

2023年酒店发展战略规划(汇总5篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？下面是小编帮大家整理的优质范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

酒店发展战略规划篇一

引导语：在国内有许多企业家成功了不知是怎么成功的，失败了不知是怎么失败的例子非常多，绝大多数中国的企业没有战略，尤其是中小型企业根本就不懂战略。下面是小编为你带来的企业如何做好品牌发展战略规划，希望对你有所帮助。

□

我们看到中国企业普遍缺乏品牌战略规划，缺少品牌建设的一致性方向，品牌传播与推广也往往为“信天游”，随意性很大，以至于品牌资产更是难以积累，而上面介绍的种种病症也大多是由于缺乏品牌战略规划引发的。所以品牌战略规划显得尤为重要。但品牌战略规划究竟是什么？它的具体内容是什么？品牌战略是建立以塑造强势品牌为核心的企业战略，将品牌建设提升到企业经营战略的高度，其核心在于建立与众不同的品牌识别，为品牌建设设立目标、方向、原则与指导策略，为日后的具体品牌建设战术与行为制定“宪法”。

品牌战略规划所要解决的是品牌经营中的根本问题，对品牌现在与未来的属性、结构、范围、内容、愿景与管理机制等问题，对这些问题做出清晰的规划，就为品牌的长期发展道路扫清了时时存在的种种障碍(如下表)

品牌在创立之前就要决定企业品牌选择以及企业是否以品牌

为中心来展开营销，这将决定着企业今后的命运。案例：就很多制造商品品牌而言，目前就倍受经销商品牌的阻击，如当前中国的家电业就屡屡受国美、苏宁等经销商品牌的钳制，这可以说是中国家电企业战略上的失误，像海尔、长虹[tcl]有没有考虑过向宜家(ikea)学习，做个主宰自己命运的一体化品牌呢？在国外，“杯怡可乐”、“美国可乐”等大量超市可乐就冲击了可口可乐、百事可乐的市场，而“宝洁”也在向沃尔玛的挑战中最后也不得不向其低头屈就。可口可乐、百事可乐无疑将腹背受敌，如英国主要超市30%以上的商品为自有品牌，日本最大的零售商大荣连锁集团约40%的商品是自有品牌。被称为“没有工厂的制造商”的英国马狮百货公司，所有商品只用一个“圣米高”牌，成为英国盈利能力最高的零售商业集团。美国超级市场一年销售零售商自有品牌的牛奶达60多亿美元、点心面包20亿美元、奶酪16亿美元、速冻蔬菜9亿美元，超市中40%以上的商品为自有品牌。

品牌模式的选择，解决的则是品牌的结构问题。是选择综合性的单一品牌还是多元化的多品牌？是联合品牌还是主副品牌？是背书品牌还是担保品牌？一个清晰、协调且科学的品牌结构，对于整合有限的资源，减少内耗，提高效能加速累积品牌资产无疑是至关重要的。（三种模式如图）

企业经营者所希望为消费者所认同的品牌形象设计、策划，它是整个品牌战略规划的重心所在。它从品牌的理念识别、行为识别与符号识别等三方面规范，其中包括以品牌的核心价值为中心的核心识别和以品牌承诺、品牌个性等元素组成的基本识别；还规范了品牌在企业、代言人与产品、推广、传播等层面上的准则；同时为品牌在视觉、听觉、触觉等方面确立基本标准。

□

品牌延伸规划是对品牌未来发展所适宜的事业领域范围的清晰界定，明确了未来品牌适合在哪些领域、行业发展与延伸，

在降低延伸风险、规避品牌稀释的前提下，以谋求品牌价值的最大化。

品牌管理规划是从组织机构与管理机制上为品牌建设保驾护航；最后在上述规划的基础上，为品牌的发展设立愿景，并明确品牌发展的各阶段的目标与衡量指标。

首先，从分析影响品牌的内外部因素开始。品牌塑造必须迎合消费者的利益，否则无以触动消费者的需求；品牌战略规划必须与企业相匹配，企业不仅仅要有付诸实施的愿望，更需要得到企业现有的资源与能力的支持、投入与坚持。

互动式运动。战略规划必须得到企业最高层的直接参与与全力支持，其间伴随着大量的交流、培训、宣讲、试点与辅导等细致的导入工作。第三，是在具体的品牌实施过程中，定期核检品牌状况，随时对品牌战略的实施效果进行评估，根据实施绩效对品牌战略做深入地微调与修正。

1、品牌知名度：衡水老白干在冀北平原拥有极高的品牌知名度，96%以上的消费者都知道衡水老白干是历史名酒、河北特产；近年来品牌缺乏统一的识别体系，已轮落为第四提示知名品牌。

2、品牌认知度：河北消费者对衡水老白干产品具有很高的品质认可度，但是40%的消费者认为，近年来衡水老白干能够根据消费者的需要和口味变化、度数变化进行产品创新。

3、品牌忠诚度：衡水老白干品牌的忠诚消费者大多年龄在35岁以上，职业以部队和政府机关干部、中低收入工人、农民为主。近年来忠诚消费者的需求在不断变化，有往浓香型、低度酒等转移的趋势。

4、品牌联想：提起衡水老白干，消费者首先想到的就是度数最高的烈性白酒；衡水老白干区别于竞争品牌最明显的特点是

其独特的老白干香型。

品牌检核断定衡水老白干需要全面、系统的激活。衡水老白干之所以出现以上种种问题，根源就是没有建立一套系统品牌战略规划，其中有的问题是由于长期历史原因沉积而形成的。

1) 衡水老白干，中国新精神。将衡水老白干规划成一种与时俱进的品牌。

2) 十八酒坊，有一种酒是用来流传的。定位在经典的、流传的酒。主攻高端市场。

1、资源的整合

坚持整合老白干集团各种资源和信息，

2、传媒整合

重视媒介的宣传作用，充分调动各种媒体的积极性，重点布置终端，一反其他品牌单靠电视打江山的局面，全面传播老白干品牌形象，建立良好的知名度，达到老少皆知。

通过卓越的品牌战略规划和整合品牌传播策略，衡水老白干找到了高度差异化、个性化、与消费者共鸣的品牌核心价值，在高档白酒品牌中找到了自己安身立命之地，而且通过近8个月的整合品牌传播，把具有自己独特的、鲜明个性的品牌识别，牢牢扎根在河北省及周边市场消费者的内心深处，副品牌十八酒坊在其战略市场——省会石家庄市场已挤身高档白酒品牌前三位之列，其销售利润也占到公司总利润的50%以上，主品牌衡水老白干的美誉度、忠诚度、价值感和品牌形象均得到了大幅提升。

酒店发展战略规划篇二

明确任务培养队伍深化改革

教育质量要提高

《规划》紧密围绕立德树人根本任务，着力加强爱国主义教育，增强学生的社会责任感、法治意识、创新创业精神与能力、实践动手能力，塑造学生强健体魄，提高文化修养、生态文明素养和综合国防素质，努力培养德智体美全面发展的社会主义建设者和接班人。

《规划》将教师队伍建设放在关键位置，提出注重师德师风建设，激励教师潜心教学、终身从教。《规划》要求严把教师入口关，吸引优秀人才从教，同时改进教师教育和培训，提高教师能力素质，完善教师考核评价制度。

课程教学改革和考试招生制度改革将继续深化。基础教育课程教材改革、产教融合、科教结合、协同育人等一系列重要任务将在“十三五”期间得到关注。同时，教育评价对科学育人的导向作用将进一步增强，国家教育标准体系将得到健全和完善。

《规划》指出，要把教育信息化作为重要手段，推进信息技术与教育教学的深度融合和优质教育资源的共建共享，让优质资源惠及更多学习者特别是欠发达地区和贫困地区学生。

补短板促均衡精准帮扶

教育脱贫促公平

《规划》提出，要推进基本公共教育服务均等化，着力提高基本公共教育服务的覆盖面和质量水平。

按照《规划》要求，新增教育资源重点向中西部、贫困地区、革命老区、民族和边疆地区倾斜，加快提高这些地区的教育发展水平，缩小区域发展差距。教育部门还将进一步加大对乡村教育的投入，实施乡村教师支持计划，提高乡村教师队伍素质，推进城乡义务教育一体化发展。

针对高中阶段教育尚未普及、学前教育入学率偏低的问题，《规划》明确，将实施学前三年行动计划，健全学前教育投入机制，扩大普惠性学前教育资源，提高入园机会和保教保育质量；实施高中阶段教育普及攻坚计划，重点提升中西部地区高中阶段教育的普及水平。

《规划》明确，将对经济困难群体实施精准帮扶，实现家庭经济困难学生资助全覆盖，保障其平等受教育权利；做好随迁子女和留守儿童教育工作，进一步完善随迁子女在流入地就学和升学考试的政策措施，加强对留守儿童的关爱保护，健全服务体系，实行更加人性化、精细化的服务政策。

同时，《规划》还提出，继续实施高校招生阳光工程，保障招生考试公平公正；继续实施支援中西部地区招生协作计划、农村和贫困地区定向招生专项计划，扩大农村、贫困地区学生接受优质高等教育的机会。

协调区域城乡服务国家战略

教育结构将优化

《规划》要求，进一步优化教育资源配置结构，推进区域、城乡教育协调发展。全面提升中西部教育发展水平，服务国家重大区域发展战略，新增高等教育资源向新的城镇化地区、产业集聚区、边境城市延伸。统筹城乡中小学校、幼儿园布局和建设规模，消除城镇“大班额”。

大国工匠后备人才的培养将成为优化教育体系结构的重要抓

手。《规划》提出，加快发展现代职业教育，着力提升职业教育人才培养质量，大力培养应用型、技术技能人才。针对劳动力受教育水平低的短板，《规划》提出大力发展继续教育，构建终身学习制度，创造终身学习、多渠道成才的环境。

在人才培养结构方面，《规划》提出要调整和优化教育结构，更加着眼国家战略需求。《规定》指出，适度扩大高等教育规模，新增计划主要用于创新型、复合型、应用型、技术技能型人才培养，扩大高等学校和职业学校专业设置自主权，优化人才培养学科专业结构，加快培养现代产业和战略新兴产业急需人才。

更多热门文章推荐：

1. 国家教育事业发展“十三五”规划发布
2. 《国家教育事业发展“十三五”规划》全文
3. 国家教育事业发展“十三五”规划全文
4. 《国家教育事业发展“十三五”规划》发布
5. 国务院印发《国家教育事业发展“十三五”规划》
6. 国家教育部解读《国家教育事业发展“十三五”规划》
7. 国家教育事业发展“十三五”规划全文(2)
8. 《国家教育事业发展“十三五”规划》纲要
9. 2017北京两会工作报告解读

酒店发展战略规划篇三

战略联盟合作协议书

甲方：

单位地址：

单位电话：

单位法人：

营业执照注册号：

乙方：

单位地址：

单位电话：

单位法人：

营业执照注册号：

甲乙双方本着平等互惠的原则，就日后相关房地产项目达成合作意向，拟订如下合作协议，以供双方遵守：

1、双方遵守中华人民共和国各项法律与规章制度

2、合作事项：

a)甲方同意在其项目涉及乙方的服务范围时，优先推荐乙方给项目开发商；

b)乙方同意在其推广项目涉及房地产策划及代理时，优先推

荐甲方给项目开

发商。

3、甲乙双方同意在合作项目中积极配合，互相提供宣传资料。

4、甲乙双方同意，本协议及协议中任何条款与条件均属保密信息，任何一方不

持续有效并对双方具有约束力。若任何一方向第三方披露任何一保密信息，被披露方有权要求披露方赔偿损失，并追究其法律责任。

5、甲乙双方同意在彼此推荐之项目成功签订合同后，并于每收到该合同每一笔

款项后7个工作日内，收款方向对方支付该项目的顾问费，对方同时提供该笔顾问费收据。顾问费具体比例如下：

甲方向乙方推荐项目成功签订合同后，乙方向甲方支付该项目到帐收入金额

的10%的顾问费。（根据项目实际情况，顾问费总额最高上限不超过人民币万元）。

乙方向甲方推荐项目成功签订合同后，甲方向乙方支付该项目到账收入金额的5--10%的顾问费。具体比例视项目实际情况而定，必要时另行拟定协议。

若双方与对方所介绍的项目的合同提前终止，则合同签订方只需承担已确认收入并且核实到账之支付责任，对方除此之外不得要求其他任何赔偿，已付的顾问费不需退还。若双方需退服务费给项目签订方，则退款方有权扣除对方相应的顾问费用。

双方收款指定收款帐户如下：

甲方帐户：

开户银行：

帐号：

乙方帐户：

开户银行：

帐号：

6、甲乙双方若发现对方的行为严重违反本协议，严重违背商业道德、法律或损

害对方利益，可以书面形式通知终止本协议。

7、甲乙双方的通知方式和送达：

1) 双方一致确认，双方履行本协议过程中所发出的任何通知、要求或其它

通讯，必须采用书面形式送至本协议列明的收件方的下列通讯地址(或

由收件方以书面通知指定的其它地址)：

甲方通讯地址：深圳市福田区车公庙泰然九路海松大厦201a-2单元

联系人：

乙方通讯地址：

联系人：

电话号码：

2) 一方发出的通知、要求或其它通讯应依照以下规定视作已经送达对方：

a) 如直接交付，在交付时视为收讫；

b) 如以快递发送，在发出三日视为收讫。

任何一方之地址如有变更，应及时以书面通知另一方，因任何一方疏忽通知而导致的损失由其自行承担。

发件方应在该速递文书回执(回执上有速递机构的印章或签字)上写明该文书的主题词(或其标题、文号)。

3) 本协议有效期自双方签字之日起两年，协议期满后经双方共同协商确认

协议可以递延。

4) 本协议在履行过程中发生纠纷，双方应协商解决。协商无法达成协议时，

双方同意向深圳市仲裁委员会申请仲裁，并适用中华人民共和国大陆

现行法律。

5) 本协议一式贰份，双方各持壹份。

6) 本协议未尽事宜，双方友好协商解决。

甲方签字： 乙方签字：

日期：日期：

酒店发展战略规划篇四

于每年的7月xx日进行。

（二）年终考核于

下一年度的1月xx日进行。

（一）工作绩效考核

对战略规划部经理的工作绩效考核，主要从下表所示的10个方面进行。

考核内容

考核内容考核目的绩效目标值

部门费用管理合理有效地控制费用的支出，节约成本控制在预算之内

部门工作

计划完成情况确保部门工作任务全面完成达到100%

公司发展

公司战略实施

投资收益率达到xx%

公司经营情况分析为公司高层领导提供决策支持提交的分析报告的准确率与完成率达xx%

信息收集的及

时性与完整性为公司高层领导提供决策支持

决策评审差错率确保公司无重大决策失误重大决策失误的情况为0

提出合理化建

议被采纳的数量被采纳并实施的建议不得低于xx项

部门人员管理确保各项工作能有序进行1. 部门员工出勤率达到xx%

2. 下属员工无重大违规事件发生

（二）工作能力考核

工作能力考核主要是对具体职务所需要的基本能力进行的测评，对战略规划部经理工作能力的考核，主要包括专业技能掌握程度、分析决策能力、组织协调能力等。

（三）工作态度考核

工作态度考核主要包括工作责任感、协作精神、工作纪律性等方面。

1. 考核采取自我述职报告与上级领导及其他相关人员综合评定的方法，述职报告由被考核者在规定的时间内将书面述职报告交给上级领导。

2. 年度考核总得分=年中考核得分×45%+年终考核得分×55%。

1. 考核人员必须本着公平、公正、客观的原则对被考核者实

施考核。

2. 考核工作必须在规定的时间内完成。

根据绩效考评结果，对被考评者实施相应的人力资源管理措施，将绩效管理与其他人力资源管理制度联系起来。绩效评估结果主要运用于：股权激励、薪资调整、岗位调整、能力提升计划等方面。

酒店发展战略规划篇五

1. 公司目前发展情况：

本公司模拟的是美国苹果公司。苹果股份有限公司，简称苹果公司，英文名apple,inc.(lse[acp]).总部位于美国加利福尼亚的库比提诺，核心业务是电子科技产品，目前全球电脑市场占有率为3.8%。最知名的产品是其出品的appleii[macintosh电脑[ipod数位音乐播放器和itunes音乐商店，它在高科技企业中以创新而闻名。

2、公司外部环境分析：

以手机市场为例，诺基亚品牌关注度下滑难以遏制，而华为、联想、小米上升明显

3、公司内部环境分析：

1、总体目标：我们将以苹果公司为榜样，我们的公司将会是一个功能全面且完整的公司，自行运作生产、市场、销售、物流、研发及人力资源。作为一家股份制公司，我们将对我们的股东负责；作为一家新公司，我们会承担交税的义务，遵纪守法。我们最终会发展成为一个运营稳健、信誉度高、且获得可观利润的高端品牌公司。

2. 目标体系

(1) 财务：

基于我们的产品特点，我们将慎重规划我们的资本结构。在高端品牌市场中，我们必须抢占先机，这将需要大量的产品升级、研发投入，同时，在公司最为关键的成长期，我们又必须适时扩大公司规模，那么我们将慎重决策并采取一种敢冒风险的态度来调整资金流动比率，以及其他重要财务指标，以期以比较健康的负债率从营业中获得可观的利润。

(2) 规模：

由于高端产品的特性，再加之这一时期资金力量、固定资产有限，初期我们将以产品升级以及新产品研发为重点，公司规模可能只是维持以及适当的扩张，待上市后将进行大量融资活动，以期针对每一种产品的发展阶段合理配置公司有限的资源，使各种资源的利用率达到最大。

(3) 区域：

我们的产品主要有三大市场，国内、欧美、和东南亚。期间我们也会根据不同产品的特性重新选择主要市场，并进行合理取舍，以期达到公司利润最大化。

(4) 质量：

我们的产品必须以一个优质、高端的形象呈现给消费者，走在科技的前沿，稳把质量关将是我们全体员工的最大动力。

(5) 品牌：

我们将在三大市场根据不同产品的需求特点，适时调整品牌战略，树立一个诚信、优质的高端品牌形象。

(三) 发展重点

1、企业总体战略：走高质高端路线，以产品良好的质量来获取市场。

2、业务发展重心：

核心业务：普通产品升级

重点业务：保证产品质量，同时研发新产品

一般业务：普通产品的大规模高质量的生产来争夺市场份额；

3、业务策略：

发展战略：在努力生产普通产品的同时升级已有产品，研发新产品并继续升级

稳定战略：保证普通产品质量和数量，确保供货量和成交量，稳步发展在市场竞争中的份额

退出战略：保守普通产品生产和升级，停止研发新产品

4、各职能战略：

财务：确保公司资金运营正常，合理借贷，加强公司资本利润率

生产：确保公司产品正常生产，升级和研发。合理购买原材料，机器等生产设备，确保公司能够不间断生产，提高机器利用率和技术人员的利用率。

市场与销售：认真研究国内国外市场以及产品的销量预测。合理雇佣技术人员。建立强大的市场代理商，同时确保代理商不流失。加强广告投入，扩大消费者范围，提高市场的影

响力。

人力资源管理：根据公司生产能力以及发展前景，合理招聘技术人员，确保公司生产运营正常。招聘销售人员，根据市场销量预测来建立销售人员、代理商激励机制，以扩大产品市场。

(四) 主要保障措施

1 财务保障

由于我们高新技术企业的发展模式与传统企业有很大区别，导致财务保障体系也有很大不同，而大部分企业并没有意识到这一点，从而忽视加强财务保障体系对企业的价值创造能力的提高的效用。以高新技术企业为研究对象，着重剖析高新技术企业财务保障体系存在的问题，以及应如何结合自身特点建立和完善财务保障体系及增强成本、风险等控制体系，以促进企业价值的增加。

2 人力资源保障

计算出最优的工资加成数据。从而留住最多人才。以达到操作研发的最优匹配数据。

3 信息化保障

搜集竞争对手的资料，分析其成功以及失败原因，从而采用在自身企业建设和管理上。

4 企业文化建设

提高企业品牌知名度。从而加强企业产品的市场占有率，以奠基企业文化。

5 风险体系建设

- 1、风险管理诊断。
- 2、多层次风险战略与建设规划。
- 3、风险管理组织体系设计。
- 4、风险管理流程与制度设计。
- 5、风险管理信息系统与文化建设。

6预算体系建设

全面预算管理，是指对与企业存续相关的投资活动、经营活动和财务活动的未来情况进行预期(预测与计划)并控制的管理行为及其控制安排。借助计算机技术，依赖网络信息系统，实行全面预算信息化，是推行全面预算的高效选择。因而，全面预算管理导入还意味着企业管理控制的信息化、网络化，它是企业管理信息网络化的切入点。

7绩效体系建设

第一步明确战略，可以说做绩效考核体系

第二步分解重点工作，用平衡计分卡的方法从财务、客户、内部运营、学习与成长四个维度进行重点工作的分解，平衡计分卡的四个维度是有其内在逻辑关系的。

第三步分解关键因素，运用组织功能分解法(fast法)进行关键因素的分解

第四步绘制战略地图，战略地图绘制的思路就是用价值树的分解方法采用层层剖析的方法，将企业的战略目标按照从上到下依次是财务、客户、内部运营、学习与成长四个维度的逻辑关系进行层层分解。

第五步将关键因素转化为绩效指标。

第六步明确部门使命，考核指标分解到部门的过程中，需要清晰的部门使命做指引。

第七步落实公司及各部门指标。

第八步指标要素设计