

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学 号: 17820121151193

UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

电子商务影响下经济型连锁酒店的空间布局 与扩张研究——以厦门市为例

A Research on Spatial Distribution and Expansion of
Economy-Hotel Chain under the Influence of
E-Commerce — Case Study of Xiamen City

郑 琳

指导教师姓名: 林 璧 属 教 授

专 业 名 称: 旅 游 管 理 专 业 硕 士

论文提交日期: 2 0 1 5 年 月

论文答辩时间: 2 0 1 5 年 月

学位授予日期: 2 0 1 5 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2015 年 月

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

中文摘要

自 20 世纪 90 年代后期以来,受国内旅游大众化发展、商务旅游增长以及旅游者消费观念日趋理性等因素的影响,以廉价、清洁、舒适、快捷、安全为特点的经济型酒店得到了市场的广泛认可,呈现出广阔的发展前景。在酒店布局和扩张的过程中,地理位置选择的重要性不言而喻。以往的研究表明,交通便捷度、地价等级和商业繁华度是经济型连锁酒店空间布局的主要影响因素。然而,在十多年的高速发展后,经济型酒店的布局和扩张变得越来越难,好地段越来越少、地价越来越贵、租金成本越来越高,酒店积聚导致恶性竞争,一定程度上成为其扩张的瓶颈。

在现有厦门经济型酒店的分布中,发现一些市区偏僻路段也分布了许多经济型酒店,这一现象与传统的饭店选址理论产生了巨大差距。为追本溯源,探究这一现象产生背后的本质问题,本文力图突破现有研究之局限,从电子商务这一创新视角进行探索,以厦门市这一旅游热点城市作为对象来研究经济型酒店的空间布局与扩张。首先对选题背景、研究意义以及国内外经济型酒店空间布局和扩张文献进行研究,概述空间区位和空间扩散理论,为后续章节奠定了理论基础;其次,通过厦门酒店业的实际情况建立信息化程度评价模型及 SPSS 二元定距变量的相关性分析模型;再次,通过搜集到的厦门各经济型酒店电子商务应用程度数据,运用专家评定法定量测算其信息化程度;接着运用 ArcGIS 分析不同品牌酒店的空间组织布局特点,搜集整理各酒店的租金情况,结合酒店扩张数据,运用 SPSS 软件对酒店信息化应用程度与空间组织扩张速度进行相关性分析。

研究得出电子商务能够削减距离对酒店业的影响,酒店空间布局不再受控于区位、交通等传统因素,而是能够选址在离主干路较远的偏僻街巷、公共设施可达性较低区域、商圈中心外围地区,空间布局更加灵活分散,地租成本较低,从而使酒店更好更容易实现扩张。从厦门经济型连锁酒店现状来看,未来主城区外围乃至厦门岛外将会是空间发展的重点区域,酒店应该重视电子商务的运用。

关键词: 电子商务; 经济型酒店; 布局和扩张

Abstract

Since the late 1990s, under the influence of domestic tourism popularization, business travel growth and gradual rationalization of tourists' consumption concept, the economy hotels featured by cheapness, cleanliness, comfort, quickness & convenience, and safety are broadly recognized, which display wide development prospect. During the process of hotel distribution and expansion, the importance of geographical location selection is self-evident. Previous studies show that traffic convenience, land price and business prosperity are the main factors influencing the spatial layout of economy hotel chain. However, after the rapid development of more than one decade, the spatial layout and expansion of economy hotel chain becomes more and more difficult. To some extent, less and less good locations, more and more expensive land prices, higher and higher rentals costs and vicious competition caused by hotel gathering lead to the expansion bottleneck.

In current layout of economy hotels in Xiamen, it is found that many economy hotels locate on some remote urban streets, which is greatly different from the location theory of traditional hotels. To explore the nature of this phenomenon, this paper is trying to break through the limitation of existing studies, make studies from the perspective of e-commerce, and take Xiamen as the object to study the spatial layout and expansion of economy hotels. Firstly, this paper explains the study background, study significance and also document research on the spatial layout and expansion of domestic and overseas economy hotels, briefly introduces the theories of spatial location and spatial expansion, which lay a theoretical foundation for the following chapters. Secondly, based on the hotel industry's actual status, build the evaluation model of information level and related SPSS analysis model. Thirdly, according to collected data on e-commerce application from each economy hotel in Xiamen, measure their informationization levels via experts grading method; then apply ArcGIS to analyze the spatial layout features of different hotel brands, collect the rental of different hotels, and apply SPSS software to conduct correlation analysis on hotel informationization level and spatial expansion speed.

From this paper, we can get that e-commerce could weaken the influence of distance on hotel industry. The spatial layout of hotels spatial distribution is not

subjected to location, traffic and other traditional factors any more. Economy hotels could locate on remote streets far away from primary roads, areas where public facilities are seldom available, and outskirts of business center. The spatial layout becomes more flexible and diverse, which helps the hotels save cost and further increase the profit. From the current status of economy hotel chain in Xiamen, the outskirts of main urban area would be the key regions of spatial development in the future,the hotels must pay attention to e-commerce.

Key words: E -commerce; Economy hotel; Distribution and expansion.

目 录

第一章 引言	1
1.1 选题背景.....	1
1.2 选题意义.....	3
1.2.1 理论意义.....	3
1.2.2 实践意义.....	3
1.3 研究内容与方法.....	3
1.3.1 主要内容.....	3
1.3.2 主要研究方法.....	4
第二章 文献综述	6
2.1 对经济型酒店空间布局的研究.....	6
2.2 对经济型酒店空间扩张的研究.....	9
2.3 对电子商务影响下酒店业的研究.....	10
2.4 研究述评.....	11
第三章 我国经济型连锁酒店空间布局与扩散理论基础	12
3.1 经济型连锁酒店的定义.....	12
3.1.1 连锁的界定.....	12
3.1.2 经济型连锁酒店的界定.....	12
3.2 空间区位理论.....	13
3.3 空间扩散理论.....	15
第四章 电子商务影响经济型连锁酒店空间布局与扩张研究模型	17
4.1 研究对象与范围.....	17
4.1.1 研究对象及范围.....	17
4.1.2 研究方法与技术手段.....	19

4.2 信息化程度评价模型	19
4.3 变量相关性分析模型	21
第五章 电子商务影响下的厦门市经济型连锁酒店空间组织与扩张	
特点分析	24
5.1 信息化程度对比	24
5.1.1 厦门经济型连锁酒店信息化程度评价指标	24
5.1.2 专家评定法测算不同品牌经济型连锁酒店信息化程度	25
5.2 空间组织特点与扩张情况分析	26
5.2.1 空间组织特点	26
5.2.2 租金成本及加盟费用	29
5.2.3 全国扩张情况	31
5.3 信息化程度与其空间扩张特点的 SPSS 相关性分析	32
第六章 结论与展望	35
6.1 电子商务对厦门经济型连锁酒店空间组织与扩张的影响	35
6.2 研究不足	37
6.3 电子商务影响经济型连锁酒店发展的进一步研究建议	37
6.3.1 电子商务在经济型连锁酒店发展中的制约因素分析	37
6.3.2 电子商务对经济型连锁酒店地理空间分布的影响效应	38
6.3.3 经济型连锁酒店发展电子商务的策略	39
附录	41
参考文献	46
致谢	49

Contents

Chapter 1 Introduction	1
1.1 Research background	1
1.2 Research significance.....	3
1.2.1 Theoretical significance	3
1.2.2 Practical significance.....	3
1.3 Research topics and methods.....	3
1.3.1 Main topics	3
1.3.2 Research methods	4
Chapter 2 Literature review	6
2.1 Research on economy hotels' spatial distribution.....	6
2.2 Economy hotels'expansion research.....	9
2.3 Research on hotels under the impact of e-commerce.....	10
2.4 Research commentary	11
Chapter 3 Theoretical basis for economy hotels' spatial distribution and expansion in China	12
3.1 Definition of chain budget hotel.....	12
3.1.1 Definition of chain	12
3.1.2 Chain budget hotel's definition.....	12
3.2 Spatial location theory.....	13
3.3 Spatial diffusion theory	15
Chapter 4 Models for analysis of spatial distribution and expansion .	17
4.1 The research object and research scope.....	17
4.1.1 The research object and scope.....	17
4.1.2 Research methods and technology	19
4.2 Model for the evaluation of informationization index	19
4.3 Correlation analysis model	21
Chapter 5 Analyse the characteristic of chain budget hotels' spatial distribution under impact of e-commerce in Xiamen	24

5.1 Difference for chain budget hotels'informationization index in Xiamen ...	24
5.1.1 Evaluation of informationization index in each economy hotel.....	24
5.1.2 Expert grading method	25
5.2 Analysis of the spatial distribution and expansion in each economy hotel	26
5.2.1 Characteristic of spatial distribution	26
5.2.2 The rental and joining expense of different hotels	29
5.2.3 The expansion all over our country	31
5.3 Analysis of the relativity between informationization and expansion of economy hotels through the sofeware of SPSS.....	32
Chapter6 Conclusion and expectation	35
6.1Spatial distribution and expansion under e-commerce's impact in Xiamen	35
6.2 Under-researched	37
6.3 Expectation for chain budget hotel under the impact of e-commerce	37
6.3.1 Constraints analysis.....	37
6.3.2 Influence effect of the geospatial in e-commerce	38
6.3.3 Tactics for the development of chain budget hotel	39
Appendix.....	41
References	46
Gratitude.....	49

第一章 引言

1.1 选题背景

被人们称为酒店大师的美国酒店联号之父——埃尔斯沃思·斯塔特勒认为，对任何酒店来说，取得成功的三个最为重要因素是地点、地点、地点（The three most important elements in any hotel's success are Location, Location, Location）^[1]。也许这位大师说的话有些夸张，但是随着旅游酒店业的高速发展，那些位于优越地理位置的酒店在愈发竞争激烈的市场环境中所显示出来的市场影响力和竞争力，确实是一些区位比较一般的酒店难以达到的。从近年来获选的世界最佳酒店来看，优越地理位置不仅已是酒店产品的一大部分，而且对酒店的经营是否能够取得成功起着非常关键的作用，是其成功的一个非常重要的因素^[2]。

当前我国居民生活水平有了显著提高，随着国内旅游业的蓬勃发展，经济型酒店为广大群众提供了经济、舒适、安全、快捷的住宿服务，由于具有低投入、高回报、周期短等突出的特点，迅速得到了市场的广泛认可。我国有着丰富的客源市场，这使得经济型酒店有着广阔的发展空间，而作为关系到经营效益好坏的重要因素，酒店的选址将对未来酒店的经营发展起着关键性的作用。品牌经营、质量一致性和令人满意的价格使得经济型酒店在 21 世纪初期得到了快速的发展，然而在 2010 年达到巅峰后，经济型饭店的业绩开始逐步下行，其空间分布和扩张在经过了十多年的高速发展后也变的越来越难，一定程度上成为其扩张的瓶颈。作为行业领先者的锦江之星，其行政总裁余萌曾提到，“在圈地过程中，碰到的第一个问题就是选址，但是现在要想在上海找一个好的地段难上加难。”另外比如北京的王府井及青岛的前海一线，大量酒店扎堆聚集在同一区域，已出现了“经济型酒店商圈”的现象，如青岛市区总共 90 多家经济型酒店，其中有 50 多家集聚在前海一线，从而引起了酒店之间非常激烈的竞争^[3]。

2013 年，酒店企业的经营绩效与往年同期相比下滑了较大幅度，企业纷纷寻求转型、升级以及创新。随着城市化与信息化的日益深入，酒店业空间结构也在不断地发生变化^[4]。在现有厦门经济型酒店的分布中，发现一些市区偏僻路段也分布了许许多多的经济型酒店，这一现象与传统的饭店选址理论产生了巨大的

差距。而与此同时，电子商务正以实时性、交互性、便捷性和丰富性等优势，推动了网络旅游的发展，给旅游业带来了新的契机。

随着科技的飞速发展，越来越多的酒店通过各种方式重视电子商务的应用：比如建设一支负责网络、社交媒体等业务开展的强大的数字营销团队；推出各品牌的多语种网站；为了更好地服务游客，强化搜索引擎并改版网站；大量投入资金与精力在社交媒体方面，保证饭店住客的评论和反馈都能得到及时回复；开通微博微信，方便与客人进行互动；面对全球会议策划者推出了一站式的服务网站，进行大量的数字营销推广。根据“enhotel”的检测数据，经济型酒店行业在2010年投放于网络的广告费用同比增长12%，达到4800万元。另通过“enhotel”搜索引擎关键词检测发现，7天连锁饭店2010年在百度搜索引擎上投放的关键词在经济型酒店行业中属最多，达40463个，占比36.2%^[5]。经济型酒店引进电子商务，不仅可以挣脱第三方平台的限制，进而更好地压缩酒店呼叫中心的客服运营与及门店结算等销售成本；并且，通过网站、微信、微博等社交媒体可以让消费者分享最真实的消费感受，大大地延伸消费体验，很大程度上节省了酒店的销售调研成本^[6]。“鼠标+水泥”的模式能够最大程度地优化了订房模式，给不同渠道的客商订房带来方便，帮助顾客更好地查询了解酒店的各种信息，并为酒店节约了大量的人力、财力和物力成本。

合理的布局选址不只会影响酒店自身的成本，影响城市酒店业的整体结构，还会影响城市旅游业甚至整个城市今后的可持续发展^[4]。在以前，交通便捷度、商业繁华度和地价可以说是经济型连锁酒店选址和空间布局的主要影响因素。然而随着信息化的渐渐深入，电子商务的应用已悄然成为一种新兴的商业促销手段，通过它改变了商业服务企业的成本收益格局、影响和改变消费者的消费理念和渠道，也影响了酒店的空间布局和扩张。随着城市化的加速发展，市区内轨道交通慢慢地呈现网状覆盖，而家庭小轿车的日益普及，也使得城市中心到外围地区的通达性日趋增强^[7]。当前，经济型酒店的布局太过集中，中心区域地租居高不下，在城市外缘商机吸引和城市内强大的竞争压力下，经济型酒店向城市外缘地区扩张布局势在必行。结合信息化背景将电子商务纳入到酒店空间研究中，分析电子商务对其发展产生的空间布局和扩张效益，能够为合理引导城市酒店选址布局提供参考，同时也能促进城市酒店业更加合理、健康、有序地发展。

1.2 选题意义

1.2.1 理论意义

经济型酒店是住宿市场新兴的细分业态，近几年来有不少研究是关于其选址扩张，但大多是针对城市酒店分布特征和空间布局影响要素，或者是对经济型连锁酒店空间扩散的类型及规律，以及对于空间扩张实践步伐的研究，而从电子商务的角度来分析经济型连锁酒店时空演变的研究很少。所以本文的研究，一方面拟丰富经济型酒店区位理论研究，有助于理清电子商务与经济型酒店两者关系以及电子商务对经济型连锁酒店空间扩张影响，另一方面也为电子商务影响下的酒店业空间布局与优化提供一定的参考借鉴，为立足于城市内部经济型酒店的区位选择提供部分理论基础。

1.2.2 实践意义

经济型酒店在中国非常具有可持续发展的潜质，酒店品牌的快速扩张依赖于信息技术的进步。电子商务的应用不仅能够提高酒店的空间扩张能力，帮助其加快空间扩张速度，同时也给经济型酒店的发展带来了无限商机。

厦门是福建省重要的副省级城市，是海西的中心城市。为推进厦门“创建国家电子示范城市”，电子商务环境下的经济型连锁酒店得到快速发展，并且还有很大的发展空间。因此，以厦门为例子来研究电子商务影响下经济型连锁酒店的空间布局及扩张情况，能够为经济型酒店的可持续发展提供有效的指导，为投资者做出有关经济型酒店的正确决策提供参考。

1.3 研究内容与方法

1.3.1 主要内容

文章主要分为以下六个部分，主要包括：

一、引言。该部分包括本文研究背景、研究内容和研究方法，并结合当代研究背景所体现出的实际及理论意义，辩证地说明本研究存在的必要和合理性。

二、文献综述。结合研究目的汇总关于经济型酒店的空间布局以及酒店空间扩张、旅游电子商务的研究，然后对其进行归纳总结。

三、我国经济型酒店空间布局与扩散的理论基础。对研究对象经济型连锁酒店进行定义，并概述空间区位和空间扩散理论。

四、电子商务影响下的经济型连锁酒店空间布局与扩张模型。根据酒店业的实际情况，建立信息化程度评价模型及 SPSS 二元定距变量的相关性分析模型。

五、电子商务影响下的厦门市经济型连锁酒店空间组织与扩张特点分析。通过各电子商务平台收集研究对象的信息化程度数据，然后利用专家评分法定量测算。其次通过 ArcGIS 分析各品牌酒店的空间布局特点，搜集整理各酒店的租金情况，然后根据采集到的信息化程度及全国扩张情况数据，利用 SPSS 方法对五家经济型连锁酒店信息化应用程度与空间组织扩张速度进行相关性分析。

六、结论及展望。研究得出电子商务能够削减距离对酒店业的影响，酒店的空间布局不再受控于区位、交通等传统因素，而是能够选址在离主干路较远的偏僻街巷、公共设施可达性较低区域、商圈中心外围地区，空间布局更加灵活分散，地租成本较低，从而使酒店能够实现更好的扩张。从厦门经济型连锁酒店现状发展来看，未来主城区外围乃至厦门岛外将会是空间发展的重点区域，酒店企业应该重视电子商务的运用。从其后指出本研究的不足之处及进一步研究建议。

1.3.2 主要研究方法

1.3.2.1 文献综述法 在论文撰写过程中，笔者参阅了应用区位理论、区域经济学、酒店管理学、人文地理学等理论书籍，还查阅了相关年鉴资料及其他与经济型酒店有关的资料，如中国经济型酒店网、如家酒店官网、7天酒店官网、锦江之星网站等；同时，还利用中国期刊全文数据库、博硕士论文库等资源进行信息的搜集。

1.3.2.2 调查研究方法 本次研究采用了调查研究的方法来深入了解厦门经济型酒店的行业发展和现状，这也是在酒店行业研究使用得比较多比较广的方法之一。通过走访厦门各经济型酒店，了解酒店业的发展态势，了解经济型酒店的信息化发展程度，了解酒店的扩张前景；通过与住客及酒店管理人员的交谈，全面、更深入了解经济型酒店的信息化应用程度、存在问题及未来扩张趋势。

1.3.2.3 专家评定法 首先，根据评价对象的具体情况，选出恰当的评价指标并对每个指标定出评价等级，各个等级的标准用分值（如5分制、10分制）表示^[8]。然后，根据这个基准，分析每个评价对象，给出各个对象各指标的

分值，然后运用加权平均法，求出各个评价对象的总分值，从而得到每个品牌酒店的评价结果，测算各个品牌酒店在厦门的信息化应用程度。

1.3.2.4 SPSS 相关性分析

用 SPSS 21.0 软件对所研究的厦门五个品牌的经济型连锁酒店信息化应用程度与空间扩张速度两个变量进行相关性分析，归纳出电子商务作用下的厦门经济型连锁酒店时空演变特征。

1.3.2.5 ArcGIS

ArcGIS 产品线能够为它的用户提供一个伸缩性强的、比较全面的 GIS 平台。ArcObjects 包括了大量的可编程组件，从细粒度的对象（例如单个的几何对象）到粗粒度的对象（例如与现有 ArcMap 文档交互的地图对象）涉及面非常广，这些集成了非常全面的 GIS 功能供开发者使用^[9]。每一个使用 ArcObjects 建成的 ArcGIS 产品都为开发者提供了一个应用开发的容器，包括桌面 GIS（ArcGIS Desktop），嵌入式 GIS（ArcGIS Engine）以及服务端 GIS（ArcGis Server）。

第二章 文献综述

2.1 对经济型酒店空间布局的研究

以往关于经济型酒店空间布局的研究主要是通过区域经济学、城市地理学为理论依据从事研究分析。张兆干与胡志毅选取南京市为考察对象,对商业设施和酒店的区位因素(市场需求、消费者因素、地价水平、设施的集聚)的实际影响机制进行了比较,通过实证分析对酒店空间布局的相关因素和该酒店住宿率影响进行研究;戴斌、束菊萍利用定量分析方法,具体研究了星级酒店在长江三角洲区域、泛珠江三角洲、环渤海区域与西部地区的分布特征,同时对中国酒店产业空间布局影响因素进行研究分析;文吉通过研究星级酒店空间布局展现出的特征,设立了影响酒店空间布局的动力体系模型,初步探究了影响中国星级酒店空间布局的推动因素;张红、余瑞林以武汉市区域为研究对象,利用地理信息系统进行空间研究,分析星级酒店的空间布局特殊性^[10]。

有关城市经济型酒店空间布局,国外的研究有:Neslon Williams 根据经济型酒店具体特征提出有针对性的财务运作、人力资源和物资储备等管理策略^[11];Cherie Hensdill 对经济型酒店前厅和客房部门的具体运作流程进行分析^[12];Daniel Daniele 从行业政策以及市场环境等方面论述了与酒店选址有关的影响因素^[13];Mark V. Lomanno 从整体布局层面分析美国各州经济型酒店的发展战略布局^[14]。针对于经济型酒店空间布局的国内研究主要出现于 2008 年之后,2008 年北京完满承办了奥运会,奥运会期间吸引了来自世界范围的众多旅客,与此同时对经济型酒店的需求迅速增加,有关城市经济型酒店空间布局的研究也随之增多。柯立研究了经济型酒店的空间布局,提出了经济型酒店布局与一般星级酒店的区别^[15]。李飞认为中国经济型连锁饭店总体市场选择中最重要的因素是 GDP、人均 GDP、消费品零售、非农业人口、批发零售总额为代表的市场潜力^[16]。李彦兵研究分析总结出青岛市经济型酒店的空间布局特征,重点通过对景区、商业区、交通道路及综合地价等因素研究,分析对青岛市经济型酒店空间布局的影响^[17]。侯兵利用主客体关系为理论基础,研究城市经济型酒店市场容量与发展动力、城市主体角色与经济型酒店选址决策两方面的关系,同时在这基础上总结出经济型

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.

廈門大學博碩士論文摘要庫