贵州住宿餐饮业发展研究

黎菲 韩雅光

摘要：贵州的住宿餐饮业对贵州服务业的发展起到了重要的拉动作用。本文在描述贵州住宿餐饮业的现状后，分析得出贵州的住宿餐饮业与旅游产业高度相关，并且带动的销售额对社会消费品零售总额的贡献很大；分析了贵州住宿餐饮业存在的问题，最后提出对策建议。

关键词：贵州省，住宿餐饮，投入产出

餐饮文化是一个广泛的概念。它贯穿于人类的整个发展历程，渗透于当今企业经营和饮食活动的全过程，体现在各个方面、各个环节之中，主要有以下一些内容：菜品文化、小吃文化、庭席宴会文化、餐厅文化、服务文化、营销文化[1]。

一、贵州住宿餐饮业发展的现状

（一）贵州住宿餐饮业的发展现状

随着国家实施扩大内需的积极财政政策，群众消费需求逐渐升温，消费方式也逐渐向多元化发展。近几年来，贵州餐饮业发展迅速。

由表 1 可以看出，2006 年比 2005 年增长 16.27%，2007 年比 2006 年增长 40.98%，2008 年比 2007 年增长 29.29%。而第三产业总产值的环比增长速度 2006 年比 2005 年增长 15.9%，2007 年比 2006 年增长 26.34%，2008 年比 2007 年增长 20.01%。贵州的住宿餐饮业近几年的增长速度均超过了第三产业的增长速度，它在第三产业中的地位越来越显著，成为拉动第三产业总产值上升的主导力量。

贵州住宿餐饮业近几年发生的一个较大变化就是经营企业是多种经济成分并存。2006 年末，在星级住宿业和限额以上餐饮业法人企业中，共有内资企业法人单位 207 家，港澳台投资企业 5 家，外商投资企业 6 家，分别占法人企业数的 95%、2.3%和 2.8%。

（二）住宿餐饮业在贵州经济发展中的重要性

1、贵州住宿餐饮业与旅游产业发展关系密切

本文用贵州省 2000—2008 年的住宿餐饮业创造的生产总值作为应变量，将旅游业的收入作为自变量，用 EViews 软件将两者进行一元回归。检验结果表明，旅游收入每增加一元可使住宿餐饮业生产总值提高 0.116024 元。统计结果中的可决系数为 0.988835，说明所建模型整体上对样本数据拟合较好，即解释变量“旅游业收入”对被解释变量“住宿餐饮业的生产总值

”的绝大部分差异做出了解释。

2、住宿餐饮业带来的零售额对社会消费品零售总额的贡献率

贵州省住宿餐饮业带动的社会消费品零售额的增加对消费品零售总额的贡献，我们可以通过贡献率的指标来说明。贡献率(%)=某因素贡献量(增量或增长程度)/总贡献量(总增量或增长程度)×100%。选取2005-2008年的数据说明近几年贵州住宿餐饮业带来的零售额对社会消费品零售总额的贡献率(如表2所示)。

从表2可以看出,2006—2008年贵州住宿餐饮业带来的零售额对社会消费品零售总额的贡献率分别为18.85%、27.25%和22.85%,可见,住宿餐饮业对社会消费品零售总额的贡献率在逐步上升且有提升的空间。

3、住宿餐饮业在贵州产业发展中的主导作用

一个地区各产业感应度系数和影响力系数在不同发展阶段是不同的,从而表现出不同的关联度。只有影响力系数和感应度系数都较大的产业才能带动其他产业发展。从表中可以看出42部门中影响力系数大于1的有21个部门,感应度系数大于1的有14个部门,感应度系数和影响力系数都大于1的主导产业有8个,主要集中在第二产业。而影响力系数和感应度系数都小于1的有15个部门,大多属于第三产业部门,说明其向前向后的关联程度都较弱,贵州第三产业发展处于落后的状态。

2002年贵州住宿餐饮业的影响力系数为1.1454,感应度系数为1.0609。2007年分别为0.9373和1.0122,影响力系数相对于2002年有所下降。说明在2002-2007年间住宿餐饮业的发展不稳定,仍然还存在很多问题。

综上,贵州住宿餐饮业整体上发展较迅速,与贵州大力发展旅游业有关。住宿餐饮业受旅游业带动的快速发展又使得社会消费品零售额大幅提高,从而促进了贵州省经济的快速发展。

二、贵州住宿餐饮业存在的问题

(一) 旅游业所带动的住宿餐饮业的发展缓慢

1、贵州住宿业处于全国的低消费水平。贵州住宿条件相对较好的宾馆主要集中在贵阳、安顺、遵义、都匀,其余的地区只有一般的星级宾馆。贵州的两星级宾馆标准间都在120元左右,淡季价格会到70元以下,甚至更低,豪华四星级以上的宾馆标准间也就400元左右。总体来说,贵州各种档次的宾馆标准间价格都要比周围省份特别是东部沿海地区低很多,设备也相对简陋。另外,贵州旅游地区的住宿条件差,价格也相当低廉。除了众所周知的黄果树瀑布、草海、梵净山、大小七孔这些热门景点以外,在贵州旅游很多时候都是在穿山走寨,像镇远、兴义、赤水等旅游景点周围的家庭旅馆每人每天住宿费只要20-30元左右。

2、贵州对餐饮业卫生安全问题重视不够。贵州餐饮业发展不起来主要原因还是集中在卫

生安全方面。主要存在以下不足：一是资质不合格。餐饮企业无证经营现象普遍。二是原材料问题。很多小饭店进货渠道不正规。三是包装运输问题。一次性餐具或旧包装回收再利用等情况严重。四是经营地安全问题。许多小饭店炒菜做饭场地的安全情况令人担忧，易发生煤气爆炸事件。五是从业人员卫生意识问题。由于小规模餐饮业发展迅速，而监管部门的力量远远不够，导致出现管理真空。

（二）对社会消费品零售总额贡献率偏低，缺乏独特的餐饮文化

从以上分析可以看出，贵州住宿餐饮业的发展对社会消费品零售总额的贡献还不是很大，仍有提升的空间，其根本原因是贵州至今没有形成独特的餐饮文化，对本地特色菜挖掘不到位，包装不够。贵州的名小吃很多，但真正让大家熟悉、喜欢的、档次高的贵州菜却寥寥无几。贵州菜不能做到少而精，份量多而且价格低廉，很难高创收。八大菜系中的浙菜就是由于浙北自古文风鼎盛，富甲天下，文化产业发达，因而拥有独特的餐饮文化而发展起来的。可以看出，一个名菜系的发展一定要有特殊的餐饮文化作支撑。贵州只有形成特殊的餐饮文化才能将贵州菜推荐给全国人民，贵州菜才能发展成为一个独特的菜系。

（三）发展不稳定，服务营销环节存在问题

住宿餐饮业在品质同质化的时代，服务营销已经越来越成为商业组织创造竞争优势的最有效手段。贵州住宿和餐饮业在服务营销方面的主要问题是经营者和服务人员自身的服务理念不够，缺乏用长远眼光做大做强住宿和餐饮服务业。从一些宾馆和饭店的表面上看卫生问题就很严重，经营者和服务人员的服务态度不佳，并没有让客人感觉到自己是被服务的。笔者从一个消费者的角度来看，贵州住宿餐饮业在服务营销上还有很大的改进空间。

三、对策建议

（一）加强旅游景区餐饮业的卫生监督，改善景区住宿条件

目前，连锁住宿餐饮业发展态势良好，就是因为他们统一的管理和不断强化的服务理念。政府部门应加大招商的力度，多引进连锁的住宿餐饮集团前来景区投资；或者政府部门作为媒介，让更多的本地商家积极加盟连锁企业，引入更多品牌的连锁企业，让连锁企业（下转 37 页）（上接 31 页）集团之间形成竞争趋势。这样，既避免了单一的连锁企业服务的垄断，也让游客以合适的价格享受了星级待遇。

（二）采购生产环节绿色化

采购环节的绿色化，保证食品原料和住宿基本必备品的安全与环保，采购的货物必须来自于合法和安全的货源。生产环节的绿色化包括两方面含义：一是食品生产方法要确保食品的营养与卫生；二是生产过程要注意运用绿色技术组织生产。《中华人民共和国清洁生产促进法》第二十三条明确规定，餐饮、娱乐、宾馆等服务性企业，应当采用节能、节水和其他有利于环境保护的技术和设备，减少使用或者不使用浪费资源、污染环境的消费品。因此应实行清洁工艺生产，集中使用水、电、汽，降低能耗，做好污水、废气和垃圾的处理工作，做到达标排放

（三）加大对餐饮文化产业的投入和研究，发掘贵州独特的餐饮文化

形成菜系的主要因素有：不同的物产和风俗习惯、不同的气候差异形成的口味、不同烹饪方法。贵州要想在餐饮方面做出特色，就要结合这三点形成一套菜系。积极挖掘贵州菜背后的不同的故事。例如，有一个关于贵州菜“稻香排骨的故事”：由于贵州人喜欢吃腊味，每逢举子赴京赶考，必备辣排骨数串，排骨皆为小节，寓意“节节高升”。有一次有举子投宿客栈，店家阴差阳错，错将稻草与排骨合蒸，不料稻香入骨，滋味独特，举子食之思路大开，一路照此食用。京城殿试，金榜题名，举子欣喜之余将功劳归于这稻草排骨。时至今日，该地学子每逢考学，据说都要吃稻香排骨，以期节节高升。宣传餐饮文化，可以请专家学者对贵州的饮食文化做研究和宣传或者积极调动当地人的热情，让他们也积极加入这项工作。

（四）加强经营者和服务人员的服务营销培训

首先，酒店经营者要高度重视服务的重要意义，在抓好饭菜特色和品质的同时，加强服务多元化管理。其次，要加强教育和培训，建立和谐温馨的酒店企业文化，让每一位员工产生强烈的责任感、荣誉感和归属感，才能树立强烈的服务意识，全心全意地从我做起，做好服务工作。

参考文献：

- [1] 贵州住宿业和餐饮业发展情况 [N]. 金黔在线-贵州商报, 2007-09-04.