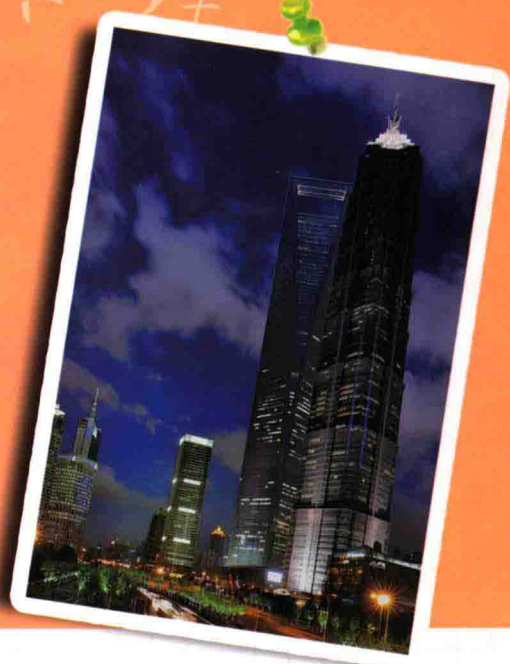


饭店管理与实务

► 石雯 齐丹 主编



FANDIAN
GUANLI
YU
SHIWU



饭店管理与实务

石 雯 齐 丹 主编

中央广播电视大学出版社

北 京

内容简介

本书共分为 14 个项目。每个项目均以“任务清单”和“情景在线”开篇，启发读者思考，然后讲述理论知识，并以“相关链接”和“小案例”等形式介绍与任务相关的知识和技巧。每个项目末尾还安排有“牛刀小试”，帮助读者巩固所学知识。

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店管理与实务 / 石雯, 齐丹主编. —北京: 中央广播电视大学出版社, 2014.1

ISBN 978-7-304-05616-2

I. ①饭... II. ①石... ②齐... III. ①饭店—企业管理
IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 130596 号

版权所有, 翻印必究。

饭店管理与实务

石 雯 齐 丹 主编

出版·发行: 中央广播电视大学出版社

电话: 营销中心 010-58840200 总编室 010-68182524

网址: <http://www.crtvup.com.cn>

地址: 北京市海淀区西四环中路 45 号

邮编: 100039

经销: 新华书店北京发行所

策划编辑: 苏 醒

印刷: 北京雷杰印刷有限公司

版本: 2014 年 1 月第 1 版

开本: 787×1092 1/16

责任编辑: 谷春林

印数: 0001~3000

2014 年 1 月第 2 次印刷

印张: 14.75 字数: 340 千字

书号: ISBN 978-7-304-05616-2

定价: 44.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

前言

PREFACE

本书从中国现代饭店业的实际需求出发，深入浅出地介绍了饭店管理的有关基础知识。全书突出专业技能的操作训练，具有实用性。

本书共分为 14 个项目。每个项目均以“任务清单”和“情景在线”开篇，启发读者思考，然后讲述理论知识，并以“相关链接”和“小案例”等形式介绍与任务相关的知识和技巧。每个项目末尾还安排有“牛刀小试”，帮助读者巩固所学知识。

本书由石雯、齐丹担任主编，参加编写的还有程汕青、陈慧泽。编写分工如下：石雯编写项目一、项目二，并负责全书的统稿工作；齐丹编写项目三至项目八；程汕青编写项目九至项目十一；陈慧泽编写项目十二至项目十四。

在本书编写过程中，我们参阅了国内外大量的资料，得到了许多专家的指导与帮助，在此一并表示衷心的感谢！

由于时间仓促，水平有限，书中疏漏在所难免，我们期盼读者提出批评和建议，以便修订。

编者

目 录

CONTENTS

项目一 饭店概述

任务一 饭店的含义、功能及其社会效益.....	2
任务二 饭店的基本类型与等级评定.....	4
任务三 饭店业的发展历史	7
任务四 饭店业的发展趋势	11
任务五 饭店产品的概念、构成和特征.....	16

项目二 饭店管理的基础理论和方法

任务一 饭店管理概述	21
任务二 饭店管理的基础理论	27
任务三 饭店管理的模式	32

项目三 饭店的组织管理

任务一 饭店组织	40
任务二 饭店组织管理制度	46
任务三 饭店的非正式组织	49

项目四 饭店计划管理

任务一 饭店计划管理概述	55
任务二 饭店计划指标及其类型	56
任务三 饭店计划的编制、执行与控制.....	63

项目五 饭店人力资源管理

任务一 饭店人力资源管理概述	70
任务二 饭店人力资源开发	74
任务三 饭店员工的激励	83
任务四 饭店员工的惩罚	86

项目六 饭店财务管理

任务一 饭店财务管理概述	89
任务二 饭店财务预算	91
任务三 饭店财务控制	94



任务四 饭店财务分析 97

任务五 财务部主要岗位职责 102

项目七 饭店物资和设备管理

任务一 饭店物资管理 104

任务二 饭店设备管理 109

任务三 饭店能源管理 118

项目八 饭店主要业务管理

任务一 饭店前厅管理 123

任务二 饭店客房管理 126

任务三 饭店餐饮管理 129

任务四 饭店康乐管理 132

项目九 饭店营销管理

任务一 饭店的营销环境 137

任务二 饭店市场营销 140

任务三 饭店新型营销组合策略与理念 148

项目十 饭店服务质量与投诉管理

任务一 饭店服务质量概述 160

任务二 饭店服务质量管理 164

任务三 饭店“金钥匙”服务 169

任务四 客人投诉的处理 172

项目十一 饭店安全管理

任务一 饭店安全管理概述 178

任务二 饭店安全管理常见问题的处理 180

项目十二 饭店战略管理

任务一 饭店战略管理概述 187

任务二 饭店竞争战略 193

任务三 饭店产品市场战略 194

任务四 饭店集团化战略 196

项目十三 饭店信息技术与电子商务

任务一 饭店信息技术 203

任务二 饭店电子商务 207

项目十四 饭店企业文化

任务一 饭店企业文化概述 214

任务二 饭店企业文化的建设与创新 220

参考文献 227

项目一 饭店概述

任务清单



- ◇ 了解饭店的含义和功能。
- ◇ 掌握饭店的特点。
- ◇ 熟悉饭店的类型和星级饭店的定义。
- ◇ 了解饭店业的发展历史。
- ◇ 掌握世界饭店业的发展趋势。

情景在线



最奢华的七星级饭店

位于迪拜的阿拉伯塔 (Burj Al Arab) 饭店是当今世界上唯一的一家七星级饭店, 于 1999 年在海滨的一个人工岛上落成。它是一座帆船形的塔状建筑, 一共有 56 层, 高 321 米, 由著名的英国设计师汤姆·赖特 (Tom Wright) 设计。饭店采用双层膜结构建筑形式, 造型轻盈、飘逸, 具有很强的膜结构特点及现代风格。它拥有 202 套复式客房, 200 米高的地方有可以俯瞰迪拜全城的餐厅。到过阿拉伯塔饭店之后, 才能体会到真正意义上的“金碧辉煌”。它的中庭是金灿灿的, 780 平方米的总统套房更是华丽非凡。在第 25 层, 家具是镀金的, 设有一个电影院、两间卧室、两间起居室、一个餐厅, 出入有专用电梯, 墙上挂的画则全是真迹。每进入一个房间, 都有一个管家会向你介绍房内各项高科技设施如何使用。客房面积从 170 平方米到 780 平方米不等。这家饭店拥有 8 辆宝马和 2 辆劳斯莱斯, 专供住店旅客直接往返机场; 也可从 28 层专设的停机坪坐直升机, 花 15 分钟从空中俯瞰迪拜美景。客人如果想在海鲜餐厅就餐的话, 将会由潜水艇送到餐厅, 这样他们在就餐前就可以欣赏到海底奇观。由于饭店是以帆为外观造型, 因此饭店到处都是与水有关的主题。位于饭店进门处的两大喷水池, 不时变换着各种喷水方式, 每一个喷水过程皆经过精心设计, 15~20 分钟即换一种喷法。

问题: 现代饭店具有哪些功能? 你认为饭店业将会呈现什么样的发展趋势?

提示: 随着现代经济和旅游业的飞速发展, 在我们的现实生活中, 饭店作为提供各种服务以取得社会效益和经济效益的企业发挥着越来越重要的作用。饭店的功能和服务也呈现出多样化、个性化的发展特点。

任务一 饭店的含义、功能及其社会效益

一、饭店的含义

(一) 饭店的概念

饭店(hotel)一词源于法语,原意是指贵族在乡间招待贵宾的别墅。后来,英、美等国沿用了这一名称来泛指所有商业性的住宿设施。国内有诸如“旅馆”“旅社”“旅店”“酒店”“宾馆”“度假村”“饭店”等诸多称谓,国家旅游局将现代宾馆和酒店等统称为旅游饭店,本书就选用“饭店”这一称谓。现代饭店是指凭借建筑物及其设施、设备,为宾客提供食宿、娱乐、购物、消遣、通信、商务、旅行服务而获得经济效益和社会效益的综合性经济实体。

这里所说的饭店不包含酒家、酒楼、餐馆、餐厅、饭庄、饭馆(饭店)等专营餐饮业务的经济实体——因为这一类企业仅仅向客人提供饮食及相关服务,而饭店则是提供住宿、餐饮以及其他综合性服务的企业。

(二) 饭店的性质和特点

饭店作为综合性服务企业,具有和一般企业一样的共性特征。饭店首先是一个独立的营利性经济组织,自主经营,经济独立,具备对外关系上的法人地位。同时,饭店还有与其他企业不同的性质和特点。

1. 服务性

饭店产品是有形的设施设备和无形的劳务服务的有机结合,其中以无形的劳务服务为主,有形的设施设备为辅。实物产品部分实际上只起到促进服务销售的作用,习惯上被称作“助销产品”。因此,饭店是以提供劳务为主的服务性企业,饭店生产和销售的主要是无形的服务产品。

2. 综合性

现代饭店不仅要满足顾客住宿和饮食的基本需求,还必须同时满足客人的其他多种消费需求,如商业贸易、会议、度假、文秘、通信、健身、娱乐、购物、货币兑换、票务、委托代办等。因而,饭店是一个具有综合功能的企业,必须配备相关的设施并提供相应的服务。

3. 享受性

饭店所能满足客人的不只是简单的物质需要,而且是客人不断提高的享受需求,这是现代消费的必然发展趋势,也是其与一般商品和服务的主要区别。

4. 文化性

饭店作为旅行者的居留场所,不仅是客人的物质消费场所,而且是客人感受异地文化的精神消费场所。饭店通过外在的、有形的店景文化和内在的企业文化,展现主流文化、

健康文化、民族文化和特色文化，使客人在接受服务的同时，也可以感受到异地文化的魅力。

二、饭店的功能

饭店最基本、最传统的功能就是向顾客提供住宿和餐饮。由于客源及其需求的不断变化，饭店的功能也在不断扩展，现代的饭店功能已经比传统的饭店功能有了很大的发展。

（一）住宿功能

饭店为旅行者提供多种客房产品，包括床位、卫生间和其他生活设施，以清洁、舒适的环境和热情、周到的服务，使投宿者得到很好的休息，获得“宾至如归”的感受。

（二）餐饮功能

饭店一般设有不同的餐厅，以精美的菜品、良好的就餐环境、可靠的卫生条件和规范的服务，向客人提供包餐、风味餐、自助餐、点菜、小吃、饮料以及酒席、宴会等多种形式的餐饮服务。

（三）商务功能

饭店设有商务中心、商务楼层、商务会议室与商务洽谈室，提供传真和国际、国内直拨电话等现代通信设施，为商务旅游者从事商务活动提供各种方便快捷的服务。很多商务型酒店还设有商务客房，在客房中直接提供传真机、打印机以及互联网接口和计算机。

（四）家居功能

饭店是客人的“家外之家”，应努力营造像在家里一样亲切、温馨、舒适、方便的气氛。尤其是公寓饭店，一般带有生活住宿性质，主要为长住客人服务，价格便宜，自助服务设施（如自助厨房、自助洗衣室）齐全，客人使用起来自由方便，家居功能尤为典型。

（五）度假功能

现代度假型饭店在提供住宿和餐饮等基本服务外，还提供满足顾客休闲度假需要的设备设施。度假饭店一般位于风景秀丽、环境优美、气候适宜的风景区，具备比较齐全的娱乐设施，可以垂钓、划船、泡温泉、爬山等，能满足不同顾客的度假需要。

（六）会议功能

饭店内有大小规格不等的会议室、谈判室、演讲厅、展览厅。会议室、谈判室多有良好的隔板装置和隔音装置，并提供多国语言的同声翻译，有的饭店还可以举行电视会议。

此外，饭店还具有娱乐健身、通信和信息集散、文化服务、商业购物服务等功能。可见，现代饭店已不仅仅是住宿产业，而是为客人提供多种服务、具有多种功能的“生活产业”。

三、饭店的社会经济效益

现代饭店不仅能满足旅行者的基本生活需求,而且,作为当地经济发展和形象展示的窗口,促进着当地社会文明的进步。饭店的主要作用表现在下面几个方面:

(一) 是旅游业的重要支柱产业和外汇收入的重要来源

现代饭店作为旅游业的支柱产业之一,其营业收入往往占旅游总收入的一半左右,它是发展旅游业的重要物质基础,也是旅游者进行旅游活动的基地。而且饭店经营方式是一种不出口的商品贸易经营方式,其汇率比一般外贸出口要高,是赚取外汇的重要行业,有利于国家外汇收支的平衡,会进一步促进旅游业和国家经济的发展。

(二) 为社会创造大量就业机会并带动其他相关行业的发展

饭店属于服务密集型企业。中国近些年来经验表明,高级饭店每增加一间客房,就可以直接或间接为 5~7 人提供就业机会;而中低档饭店每增加一间客房,可以为 4~5 人提供就业机会。由于饭店业是一个综合性的服务行业,其发展势必促进其他相关行业的发展,如饭店大型设备生产行业、饭店物品供应行业、建材装饰行业等,这对活跃地方经济、推动其他行业的发展将起到积极的促进作用。

(三) 反映一个国家或地区旅游业和国民经济的发展水平

作为对外展示形象的“窗口”,饭店业的发展规模和水平不仅反映一个国家或地区旅游业的发展状况和水平,而且现代饭店已经成为一个城市、地区乃至一个国家市政、社会公共设施建设必不可少的组成部分,在一定程度上代表一个国家或地区的形象,反映一个国家或地区经济发展的水平和社会文明的程度,它是一个国家或地区国民经济发展水平的综合体现。

任务二 饭店的基本类型与等级评定

一、饭店的基本类型

现代饭店由于功能日趋多样化,类型也日益复杂。一般来说,学界大致根据以下几种标准,将饭店划分为不同类型。

(一) 按饭店市场和客源特点分类

(1) 商务饭店。其以接待商务旅行者为主要目的。此类饭店在设施与服务上要求豪华、舒适、便利,通常设有各种商务中心、会议室、宴会厅等。

(2) 长住型饭店,又称“公寓饭店”。其主要针对居住时间较长的工作或度假客人,并

同时接待家庭消费者。因此,这类饭店一般对外观设计要求不高,但要求内部设施和房间布局适合家庭或长期居住。

(3) 度假型饭店。其以接待游乐、度假的宾客为主,在设施设备上要求舒适、安全、实用,常常开辟有各种游乐项目、康体疗养或体育健身项目等。

(4) 会议型饭店。其以各种会议团体为主要接待对象。此类饭店不仅对各种会议设施设备要求很高,如完善的投影、播放、通信、视听、同声翻译等设备,而且对服务的质量要求也很高。

(5) 汽车饭店。这是常见于欧美国家公路干线上的一种经济型饭店,设施简单,规模较小,主要接待驾车旅行投宿者。当代汽车饭店在规模与设施上有所改善,有的逐步趋于豪华,并且服务也渐趋综合。

(二) 按计价方式分类

(1) 欧式计价饭店。其房价只包括房租,不含食品、饮料等其他费用。

(2) 美式计价饭店。其房价包括房租与一日三餐的费用。

(3) 修正美式计价饭店。其房价包括房租、早餐及一顿正餐的费用。

(4) 欧陆式计价饭店。其房价包括房租及一份欧陆式早餐(咖啡、面包和果汁)的费用。

(5) 百慕大计价饭店。其房价包括房租及美式早餐的费用。

(三) 按饭店建筑投资费用分类

(1) 中低档饭店,即按照国际饭店建筑投资标准,每个标准间建筑投资为2万~4万美元,单间客房面积一般为25平方米左右的饭店。

(2) 中档或中档偏上饭店,即每个标准间建筑投资为4万~6万美元,单间客房面积为36平方米左右的饭店。

(3) 豪华饭店,即每个标准间建筑投资为8万~10万美元,单间客房面积为47平方米左右的饭店。

此外,饭店按照设施规模大小可分为大型饭店(600间客房以上)、中型饭店(300~600间客房)、小型饭店(300间客房以下);根据所在地区不同可分为游览地饭店、城市饭店、过境饭店、机场饭店、车站码头饭店;根据营业时间可分为全年性和季节性饭店;根据所有制形式可分为国有饭店、集体饭店、个体饭店、外资饭店、合资饭店等。

在西方一些国家,还出现了一种经济型饭店,也称为廉价酒店或经济型酒店(budget hotel)。这种饭店为了达到经济实用的目的,省去了一些不必要的设施,平均房价控制在40~50美元,因而受到了宾客的喜爱。

二、饭店的等级评定

饭店等级是指一家饭店的豪华程度、设备设施水平、服务范围和服务质量的等级。对客人来说,饭店分等定级可以使他们了解饭店的设施和服务情况,以便有目的地选择适合自己要求的饭店。因而,饭店等级的高低实际上反映了不同层次宾客的需求,在一般情况

下，对于同规模、同类型的饭店来说，客房平均房价是饭店等级高低的客观标志。

目前，世界上有八十多种饭店等级制，有的是饭店协会制定的，有的是政府部门制定的。由于各地区、国家饭店业的发达程度和出发点不同，各种等级制度所采用的标准也不尽相同。饭店等级制在欧洲国家较为普遍。但在美国，较有影响的则是美国汽车协会及美国汽车石油公司分别制定并使用的“五花”和“五星”等级制。表 1 - 1 是世界部分国家饭店的等级名称及等级评定机构。

表 1 - 1 世界部分国家饭店的等级名称及等级评定机构

国家	饭店等级名称	饭店等级评定机构
阿根廷	特别豪华，A，B，C，D	政府
奥地利	A1，A，B，C，D	饭店协会
加蓬	豪华，舒适，现代化	饭店协会
希腊	A，B，C，D，E	政府
伊朗	豪华，四星，三星，二星，一星	政府
爱尔兰	A1，A，B，BC，C，D	政府
以色列	五星，四星，三星，二星，一星	政府和饭店协会
意大利	豪华，第一，第二，第三，第四	政府
挪威	乡村，市镇，山区，观光	政府
葡萄牙	观光，商业	政府

为适应旅游事业发展的需要，中国于 1988 年制定了《中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定》，并于同年 9 月 1 日起执行。中国国家技术监督局于 1993 年 9 月 1 日正式批准《旅游涉外饭店星级评定标准》，自同年 10 月 1 日起执行。此后，国家对旅游涉外饭店星级评定的具体内容又进行了多次增改。中国划分饭店等级的主要标准是饭店的服务项目和服务质量及饭店设施的豪华程度，同时还根据饭店的地理位置和经济效益情况来确定饭店的等级，一般分为“白金五星级饭店、五星级饭店、四星级饭店、三星级饭店、二星级饭店、一星级饭店”。2010 年 10 月 18 日，国家颁布了新版《旅游饭店星级的划分与评定》标准。

- 具体而言，各类星级饭店的标准基本可以概括为：
- (1) 一星级饭店。设备简单，具备食、宿两项最基本功能，能满足客人最简单的旅行需要，提供基本的服务，属于经济等级，满足经济能力较差的旅游者的需要。
 - (2) 二星级饭店。设备一般，除具备客房、餐厅等基本设备外，还有商品、邮电、理发等综合服务设施，服务质量较好，属于一般旅行等级，满足旅游者的中下等的需要。以法国波尔多市阿加特二星旅馆为例，共有 7 层楼房 148 个房间，每个房间有 2~3 张床，面积 13.5 平方米（包括一个 2.5 平方米的卫生间，有抽水马桶、洗澡盆及淋浴喷头），房内有冷热风设备、地毯、电话，家具较简单，收费低廉，经济实惠。
 - (3) 三星级饭店。设备齐全，不仅提供食宿，还有会议室、宴会厅、酒吧间、咖啡厅、

美容室等综合服务设施。每间客房家具齐全,并有电冰箱、彩色电视机等。服务质量较好,收费标准较高,能满足中产以上旅游者的需要。目前,这种饭店属于中等水平,因此在国际上最受欢迎,数量也较多。

(4) 四星级饭店。设备豪华,服务设施完善,服务项目多,服务质量优良,讲究室内环境艺术,提供优质服务。客人不仅能够得到高级的物质享受,还能得到很好的精神享受。这种饭店国际上通常称为一流水平的饭店,收费一般很高,主要是满足经济地位较高的旅游者和公费旅游者的需要。

(5) 五星级饭店。这是旅游饭店的最高等级。设备十分豪华,设施更加完善,除了房间设施豪华外,服务设施齐全。有各种各样的餐厅,较大规模的宴会厅、会议厅,综合服务比较齐全,是社交、会议、娱乐、购物、消遣、保健等活动的中心。环境优美,服务质量要求很高,是一个亲切惬意的小社会。收费标准很高,主要是满足政府要员,社会名流,大公司的管理人员、工程技术人员,参加国际会议的官员、专家、学者的需要。



相关链接

中国首批白金五星级饭店

2006年7月,国家旅游局正式启动创建白金五星级饭店的试点工作,北京中国大饭店、上海波特曼丽嘉酒店、广州花园酒店和济南山东大厦4家饭店入围首批白金五星级饭店创建试点名单。2007年1月,中国首批白金五星级饭店验收工作结束,4月,国家旅游局通过官方网站公示北京中国大饭店、上海波特曼丽嘉酒店、广州花园酒店3家饭店达到白金五星级饭店标准要求,批准为白金五星级饭店。2007年8月,国家旅游局局长、全国旅游星级饭店评定委员会主任邵琪伟为获得白金五星级称号的3家饭店颁发了证书和标牌。

任务三 饭店业的发展历史

一、世界饭店业的发展历史

在人类发展历史上,饭店的产生和发展过程,已有几千年的历史。关于现代饭店的起源有多种说法,包括从中国的驿馆、中东的商队客店、古罗马的棚舍、欧洲的路边旅馆及美国的马车客栈演变而来。本书倾向于世界饭店业起源于欧洲。

据历史资料考证,欧洲最初的食宿设施始于古罗马时期,其发展进程大体经历了客栈、大饭店、商业饭店和现代新型饭店4个时期。饭店的发展形势不是呈直线状态,而是几经起落,盛衰交替的。到第二次世界大战以后,随着人们跨国、跨洲旅游的日益频繁,各国饭店数量开始急剧上升,大型饭店公司应运而生。

(一) 古代客栈时期(12—18世纪)

客栈是随着商品生产和商品交换的发展而逐步发展起来的。最早的客栈,可以追溯到

人类社会的初期,是为适应古代国家的外交、宗教和商业旅行、帝王和贵族巡游等活动的需要而产生的。

在西方,虽然客栈作为一种住宿设施早已存在,但其真正流行却是在15—18世纪。当时,欧洲许多国家(如法国、瑞士、意大利和奥地利等国)的客栈已相当普遍,但以英国的客栈最为著名。

古代客栈的特点是:一般规模很小,建筑简单,设备简易,价格低廉;仅提供简单食宿、休息场所或车马等交通工具;服务上,客人在客栈里往往挤在一起睡觉,吃的也是和主人差不多的家常饭。当时的这些住所无其他服务可言;管理上,以官办为主,也有部分民间经营的小店,即独立的家庭生意,客栈是家庭住宅的一部分,家庭是客栈的拥有者和经营者,没有其他专门从事客栈管理的人员。后来,随着社会的发展,旅游活动种类的增加,客栈的规模也日益扩大,种类不断增多。

后期的英国客栈有了很大的改善。到了15世纪,有些客栈已拥有20~30间客房,当时比较好的客栈通常拥有酒窖、食品室和厨房,还有供店主及管马人用的房间。许多古老的客栈还有花园草坪、带有壁炉的宴会厅和舞厅。

此时的英国客栈已是人们聚会、相互交往、交流信息的地方。实际上,到18世纪,世界许多地方的客栈不仅仅是过路人寄宿的地方,还是当地社会政治与商业活动的中心。

总而言之,这些简单的住宿设施不是完整意义上的饭店,而是饭店的雏形。

(二) 豪华饭店时期(18世纪末—19世纪中叶)

18世纪后期,欧美各国进入工业化时代,小客栈逐渐发展成为大饭店。随着资本主义经济和旅游业的产生和发展,旅游开始成为一种经济活动,专为上层阶级服务的豪华饭店应运而生。

当时欧洲的许多国家大兴土木,争相建造豪华饭店。具有代表性的此类饭店有巴黎的巴黎大饭店和罗浮宫大饭店、柏林的恺撒大饭店、伦敦的萨沃伊大饭店。大饭店和客栈有许多根本的区别。大饭店多建在繁华的大都市,饭店的服务是一流的,讲究礼仪,主要接待王公贵族、官宦和社会名流。饭店投资者、经营者的根本兴趣是取悦社会名流,求得社会声誉,往往不太注重经营成本。

豪华饭店的特点是:规模宏大,建筑与设施豪华,装饰讲究;食物精美,家具高档,许多豪华饭店还成为当地乃至世界建筑艺术的珍品。饭店内部协作分工明确,对服务工作和服务人员要求十分严格,讲究服务质量。饭店内部出现了专门的管理机构,促进了饭店管理及其理论的发展。豪华饭店是富裕阶级生活方式和社交活动商业化的结果。

(三) 商业饭店时期(19世纪末—20世纪50年代)

美国的饭店业大王埃尔斯沃思·密尔顿·斯塔特勒被公认为商业饭店的创始人。他凭着自己多年来从事饭店经营的经验及对市场需求的了解,立志要建造一种“在一般公众能负担的价格之内,提供必要的舒适与方便、优质的服务与清洁卫生”的饭店,亮出了“平民化、大众化”的旗号。1908年,他在美国纽约州水牛城建造了第一家由他亲自设计并用自己名字命名的斯塔特勒饭店。

斯塔特勒饭店与大饭店相比较的一个根本区别是，前者的服务对象不只是王公贵族或商业巨子，还有从事一般商业活动的普通旅游者，饭店向他们提供方便、清洁、安全、实用、舒适的服务。斯塔特勒的另一重大贡献是将饭店的所有者与经营者分离，即饭店业主不直接参与经营管理。19世纪40年代，世界两大著名饭店集团公司——希尔顿和喜来登开始发展，拉开了当今世界饭店集团公司群雄四起、百花齐放的繁荣局面的序幕。

商业饭店的基本特点是：第一，商业饭店的服务对象是一般的平民，以接待商务客人为主；第二，规模较大，设施设备完善，服务项目齐全，讲求舒适、清洁、安全和实用，不追求豪华与奢侈；第三，实行低价格的销售政策，使顾客感到收费合理，物超所值；第四，饭店经营者与拥有者逐渐分离，饭店经营活动完全商业化；第五，饭店管理逐步科学化和效率化，注重市场调研和市场目标选择，注重员工培训和工作效率。总之，商业饭店时期是世界各国饭店最为活跃的时代，是饭店业发展的重要阶段，由此饭店业走下神坛，进入平民时代。

（四）现代新型饭店时期（20世纪50年代以后）

在20世纪50年代，随着欧美国家战后的经济复苏，国内、国际的交往活动的日益频繁，科学技术的进步，交通条件的改善，人口的迅速增长，世界上出现了国际性的大众化旅游的趋势。劳动生产率的提高、可支配收入的增加，引起旅游和饭店市场的需求迅速扩大，加快了旅游活动的普及。这种社会需求的变化，促使饭店业由此进入现代饭店时期。

20世纪60年代，大型汽车饭店开始在各地如雨后春笋般地出现，并逐渐向城市发展，使汽车饭店与普通饭店变得很难区分。其奢华程度大大超过原先的同类饭店。至20世纪60年代中期，汽车饭店联营和特许经营得到迅速发展，一家饭店生意的好坏在很大程度上取决于联营网络中饭店之间的互荐客源。

在现代新型饭店时期，饭店业发达的地区不再局限于欧美，而是遍布全世界。从20世纪60年代起步发展到如今，亚洲地区饭店业的规模、等级、服务水准及管理水平等方面毫不逊色于欧美的饭店业。在亚洲地区的饭店业中，已涌现出较大规模的饭店集团公司，如中国的香港东方文华饭店集团、中国的香港丽晶饭店集团、新加坡香格里拉饭店集团、新加坡文华饭店集团、日本的大仓饭店集团、日本的新大谷饭店集团等。

现代饭店的主要特点是：旅游市场结构的多元化促使饭店类型多样化（如度假饭店、观光饭店、商务饭店、长住型饭店）；市场需求的多样化使得饭店设施更加现代化，经营方式更加灵活；饭店产业的高利润加剧了市场竞争，使饭店走向连锁经营、集团化经营的道路；现代信息技术革命和科学管理理论的发展，使现代饭店管理日益科学化和现代化。

表1-2简要地列出了世界饭店业从古代客栈时期发展到现代新型饭店时期所经历的4个阶段。

表 1-2 世界饭店业的 4 个发展阶段

发展阶段	客户群体	交通方式	地理位置	特点
古代客栈时期	传教士 外交官员 信使 商人	步行 骑马 驿车	古道边 车马道路边 驿站附近	设备简陋，仅提供基本食宿； 服务项目少，质量差； 不安全，常有抢劫发生
豪华饭店时期	贵族度假者 上层阶级 公务旅行者	火车 轮船	铁路沿线 海港附近	规模大； 设施豪华； 服务正规，具有一定的接待仪式、礼节 礼貌
商业饭店时期	公务旅行者	飞机 火车 汽车	城市中心 公路边	设施舒适、清洁、安全、方便； 服务齐全，价格合理； 以顾客为中心来经营
现代新型饭店 时期	大众 旅游市场	汽车 飞机 火车	城市中心 旅游胜地 公路边 机场附近	规模扩大，饭店集团占据较大市场份额； 类型多样化，住宿设施更加现代化； 饭店提供住、食、旅游、通信、商务、 康乐、购物等服务

二、中国饭店业的发展历史

（一）中国古代饭店业

中国的饭店起源极早，远在 3 000 多年前的殷商已经出现了饭店的雏形。当时的饭店大多为官办，称为“驿站”。到周代时，在各个交通要道设立了“客舍”，《周礼》中记载：“凡国野之道，十里有庐，庐有饮食。”它们是中国历史上最古老的官办住宿设施。到了战国时期，饭店管理制度进一步规范，《史记·商君列传》中有“商君之法，舍人无验者坐之”的记载。到秦汉时期，由于社会经济稳步发展，在全国各地修建了各种行宫，在都城长安则有“蛮夷馆”（在历代曾有“四夷馆”“四方馆”“会同馆”等各种称谓）。唐、宋、元、明和清代的中期被认为是中国饭店业较大发展的时期，且饭店主要服务于以国家管理为目的的“驿站”。

（二）中国近代饭店业

某种程度上，中国近代饭店几乎与世界饭店发展同步。19 世纪初，西方国家入侵中国，同时把与中国传统饭店迥然不同的西式饭店带了进来。例如，1900 年建成的北京饭店和六国饭店都属这类西式饭店，不同的是北京饭店外面的柱廊带有明显的法式特征，而六国饭店则是英国人的杰作。这个时期比较有名的饭店还有北京的翠明庄、远东饭店、德国饭店，上海的锦江饭店，广州的万国饭店等。一方面，西式饭店是西方列强侵入中国的产物，为

帝国主义的政治、经济、文化服务；但另一方面，西式饭店的出现对中国近代饭店业的发展起到了一定的促进作用，把西式饭店的建筑风格、设备配置、服务方式、经营管理的理论和方法等带到了中国。

（三）中国现代饭店业

1956 年“三大改造”后，中国的饭店多以“招待所”的形式出现，其服务目的往往定位于政治接待，缺乏企业的运作模式，根本不追求经济效益。因此在这个阶段，中国没有严格意义上的饭店。

20 世纪 80 年代以后，中国饭店业的规模、硬件设施、服务水平和管理水平都取得了巨大发展。在这一时期，中国饭店业发展经历了以下 4 个阶段的转变并已初具规模：

第一个阶段（1978—1983），由事业单位招待型管理走向企业单位经营型管理。

第二个阶段（1984—1987），由经验型管理走向科学管理。

第三个阶段（1988—1994），吸纳国际上通行的做法，推行星级评定制度，使中国饭店业进入国际现代化管理新阶段。

第四个阶段（1994 至今），中国饭店业逐步向专业化、集团化、集约化经营管理迈进。

中国现代饭店的发展虽然有了一些可喜的成就，但与大型国际饭店企业相比尚存在一定差距，主要体现在服务质量和整体管理上。相当一部分饭店管理者“重硬件、轻软件”，对服务质量落实不到位，使得中国饭店业的服务质量仍处于落后于国际饭店业平均水平的状态。因此，中国饭店的管理和服务水平还有待进一步提升。

任务四 饭店业的发展趋势

一、世界饭店业的发展趋势

（一）饭店集团化与预订网络化

随着经济全球化、市场和资源国际化的发展，世界性饭店集团每年都在进行调整和兼并，进而促进了更大规模的饭店集团的诞生。有资料表明，全世界最大的 200 家国际饭店联号拥有全世界 20% 以上的床位数。以前美国的国际饭店联号数量在全球遥遥领先，而今欧洲国际饭店联号发展迅速，如英国的巴斯饭店集团、法国的雅高集团等均是后起之秀。英国的巴斯公司先后兼并了国际假日饭店集团、洲际饭店集团，成为规模更大、更具竞争力的英国巴斯饭店集团。

与此同时，由于网络技术的发展，除了传统方式外，饭店更多地利用互联网进行网上预订与促销。大型国际连锁饭店都设有客房预订系统。客房预订的网络化，一方面方便了客人，使客人在到达目的地之前便可以安排好下榻之处；另一方面，又可以把客人留在同一联号内，从而使连锁的其他各饭店也能受益。例如，拥有 349 家饭店，客房数近 8 万间的美国雷迪森饭店的中央预订系统设施与 125 个国家联网，通过网络获得的客房收入占总