

关于旅游业发展对城市酒店经济效益的影响的研究

李东

(河南省黄河迎宾馆 河南郑州 450000)

摘要：从上世纪的 80 年代左右，我国旅游业开始逐步得到发展，相比世界上的其他发达国家，我国的旅游业起步较晚。旅游业发展主要包括旅游市场、旅游资产及旅游机构。本文主要研究旅游业发展跟城市酒店经济效益方面之间的关系，并探讨城市酒店经济效益提升的相关对策。

关键词：旅游业；城市酒店；经济效益

因为文化、社会及历史的传承、熏陶及发展，人们针对在出行过程中的投宿地，依据其具体的用途类型，将其称为客栈或者驿馆^①。直至 19 世纪的中叶左右，“酒店”及“饭店”等相关词汇才逐渐进入到人们的生活及视线当中。旅游业当中的一个重要组成部分就是城市酒店，其是人们前往目的地进行旅游过程中获得舒适体验的一项重要“感官”载体^②。城市酒店可以积极的增加旅游目的地在旅游者心中的美好形象及良好评价，所以，有关城市酒店的相关问题逐渐成为人们的一项重视内容及关注重点。近年来，随着社会地区经济的持续发展，人们针对物质方面的要求及需求也随之持续提升，在思想方面也得到了空前提升及解放，最主要的一项表现就是逐渐从对物质方面的追求转变为对精神方面的追求。尤其是目前随着人们消费潮流的改变，不仅仅满足于观光旅游，对旅游过程中的其他体验也产生了更高的需求，这一现象对城市酒店的生存发展及经济效益增长奠定了充分的基础条件。

一、持续发展的旅游业影响城市酒店经济效益主要表现

第一，实现城市旅游业发展与酒店经济效益良性互动

观察不断转化的旅游需求层次可知，导致旅游需求未能转化成旅游行为的部分影响原因为没得到充分的、在旅游供给方面的保证。增加旅游供给的同时也会增加旅游产品。当旅游供给发生增量时，其首先的表现就是被资本物化的相关旅游产品增加其生产能力水平^[3]。所以，针对旅游供给发生增量时，其有效性主要包括以下几个方面：（1）开发旅游吸引物。旅游产业在进行发展的时候，一定要存在跟旅游需求相适应的部分旅游产品，而旅游吸引物就是旅游产品的主要核心依托。为了充分的确保旅游供给在增量方面的有效性，势必要对旅游吸引物进行开发。（2）旅游企业在进入方面的问题。要想使得旅游企业新进入时获得更高效率，只有确保

现存企业以高效率的状态存在。虽然在企业进入策略当中需要解决选择方面的相应问题：①选择进入时机、选择进入规模。将饭店作为例子，分析其投入产出的状况可知，相比其他类型的饭店，大型的高星级饭店，其在盈利状况方面要显著更加理想。但并不是说所有的新进入饭店都需要将大型的高星级饭店当作最优的选择。反而目前进入中的部分“求大”及“追星”现象等，可以从某一程度上反映出投资者的非理性及不成熟性。主要因为这部分投资者未能透过现象看到事物的本质，未能通过实证及结构分析的眼光来分析并看待问题，未能重视在其中强势管理力量所发挥的作用。②选择进入市场。是否能够合理的进行选择进入市场，从大方面来说，这一选择结果会对市场的整体竞争情况产生影响，进而对城市酒店业的整体素质及经济效益产生影响；而从小方面来说，这一选择结果会对进入企业的整体成长环境、能力及潜能等产生影响。

第二，构建区域旅游之间的互相合作机制，促使开发城市区域旅游

目前我国在区域旅游合作的建设当中已经进行了部分的实践，同时获得了部分经验，但是依旧存在部分不足，特别是在具体措施及概念方面，仍旧需要更进一步的进行持续完善。首先，在城市区域旅游的互相合作过程当中，需要充分的重视并发挥在这一过程中政府所起到的主导作用。其次，发展城市区域旅游互相及对当地社会经济发展进行协调^④。因为在发展旅游业时存在着十分庞大的一个互相联系性，发展城市区域旅游对城市社会的经济发展及持续进步都具有不可获取的重要作用。而对城市区域旅游协作这一主观愿望实现的主要内容就是成功转换城市区域旅游产业的相关优势。经由互相协作来使得在某一区域当中的全部主要存在利益关系的旅游业得到发展及提高，从而使得该地区的综合

性竞争实力得到有效提高。再次,对自身区域旅游的可持续发展关系进行处理。城市区域旅游之间互相合作的主要目的是使得各方区域可以实现生态、社会及经济效益的最大化,但需要注意的是,城市区域旅游之间的合作时不能将自身的生态环境及优势作为代价。

第三,促使管理持续往信息化方向发展

信息技术主要是通过互联网及现代信息技术平台,实现行业当中的信息互相交流。而在城市酒店的管理网络当中,能够对各种资源及信息进行分享;通过这部分信息,可以对有限的资源进行整合,并无限进行扩张,从而使得酒店提高自身的服务水平及质量。而针对城市酒店方面来说,能否有效的建立且完善一个营销网络,是对其推销能力进行考察的一项关键指标。通过互联网平台实施的相关酒店营销方式当中,具有十分重要地位及作用的营销方式之一就是酒店营销。当前城市酒店的客户通常的较为年轻的群体,其对互联网平台十分熟悉且依赖,拥有较高的认识。网络上的酒店营销可以为线下客户提供实时反馈及高效沟通的平台及资源,从而最大化的使客户获得满意。

2.促使城市酒店经济效益增长的相关对策

第一,推进细分市场,促使城市酒店呈现差异化的发展

随着人们不断提高的生活水平及消费水平,旅游开始逐渐的深入到人们的整个生活领域当中,成为生活中重要的一个组成部分。不同的旅游者其在行为及个体方面均存在一定的差异,所以造就了旅游需求的不同层次,因此而带来的就是对城市酒店的多元化需求。

推进细分城市酒店及旅游市场,既能够有效的满足不同层次旅游者在不同层面的实际需求,同时还可以使得城市酒店同质化的问题得到有效解决。因此,需要细分旅游市场、重新定位城市酒店的经营方向,从而实现市场的细分。各城市酒店需要与自身的实际情况相结合,开发设计具有针对性的服务及产品,使得不同层次的旅游需求得以被满足,同时开发不同类型、不同等级、独具特色的多元化城市酒店,实现市场的细分及差异化。

第二,创新城市酒店的管理

城市酒店发展及提升经济效益的一项重要举措就是创新,同时也是确保城市酒店能够获得充分竞争优势的一个重要基础。主要包括两个方面的创新:酒店经营创新及人才管理创新。积极的借鉴相关国内外城市酒店的成功经营案例,同时与自身情况相结合,因地制宜的探索适合自身发展的模式。不仅是确保城市酒店发展壮大、取得更高经济效益、获取区域竞争优势的基础,同时还能够避免浪费资源,实现合理配置资源,取得规模效益。

综上所述,因为旅游业在我国的持续发展,在近年来,城市酒店的经济效益也得到十分显著的提高。且近几年随着我国开展的相关世界级活动,对提高城市酒店的经济效益提供了良好的机遇。就目前来说,城市酒店之间的竞争处于白热化状态,已经不仅仅是价格方面的竞争,更多的是城市酒店质量方面的竞争。因此,城市酒店如果想要在当地的同行业当中拥有独立专属市场,一定要从各个方面来提升自身的质量水平,质量能够保障一切;然后再通过引进及培养人才来使得竞争力水平得到更进一步的提高。相信地方城市酒店通过上述的策略,一定能够在旅游业朝气蓬勃发展的今天获得良好的经济效益。

参考文献:

[1]卢东宁,郑将伟.基于VECM的旅游业发展对居民收入影响研究——以延安市为例[J].新疆农垦经济,2020, No.333(11):84-91.

[2]耿佳,董益超.国际连锁品牌酒店集团实现泛南海旅游经济圈城市间客源资源共享研究[J].全国商情·理论研究,2020,000(008):117-122.

[3]石培华,张毓利,徐楠,等.全域旅游示范区创建的经济效益评估研究——基于中国重点旅游城市的实证检验[J].贵州社会科学,2020, No.365(05):119-126.

[4]薛少英,薛少云.基于灰色关联度的旅游业发展与经济增长关系研究——以宁夏市为例[J].中国中小企业,2019, No.284(07):152-153.