



新世纪高职高专
旅游与酒店管理类课程规划教材

饭店管理概论

新世纪高职高专教材编审委员会组编

主审 周 雪 主编 王秀荣 宋大为



大连理工大学出版社



新世纪高职高专旅游与酒店管理类课程规划教材

饭店管理概论

新世纪高职高专教材编审委员会组编

主 审 周 雪

主 编 王秀荣 宋大为 副主编 徐志敏 马 柯



FANDIAN GUANLI GAILUN

大连理工大学出版社

DALIAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理概论/王秀荣,宋大为主编.—大连:大连理工大学出版社,2008.11
新世纪高职高专旅游与酒店管理类课程规划教材
ISBN 978-7-5611-4582-1

I. 饭… II. ①王…②宋… III. 饭店-企业管理-高等学校:技术学校-教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 175166 号

大连理工大学出版社出版

地址:大连市软件园路 80 号 邮政编码:116023

发行:0411-84708842 邮购:0411-84703636 传真:0411-84701466

E-mail: dulp@dulp.cn URL: <http://www.dulp.cn>

大连理工印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸:185mm×260mm

印张:14

字数:308 千字

印数:1~4000

2008 年 11 月第 1 版

2008 年 11 月第 1 次印刷

责任编辑:陈 畅 姚春玲

责任校对:刘娜娜

封面设计:张 莹

ISBN 978-7-5611-4582-1

定 价:23.00 元

总序

我们已经进入了一个新的充满机遇与挑战的时代,我们已经跨入了21世纪的门槛。

20世纪与21世纪之交的中国,高等教育体制正经历着一场缓慢而深刻的革命,我们正在对传统的普通高等教育的培养目标与社会发展的现实需要不相适应的现状作历史性的反思与变革的尝试。

20世纪最后的几年里,高等职业教育的迅速崛起,是影响高等教育体制变革的一件大事。在短短的几年时间里,普通中专教育、普通高专教育全面转轨,以高等职业教育为主导的各种形式的培养应用型人才的教育发展到与普通高等教育等量齐观的地步,其来势之迅猛,发人深思。

无论是正在缓慢变革着的普通高等教育,还是迅速推进着的培养应用型人才的高职教育,都向我们提出了一个同样的严肃问题:中国的高等教育为谁服务,是为教育发展自身,还是为包括教育在内的大千社会?答案肯定而且惟一,那就是教育也置身其中的现实社会。

由此又引发出高等教育的目的问题。既然教育必须服务于社会,它就必须按照不同领域的社会需要来完成自己的教育过程。换言之,教育资源必须按照社会划分的各个专业(行业)领域(岗位群)的需要实施配置,这就是我们长期以来明乎其理而疏于力行的学以致用问题,这就是我们长期以来未能给予足够关注的教育目的问题。

如所周知,整个社会由其发展所需要的不同部门构成,包括公共管理部门如国家机构、基础建设部门如教育研究机构和各种实业部门如工业部门、商业部门,等等。每一个部门又可作更为具体的划分,直至同它所需要的各种专门人才相对应。教育如果不能按照实际需要完成各种专门人才培养的目标,就不能很好地完成社会分工所赋予它的使命,而教育作为社会分工的一种独立存在就应受到质疑(在市场经济条件下尤其如此)。可以断言,按照社会的各种不同需要培养各种直接有用人才,是教育体制变革的终极目的。

随着教育体制变革的进一步深入,高等院校的设置是否会同社会对人才类型的不同需要一一对应,我们姑且不论。但高等教育走应用型人才培养的道路和走研究型(也是一种特殊应用)人才培养的道路,学生们根据自己的偏好各取所需,始终是一个理性运行的社会状态下高等教育正常发展的途径。

高等职业教育的崛起,既是高等教育体制变革的结果,也是高等教育体制变革的一个阶段性表征。它的进一步发展,必将极大地推进中国教育体制变革的进程。作为一种应用型人才培养的教育,它从专科层次起步,进而应用本科教育、应用硕士教育、应用博士教育……当应用型人才培养的渠道贯通之时,也许就是我们迎接中国教育体制变革的成功之日。从这一意义上说,高等职业教育的崛起,正是在为必然会取得最后成功的教育体制变革奠基。

高等职业教育还刚刚开始自己发展道路的探索过程,它要全面达到应用型人才培养的正常理性发展状态,直至可以和现存的(同时也正处在变革分化过程中的)研究型人才培养的教育并驾齐驱,还需要假以时日;还需要政府教育主管部门的大力推进,需要人才需求市场的进一步完善发育,尤其需要高职教学单位及其直接相关部门肯于做长期的坚忍不拔的努力。新世纪高职高专教材编审委员会就是由全国100余所高职高专院校和出版单位组成的旨在以推动高职高专教材建设来推进高等职业教育这一变革过程的联盟共同体。

在宏观层面上,这个联盟始终会以推动高职高专教材的特色建设为己任,始终会从高职高专教学单位实际教学需要出发,以其对高职教育发展的前瞻性的总体把握,以其纵览全国高职高专教材市场需求的广阔视野,以其创新的理念与创新的运作模式,通过不断深化的教材建设过程,总结高职高专教学成果,探索高职高专教材建设规律。

在微观层面上,我们将充分依托众多高职高专院校联盟的互补优势和丰裕的人才资源优势,从每一个专业领域、每一种教材入手,突破传统的片面追求理论体系严整性的意识限制,努力凸现高职教育职业能力培养的本质特征,在不断构建特色教材建设体系的过程中,逐步形成自己的品牌优势。

新世纪高职高专教材编审委员会在推进高职高专教材建设事业的过程中,始终得到了各级教育主管部门以及各相关院校相关部门的热忱支持和积极参与,对此我们谨致深深谢意,也希望一切关注、参与高职教育发展的同道朋友,在共同推动高职教育发展、进而推动高等教育体制变革的进程中,和我们携手并肩,共同担负起这一具有开拓性挑战意义的历史重任。

新世纪高职高专教材编审委员会

2001年8月18日

前 言

回顾饭店发展历程,我们清楚地看到随着中国旅游业的高速发展,中国饭店业已经昂首踏进 21 世纪的今天,期间既有让人欣慰的累累硕果,也有引以为戒的坎坷曲折,因此总结过去的经验和教训,揭示饭店运行的规律,构建饭店管理的理论体系,探求饭店管理理论和实践的更广阔的理论已迫在眉睫。我们在市场调研的基础上,根据高职高专院校人才培养目标的要求,编写了这本《饭店管理概论》。

本教材是供高职高专院校旅游专业学生使用的专业基础课教材。本教材以饭店业务运行为线索,结合饭店管理的最新发展状况,对饭店实体的内涵和外延、饭店运行规律、饭店管理的基础理论进行了阐述;并按照饭店运行内容对饭店组织管理、饭店人力资源管理、饭店后勤保障管理、饭店服务质量管理、饭店市场营销管理、饭店企业文化管理做了系统阐述。具体特点如下:

1. 内容系统。饭店管理是一门独立学科,学生应把握系统学科知识,本教材按照已有的学科体系,遵循重点与系统相结合的原则,组织安排教材内容,既全面、系统地介绍了饭店管理的基本原理、方法及其在实际中的应用,又增加了当代饭店管理中的新知识。

2. 体例务实。教材应以实现教学目标为宗旨,为教学活动服务,方便教师的教和学生的学。本教材在编写体例上强调实用性,按照八个模块安排设计,即学习目标、案例导入、基本内容、本章小结、关键概念、复习思考、案例分析、实训练习。

3. 注重实践。饭店管理理论知识来源于实践,更要服务于实践,饭店管理课程是实践性很强的课程。本教材强调教

学实践性,强化学生能力培养和职业素质养成,各章以一定的典型案例贯穿始终,作为章节开篇、内容诠释、案例分析,并增加了课后实训练习。

《饭店管理概论》由王秀荣(秦皇岛职业技术学院)、宋大为(吉林工商学院)任主编,徐志敏(常州纺织服装职业技术学院)、马柯(郑州牧业工程高等专科学校)任副主编,艾静超(沈阳工程学院)也参加了编写。其中王秀荣对本教材的编写进行了整体筹划,对本教材的编写体例进行了整体设计,并负责全书的总纂和统稿工作。具体编写分工如下:第一章由艾静超编写,第二、六章由王秀荣编写,第三、五章由徐志敏编写,第四、八章由宋大为编写,第七章由马柯编写。本教材在编写过程中,参考了大量同仁的材料和案例,在此表示衷心的感谢。

本教材难免存在不当之处,恳请各相关院校同仁和读者朋友在使用本教材时给予批评指正,我们将不胜感激。

所有意见和建议请发往:gzjckfb@163.com

欢迎访问我们的网站:<http://www.dutpgz.cn>

联系电话:0411-84707492 84706104

编者

2008年11月



第一章 饭店概述	1
第一节 饭店的概念	2
第二节 饭店的业务特征	8
第三节 饭店类型与等级	13
第四节 现代饭店集团	17
第二章 饭店管理概述	25
第一节 饭店管理的概念和内容	27
第二节 饭店管理的原则、职能和方法	32
第三节 饭店管理的基本理念	38
第四节 饭店管理基础理论	45
第三章 饭店组织制度管理	53
第一节 饭店组织结构与类型	54
第二节 饭店组织结构设计	59
第三节 饭店制度管理	63
第四章 饭店人力资源管理	71
第一节 饭店人力资源管理概述	72
第二节 饭店人力资源的开发和利用	77
第三节 饭店人力资源激励	88
第五章 饭店后勤保障管理	99
第一节 饭店物资管理	101
第二节 饭店设备管理	112
第三节 饭店安全与卫生管理	119

第六章 饭店服务质量管理	131
第一节 饭店服务质量概述	132
第二节 饭店服务质量管理环节	139
第三节 饭店服务质量管理方法	146
第四节 饭店服务质量衡量标准与评价体系	154
第七章 饭店市场营销管理	161
第一节 饭店市场营销概述	163
第二节 饭店市场营销策略	170
第三节 饭店经营理念与战略	181
第八章 饭店企业文化管理	189
第一节 饭店企业文化概述	190
第二节 饭店企业文化建设	197
第三节 饭店公共关系	204
附 录	213
参考文献	214

第



章

饭店概述

学习目标

通过本章的学习,理解饭店的概念,了解饭店业的分类和等级;了解全球饭店业的发展历史;掌握我国饭店业的发展历史及发展趋势;熟悉饭店集团相关知识。



小院饭店

案例导入

小院饭店是一家简单的饭店,其主要空间是客房(拥有56间客房)。客房的设施简单实用,有空调和卫生间,客房窗明几净。饭店里没有大餐厅,只有一个20个座位的简单小餐厅,提供宾客免费早餐。饭店除了有两间工作用房外,无其他设施。饭店有一个备有自动洗衣机的洗衣房,宾客可以自己动手洗涤衣服。饭店有一个小厨房,里面备有电磁灶和微波炉,宾客可以自助烹调、加热食品。饭店后面还有一个院子,里面绿树成荫,宾客可以自摆桌椅,自带茶水,在此喝茶憩息,由此,该饭店称为小院饭店。饭店的员工虽然有分工和岗位职责,但分工不分家,基本上每个员工什么工作都要做。开业以来,小院饭店的生意一直很好。

第一节 饭店的概念

饭店是一个古老的行业。伴随着人类活动的展开,供应旅行者食宿的场所也随之产生,从古至今,延续不断,世界各地皆然,只是由于地域、语言、风俗的差别,饭店的称呼各异,但其本质是相同的。随着历史的变迁、时代的演进,饭店在功能和服务上都发生了巨大的变化。认识并了解饭店,才能实现饭店从业者所追求的职业目标,努力使饭店成为文明、进步、积极、愉悦的消费体验满足地、加油站。

一、饭店的内涵

(一)饭店的定义

饭店是指功能要素和企业要素均达到国家标准,能够为旅居宾客和其他宾客提供住宿、饮食、购物、娱乐等综合性服务的企业。这是饭店的一般性概念。饭店可以有其他很多概念,人们也会从不同的角度去定义或者描述饭店。但不管怎么去定义,饭店的本质特征都是能够为宾客提供旅居住宿服务。

饭店是装备好的公共住宿设施,它一般都提供膳食、酒类与饮料以及其他的服

——《美利坚百科全书》

饭店是在商业性的基础上向公众提供住宿,也往往提供膳食的建筑物。

——《大不列颠百科全书》

(二)现代饭店应具备的条件

1. 经过政府有关部门许可的;
2. 饭店必须提供住宿、餐饮的基本服务和项目;
3. 旅游饭店还应提供商务、娱乐、购物等项目及其服务;
4. 饭店对接待对象应当做到大众化、无歧视;

5. 饭店设施与场地具有商业性特征,公开经营,有偿服务;
6. 饭店作为企业组织,独立经营,自负盈亏,合理竞争,自谋发展。

二、饭店的功能

随着人们的旅居需求越来越高,饭店的功能也越来越齐全。其主要功能有住宿功能、餐饮功能、商务功能、家居功能、度假功能、娱乐功能等,尽可能地来满足住宿客人的要求。

(一) 饭店的旅游功能

1. 饭店是创汇收入的基地

作为旅游饭店,具备接待境外客人的能力,所以当接待境外客人时,饭店就成为一个创汇窗口。

2. 饭店本身即是旅游吸引物

例如,位于阿联酋迪拜的柏瓷(Burj Al-Arab)酒店、太空旅馆等,它们既是饭店,同时又可以将其本国(自身)文化所包含的内容通过硬件和软件的各方面水平综合表现出来,成为旅游吸引物,成为旅游资源。

3. 饭店是旅游业长远发展的基础

根据《2008年中国宾馆酒店市场研究报告》可知,2007年,全国酒店数量达到14 327家,其中五星级361家,四星级1 631家,酒店客房数达到160万间。五星级饭店数量增长明显,2007年新评定五星级饭店65家,比2006年增加30家,同比增长幅度超过20%。2008年的北京奥运会、2010年上海世博会、2011年深圳大运会以及2012年的广州亚运会都是促进全国旅游业发展的好机遇。这几项全球瞩目的盛事将给旅游业创造极好的机会,也给酒店行业的发展带来极大的促进作用。预计2008年以及2010年,酒店行业效益增长的局面会呈直线上升趋势,根据规划,到2015年,全国将新增各类住宿设施约20万家,其中星级酒店约1万家,五星级饭店将超过500家,对休闲度假酒店的需求也将有成倍的增长。



(二) 饭店的产业功能

1. 经济效益

饭店作为一个实行自负盈亏、独立核算的经济组织,经济效益是其追逐的一个很直接的目标。

2. 市场拉动作用

饭店业的发展带动了其他相关行业的发展,为其所在地区带来了巨大的经济收益。一是饭店建设中的大量投入,能拉动建筑市场、建材市场、室内装潢市场的发展;二是饭店经营过程中所需的大量物料,能拉动生产资料市场和生活资料市场,并促进这些行业的发展。

3. 带动就业

饭店是一个劳动密集型企业,饭店业在一定程度上吸纳了大量的社会劳动力,解决了



相当大一部分人的就业问题。按目前我国饭店的人员配备状况(即平均每间客房配备1.5~2人),一座300间客房的饭店就能创造500~600个直接就业机会。饭店又能为与饭店业相关行业提供大量的间接就业机会。根据国际统计资料 and 我国近年来的实践经验,高档饭店每增加一个房间,可以直接和间接为5~7人提供就业机会;中低档饭店每增加一个房间,则可以为4~5人提供就业机会。

4. 管理更新

外方管理集团的进入,外方管理理念的引进,与我国目前饭店管理的实际情况相结合等模式,都促进了饭店在管理方面的更新。

(三) 饭店的社会功能

1. 饭店是改革开放的先导,其在管理和服务方面都起着表率作用。

首先,此表率作用是相对国内的其他行业而言的。饭店面对的是国际市场,它的经营理念、管理水平、服务质量都应和国际市场接轨从而达到较高水准。饭店的管理和服务应超越国内生产力的水平,具有先进性和适度超前性。

1982年我国饭店业引进外资进行饭店建设和改造,1983年引进国外管理公司对饭店进行管理,或引进国外先进的饭店管理经验,并在全国饭店业推广岗位责任制和浮动工资制。同时,饭店吸收大量商品市场观念运用到饭店的实际经营管理中。从而,其他行业也提出“宾馆式的管理”“宾馆式的服务”。饭店由此起到表率作用。



其次,在文明礼貌方面也起到了表率作用。饭店是一个礼貌行业,饭店以自身的文明礼貌来与宾客沟通,赢得市场树立形象。饭店将国外文明礼貌的内涵和形式引进,并充分吸收我国人民的传统美德,形成具有我国特色的饭店业文明礼貌的规范和程序。

2. 促进了各地投资环境的改善,本身也构成投资环境的一部分。

3. 饭店形成社区的经济文化中心。

饭店业的发展会给当地社会的政治、经济、文化等多方面的发展带来重要影响,会刺激、促进和活跃当地社会的对外交往、经济发展和文化交流,从而提高社会的文明程度。

4. 促进文化的融合。

饭店是在特定的地域里提供旅居需要的接待设施。特定的地域有其特定的社会和文化背景,在这样背景下的饭店就会有特定的文化色彩。饭店接待的旅居者来自全国乃至世界各地,他们都带有本民族的文化色彩,要适合他们的旅居,饭店也要有与其相对应的文化色彩。

三、饭店业发展史

(一) 世界饭店业的产生和发展

人类的旅行活动古已有之,为旅行者提供过夜休息、餐食的设施就应运而生。相传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时期、大饭店时期、商



业饭店时期等阶段,期间几经起落,几经盛衰。第二次世界大战以后,随着欧美国家经济的恢复,人们旅行活动日趋频繁,旅游业迅速发展,世界各地饭店数量骤增,出现了不少拥有数十甚至上百家饭店、跨国连锁经营的大型饭店集团公司,世界饭店业从此进入了现代饭店时期。

1. 古代客栈时期

在西方,客栈时期一般是指12世纪到18世纪之间这段历史时期。客栈是指乡间或路边的小客栈、小旅店,供过往旅行者寄宿之地。早期的客栈规模小,设备简陋,是现代饭店的雏形。从设施上来看,一个房间摆上几张床,旅客们往往挤在一起睡觉,吃的也是和主人差不多的家常饭。除提供食宿外,客栈也无其他服务。从管理上来看,这是独立的家庭生意,客栈的房舍是家庭住宅的一部分,这个家庭就是客栈的拥有者和经营者。到了15世纪,客栈开始流行。有些客栈已拥有20~30间客房,条件好的还有一个酒窖、一个食品室、一个厨房。到了客栈盛行的18世纪,在英国等地的客栈除了为过往旅客提供食宿外,还成为人们聚会和互相交往、交流信息的场所。当地的客栈往往坐落在乡镇人群活动的中心区域或公共马车车站旁,成为当地政治与商业活动的中心。



2. 大饭店时期(豪华饭店时期)

18世纪末至19世纪初,是饭店业发展史上的大饭店时期。1794年在美国纽约建成了第一座饭店——都市饭店,这标志着饭店业进入了大饭店时期。具有代表性的此类饭店有巴黎的巴黎大饭店和卢浮宫大饭店、柏林的恺撒大饭店、伦敦的萨伏依大饭店等。大饭店都是建在繁华的大都市中,规模宏大,建筑与设施豪华,装饰讲究。饭店的服务是第一流的,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上流,求得社会声誉,往往不太注重经营成本。

从现代饭店经营的立场出发,豪华饭店经营中最值得称道的是恺撒·里兹,(Cesar Ritz, 1850—1918)在饭店服务方面所做的不断创新和努力。里兹提出了“客人永远是对的”这样的饭店经营格言。大饭店时期的许多经营与服务的哲学和信条,至今仍在世界饭店业中被当作至理名言而代代相传,恪守不渝。

3. 商业饭店时期

商业饭店时期大约从20世纪初到20世纪50年代中期。美国的饭店大王埃尔斯沃思·斯塔特勒(Ellsworth Statler)被公认为是商业饭店的创始人。他凭着自己多年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“以一般公众能负担的价格,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(Buffalo)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,一个带卫生间的客房房价仅为1美元50分。该饭店拥有300间客房,是全美国第一家全部客房都带有卫生间的饭店。

斯塔特勒提出了饭店经营成功的根本要素,即“地点、地点、地点”的原则,还提出“客人永远是正确的”、“饭店从根本上来说,只销售一样东西,这就是服务”等至理名言。斯



塔特勒创建的饭店被誉为是现代商业饭店的里程碑。商业饭店的特点是：服务对象主要是商务旅行者；服务设施与服务项目讲求舒适、方便、清洁、安全与实用；价格合理，使客人感到物有所值；经营管理上，讲究经营艺术，改善管理，注重质量标准化，降低成本以获取最大利润。

商业饭店时期是世界饭店史中最为重要的阶段，也是世界各国饭店业最为活跃的时期，它从各方面奠定了现代饭店业的基础。



4. 现代饭店时期

现代饭店时期从20世纪50年代至今。在50年代，随着欧美国家战后的经济复苏，人们在国内、国际的旅行和旅游活动日益频繁，空中交通及高速公路日益普及。在大中城市，大型高层的饭店数量倍增，公路两旁的汽车旅馆更是星罗棋布。一些有实力的饭店公司，以签订管理合同、授让特许经营权等形式，实行国内甚至跨国的连锁经营，逐渐形成了一大批使用统一名称、统一标志，在饭店建造、设备设施、服务程序、管理方式等方面实行统一标准，联网进行宣传促销、客房预订、物资采购与人才培训的饭店联号公司。其中最早建起，并在七、八十年代相当活跃的大型豪华饭店的饭店联号公司有：希尔顿饭店公司、希尔顿国际饭店公司、喜来登饭店公司、凯悦国际饭店公司、威斯汀饭店公司等等；拥有中小型饭店或汽车旅馆的饭店联号公司有：假日饭店集团、华美达饭店集团、雅高集团、百威国际饭店集团等等。进入90年代后，经过大规模的兼并和收购，又出现了更大型的、拥有各种档次、系列品牌的饭店联号集团，如巴斯公司、万豪集团、喜达屋集团等。

现代新型饭店除了注重规模效益、连锁经营外，其特点还表现在为适应现代人的需求，其功能日益多样化，饭店不再是仅仅向客人提供吃、住的场所，还要满足客人对娱乐、健身、购物、通信、商务等方面的多种需求，饭店也是当地社交、会议、展览、表演等活动的场所；在经营管理上，注重用科学的手段进行市场促销、成本控制、人力资源管理；在设备设施上，注意运用适合客人需求的饭店服务及各种高新科技产品。在社会上，为饭店行业配套服务的专业公司也日臻完善，有饭店管理咨询公司、饭店订房代理公司、饭店会计事务所、饭店建筑设计事务所、饭店设备用品公司，以及开设服务管理专业的各类院校等等。

现代新型饭店除了注重规模效益、连锁经营外，其特点还表现在为适应现代人的需求，其功能日益多样化，饭店不再是仅仅向客人提供吃、住的场所，还要满足客人对娱乐、健身、购物、通信、商务等方面的多种需求，饭店也是当地社交、会议、展览、表演等活动的场所；在经营管理上，注重用科学的手段进行市场促销、成本控制、人力资源管理；在设备设施上，注意运用适合客人需求的饭店服务及各种高新科技产品。在社会上，为饭店行业配套服务的专业公司也日臻完善，有饭店管理咨询公司、饭店订房代理公司、饭店会计事务所、饭店建筑设计事务所、饭店设备用品公司，以及开设服务管理专业的各类院校等等。

在现代饭店时期，亚洲地区的饭店业从60年代起步发展至今，其规模、等级、服务水准、管理水平等方面毫不逊色于欧美的饭店业。由香港文华东方集团管理的泰国曼谷东方大酒店，十多年来一直在世界十大最佳饭店排行榜上名列榜首。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，如日本的大仓饭店集团、日本的新大谷饭店集团、中国香港文华东方酒店集团、中国香港丽晶、新加坡香格里拉酒店集团、新加坡君华酒店集团等等。这些饭店集团公司不仅在亚洲地区投资和管理饭店，而且已扩展到欧美地区。亚洲地区饭店的崛起及迅速发展，举世公认。究其原因，一是得益于60年代以来这个地区的经济腾飞、发展及繁荣；二是引进了欧洲饭店业的良好传统和经验丰富的专业人才，借鉴了美国饭店业科学管理的原则和经验；三是在饭店服务与管理中糅合了东



方民族悠久的富有人情味的好客传统,并充分发扬了亚洲民族勤勉好学的长处,利用了本地区拥有丰富人力资源的优势。

(二) 中国饭店业的发展

1. 中国古代饭店设施

在中国,最早的饭店设施可追溯到春秋战国甚至更古远的时期。数千年来,中国的唐、宋、明、清被认为是饭店业发展较大的时期。在中国古代,住宿设施大体可分为官办设施和民间旅店两类。

古代官方开办的住宿设施主要有驿站和迎宾馆两种。驿站是中国历史上最古老的一种官办住宿设施,专门接待往来信使和公差人员。到了唐代,驿站开始广泛接待过往官员及文人雅士。元代时,有的驿站建筑宏伟、陈设华丽,除接待信使、公差外,还接待过往商旅及达官贵人。迎宾馆是古代官方用来款待外国使者、民族代表及商客并安排他们食宿的馆舍。

古代民间旅店在三千年前的周朝时期就出现了。它的产生和发展与商贸活动的兴衰及交通运输条件密切相关。秦汉两代是中国古代商业较为兴旺发达的时期,民间旅店业也因此有了发展。在唐代,经济繁荣、社会安定,民间旅店业也得到了较大发展。明清时期,民间旅店业更加兴旺。

2. 中国近代饭店业的发展

中国近代饭店业是随着 19 世纪初外国资本的入侵而逐渐发展起来的。这一时期,中国的饭店设施大致可以分为西式饭店、中西结合式饭店、客栈旅店三种类型。

西式饭店是对 19 世纪初外国列强侵入中国后,由外国资本建造和经营的饭店的统称。这类饭店在建筑式样、设施设备、内部装修、服务与经营对象及方式等方面都与中国的传统旅馆不同。西式饭店规模宏大,装饰华丽,设备先进,管理人员皆来自英、法、德等国,接待对象主要以来华外国人为主,也包括当时的上层社会人物及达官贵人。它们的经营者中,有不少人受过饭店经营的专业教育和训练,他们把当时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也带到了中国。



中西式饭店是在西式饭店带动下,由中国的民族资本投资兴建的一大批半中半西风格的新式饭店。这类饭店在建筑式样、店内设备、服务项目和经营方式上都受到了西式饭店的影响,而且在经营体制方面也仿效西式饭店的模式,实行饭店与银行、交通等行业联营。至 20 世纪 30 年代,中西式饭店的发展达到了鼎盛时期,在当时的各大城市中,均可看到这类饭店。中西式饭店将输入中国的欧美饭店业经营观念和方法与中国饭店经营环境的实际相融合,成为中国近代饭店业中引人注目的元素,为中国饭店业进入现代饭店时期奠定了良好的基础。

20 世纪一二十年代,随着近代铁路的兴建和商业活动的频繁,在铁路沿线兴起了各种招商客栈。这些客栈沿袭了传统民间旅店的经营方法。



3. 中国现代饭店业的发展

自1978年我国开始实行对外开放政策以来,旅游业的蓬勃发展为我国现代饭店业的兴起和发展创造了良好机遇。

1978年,我国国际旅游业刚刚起步,能够接待国际旅游者的饭店仅203座,3.2万间客房。饭店业规模小、数量少,也难以满足国际旅游客源迅速增加的要求。而且饭店功能单一,设备陈旧,难以适应国际旅游的需求。

80年代初、中期,通过引进外资,我国逐步兴建了一大批中外合资、中外合作的饭店,又利用内资陆续新建和改造了一大批饭店,使我国饭店业进入了一个发展时期。到1984年,饭店数量达505座,客房7.7万间。1985年,国家提出了发展旅游服务基础设施,实行国家、地方、部门、集体和个体一起上的方针,调动了各方面的积极性。到1988年,饭店数量达到1496座,22万间客房。1992年到1995年期间,随着全国各地改革开放的进一步深入以及经济建设的热潮,饭店业在数量到质量上都得到了进一步的发展。到1995年,全国的饭店数量达3720座,客房49万间。90年代中后期,我国饭店业的总量急剧增加,到2000年末,全国旅游涉外饭店业的规模为:饭店10481座,客房94.82万间。同时,饭店业档次结构也发生明显变化,只提供一食一宿的招待型饭店被各种档次、多种类型的饭店所取代。在行业规模扩大、设施质量提升的同时,我国饭店业的经营观念产生了质的变化,经营管理水平得到了迅速的提高。



我国现代饭店业从1978年至今,大体经历了四个发展阶段:

- (1)由事业单位招待型管理走向企业单位经营型管理(1978—1983);
- (2)由经验型管理走向科学化管理(1983—1988);
- (3)采用国际上通行做法,推行星级评定制度,使我国饭店业进入了国际现代化管理新阶段(1988—1994);
- (4)向专业化、集团化、集约化经营管理迈进(1994至今)。

第二节 饭店的业务特征

饭店的经营管理五彩缤纷,丰富生动,犹如绚丽的舞台剧。演好一台戏,固然需要有好的剧本、好的导演、好的演员,但更需要演职人员吃透剧本、理解剧情,充分进入角色。因此,我们要对饭店的业务特点做深入分析。

一、饭店产品的无形性

饭店产品是饭店经营过程中为宾客在使用饭店期间提供的使用价值的总和。饭店产品的使用价值具有多种形态,如住宿、饮食、购物、娱乐、休闲等。不管饭店产品的使用价值表现为什么形态,都是由饭店自身生产出来的。饭店凭借着空间和设备设施,通过