

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学 号: X2006154015

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

基于资源基础论的饭店战略联盟形成机理研究

Study on Formation Mechanism of the Hotel Strategic

Alliance of Resource Based View

黄 圣 霞

指导教师姓名: 林璧属 教授

专业名称: 酒店管理

论文提交日期: 2009年10月

论文答辩时间: 2009年12月

学位授予日期: 2009年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2009 年 月

基于资源基础论的饭店战略联盟形成机理研究

黄圣霞

指导教师

林璧属教授

厦门大学

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘要

饭店战略联盟是饭店获得竞争优势、实现战略目标的重要手段，它在市场竞争全球化、消费需求多样化、技术变革快速化等背景下蓬勃发展。然而，当前关于饭店战略联盟的理论研究成果较少，对基于资源基础论饭店战略联盟形成机理这一基础而又重要的问题更是缺乏专门、系统的研究。理论研究已远远不能满足实践的需要。

本文以基于资源基础论饭店战略联盟的形成机理为研究方向，从企业资源的角度出发，以资源基础理论的观点系统的阐述了饭店战略联盟形成机理。

首先，本文阐述了国内外资源基础论研究的现状；对国内外饭店战略联盟研究的相关文献进行了综述，指出现有研究的不足。在文献综述的基础上，对饭店战略联盟进行了分析，阐述了为何选取资源基础理论对饭店战略联盟进行论述。

其次，主要分析了饭店战略联盟的内涵、特点和类型。依据饭店战略联盟的内涵、特点和类型，分析了基于资源基础论形成饭店战略联盟的动因和优势。

再次，在资源基础理论的基础上，通过引入资源基础理论研究的相关内容，构建了饭店战略联盟的概念模型、形成动因模型和组织形成过程模型，并运用此模型对饭店联盟形成的机理进行了解释。

最后，运用第四章提出的模型对中国名酒店组织战略联盟进行了个案研究。

本文的主要创新之处是：以资源基础论企业战略联盟形成机理运用到饭店中；尝试基于资源基础理论建立饭店战略联盟形成的模型；尝试运用提出的模型进行实证研究，这是应用领域的一个创新。

关键词：饭店战略联盟 形成机理 资源基础理论 构建模型

Abstract

Hotel strategic alliance (HSA) is not only an important way for hotels to gain competition advantage and to fulfill their strategic objectives, but also develops quite well under the background of global market competition, diversified consumer demand and rapid technological innovation. Whereas, theoretical study about HAS is lacking, as well as the theoretical study about resource based view of HSA, which is a basic and important issue for HSA practice. Consequently, there is a growing gap between the HSA practice and theoretical study.

The article takes the hotel strategic alliance of resource based view as research aspect. Form enterprise resource point of view starting, with resource theory viewpoint systemic expatiated formation mechanism of hotel strategic alliance.

Firstly, this thesis expound current domestic and external study of resource theory viewpoint. The paper reviews correlation literature of the domestic and external hotel strategic alliance study and pointed out the lacking of present research. In the base of literature summarizing, process analysis to hotel strategic alliance, expound why choose resource based view to discuss HAS.

Secondly, mostly analyses the definitions and characteristic and style of HAS. According as the definitions and characteristic and style of HAS analyses that the forming motives and superiority of hotel strategic alliance base on resource view.

Then, on the base of resources theory, by bringing correlation content of resource based theory, constructs ideal model and forming motive model and organize forming course model of the HAS . And which is used to explain the formation mechanism of HAS.

Finally, wielded it, the paper analyses a typical case of China Famous Hotels Corporation strategic alliance.

Creativity of this paper is described as follow. Hold forming motives of enterprise strategic alliance base on resource view into hotel. Try to construct HAS

forming model base on resource theory and process case study by using point out model. That is a innovation in applying.

Key words: hotel strategic alliance; forming motives; resource base theory; model construction

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录

中文摘要.....	I
英文摘要.....	II
1 导论.....	1
1.1 研究背景及意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	3
1.2 研究方法与主要研究内容.....	5
1.2.1 研究方法.....	5
1.2.2 主要研究内容.....	5
2 文献综述.....	7
2.1 资源基础理论研究现状.....	7
2.2 国内外饭店战略联盟研究综述.....	8
2.3 资源基础理论对饭店战略联盟形成的解释.....	11
2.3.1 资源论的主要观点.....	11
2.3.2 资源论对战略联盟的解释.....	11
2.3.3 饭店企业的各种客观要求.....	13
2.3.4 小结.....	15
3 饭店战略联盟研究的理论基础.....	16
3.1 饭店战略联盟的定义与内涵.....	16
3.1.1 饭店战略联盟的定义.....	16
3.1.2 饭店战略联盟的内涵.....	18
3.2 饭店战略联盟的类型和特点.....	19
3.2.1 饭店战略联盟的类型.....	19
3.2.2 饭店战略联盟的特点.....	21
3.2.3 饭店战略联盟与饭店集团的区别.....	22
3.3 基于资源基础论饭店战略联盟形成的动因和优势分析.....	23

3.3.1 基于资源基础论饭店战略联盟形成的动因.....	23
3.3.2 战略联盟的动因组合.....	27
3.3.3 基于资源基础论饭店战略联盟的优势分析.....	28
4 基于资源基础论饭店战略联盟形成机理模型构建.....	31
4.1 模型构建的逻辑前提.....	31
4.1.1 战略联盟形成的概念模型.....	31
4.1.2 饭店企业战略联盟的构建模型.....	33
4.2 基于资源观饭店战略联盟形成模型.....	34
4.2.1 饭店战略联盟形成动因模型.....	34
4.2.2 饭店战略联盟组织形成过程模型.....	35
4.3 基于资源观饭店战略联盟形成模型的扩展分析.....	40
4.3.1 基于资源观资源的类型.....	40
4.3.2 基于资源观饭店战略联盟伙伴的选择.....	42
4.3.3 资源基础观点的战略管理模型.....	45
4.3.4 饭店企业战略联盟的系统化管理.....	47
5 基于资源观饭店战略联盟形成实证分析.....	51
5.1 中国名酒店组织形成景.....	51
5.1.1 中国名酒店组织介.....	51
5.2.2 中国名酒店组织形成背景与成功验.....	52
5.2 中国名酒店组织形成机理析.....	52
5.2.1 中国名酒店组织形成动因析.....	52
5.2.2 中国名酒店组织形成过程析.....	53
5.2.3 中国名酒店组织联盟伙伴选择略.....	55
5.3 中国名酒店组织理.....	57
5.3.1 组织构.....	57
5.3.2 中国名酒店组织协调管理构.....	59
6 总结与展望 ..	61
参考文献献.....	64
致 谢.....	68

Table of contents

Abstract in Chinese	II
Abstract in English	III
Chapter 1 Introduction	1
1.1 Origin of the Study	1
1.1.1 Research background.....	1
1.1.2 Significance of the Study.....	3
1.2 Research Methodology and Study Framework	5
1.2.1 Research Methodology	5
1.2.2 Study Framework	5
Chapter 2 Literature Review of Relevant Study	7
2.1 Study status of Resource Base Theory	7
2.2 Study on Hotel Strategic Alliance	8
2.3 Expatiated Formation Mechanism of Hotel Strategic Alliance with Resource Base Theory	11
2.3.1 The Main Standpoints of Resources	11
2.3.2 Expatiated that Resources to Strategic Alliance.....	11
2.3.3 Various Objective Requirement of Hotel.....	13
2.3.4 Summarize.....	15
Chapter 3 the Basic Theory of the Hotel Strategic Alliance	16
3.1 Define and Connotation of the Hotel Strategic Alliance	16
3.1.1 Concept of the Hotel Strategic Alliance.....	16
3.1.2 Connotation of the Hotel Strategic Alliance	18
3.2 Characteristics and Type of the Hotel Strategic Alliance	19
3.2.1 Type of the Hotel Strategic Alliance	19
3.2.2 Characteristics of the Hotel Strategic Alliance.....	21
3.2.3 The Difference between Hotel Strategic Alliance and Hotel Group	22

3.3 Analyses that the forming Motives and Superiority of Hotel Strategic Alliance Base on Resource View	23
3.3.1 the motives of forming hotel strategic alliance base on resource view	23
3.3.2 Motive Combine of Strategic Alliance.....	27
3.3.3 Superiority Analyses of Hotel Strategic Alliance Base on Resource View	28

Chapter 4 Construction of the Hotel Strategic Alliance Base on

Resource View forming Motive Model	31
4.1 Logical Premise of the Model Construction	31
4.1.1 Conception Model of Forming Hotel Strategic Alliance.....	31
4.1.2 Construction Model of Forming Hotel Strategic Alliance.....	33
4.2 forming model of the Hotel Strategic Alliance Base on Resource View	34
4.2.1 Forming Motive Model of Hotel Strategic Alliance.....	34
4.2.2 Course Model of Forming Hotel Strategic Alliance Organization	35
4.3 Analyses that the Model Expansion of the Forming Hotel Strategic Alliance Base on Resource View	40
4.3.1 Resource Type of the Base on Resource View.....	40
4.3.2 selection of the Hotel Strategic Alliance Base on Resource View Companion	42
4.3.3 Stratagem Manage Model of the Base on Resource View.....	45
4.3.4 Systematic Management of Hotel Strategic Alliance.....	47

Chapter 5 The Positive Analysis of the Forming Hotel Strategic

Alliance Base on Resource View	51
5.1 Form Background of the China Famous Hotels Corporation	51
5.1.1 Introduction of the China Famous Hotels Corporation	51
5.1.2 Form Background Succeed and Experience	52
5.2 Analyses that Forming Mechanism of the China Famous Hotels Corporation	52
5.2.1 Analyses that Forming Motive of the China Famous Hotels Corporation·	52
5.2.2 Analyses that Forming Course of the China Famous Hotels Corporation·	53
5.2.3 Strategic of Partner Selection of the China Famous Hotels Corporation	55
5.3 Management of the China Famous Hotels Corporation	57

5.3.1 Organization.....	57
5.3.2 Coordination Management of the China Famous Hotels Corporation	59
Chapter 6 Summarize and Prospects	61
Reference	64
Acknowledgements	68

厦门大学博硕士论文摘要库

1 导论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

自 20 世纪 60 年代以来, 美国、英国、法国、西德、苏联和日本等国的企业尤其是跨国公司, 纷纷从对立竞争走向大规模的合作竞争, 企业间的合作已经作为企业强化竞争优势的重要手段。特别是在美国, 到 1997 年, 美国发展最快的企业中, 有 61% 的企业平均参加了 4 个联盟。1996—1998 年间, 联盟的发展数量是 20000 多个, 到 2000 年更是突飞猛进, 仅 1 年时间, 联盟就增加了 10200 个 (Kwan, 2002)。全球 500 强企业平均每家建立的联盟数达 60 个。可以说在二十一世纪的今天, 企业间、集团间或国家间建立联盟已经成为普遍现象, 联盟已逐渐成为各类组织最广泛使用的战略之一。由表 1.1^[1]可以看出, 全球战略联盟从 1998 年的 105481 家发展到 2000 年的 134271 家, 增长了 21.44%。未来的竞争将不再是企业与企业之间的竞争, 而是联盟与联盟之间的竞争 (Duane&Deepa, 2002)。同时, 关系营销的理念也突破了简单的企业与消费者间的关系, 把营销活动视为一个企业与消费者、供应商、分销商、竞争者、政府机构及其他公众发生互动作用的过程, 正确处理企业与这些组织及个人的关系是企业营销的核心, 是企业经营成败的关键。因此, 自 20 世纪 80 年代以来, 国际学术界逐渐确立了“战略联盟”的概念, 战略联盟研究发展成为管理理论的一个重要研究方向。

表 1.1 1985—2000 年全球战略联盟总数

单位: 个

年份	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
联盟总数	1186	2692	4207	5983	7861	14115	24375	33932
年份	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
联盟总数	45238	59855	73909	82392	93248	110548	118651	134271

资料来源: TFN Strategic Alliance Database, 转引自赵韶芬. 饭店战略联盟绩效评价模型研究[D].

厦门: 厦门大学, 2007. 4.

而在饭店业, 由于市场竞争全球化、消费需求多样化、技术变革快速化等原因, 战略联盟同样获得了蓬勃发展。如成立于 1928 年的世界一流酒店组织 (Leading Hotels of the World) 最初由 38 位富有远见的欧洲酒店管理者发起。该组织将世界上最佳旅馆吸收为成员, 促进世界各地一流酒店提高和保持其卓越地位、一流服务和优良传统; 每年通过召开年会的形式交流经验, 相互学习, 相互促进; 实现组织成员之间的客源共享。当前这种联盟形式在国外已取得了较为成功的发展, 见表 1.2^[2]。2005 年和 2006 年全球连锁酒店增加约 250000 间客房 (全球旅客数量第一的目的地法国 2007 年 1 月为 268368 间客房)。未来的 3 至 4 年里, 各集团增加的客房数量在 80000 至 150000 间, 洲际为 158000 间, 喜来登 2007 年里各品牌预计新开 80 家酒店, 在开发的酒店项目约有 420 个, 超过 100000 间客房。亚洲连锁酒店集团 2006 年的增长最快, 客房增加 60000 间、增长 10.5%, 连锁品牌占有率为 15%。

对于当前我国饭店业特别是单体饭店的发展具有重要的借鉴意义。我国饭店业, 发展到今天, 面临竞争与发展的压力与机遇。随着我国改革的深化和饭店业的逐步开放, 国外一些大的饭店集团尤其是经济型饭店集团开始进驻我国, 我国饭店业的竞争格局发生了很大变化, 竞争压力也越来越大。如何面对越来越激烈的竞争形势, 增强我国饭店的竞争力, 在国内市场国际化和国际竞争国内化的新形势下赢取和保持竞争优势, 成为国内饭店企业经营和发展的重要课题。同时国外饭店集团的进入又给我国饭店业的整合与发展带来了极好的机遇, 它一方面促使我国的饭店企业对如何发展进行理性思考, 另一方面又给我国饭店企业的发展提供了很好的借鉴。在这样的形式下, 国内饭店战略联盟也得到了发展, 如中国饭店全球营销战略联盟、中国名酒店组织、桂林酒店长话联盟等等。战略联盟正以独特的优势发展成为饭店提升竞争力的重要形式, 它是饭店适应市场竞争、获取竞争优势的手段。

表 1.2 基于资源联合的品牌饭店联盟

	联盟品牌	饭店数	客房数	2007 年增长率
1	最佳西方	4164	315401	-0.2%
2	假日饭店	1395	260470	-2.7%
3	万豪酒店	537	190431	3.8%
4	舒适客栈	2439	184716	1.2%
5	希尔顿	498	172605	4.5%
6	天天客栈	1859	151438	0.8%
7	假日快捷	1686	143582	7.5%
8	汉普顿客栈	1392	138487	3.3%
9	喜来登	396	135859	1.4%
10	速 8	2054	126175	1.7%

资料来源：中国饭店业 07 年报：全球报告

http://www.qchm.edu.cn/jpkc/jpkc_jg/news/list.asp?Unid=103.

1.2 研究的意义

企业与企业之间在资源上存在着差异性和不对称性,其分布状况随着时间而发展,并由此形成了各个企业的独特优势。战略联盟正是建立在优化资源配置基础上的合作竞争型组织形式。但与此同时,战略联盟的失败率居高不下。据实证研究估计,联盟失败比率一般在 50-60%,联盟的平均寿命仅 7 年 (Bleeke and Ernst, 1993, 1995)。这表明尽管战略联盟存在着特有的魅力,但许多战略联盟实际上都是极为脆弱的管理结构。许多联盟的存续期都相当短暂。联盟失败的原因虽很多,但企业间资源流动控制不当是其中关键的一种。因此通过对战略联盟中的资源进行界定和分析,对提高联盟的实施效果和成功率具有重要的意义。

同样,对于饭店战略联盟而言,对饭店战略联盟中的资源进行界定和分析,在保证饭店联盟成功运作中处于关键地位。

从目前中国饭店业的现状来看,大部分企业普遍存在以下现象:经营管理专业人才匮乏;有效的管理知识和方法欠缺;设备设施陈旧,资金不足;单体饭

店居多，竞争力弱，规模小，品牌知名度低，无法与国外强势品牌相抗衡。因此如何把竞争劣势转变成市场优势，是目前国内饭店首先要解决的问题。具体的说就是提高竞争力，提高管理和服务水平，形成强大的销售能力，扩大品牌知名度，锁定大量的忠诚顾客。但是单体饭店没有足够的精力、资源、规模及时间去研究和解决这些问题。他们必须借助外力，共同营造庞大的市场规模效应，才能突破瓶颈。面对新形势，我国的饭店企业应该“竞争”，拼个“你死我活”，还是“竞合”实现“共赢”，这是两种不同的战略选择。

目前，饭店业已经逐步认识到既竞争又合作，学习“联盟”思维，构建饭店企业战略联盟的重要性和必要性，并且已经就饭店战略联盟的构建进行了许多有益的尝试，取得了一些可喜的成果，但是关于饭店企业战略联盟方面的理论研究成果很少，对基于资源基础论的饭店战略联盟形成机理问题更是缺乏专门、系统的研究。理论研究已远远不能满足实践的需求，也可以说，饭店企业战略联盟的实践对相关的理论研究提出了迫切的要求。本论文在系统研究相关理论的基础上，对饭店企业战略联盟中的资源进行了界定和分析，以及构建了模型。本文所作研究的理论与和实践意义主要体现在以下方面：

（一）理论意义

首先，尝试从资源基础理论出发，阐述饭店联盟形成的机理，这是对饭店战略联盟形成机理研究的一种新视角；其次，在不同资源组合类型的基础上，对联盟成员的竞争与合作提供了理论依据；再次，将资源基础理论运用到饭店联盟形成机理的研究，拓展了对饭店特性的认识；最后，丰富了饭店战略联盟的理论研究，特别是饭店联盟形成机理的研究。

（二）实践意义

为饭店如何根据自身资源特征与类型选择联盟伙伴及联盟形式，以及在联盟中充分意识到双方的竞合本质，从而采取相应措施以提高联盟绩效提供了依据和借鉴。尤其是在中国加入 WTO 以后，本土饭店面临全球竞争冲击的压力，如何通过战略联盟的方式提高竞争优势、参与全球竞争必将成为企业实践的焦点。另外，基于资源基础论构建了饭店战略联盟形成的模型，可以对饭店战略联盟的形成机理提供有参考意义的理论依据。本文还运用模型对最佳西方饭店战略联盟形成进行了实证研究，这能够为我国其它的饭店实施战略联盟提供参考。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库