

## 摘要

酒店行业的发展离不开商务的发展和旅游业的推动，因此可以将酒店与商务、旅游结合分析。旅游度假和商务出行是酒店行业的两大客源市场。一场突如其来的改变了各行各业的轨迹，再受到本次影响，中国酒店行业面临巨大危机。随着人们享受信息消费比例的增加，度假酒店将越来越成为消费者休闲娱乐的需求。完善和发展度假酒店，有利于满足消费需求。然而度假酒店不同于商务酒店的是季节性，我们在经营过程中会面临很多问题。这是一个新的行业，需要我从现状分析入手，找出存在的问题，比较中外度假酒店，寻找创新点，促进度假酒店管理的完善和发展。

本文以此为研究，分析国内度假型酒店行业在的影响下的现状和针对此问题国内度假型酒店行业的未来发展战略分析. 本文将从两个方面进行剖析. 1，国内度假型酒店行业的现状，从现状里面了解我国度假型酒店行业的处境。2，根据现目前的现状分析我国酒店行业的发展战略。现阶段国内控制较好，随着旅游业的迅速崛起无疑是酒店业发展的重要助力点。

**【关键词】**：酒店，，旅游业，经济，度假

## 绪论

### 1.1 研究背景

在全国经济快速发展下，国内旅游业就是其中发展较快的一项，这就使酒店业有了强劲的需求，中国自改革开放以来就持续的保持经济的高速增长，随着国民经济的疾速发展，中国的旅游业也在高速展开. 各种类型的酒店随之而出，特别是像度假型酒店这类依靠景点发展的酒店正在欣欣向荣的发展着。但随着 2019 年一场给各行各业都按下了暂停键，是一场全人类都必须共同面对的，尤其是对度假型酒店带去了不可忽视的影响，随着的加重，人们对旅游都避之不及，像度假型酒店这类大部分依靠景点而生存的酒店这无疑是一场重大的考验[1]。

### 1.2 研究意义和目的

本文的分析研究，从国内度假型酒店的发展情况和现状分析以及带给酒店的影响，明确的指出了度假型酒店淡旺季明显和缺乏特色经营还有酒店人力资源缺乏和服务人员水平问题都起到了重大意义。

本文的目的是首先要分析了解度假型酒店出现的问题，其次要解决度假型酒店依靠景点的单一经营模式和缺乏特色经营的发展，开创多样化经营的度假型酒店，提高度假型酒店的品牌效应，在面对时，酒店应怎样面对这一突发状况提出建议。

### 1.3 研究内容和方法

本文的研讨内容是了解度假酒店的定义和特点，分析研究度假酒店的现状，通过对酒店开发经营单一、经营缺乏特色、后人力资源和专业服务人员匮乏。除引言和结论外，本文的研究内容分为四个部分：第一部分从国内度假型酒店的概念及特征开始了解度假新酒店的定义和特征。第二部分了解国内度假型酒店的现状，并且对现状进行分析，第三部分针对国内度假型酒店出现的问题进行分析并罗列出所出现的问题，主要是从的爆发对度假型酒店的影响，和度假型酒店淡旺季的明显经营问题，到品牌的影响力建立特色的号召力，再到度假型酒店人力资源的缺乏和服务人员的专业性上分析。第四部分针对第三部分的问题分析提出修改意见和对策。

本文的主要研究方法是采用文献研究法、定性分析法、调查法、观察法等。综合运用文献法主要是收集酒店培训相关信息，然后对数据进行综合分析，采用归纳演绎的定性分析方法，分析和合成和抽象和总结方法，度假酒店的现状和未来的发展趋势是由思维，处理，实现事物的本质通过消除粗和选择精华，消除虚假和留住真实的，并通过从一个到另一个，从外面到里面。调查分析法对大量的度假酒店问题数据进行分析、比较、归纳和总结，得出一般性的建议。观察法通过对度假酒店的观察获得有效的信息，更直观地为度假酒店的发展提出解决问题的对策。

## 2 度假型酒店的概念及特征

### 2.1 度假型酒店的定义

度假酒店是为休闲度假游客提供住宿、餐饮、娱乐与游乐等多种服务功能的酒店。与普通城市酒店是有差别，度假酒店不像城市酒店多位于城市核心地位，大多建在滨海、山野、林地、峡谷、农村、湖泊、温泉等天然风景区周围，并且且散布很广，辐射范畴遍布全国各地，向旅游者们表达着不同地区、不同民族多姿多彩的地域文明、历史文化等[2]。

假期是指一段用来逃避、追求幸福、发现自我和探索一些知识和技能的时间，集中于人们不同的生活方式，到一切都是关于人们现在居住状态的地方，强调假期让人们精神和身心愉悦的作用和效果在这种资源开发意识，风景区成为假日的原因，在景区旅游活动的主要内容，和酒店只能作为支持，解决了旅游者在旅行中的住宿需求的辅助设施。

### 2.2 度假型酒店的特征

度假酒店具备多种多样的性能，模式相对复杂多样，与常见的观光场合有相当不同的区别。

#### (1) 地理位置或围绕或远离城市

住在城市周围的人们在遇到周末或节假日时都想到一个让人舒适的环境下区享受生活，在著名的山川或乡村中感受大自然带来的感受。

## (2) 完善且独立的生活配套设施

度假型酒店一般位于风景优美的地区，相对来说比其他酒店在地域上就更加的宽阔 所以就有更多的地方建设酒店需要的配套设施，也会根据不同的地区和风景来修建，在更打程度上满足来度假酒店的客人的不同需求和风格，而度假酒店的氛围比普通的居住理念更温馨、完满、周到。

## (3) 综合性的休憩、娱乐服务设施

不同类型的度假酒店都是有差异的在休息和娱乐服务设施上。例如，为了满足各个年龄层次、所需个性、职业差异、爱好差异的游客的需求，进一步游乐品质和设备利用率，现代城市度假酒店应展现出现代化和综合性的特点。

## (4) 多元文化的综合体

度假酒店每年都需要接待来自不同地方的游客并且还需要根据不同的季节和不同的人群区制定各种风格。联合度假酒店在本地的文化定位和与度假酒店主题相契合的特征设计，使度假酒店成为一个多元文化综合体[3]。

# 3 国内度假型酒店的现状及问题分析

## 3.1 国内度假型酒店概况

度假型酒店分为两种类型，一种是观光度假酒店，它注重独特的地理位置并且大多具有独树一帜的旅游资源的地区比如说海滨、草原、海岛、森林、雪山等具有特定的旅游资源，可以带给游客各种旅游活动和游泳等健身等休闲。这种酒店更注重隐秘、健康、舒服，在饮食上最好是有地方特色的菜品。它不需要很豪华，因为人们只是去那里的景点参观，关注景点。另一种是休闲度假酒店，不需要好的旅游资源，但必须是安静、舒适、绿色的自然环境。这些酒店的客人来这里释放压力，远离城市的嘈杂[4]。

## 3.2 国内度假型酒店的发展现状

在 2019 年年底我国的暴发给了我们一个措手不及，让多个行业陷入了停滞不前，尤其酒店业受到强烈的冲击. 加之在以后一段时期内还会对酒店消费需求方产生必定的影响，故后酒店行业的恢复比较缓慢。但也会对酒店市场进行一定程度的更新换代，不同区域、不同城市、不同档次、不同品牌的酒店都会不同程度的受到影响。因受的打击，旅游业的停止发展也给度假型酒店的发展带来了深思，度假型酒店客源比较单一，如一旦失去旅游业的支撑它将很难存活，但是这一突发情况并没有打败一个行业，反而是然这个行业再这次中反省自己并找到解决的办法。

三亚是一个众所周知的以旅游著名的城市，其以往的机场流量几乎相当于桂林、丽江、西双版纳这三个全国性旅游目的地之和。在疫后复苏中，度假需求的恢复和驱动，很可能远大于商务需求，特别是在本次对各方面影响的复杂性和特殊性影响下，国门很长一段时间都处于封闭状态，很多度假地点都会留在国内，这就会使国内的消费和旅游呈一段时期的增长，旅游已经成为了一种大众的休闲方式，随之而来的旅游消费也将腾起，所以危机并不能代表一切，反而是谁看中机遇谁就能看见新的曙光[5]。

### 3.3 国内度假型酒店的问题分析

#### (1) 度假型酒店淡旺季明显

所有的酒店都有淡季和旺季，其中更是在众所周知的景点附近或天然形成的旅游区域的度假酒店。在旺季，房间都被订满了，因为很多人外出旅行，所以房间不够多。在淡季，就有很多没有订出去的房间，这样的情况还会出现亏损的情况。特别的影响，旅游业与商务的停滞，让很多人不再关注度度假酒店，导致 2019 年底至 2020 年上半年度度假酒店发展停滞。

海南三亚素有“东方夏威夷”之称，吸引了世界各地的游客。2020 年重创三亚旅游业，国内游客取消旅游计划，国际游客无法出国旅游，三亚接待过夜游客人数锐减，旅游总收入也有所下降。

2020 年三亚市全市一共有接待过夜游客人数 1714.40 万人次，比上年下降 25.3%。其中，过夜国内游客 1699 万人次，下降 22.9%；过夜入境游客 15.41 万人次，下降 83.0%。

2020 年三亚全年旅游总收入 424.74 亿元，比上年下降 26.9%，其中国内旅游收入 417.73 亿元，下降 20.5%；旅游外汇收入 10158 万美元[6]。

#### (2) 国内度假型酒店缺乏特色经营

人们对度假的需求逐渐提高，更多的度假酒店经营者和管理者认识到具有中国特色的度假酒店的重要性。就现在来看度假酒店市场还不是完全意义上的度假酒店，房屋设计与商务酒店没有什么差别，高楼耸立，标准房间，狭窄空间，客人居住上没能体会到“家”的感觉。度假型酒店与一般酒店在经营管理方面有很大区别，因此不能完全搬照酒店的管理模式来管理度假村。但是现目前，相当一部分度假村的投资者、经营者没有认识到这些差别，依然按照酒店的模式去建设与经营管理，度假型酒店在地理位置、建筑设计与装潢、服务设施等方面与酒店存在明显的差别。

有些度假型酒店在建筑风格与硬件设施上与一般的酒店相似，把度假村装饰得富丽堂皇、商业气息严重，在设施上不以康体、健身、休闲、娱乐等度假主体设施为主，以致于度假村的建筑风格与周边的环

境不尽相同,其商业性十分强烈的设计使度假的客人产生一种没有脱离城市生活的感受,无法感受到度假的乐趣。

### (3) 度假酒店人力资源缺乏

酒店行业需要的就是一个服务的感受,服务行业,在人们的潜意识里面是一个低地位的工作,在服务行业里面一直秉承的原则是“顾客是上帝”。酒店员工在工作时感受不到社会地位,久而久之就会在心里面对这个工作产生抵制心里。在受到客人的投诉和不尊重,酒店也没有对员工进行心理辅导,这就很容易导致员工对工作上没有受到尊重而选择辞职,这也是酒店员工流动率高的主要原因

淘汰率高是作为一个酒店行业不能不提的问题,在招聘上对员工的年龄也是有要求的,但是年轻员工出身社会的时间不长,对自己的定位不明确,遇到在酒店的工作上与自己的梦想不匹配时,就会在心理上产生差距想辞职。

年轻人基本没有家庭负担,责任感少,对酒店依赖性差。员工对酒店没有归属感,也不把酒店当成自己的第二个“家”。酒店在企业文化上也没能更好的体现出来,同时在鼓励员工遵循酒店的共同信念和行为准则上也没有执行,这就导致酒店在员工上没有形成强大的凝聚力和协同效应[7]。

### (4) 度假酒店服务水平问题

我国很多酒店员工在“微笑服务”上是很欠缺的,缺乏基本的礼貌礼仪,以及外语水平不高,虽然近年来情况在不断提高,但对于顾客来说这些还是远远不够的。

在一些酒店的部门经理关注的都是自己部门的业绩,而没有去考虑全局,由此就会给竞争对手一个有机可乘的机会。主管和一线员工在各自经理领导下进行着内部斗争,把问题都推给其他部门。服务质量管理能力差,在质量管理意识手段和技术上我国的酒店管理者还是需要很大的提高。具体表现为:在完善和服务管理制度上的缺乏,并且执行力也不足,制定的制度多年来一成不变,在现在日新月异的社会下是不够的。服务质量的“硬件”和“软件”不相匹配的问题上在我国的酒店就更为突出,我们更加注重的是硬件设施,而去忽略了人才的重要性。

一方面是对服务质量的重要性认知不足,酒店管理者更加注重的是酒店的效益,而对服务质量忽视。管理者对服务质量管理的忽视,这就会给酒店带来直接性的打击。另一方面,对服务质量管理只在形式。在服务质量上没有做出一个清晰的规划在计划措施时没有进行一个全过程全方位和全员的管理。长时间的积累服务质量意识就会慢慢的淡化,问题随之出现,服务质量管理流于表面[8]。

## 2. 酒 店 员 工 整 体 素 质 不 高

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/407123166124010036>