

# 分析单体酒店旅游产业发展战略

景致

(荆州职业技术学院,湖北 荆州 434000)

**摘要:**近年来,国民经济的持续增长使得居民的生活水平也得到了提升,有效推动了旅游行业的经济增长。而酒店作为处理人民群众食宿的关键场所,酒店的服务在整个旅游系统中是不可分割的一部分,因此伴随旅游经济的繁荣昌盛,获得了极大的发展空间。文章在介绍单体酒店概要的基础上,对目前单体酒店旅游行业的发展战略实施了相应的研究,以供后续参考。

**关键词:**单体酒店;旅游产业;发展战略

**【DOI】**10.12231/j.issn.1000-8772.2020.29.139

## 1 引言

据有关统计,我国住宿行业中包括了酒店、民宿、客栈等各类别的总共具有上百万家,在此其中,规模较大的连锁酒店大约占据了总数的10%,其余的90%则为单体酒店。现代社会下,单体酒店的进程在一定程度上对酒店行业的进程产生极大影响,需要从业人员引起高度重视。

## 2 单体酒店的概要和功能

单体酒店属于相对性的概念,其与连锁酒店的经营模式相比较的区别在于,它是代表了企业、个体单独拥有和经营的单一酒店业务。一般而言,单体酒店拥有极强的营销自主权,并且不属于其他的酒店集团,也不以任何形式参加到联盟中。而单体酒店的根本特征就是规模较小、分布广、数量多,拥有较强的市场营销性,是酒店行业市场竞争中极为关键的组成部分,在加强市场经济活力层面上展现了十分重要的作用。通过长时间实践研究可以看出,中小型单独酒店更容易展现市场调控的功能,展现适者生存的规律,以此来完成资源配置的优化,它和连锁酒店一起,为旅游经济的繁荣昌盛奠定了基础动力,有效推动了酒店行业的整体结构调整和升级。与此同时,因为单体酒店的数量较多,为社会供应了许多产品服务,所以在细分市场上同样发挥了不可或缺的作用。总的来说,单体酒店的独立、分散运营,为用户供应更为自由的选择范围,使得旅游服务基础在一定程度上得到了扩展,并且单体酒店的市场经济驱动价值是不容置疑的。

## 3 单体酒店旅游产业的实际发展战略

(1)联盟方面。在行业一体化的背景下,传统的单体酒店经验模式已经无法满足时代需求。企业规模小、资金少等特征不利于企业在激烈的市场竞争环境中发展下去,酒店的持续性进程更难以保证。单体酒店想要获得良好发展,就必须掌握市场竞争的核心,评估形势、顺应潮流,在以前的运营模式上寻找突破和创新,积极投入和行业间的合作以及产业联盟,经过各种途径来提升自己的资本积累,在确保自主经验的条件下,完成强强联盟,以次来适应不断变化的市场需求环境。在跨行业合作的时候,单体酒店应该积极展现自己的资源有优点,精确掌握它在旅游市场中的功能,对合作的制度与模式进行发展与创新,建立优质的旅游服务,精确掌握客户群体,达到互利互惠的局面。并且在行业中实现联盟,不但能够确保单体酒店具有自身的经营、管理方面的自主权,还能够良好处理它在资源、能力和连锁酒店无法对抗的情况,是目前提升酒店市场竞争能力的关键渠道。

(2)人才方面。在目前知识经济的背景下,社会经济发展要素中,人才是关键的部分,它同样还是企业开展市场竞争的核心资本。所以,在单体旅游酒店发展过程中,落实人才战略是极为重要的一项内容。在实际工作中,单体酒店有必要建立科学的人才发展理念,明确多元化的人力资源管理方式,强化各级人才队伍建设,主要包含了管理、技术、营销等各方面人才。另外,单体酒店有必要最大化展现自己的优点,使用已有的资源,为吸收更多优秀人才提供环境。制定具有灵活性的薪酬机制,对绩效考核标准进行量化,根据员工

具体表现,对其进行物质与精神的奖励,肯定员工的有效实践行为,鼓励员工积极改进与创新。在单体酒店的人才发展战略联盟基础上,单体酒店的发展经验可以完全集合,可以进行常规工业培训活动,对员工的服务思想及时更新,丰富自身的专业知识储存,提升综合服务能力,进而建立一个独立的酒店行业的优秀形象。

(3)技术方面。从某种意义上讲,制约单体酒店进程的主要因素即用户来源,也就是基础的知名度。和连锁酒店相比较,单体酒店提供服务的目标主体较窄,基于多元化的竞争背景,信息资源十分缺乏,很难形成十分强大的市场影响力。但是伴随网络技术的持续发展,为酒店行业供应了公平竞争的机会,对酒店的消费潮流进行了引导。为此,单体酒店旅游产业的发展进程,应该积极展现网络的影响作用,最大化的展现已有的服务模式与质量,加强宣传推广的工作,提升品质知名度,和连锁酒店形成良好的竞争关系,最大程度吸纳更多的游客资源,在这一过程中,通过政府机构的支撑与指导,单体酒店能够和旅游网站创建长时间稳定合作的联系,通过使用图片、视频等方法,体现基础设施与文化魅力,全面整合区域中的资源,为用户供应跟多的选择条件与更为良好的服务产品,提高游客旅游的愉悦感受,以此来拓展网络传播的效果,打造高品质的旅游服务产品。

(4)品牌方面。随着市场竞争环境的不断加剧,品牌的帮助用户区分单体酒店产品和服务的重要标准,对单体酒店旅游行业的战略发挥十分重要。单体酒店旅游行业的品牌创建是一项极为系统的执行工程,不仅需求确定的目标定位,并且还要拥有完整的保障基础。结合分布在中国各个地区的单体酒店特征,它的品牌应该拥有民俗韵味,展现地域的差异,并和自己的精神文化温和,才能维持长时间鲜活的生命力。在这一过程中,单体酒店应该明确价值的市场,认识用户在精神素质方面的追求,并利用当地的旅游形象,将特色产品服务当作依靠,不断提高单体酒店的知名度,和连锁酒店形成多样化的竞争关系。只有把自己和旅游建设进行有效融合,才能最大程度的体现特色品牌的影响效果,也才能让独立酒店旅游行业发展有更多的活力。

## 4 结束语

综上所述,构建单体酒店旅游产业发展的战略层次机制具有十分重要的意义。因为个人能力的局限性与单体酒店旅游业发展环节的复杂性,本文的研究可能具有一定的缺陷。所以,笔者认为我们应该积极关注单体酒店旅游产业的进程,合理分析单体酒店的发展优点和缺点,并根据目前实际情况,提出具有针对性的执行策略,提升单体酒店在酒店行业中的市场竞争能力,并对中国旅游业的构成不断丰富,为人民供应更为方便、舒适的旅游场所。

## 参考文献

- [1]林胜.保利物业酒店管理公司酒店业务发展战略分析[D].2012.
- [2]李谷兰,王金凤.大数据时代单体酒店发展策略研究[J].旅游纵览(下半月),2018,277(08):85.