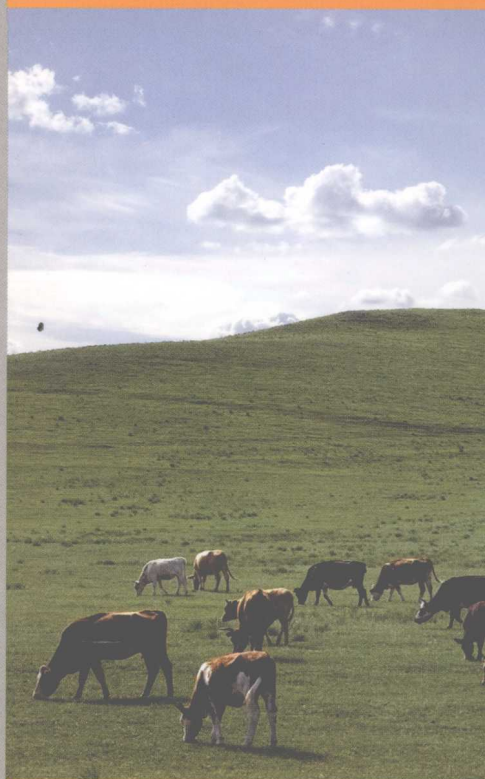
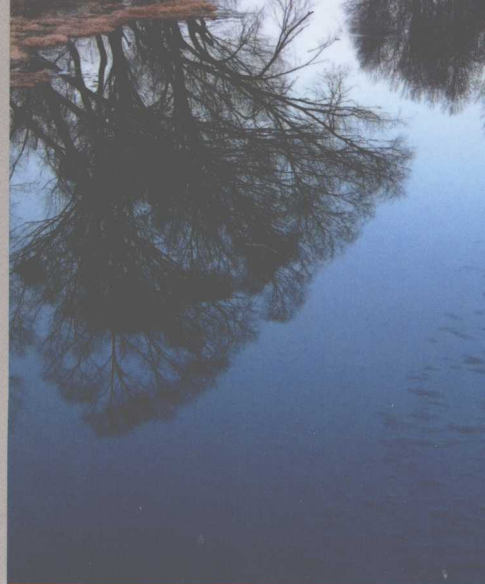


21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

饭店服务与管理

曹洪珍 主编



中国科学技术出版社
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

饭店服务与管理

曹洪珍 主 编

中国科学技术出版社
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

· 北 京 ·
BEIJING

图书在版编目(CIP)数据

饭店服务与管理/曹洪珍主编. —北京:中国科学技术出版社,2008.8

21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

ISBN 978 - 7 - 5046 - 5116 - 7

I. 饭… II. 曹… III. ①饭店—商业服务—高等学校:技术学校—教材
②饭店—商业管理—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 077778 号

自 2006 年 4 月起本社图书封面均贴有防伪标志,未贴防伪标志的为盗版图书。

内 容 提 要

本书共十一章,第一章至第三章,介绍了饭店管理的基础知识和基本理论,为饭店管理的具体工作做了铺垫;第四章至第九章,全面介绍了饭店各业务部门和职能部门的具体管理内容,包括饭店营销、前厅服务与管理、客房服务与管理、餐饮服务与管理、饭店人力资源管理以及饭店安全管理;第十章至第十一章,综合论述了饭店服务质量管理的内容,并介绍了中外饭店集团的发展。

中国科学技术出版社出版

北京市海淀区中关村南大街 16 号 邮政编码:100081

策划编辑	林 培 孙卫华	责任校对	林 华
责任编辑	孙卫华 王 强	责任印制	安利平

发行部电话:010-62103210 编辑部电话:010-62103181

<http://www.kjpbooks.com.cn>

科学普及出版社发行部发行

北京蓝空印刷厂印刷

*

开本:787 毫米×1092 毫米 1/16 印张:18.25 字数:351 千字

2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月第 1 次印刷 定价:31.00 元

ISBN 978 - 7 - 5046 - 5116 - 7/F · 576

(凡购买本社的图书,如有缺页、倒页、
脱页者,本社发行部负责调换)

丛书序

我国拥有世界上最为多样化的旅游资源，最为悠久的历史文化，最为丰富的劳动力储备，而且旅游教育体系比较完备，这是发展旅游业的突出优势。相对于高新技术、工业发展等方面与发达国家的差距，我国旅游业具有抢占全球高地的先天条件。旅游教育为旅游业抢占全球高地提供着人才保障，是变劳动力储备为人才优势，变旅游大国为旅游强国的重要途径。

近年来，随着我国旅游业的迅速发展，旅游高等教育，特别是高职高专教育，进入到一个新阶段。开办旅游管理专业的院校之多，招生数量之众，办学条件之好都大大超过了历史上任何一个时期。然而，作为高等院校基本建设之一的教材建设，却远远滞后于旅游教育发展的步伐，以致许多高等院校的旅游管理专业缺乏适用的教材，这势必影响旅游业继续发展的人才支撑，也不利于旅游高等教育的进一步发展。虽然有关部门、单位组织编写了一批旅游管理专业教材，但仍然远远满足不了旅游教育发展的需要。

上海财经大学的全华教授等国内有关高校的众多一线教师，即将编写出版一套“21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”。获悉此事，我甚感欣慰。翻阅系列教材的部分书稿，我认为这套教材体现了以旅游行业需求为导向，以应用为主，以必需、够用为度的编写思路，其突出特点有三。

（一）行业能力的导向性

旅游业的发展实践证明，旅游管理队伍大多来源于一线员工的晋升，需要理论素养，更需要能力建设。这套系列教材，不拘于学科知识体系框架，更加突出旅游行业岗位能力标准，使学生在课程学习后，能形成适合旅游发展需要的行业能力结构。

（二）学习兴趣的引导性

兴趣是最好的老师，旅游活动本身就是一种趣味活动，在知识和技术不断更新的情况下，旅游教材不仅应在内容上及时予以反映，更要激活学生不断探究旅游知识，掌握旅游管理技能的兴趣。这套教材重在学生对旅游业相关岗位兴趣的培养，在激发学生浓厚兴趣基础上，再提供经典的学习材料和进一步探索相关知识、培养相关能力的途径，变被动听讲，为主动求索旅游管理知识和技能。

（三）因材施教的针对性

处在当今信息化社会中的大学生，思维活跃、接受能力强，而且精力充沛，追求着时尚和新潮。教材内容老套，教学手段落后，教学方法刻板，是当今大学生厌学的重要原

因。针对旅游本身就是青年人追求的生活时尚，这套教材版式活泼，图文并茂，做到了科学性、趣味性、可读性与当代大学生学习、思维特点的有机结合。每章有“学习目标”、“学习重点”、“引入部分”以及小案例或小对话，生动活泼，吸引学生进一步学习后续内容。教材中插入的“小知识”、“小资料”、网址等，不仅针对旅游行业特殊性，而且紧密结合当代大学生的思维特点，做到因材施教。

随着旅游业影响力的不断扩大，越来越多的莘莘学子步入高等学府，学习旅游专业；越来越多的高等院校开办旅游专业，输送旅游行业的新生力量；越来越多的出版单位和专家学者关注旅游教育，出版多种教材。欣喜之余，也企盼着在方方面面的努力下，旅游教材日臻完美，旅游教育日趋完善，中国早日由劳动力储备大国转变为旅游人才强国，由旅游教育大国转变为旅游教育强国。

中国旅游文化资源开发促进会副会长 魏小安
2008 年夏

丛书引言

高职高专教育是旅游行业人才培养最为有效的形式之一，而一套适合高职高专层次、把握现代服务业发展脉搏、切准旅游业岗位需求的教材，是许多高职高专院校孜孜以求的教学要件。为了落实教育部《关于以就业为导向深化高等职业教育改革的若干意见》的精神，确保高质量教材进课堂，“21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”编委会，在全国范围内，精选高职高专教学一线的教师，根据高职高专旅游专业课程设置的需要，针对当前高职高专学生的学习特点，编辑出版了“21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”。对于出版社和编者而言，这是一大挑战，而对于高职高专院校来说，实为一大幸事。

纵观这套教材，具有如下特点：

1. 定位明确：紧紧围绕旅游行业岗位的要求、标准编写。教材的结构符合学生学习动机，能够诱发学生的学习兴趣。遵循从实际到理论，从具体到抽象，从个别到一般，或者说是提出问题、解决问题、归纳总结问题，选用任务导向和案例分析。教学目标具体、层次分明、文字凝练、信息传递高效，让学生一目了然。

2. 特色突出：突出了高职高专特色和旅游行业特色，强化就业中要用到的技能，弱化理论和原理介绍。对操作性比较强的课程，实训内容占较大比例。每本书的参编人员要求必须有一名和本书内容对应的旅游企业在岗人员，确保其实用性。

3. 版式活泼：图文并茂，力图做到科学性、趣味性、可读性和实用性的有机结合，每章有“学习目标”、“学习重点”、“引入部分”、“正文”、“课后总结”等几个板块。使教材使用者能便捷地把握主要内容、重点、难点以及知识和能力要求。章节正文内容之前的“小案例”或“小对话”生动活泼，吸引学生进一步学习后续内容。教材中插入的“小知识”、“小资料”、网址等，为学生在兴趣驱使下，自主深化学习内容，提供了丰富的材料和便捷的途径。

教材编写者为了突出上述特色，做了许多努力，他们的每一点努力，哪怕是细微之处的改进，都将会使教师使用教材时，更加得心应手，学生学习教材时，收益更多。

我相信随着这套教材走进课堂，教师备课、授课将更加轻松，学生的学习活动，将变得更加生动有趣，高职高专的教学质量，将得到进一步提升。

高 峻

2008 年 6 月 22 日

21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

编委会名单

顾 问 程文栋 魏小安 石培华 高 峻

主 编 全 华 于成国

委 员 (以姓氏笔画为序)

马荣霞	王永刚	王 晶	付向阳	刘琼英
朴松爱	张立达	张 帆	张柏君	李 飞
李 婍	李 森	李 颖	杨宏伟	陈 昀
郑旭华	郑 岩	俞 彤	姜海涛	柏 杨
凌 强	唐 飞	徐 兢	崔广彬	曹洪珍
彭绪娟	韩雪琴	蒯兴望		

《饭店服务与管理》编委会

主 编 曹洪珍

副主编 武传表 邹 亮 甄红线

编 委 王 颖 邱 瑛 高维全 詹小巧 鲍彩莲

前 言

饭店服务与管理是教育部规定的高职高专院校旅游管理专业主干课程之一。本课程的主要任务是贯彻国家教育方针,使学生树立饭店管理意识与职业思想,建立饭店服务与管理工作的基本思路和总体概念,具备从事与饭店业相关工作的基本能力,也为学生后续课程的顺利学习提供条件。

我国的饭店业从改革开放以来便得到了迅速发展,饭店规模和数量与日俱增。进入21世纪,随着我国社会经济的蓬勃发展,我国饭店业进入了新一轮的发展时期,出现了一些新的现象和新的问题,对饭店理论和实践方面的知识需求增加,需要进一步深入探讨和研究。同时,随着饭店业对人才需求的不断增加,也有更多的学生有兴趣投入到饭店业中。在这样的背景下,我们组织多所高职高专院校的一线教师,根据目前高职高专教育发展的要求和特点,编写了这本教材。

本书共分十一章。本书较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运用。本教材具有如下特点:

1. 实践性。饭店服务与管理是一门理论性与实践性相结合,突出实践性的课程。在编写过程中,我们充分考虑到高职教育的特色,强调其实践性。
2. 实用性。本书突出高职教材的实用性特征,侧重饭店管理基本原理和方法指导下的微型案例学习,着眼于应用型人才的需要,强化知识的应用性和可操作性。
3. 趣味性。本书在编写过程中注重编写体例和形式生动活泼,在每章设有“小资料”、“小案例”、“小思考”等,提高了学生的学习兴趣。

本书由辽宁对外经贸学院教师曹洪珍担任主编,辽宁师范大学历史与旅游学院教师武传表、辽宁对外经贸学院教师邹亮和东北财经大学高职院校教师甄红线担任副主编,辽宁对外经贸学院教师邱瑛、高维全、王颖和鲍彩莲,深圳圣廷苑酒店人事经理詹小巧也参与了本书的编写工作。

编 者

2008年4月于大连

目 录

第一章 饭店业概述	1
第一节 饭店业的形成与发展	1
第二节 饭店产品及其特点	10
第三节 饭店的类型与等级	13
第四节 饭店的组织与机构	16
第二章 饭店岗位知识、技能与职责	26
第一节 总经理(含副职)岗位知识、技能与职责	26
第二节 部门经理岗位知识、技能与职责	33
第三节 饭店领班岗位知识、技能与职责	38
第三章 饭店管理基础理论	48
第一节 管理理论及其发展	48
第二节 饭店管理原理与管理观念	55
第三节 饭店管理的职能	62
第四章 饭店营销	71
第一节 饭店营销活动概述	71
第二节 饭店营销活动的基本环节	77
第三节 饭店营销组合策略	85
第五章 前厅服务与管理	99
第一节 前厅部概述	99
第二节 前厅部工作规程	107
第三节 前厅部超值服务	118
第六章 客房服务与管理	123
第一节 客房清洁卫生工作	123
第二节 客房接待服务及管理	134
第七章 餐饮服务与管理	147
第一节 餐饮服务管理概述	147
第二节 中餐服务程序	154
第三节 西餐服务程序	161
第八章 饭店人力资源管理	176
第一节 饭店人力资源管理概述	176
第二节 饭店人力资源的开发	183
第三节 饭店人力资源的利用	191
第四节 饭店人力资源的业绩考评与激励	195

第九章 饭店安全管理	202
第一节 饭店安全管理概述	203
第二节 饭店安全设施设备	208
第三节 饭店安全管理措施	212
第十章 饭店服务质量管理	226
第一节 饭店服务质量概述	226
第二节 饭店服务质量管理	233
第十一章 饭店集团	249
第一节 饭店集团概述	249
第二节 饭店集团的发展现状与趋势	253
第三节 中国的饭店集团	259
第四节 世界著名饭店集团集锦	268
参考文献	281

第一章 饭店业概述

知识目标

了解饭店的形成与发展及中国饭店业的发展现状；掌握饭店产品及其特点；掌握饭店的类型和等级及饭店的组织形式。

能力目标

具有判断饭店类别的能力。能够熟练设计各种类型饭店的组织与机构。

本章重点

饭店的类型与等级。

本章难点

饭店的组织与机构。

引例

智利北部的阿塔卡马沙漠有一家高档酒店。酒店有 52 间客房，平均收费每人 659 美元/夜，由探险酒店集团经营管理。酒店的卖点在于探险。它的目标市场是探险旅游者。酒店为顾客组织了 35 个探险活动，包括步行、远足、骑马、登山、攀岩、驾车探险远征等，由顾客选择参加。根据这类探险游客的平均逗留时间，酒店有针对性地推出了 2636 美元“四日游”的包价项目。这个包价项目包括 4 个晚上的住宿，4 天所有的饮食及探险活动，喝酒另外收费。为了安全和管理，每项探险活动的参加人数限制最多 10 人，每天在晚餐前由顾客选择决定第二天的活动内容。酒店配上导游兼安全员。

在遥远的沙漠地区经营度假酒店，重要的是要有一种探险旅游者所喜欢的气氛。从城市而来的探险旅游者喜欢一到酒店就打开窗户，放松自己，享受宁静。酒店内没有电视，没有影碟播放机，但有卫星天线连接的电话。在阿塔卡马沙漠听到的唯一声音是鸟鸣和夏天房间天花板上老式风扇轻轻的呼呼声。厨师长为探险旅游准备了清淡的、新鲜可口的菜肴，他认为重油、熏肉不利于探险旅游。新鲜的水果蔬菜都是由每天的航班运来的。当然，这些成本都计算在昂贵的房价中。这家度假酒店虽然地理位置远在沙漠的边缘，日常供应有诸多不便，但其产品、服务和设计的节目完全符合他们的目标市场——探险旅游者的需求，所以经营非常成功。

第一节 饭店业的形成与发展

饭店业是既古老又新兴的行业，也是旅游业的三大支柱产业之一。

为了在竞争激烈的饭店市场上占有一席之地,成功地经营饭店,就要对饭店的形成与发展、饭店的产品及其特点、饭店的分类与等级、饭店的组织与机构等问题有较为全面细致的认识。我们研究饭店的形成与发展的主要目的是古为今用、洋为中用。我们不仅要了解饭店业的发展历史,而且还要从中发现其历史发展的特点和规律,以便更好地、科学地预测饭店业的发展趋势,准确把握饭店业的发展方向,正确认识存在于我国饭店业宏观管理和饭店企业微观管理的问题,寻求解决这些问题的方法,为饭店业发展提供科学的指导。

一、世界饭店业的发展历史

按照传统分期理论,世界饭店业发展史分为古代客栈时期、大饭店(豪华饭店)时期、商业饭店时期和现代新型饭店时期四个阶段。

1. 古代客栈时期

古代客栈时期是指从住宿业产生直到19世纪中叶漫长的历史时期。客栈虽然作为一种住宿设施早就存在,但真正流行是在12世纪以后,盛行于15~18世纪。客栈是现代意义上旅馆的雏形,主要指乡间或路边的小客栈、小旅店,供过往旅行者寄宿之用。早期的客栈的特点是规模小、设施简陋,只提供基本食宿;服务项目少,质量差;声誉差,常被视为低级行业,并且这些客栈安全性差,常常发生偷盗和抢劫现象。客栈主要设于道路边或驿站附近,面对的市场主要是沿途路过的传教士、信徒、外交官吏、信使、商人等。

2. 大饭店时期

大饭店时期又可称为豪华饭店时期,从19世纪中叶兴起至19世纪末结束。当时欧美的大多数城市都大兴土木争建豪华饭店。如巴黎的巴黎大饭店和罗浮宫大饭店、柏林的恺撒大饭店、伦敦的萨伏伊大饭店、纽约的广场饭店等。这一时期值得纪念的饭店是1829年在波士顿落成的特里蒙特饭店(Tremont),它被称为第一座现代化饭店,为整个新兴的饭店行业确立了明确的标准。这座饭店有170套客房,据说是第一座建有前厅的饭店,宾客不再在酒吧柜台上登记。餐厅设有200个座位,供应法式菜肴,服务员训练有素。饭店不仅有单间客房,而且房门还可以加锁。客房里备有脸盆、水罐和肥皂,旅客再也不必到饭店后院水泵接水洗澡,特里蒙特饭店由此闻名,成为饭店历史上的里程碑。

这个时期最具代表性的饭店经营者是瑞士人恺撒·里兹(Caesar Ritz)。他在饭店服务上有许多创新,著名的饭店经营格言“客人永远不会错”就是里兹首先提出来的。他所经营的饭店是豪华饭店的代表。Ritz一词也因其名而来,意思是极其时髦、非常豪华、讲究排场。大饭店时期,饭店主要布局在铁路沿线、海港附近,主要面向王公贵族、上层阶级、公务旅行者等市场,特点是规模大、设施豪华、服务正规,具

有一定的接待礼仪。

小知识

里兹改变英国的生活方式

1889年12月21日里兹出任英国伦敦萨伏伊饭店总经理。当时英国上流社会的传统生活方式严重影响饭店的生意。男人们闲暇之余总是在自己的俱乐部里吃喝、聊天，还没有到公共场所用餐或消遣的习惯，而妇女活动范围更小。里兹说服一位贵妇人，请她带头邀请她的女友们到饭店大餐厅用餐。由于她的威望所产生的影响和出于赶时髦与忌妒心理，别的夫人们也效法她的样子，一下子掀起了在饭店用餐的时尚之风。甚至英国的王室贵族，华尔街的富翁也慕名而来，渐渐成了萨伏伊的常客。

后来，里兹又发现，由于英国法律的限制，饭店难以获得应有的效益。英国当时对饭店营业的时间进行了限制，夜间不得超过11点，星期天不得营业。里兹决定向立法机构挑战。一方面，他说服董事会成员，向议员们提出要求；另一方面，他利用与上层社会接触的机会和多年来与其打交道的经验，尽力感化他们，鼓动包括丘吉尔在内的贵族和知名人士为之奔走呼喊，施加影响。最后，里兹成功了。议会通过了新的法案，允许饭店营业时间延长到12点半，星期天可以照常营业。

里兹不仅改革了饭店的设备与经营，更重要的是他影响了英国的立法，改变了英国人的习俗和上层社会的生活方式。

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。美国的埃乌斯沃思·斯塔特勒（Eoosworth Statler）被公认为商业饭店的创始人。他高举“平民化、大众化”的旗号，立志要建造一种“为一般公众所能负担得起的，提供必要的舒适、方便、优质的服务与清洁卫生”的饭店。1908年，他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，这个饭店具有“一个房间一浴室，一个美元零五十”的特点。斯塔特勒提出了饭店经营成功的根本要素是“地点、地点、地点”的原则，还提出了“客人永远是正确的”、“饭店从根本上只销售一样东西，那就是服务”等至理名言。斯塔特勒建造的饭店被誉为现代商业饭店的里程碑。

这个时期，随着汽车在交通中的大量使用，开始出现了汽车饭店。最初的汽车饭店十分简陋，仅仅是野外搭的帐篷，后来有了简单的小屋，但仅有一张大铁床，旅客投宿须自备铺盖。1925年，在加利福尼亚州的圣路易斯·奥比斯波地区，出现了一家叫“迈尔顿”的饭店，据说这家饭店最早正式使用了“汽车饭店”（Motel）这个名称。

商业饭店时期，饭店主要布局在城市中心、公路边，主要面向公务旅行者，其特点是设施方便、舒适、清洁、安全与实用，不刻意追求豪华与奢侈；服务简单、健全；经营方向开始以顾客为中心，讲究经营艺术，改善管理，注重质量标准化，减低成本以获得最大利润；价格合

理,使客人感到物有所值。商业饭店时期是世界饭店史上最重要的阶段,也是世界各国饭店业最活跃的时期,它从各方面奠定了现代饭店业的基础。

小资料

客人永远是对的

斯塔特勒当上领班以后,他身上老带着一个小本子。开始,是用来记一些词语、语法什么的,后来记的东西越来越多,如何处理好客人与服务员的关系,客人对旅馆的反映、要求等,把所见所闻以至所想到的都记下来。

一天,有位客人怒气冲冲地从餐厅出来直奔服务台,让当时的值班员评判服务员和他吵架孰是孰非。值班员有点为难,因为他根本不知道发生了什么事,不知他们为何而吵。而那位怒气未消的客人却坚持说,为什么吵架无关紧要,就吵架这事来说应评判一下谁对谁错。值班员怀疑客人喝多了酒,于是他说:“因为我认识那个服务员比认识您早得多,所以我说是他对。”客人听罢,二话没说,回到房间收拾了东西,结清了账离开了旅馆。

亲眼看到这一切的斯塔特勒从衣袋里掏出他的小本子,写了起来。碰巧,这时候旅馆老板路过这里,问他又在写什么。斯塔特勒没说话,把小本子递给老板。只见他写了一句话:“客人永远是对的(The guest is always right)。”老板有点傲慢地讥讽说:“你是不是对服务员太刻薄了,你甚至都不打听一下那个服务员是否有他的道理。”斯塔特勒从容地说:“不是的,先生。我的意思是,服务员不应当跟客人吵,不管因为什么。你看,我们失去了一位客人,是不是?”

4. 现代新型饭店时期

现代新型饭店时期于20世纪50年代至今。第二次世界大战结束后,世界经济高速发展,新的工业革命进一步增加了人民大众的可支配收入,为外出旅游和享受饭店、餐馆服务创造了条件。汽车和航空、铁路等交通工具可以把人们自由地运送到他们想去的地方。从而引起了对饭店需求的剧增,世界饭店业迎来了发展的黄金时期。

这一时期,大量的新型饭店兴起,其规模、数量、功能、豪华程度大大超过了传统饭店。至20世纪60年代中期,饭店联营和特许经营得到发展。一些有实力的饭店公司,以签订管理合同、受让特许经营权等形式,进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。著名的有希尔顿、喜来登、凯悦、假日等饭店集团公司。

现代新型饭店主要布局在城市中心、旅游胜地、公路边、机场附近等地方,主要面向大众旅游市场。其特点有:规模大,连锁经营和饭店集团占据越来越大的市场;类型多样化,开发了各种类型的住宿设施;

服务综合性强,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

按照传统分期理论,中国饭店业发展是可分为古代住宿设施时期、近代饭店时期、行政事业单位时期和现代旅游饭店时期四个阶段。

1. 古代住宿设施时期

中国古代住宿设施最早可以追溯到春秋战国或更早的时期,唐、宋、明、清四朝被认为是饭店业得到较大发展的时期。该时期,住宿设施简陋,规模较小,安全性差,服务单调,管理尚没有形成专门的职能。中国古代住宿设施大体上可分为官办设施和民间旅店两类。

古代官办的住宿设施主要有驿站和迎宾馆两种。驿站始于商代中期,止于清光绪年间,有三千多年的历史。驿站是中国历史上最古老的一种官办住宿设施,刚开始的时候主要接待往来信使和公差人员,到了唐代,驿站广泛接待过往官员和文人雅士。元代时,有的驿站建筑宏伟,陈设华丽,除了接待信使、公差外,还接待过往商旅和达官贵人。迎宾馆名称最早见于清末,是古代官方用来接待外国使者、外民族代表以及商客,为他们安排食宿的馆舍。在历代曾有“诸侯馆”、“传舍”、“四方馆”、“会同馆”等称谓。迎宾馆适应了古代民族交往和中外往来的需要,对中国古代的政治、经济和文化交流起到了不可忽视的作用。

古代的民间旅店在周朝时期就已经出现,被称做“逆旅”。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。在春秋战国时期,随着农业、手工业、商业的发展,频繁的商贸活动增加了对食宿设施的需求,为民间旅店的发展提供了市场。到战国时期,民间旅店业已经初步形成。秦汉两代是中国古代商业较为兴旺发达的时期,民间旅店业也得到了较大的发展。汉代以后,诸多城市发展成为商业都市,城市的管理制度及城市布局也发生了变化,导致了民间旅店进入城市。隋唐时期,经济空前繁荣,民间旅店业得到了进一步的发展,旅店遍布繁华街道。明清时期,民间旅店业更加兴旺,由于封建科举制度的进一步发展,在各省城出现了专门接待各地应试者的会馆,成为当时旅馆业的重要组成部分。

2. 近代饭店时期

近代饭店时期,从19世纪末20世纪初开始到1949年为止,其特点是饭店规模大,设备舒适,服务项目多,经营管理也从服务中独立出来成为专门职能。随着近代帝国主义的入侵,中国进入了半殖民地半封建社会,在旅店业除了传统的旅馆之外,也出现了西式饭店和中西式饭店。

西式饭店是由外国资本建造和经营的饭店的总称。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传

统饭店不同。西式饭店规模宏大、装饰华丽、设备先进,经营管理来自殖民国家。接待对象主要以来华外国人为主,同时也是上层社会人物、达官贵人聚会的场所。西式饭店是帝国主义列强侵华的产物,完全代表帝国主义的利益,为帝国主义的政治、经济、文化侵略服务。但另一方面,当时西式饭店经营者中,很多人受过饭店经营的专业教育和训练,他们把当时欧美饭店的建筑风格、设备配置以及经营管理理论和方法带到了中国,客观上,对中国近代饭店业的发展起到了一定的促进作用。

中西式饭店是由中国的民族资本投资兴建的一大批半中半西式风格的新式饭店。这些饭店建筑式样、店内设备、服务基础和经营方式上都受到西式饭店的影响,在经营体制方面也效仿西式饭店的模式。至20世纪30年代,中西式饭店的发展达到鼎盛时期。中西式饭店将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结合,为中国饭店业进入现代新型饭店时期奠定了良好的基础。

3. 行政事业单位时期

该时期从1949年起到1978年止。其特点是饭店为行政事业单位,饭店的接待服务工作完全按照上级行政机关的计划和行政指令运作。价格上,由上级行政机关统一规定;财务上,统收统支、实报实销;服务上,只提供简单的食宿,谈不上满足客人的各种需要;经营上,没有指标、没有计划。这样,饭店既没有压力,也缺乏活力,因而根本不可能满足旅游发展的需求。饭店的内部管理处于经验管理阶段。

1949年新中国成立后,没收了一些帝国主义、官僚资本主义的饭店成为国有企业。而后为适应对外发展的需要,各地又兴建起了一些设施较好的高级招待所式的饭店、宾馆,其中有些是花园别墅式的。应该说,这一时期饭店业有了一定程度的发展,但由于受到传统的经济体制的影响和制约,内外交往有一定的限制,饭店业的发展水平仍处于较严重的滞后状态。

4. 现代旅游饭店时期

现代旅游饭店时期,从1978年改革开放起至今,其特点是饭店设施和服务日臻完善,事业单位体制转型为企业化体制,多种形式联合,可以引进外资和中外合作管理,整体管理水平日趋先进。该时期旅游饭店的发展可以分为如下几个阶段。

(1) 由事业单位招待型管理走向企业单位经营型管理。从1978~1983年,中国旅游行政管理部门重点做过以下三个方面的工作:如何使我国饭店业从招待型管理转轨为企业化管理;如何提高饭店管理水平和服务质量;如何提高管理人员素质使之掌握现代化饭店管理知识。在总结和推广当时一些饭店先进管理经验的基础上,提出了饭店应在经济性质上实现企业化;在管理上建立岗位责任制,在经营上增加服务项目,开展多种经营;在管理团队建设上,着手抓管理人员的培训和知识更

新。经过几年努力,使一大批原来的事业单位初步实现了企业化,饭店经营水平有了明显改善,服务质量有了显著提高。

(2) 由经验型管理走向科学管理。1984年,国务院批转了国家旅游局《关于推广北京建国饭店经营管理方法有关事项的请示的通知》,百余家饭店学“建国”的活动把中国饭店业的内部体制改革推向一个新的高度。富于活力的人事、劳动制度和总经理负责制开始贯彻,新旧体制开始转换,饭店由经验型管理走向科学管理,从而标志着中国的饭店业迈向现代化。

(3) 推行星级评定制,进入国际现代化管理新阶段。中国饭店业为了与国际惯例、规范接轨,开始推行星级评定制度。1988年8月,国家旅游局正式颁布了《中华人民共和国旅游涉外饭店星级标准》,开展涉外饭店星级划分与评定,从而标志着中国饭店业走向成熟。尽管我国的星级评定制度比世界晚20多年,但相比之下,中国的星级划分评定制度更加完善,更加严密。

(4) 建立饭店管理公司,饭店走向专业化、集团化。1994年,国家旅游局审批公布了6家饭店管理公司,标志着饭店行业走向专业化、集团化。专业化、集团化是全球性的大趋势,外国饭店集团化发展已经十分成熟,形成了多家世界著名饭店管理集团。一些国际知名的饭店管理集团纷纷进入中国,接管了数百家饭店。几十年来,我国饭店业也积累了丰富的管理经验,培养出一大批管理人才,为我国饭店管理集团的发展奠定了基础。

(5) 管理的法制化趋势。管理的法制化是饭店发展的客观需求和必然趋势。发达国家已有一些法律法规来规范饭店的经营管理,如《旅馆法》。但在我国由于目前尚缺少相应的法律规范,致使饭店企业无章可循,客人投诉无门,处理无法可依,给饭店的正常经营管理带来了消极的影响。今后将着重加强法制规范的建设,从建立健全法规、标准、规范着手,逐步完善,形成科学、严密的饭店法律法规体系。

三、中国饭店的发展现状

我国饭店业经过改革开放以来近30年的发展,取得了举世瞩目的成就。国家旅游局信息中心对外发布《中国旅游饭店发展现状、趋势及面临的挑战》数据显示,截至2007年7月1日,全国星级饭店总数已经超过13900家,其中五星级饭店298家,四星级饭店1400家,三星级饭店4993家,二星级饭店6027家,其余为一星级饭店。客房总量1332083间(套),饭店营业收入1346.69亿元,固定资产投资3756.04亿元。在此期间,饭店的建设速度超过了世界上任何一个国家同期的建设速度。与此同时,饭店业的档次结构也发生了根本性的变化。20世纪80年代初那种只能提供一食一宿的招待所型的饭店,已被档次齐全、类型丰富的商务型饭店、观光游览型饭店、休闲度假型饭店、会议展览型