议就是我们坚持以发展中国家的身份加入世界贸易组织，而美国、欧洲都认为中国已经不是一个发展中国家而是一个工业化国家了。

按照购买力计算，他们算出中国人均国内生产总值是2000~2500美元，比我们计算的要高出三倍。

不管怎么计算，现在我国已经进入到国内旅游大发展的时期。

2004年12月瑞士信贷第一波士顿全球股本策略研究团队发布了一份针对中国消费者消费能力增长的研究报告。

报告指出，到2014年，中国消费市场很可能取代美国成为推动全球经济增长的主要动力。

2004年，中国的消费总值折合为美元，分别占全美及全球消费总值的9%及3%，预计10年后，将分别增长至37%及11%。

瑞士信贷第一波士顿预计，2004年中国家庭消费总值达7040亿美元，到2014年很可能上升至37260亿美元。

这意味着到2014年，年收入10000美元以上的中国城市家庭将达到1.51亿户，而截至2003年底，这一数值是400万户。

瑞士信贷第一波士顿中国研究部董事总经理及全球协调人Jonathan Gamer表示：“未来10年，消费与国内生产总值比率的增长及稳步上升的外币兑换率，将为中国消费美元总值带来18%的复合年增长。

”
.....

<<中国经济型酒店成功之道>>

编辑推荐

谨以此书献给有志于中国酒店业世界级品牌和世界级集团的人士！

《中国经济型酒店成功之道》所讲述的经营之道，不仅对今天中国的酒店业有用，而且对当今所有服务性行业都是很实用的。

亲历锦江之星、如家、汉庭成功之路的李志平，希望能将其中的成功之道与更多致力于中国经济型酒店可持续发展的人们分享，为打造“中国服务”添砖加瓦。

为打造“中国酒店业世界级品牌”添砖加瓦。

李志平亲历了锦江之星、如家、汉庭的成功之路。

今天他把这些经验总结出来，还公布于众。

《中国经济型酒店成功之道》为一切有志于打造中国酒店品牌的企业提供了范例。

国务院津贴专家，原上海旅游高等专科学校校长 教授刘住 泛读《中国经济型酒店成功之道》一书，深感把握行业趋势能力之重要；再细研本书，发现经济型酒店的成功在于：一是发现了客户需求；二是改变了服务精神；最终是抓住了机遇，获益匪浅，不仅对从事经济型酒店业的人士，而且对所有从事酒店业的人士，都有相当的参考价值。

值得一读！

中国经济型酒店网住店网CEO 胡升阳 老李的书，给众多有限服务酒店的业主和经理人们，带来更多睿智和冷静的思考，而这种思考在这个时期尤为重要。

我曾经笑着对他说：假如酒店的业主和经理们能够早点知晓你书中的成功之道，也许他们会获得更多的利润，避免很多风险！

汉庭酒店集团常务副总裁 王海军 我恨死李志平这家伙了，他怎么把所有的秘方都公布了，竞争对手知道了怎么办？

汉庭酒店集团北方城区总经理 曹娟

<<中国经济型酒店成功之道>>

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>