



21世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材

旅游饭店管理

概论

邢夫敏 主编

南开大学出版社

21 世纪全国高等院校旅游专业现代应用型系列教材

总主编 叶骁军

旅游饭店管理概论

主 编 邢夫敏

副主编 吴 捷 潘雅芳 姜 华

编 者 范轶琳 谢 佳 黎宏宝

审 读 田 明

南开大学出版社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

旅游饭店管理概论 / 邢夫敏主编. — 天津: 南开大学出版社, 2008. 6

ISBN 978-7-310-02933-4

I. 旅… II. 邢… III. 旅游饭店—企业管理—概论
IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 069607 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码 300071

营销部电话 (022)23508339 23500755

营销部传真 (022)23508542 邮购部电话 (022)23502200

*

天津市蓟县宏图印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 18 25 印张 332 千字

定价: 32.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话 (022)23507125

21 世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材
编撰指导委员会

(按姓氏笔画排列)

卜复鸣	王安国	王冰	王仲君	王建平	王雅红
叶骁军	邓辉	任平	任昕竺	何若全	华国梁
朱耀	朱俊彪	沈文娟	沈鸿秋	刘庆友	李亚非
李京霖	陆峰	沙润	杨新海	周武忠	肖飞
俞晓红	喻学才	顾钢	黄震方	蒋亚奇	鲁斌
臧其林	魏向东				

21 世纪全国高等院校
旅游专业现代应用型系列教材
编写组

叶骁军	王建平	陈来生	马洪元	于德珍	邢夫敏
柯英	李晓	黎宏宝	谢佳	李雪东	陈建军
吴捷	吴新宇	曹灿明	邵兰	王雅红	许云华
蔡军伟					

总 前 言

旅游,最时尚的活动。

旅游,最让人钟情的积极休闲方式。

当旅游成为一种产业,而且是世界最大的产业的时候,关于她的研究,关于她的人才培养——专业教育,便纷至沓来……

中国的旅游业离不开世界的土壤,中国的旅游教育是世界旅游教育的有机组成部分。中国最初的旅游教材主要是在借鉴国外教材的基础上编撰的。最初的教材,她们,是中国旅游教材的弹词开篇;她们,是中国旅游教育的奠基石;她们,是国产旅游教材的阶梯……

其后,旅游教材如雨后春笋,茁壮成长。

旅游科学是理论与实际密切结合的科学。中国高等教育已进入大众化时代,它要求每一个大学毕业生必须既具有高度的理论基础,也必须具备实际的工作能力。旅游教材应跟上现代社会的发展,告别一支粉笔一本书的时代,告别仅给教师一本书让教师自己制作 PPT 的时代,告别学生纸上写作业的时代,进入电脑网络教学的时代,进入通过现代教学手段实现理论与实践教学密切结合的时代。

我们这套教材是为适应高等教育大众化时代,要求本科教育培养现代化应用性新型人才的大趋势而产生的。她是由国内多所高等院校旅游类专业的资深教师联合编撰的最新旅游类专业新概念系列教材。

本教材适合旅游类专业(包括旅游管理、饭店管理、导游、餐饮与烹饪等专业)本科生使用,同时也适合于广大的旅游爱好者及相关培训使用。

教材具有以下特点:

1. 系统性。全套教材每本约 30 万字,包括旅游理论、旅游资源、旅行社管理、酒店管理、财会管理等模块。

2. 时效性。它采用了 21 世纪最新的体系、理论、观点、数据、资料和案例。

3. 统一性。全套教材体例统一,教学要素完整,章节层次脉络清楚。各章节有内容提要 and 练习。其他教学要素如教学大纲、重要概念、图片、表格、阅读材料、资料卡片等刻制在光盘中。

4. 实践性。重视实践活动,有书面及电子实训和练习。可用电脑和网络进行作业和实训。

5. 方便性。为了方便教师课堂教学和学生课后学习的需要,本书配有与教材相配套的网页式辅教光盘。光盘采用 Frontpage 软件制作,版面活泼,色彩丰富,使用方便。内容包括课程教学大纲、全书各级目录、主要内容、重要概念、图片和表格、练习和思考,以及超级链接:扩展知识面的阅读材料、资料卡片等,生动、形象、直观,可与纸质教材相互配合使用。大幅度减轻教师负担,特别是基本免除教师板书之劳。

编者

2008.4

内容简介

本书系统介绍了饭店管理概论的相关内容,在内容设计上更加突出了实用性,尽量避免与饭店相关的后续课程的重复,删除了一般教科书中关于饭店主要部门的分章节论述。本书注重饭店管理的理论知识和实际操作相结合,以增强该课程的生动性和实用性。本书列举了大量的阅读材料和案例,增加了饭店管理中新观念、新思想、新变化的介绍,具有较强的实用性和前瞻性。

全书分为 11 章,内容包括:旅游饭店概述、饭店管理的基本理论和基本方法、饭店计划与战略管理、饭店组织管理、饭店安全管理、饭店产品的管理与创新、饭店服务质量管理、饭店的市场竞争、饭店的品牌化建设、饭店集团和现代饭店综合质量管理体系的建立。

本书适合作为本科、高职学生的教材使用(对要求掌握的知识,书中有详细标注),又可作为自学考试及饭店管理人员的培训教材,也可作为其他有关业务人员、科研人员、相关企业经营管理人员和相关学者的参考用书。

目 录

第一章 旅游饭店概述.....	(1)
第一节 饭店的含义和功能.....	(1)
第二节 饭店的类型与等级.....	(6)
第三节 饭店业发展的历史进程	(13)
第四节 中国旅游饭店的发展趋势	(19)
第二章 饭店管理的基本理论和方法	(29)
第一节 饭店管理概述	(29)
第二节 饭店管理的理论基础	(35)
第三节 饭店管理的基本职能	(43)
第四节 饭店管理的基本方法	(49)
第三章 饭店计划与战略管理	(53)
第一节 饭店计划与计划类型	(53)
第二节 饭店目标与计划指标体系	(58)
第三节 饭店计划的编制与实施	(62)
第四节 饭店战略管理	(70)
第四章 饭店组织管理	(79)
第一节 饭店的组织原则	(79)

第二节	饭店组织结构的类型与变革	(87)
第三节	饭店联合体的组织与运作	(96)
第四节	饭店组织制度	(100)
第五章	饭店安全管理	(106)
第一节	饭店安全管理的含义	(106)
第二节	饭店安全管理的内容	(110)
第三节	饭店火灾与紧急意外事故的处理	(117)
第六章	饭店产品的管理与创新	(127)
第一节	饭店产品概述	(127)
第二节	饭店产品的经营策略	(133)
第三节	饭店产品的创新	(142)
第七章	饭店服务质量管理	(149)
第一节	饭店服务质量概述	(149)
第二节	饭店服务质量管理的方法	(160)
第八章	饭店的市场竞争	(174)
第一节	饭店市场竞争的基本原理	(174)
第二节	饭店市场竞争的基本战略	(183)
第三节	饭店市场竞争的基本策略	(191)
第九章	饭店的品牌化建设	(202)
第一节	饭店品牌的基本含义	(202)
第二节	饭店品牌结构	(208)
第三节	饭店品牌延伸	(213)
第四节	中国饭店的品牌化经营策略	(221)
第十章	饭店集团	(229)
第一节	饭店集团与饭店联号	(229)
第二节	饭店集团的特点	(231)
第三节	饭店集团的组织形式	(235)
第四节	中国旅游饭店的集团化经营	(240)

第十一章 现代饭店综合质量管理体系的建立·····	(248)
第一节 饭店常用的质量管理体系·····	(248)
第二节 现代饭店综合质量管理体系的构成·····	(256)
第三节 现代饭店综合质量管理体系的建立·····	(262)
思考与练习·····	(272)
主要参考文献·····	(278)
后 记·····	(280)

第一章 旅游饭店概述

本章提要

旅游交通、旅行社、旅游饭店是旅游业的三大支柱,饭店业的发展反映并促进地方经济的发展。本章将介绍饭店的概念、性质、特点、功能、作用等,阐述饭店的分类方法、不同的分级种类和标准,最后介绍饭店业的发展趋势。

第一节 饭店的含义和功能

一、饭店的含义

“饭店”一词源于法语 *hôtel*,原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。在中文里表示住宿设施的名称有很多,如“宾馆”、“酒店”、“饭店”、“旅馆”等,目前常用的称呼是“饭店”或“旅馆”。由于我国国家旅游局将现代宾馆、酒店等统称为“旅游饭店”,所以本书就选用了“饭店”这一规范的名称。

饭店的不同称呼具有不同的时代特色或者反映了饭店的主要功能。宾馆是最初的一种称呼,即宾客的住所;度假村代表了饭店的主要功能是度假功能,当

然还有其他的配套设施;山庄则反映了饭店的地理位置。

饭店的英文名称是 hotel,除此之外还有很多种表示方法,但要注意和中文的区别。例如:一开始我国很多学者把“宾馆”翻译为 guesthouse,字面意思很对,但 guesthouse 在英文中代表的是普通的小旅馆;另外,motel 是指汽车旅馆;youth hotel 是指青年旅社等。

在我国,一般把接待国内外旅游者的具有星级的饭店称为“旅游饭店”。

在我国旅游饭店星级的划分与评定系统中,是这样给旅游饭店下定义的:旅游饭店(tourist hotel)是能够以夜为时间单位向旅游客人提供配有餐饮及相关服务的住宿设施,按不同习惯它可以被称为宾馆、酒店、旅馆、旅社、宾社、度假村、俱乐部、大厦、中心等。

国外的一些权威性辞典,曾对“饭店”下过这样一些定义:

“饭店一般地说是为公众提供住宿、膳食和服务的建筑与机构。”——《科利尔百科全书》

“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务。”——《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》

“饭店是指为公众提供住宿设施与膳食的商业性的建筑设施。”——《简明不列颠百科全书》

综上所述,饭店可定义为:通过向公众,特别是外出旅游的人们提供以住宿服务为主的多种相关服务来实现自己利益的资金密集型服务企业。同其他各类企业一样,饭店也是一个利用多种生产要素(土地、资金、设备、劳动力等),在创造利润的动机和承担风险的情况下,运用现代技术和管理手段从事经营管理活动,以取得良好社会效益和经济效益的基本经济组织。

二、饭店的特性

饭店作为综合性服务企业,首先具有企业的特性,是一个独立的营利性经济组织,除了具备经营上的自主性、组织上的完整性、经济上的独立性及对外关系上的法人地位等基本条件之外,饭店还有着与其他企业不同的特点,其经营活动要受到下列几个特性的制约。

(一)高额的经营成本

饭店既是劳动密集型企业,又是资本密集型企业。饭店投资大,固定成本很高,要达到收支平衡,需要一定的客房出租率。饭店要努力提高自身的经营能力,提高经济效益。

（二）服务性

饭店是以提供劳务为主的服务性企业。通常所说的饭店产品,是饭店有形的设施设备与无形的劳务服务的有机结合,其中以劳务服务为主。饭店的经营活动是以出租饭店设施使用权的形式进行的,消费者只是在一定的时间和空间内购得有形设施的临时使用权,却不能购得其所有权。因此,从本质上讲,饭店生产和销售的主要是无形的服务产品。饭店要针对自身服务性的特点,努力提高服务能力,提高客人的满意度,增加经济效益和社会效益。

（三）综合性

饭店是一个具有综合功能的企业。现代饭店不仅要满足顾客的住宿和饮食的基本需求,还必须同时满足不同客人的多种消费需求,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,等等。因而,饭店必须配备相关的设施并提供相应的服务。综合服务已成为饭店竞争的重要手段,一家饭店的功能越是完备,越能满足客人多样化的需求,就越能获得更多的客源。当然,最重要的是饭店能够根据自身客源市场的特点,提供有针对性的综合服务。

（四）享受性

饭店应该能够满足客人生存、发展和享受的需求,随着人们经济水平的提高和对生活要求的改变,饭店产品更应该是享受性产品,这是现代消费的必然需求,也是饭店产品与一般商品的主要区别。

（五）文化性

探求异地文化是旅游者的一项共同需求。旅游饭店作为旅游者在旅游过程中的居留场所,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。饭店应积极营造良好的文化氛围,要倡导主流文化、健康文化、民族文化、特色文化。通过外在有形的店景文化和内在的企业文化建设,丰富饭店的文化内涵,使饭店劳务活动升华为一门服务艺术,把饭店服务产品中的使用价值推进到具有文化附加值的新境界,使客人在丰富多彩的饭店文化氛围中,感受到精神的享受和愉悦。

三、饭店的功能

饭店的功能是指饭店为满足宾客需求而提供的服务所发挥的效用。饭店最基本、最传统的功能就是向宾客提供住宿和饮食。由于客源需求的变化,饭店已成为具有向客人提供住宿、餐饮、购物、娱乐、健身、商务等诸多功能的综合性服务企业,其功能也有了很大发展,日益多样化。这主要体现在下列六个方面:

（一）住宿功能

饭店为游客提供多种客房(标准房、单人房、商务客房和套房等),包括床位、

卫生间和其他生活设施等,以清洁、舒适的环境和热情、周到的服务;使游客在旅途中得到很好的休息,获得“宾至如归”的感受。现在很多饭店比较注重饭店床的舒适度,尽量使客人能够很好地休息,使客人的身心得到放松。

(二) 餐饮功能

饭店一般设有不同的餐厅,以精美的菜品、良好的环境、可靠的卫生条件和规范的服务,向旅游者提供餐饮服务。饭店的餐厅有宴会厅、风味餐厅、自助餐厅、西餐厅、咖啡厅等,提供各种点菜、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

饭店为商务旅游者从事商务活动提供各种方便快捷的服务。饭店设有商务中心、商务楼层、商务会议室、商务洽谈室等,提供打字、传真、电传和国际、国内直拨电话等现代化通信设施,近年来更出现了客房商务化的趋势,配备传真打印一体机、两条以上的电话线、互联网接口等。有的饭店还提供秘书服务、会议记录等,有的还在发展电子会议设备,设有为各种联络所需要的终端。先进的饭店通过高科技手段更加智能化、信息化,使商务客人的需求得到更大的满足。

(四) 家居功能

饭店是客人的“家外之家”,应努力营造“家”的气氛,使客人感到像在家里一样亲切、温馨、舒适、方便。尤其是公寓饭店,一般带有生活住宿性质,主要为长住客服务,价格便宜,自助服务设施齐全,一般设有自助厨房、自助洗衣等,客人自由方便,家居功能尤为典型。

(五) 度假功能

随着我国旅游度假市场的兴起和发展,对度假饭店的需求日益增长。度假饭店一般位于风景秀丽、环境优美、气候适宜的风景区,通常注重提供家庭式环境,客房能适应家庭度假、几代人度假以及独身度假的需要。著名的旅游胜地、风景名胜区的饭店都具有度假功能,有很齐全的娱乐设施,可以垂钓、划船、爬山等。例如夏威夷和加勒比海地区的饭店,绝大多数属度假饭店。

(六) 会议功能

饭店可以为各种从事商业、贸易展览、科学讲座的客人提供会议、住宿、膳食和其他相关的设施与服务。饭店内有大小规格不等的会议室、谈判室、演讲厅、展览厅,为人数不等的会议提供合适的场所。会议室、谈判室都有良好的隔板装置和隔音装置,并能提供多国语言的同声传译,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,而是为旅游宾客提供多种服务、具备多种功能的生活产业。饭店被有关人士形象地称为“小社会”,在饭店中足不出户就

可以完成各项工作。

四、饭店的作用

饭店业的发展促进了社会消费方式和消费结构的发展变化,有利于社会经济的发展。饭店作为旅游业的支柱,在旅游乃至整个国民经济中占有重要的地位。

(一)饭店是对外交往、社会交际活动的中心

饭店为旅游者提供住宿、饮食、商务、购物、健康、娱乐、社交等方面的综合服务,成为旅游者的“家外之家”,是旅游者在旅游目的地从事旅游活动的重要基地。没有饭店提供的服务保障,旅游者的旅游活动将难以持续。因而,饭店已成为现代化旅游投宿的物质承担者,是反映一个国家或地区旅游接待能力的重要标志。

(二)饭店创汇创收,促进旅游业整体发展

饭店作为旅游业经营活动的基本必备设施,是创造旅游收入的重要部门。饭店通过生产和销售饭店产品而获取收益,其收入在旅游业收入中往往占一半以上。特别是饭店通过接待以外汇结算的海外旅游者,可以获得大量的外汇收入,从而达到外汇收支平衡,促进国家或地区的经济建设。

(三)饭店为社会创造就业机会

饭店能为社会创造直接和间接就业的机会。一方面,饭店是劳动密集型产业,需要大量的管理人员和服务人员;另一方面,饭店业的发展也带动了其他行业的发展,创造了间接就业的机会。

[相关链接]

按我国目前饭店的人员配备状况,平均每间客房约配备1.5~2人,若新建一座200间客房的饭店,将创造300~400个直接就业机会。同时,饭店运转离不开其他行业的支持,饭店要建设、购买设备等。这样,饭店又能为其他相关行业,如饭店建筑与设备,物品的生产和供应行业提供大量的间接就业机会。根据国际统计资料和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。

(四)饭店促进消费方式和消费结构的发展与变化

饭店不但为旅客提供服务,也是所在地居民的活动场所,如饭店的餐饮、娱乐等设施会吸引本地居民,使之成为当地社交活动的中心。随着饭店为客人提供的服务越来越多,必将促使人们的消费方式和消费结构发生变化,也有利于社会经济的发展和科技文化的交流。

(五) 饭店带动相关行业的发展

据有关资料统计,一位饭店住客开支的近60%花费在饭店以外的行业,而且住客在饭店消费的物品大多也是社会其他相关行业提供的。因此,饭店业的发展也刺激和带动了其他行业的发展,如建筑业、装修业、设备制造业、轻工业、食品加工业等,对活跃国民经济起到很大的促进作用。

(六) 饭店的发展水平是旅游业发展水平和社会经济文明程度的标志

饭店的发展水平,标志着接待国旅游业的发展水平,也反映了一个国家国民经济发展水平及其社会文明程度。旅游饭店的设施完善与否、设备水平的高低、服务质量的优劣,不仅影响着旅游者的经历,同时还影响着旅游者对一个地区,乃至一个国家的总体形象评判。

饭店业的发展会给当地社会的政治、经济、文化诸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。

第二节 饭店的类型与等级

一、饭店的类型

根据标准对饭店进行分类,一是有利于顾客选择,二是有利于饭店的市场营销,三是便于同行业的比较。按照饭店服务对象、规模、等级和计价方式分类,是国际饭店业的四种传统分类方法。

(一) 按饭店市场及宾客特点分类

根据饭店特征及其服务对象特点,一般把饭店分为商务型饭店、度假型饭店、长住型饭店、会议型饭店、汽车饭店等。

1. 商务型饭店

商务型饭店(Commercial Hotels)也称暂住型饭店(Transient Hotels),此类饭店多位于城市的中心地区,以接待商务客人为主。此类饭店为适应细分市场的需求,也分为各种等级。其中,等级较高、以接待商务客人为主的饭店一般比较豪华、舒适,服务设施齐备,交通及通信便利,通常设有商务中心、各类会议厅室、宴会厅等,还设有商务套房及行政楼层。近年来,随着商务客人的增加,商务型饭店逐渐增多,有些条件不够的饭店为了满足日益增多的商务客人的要求,专门开设了商务楼层。商务楼层的客房面积较大,要求有专门的电脑宽带网络接口,并在

该楼层设有商务中心、专门为人住的商务客人提供服务。商务客人还可以直接在该楼层办理入住登记和结账离店的手续。有的还在该楼层专门设有酒廊,商务客人可以在指定的时间免费饮用。

2. 度假型饭店

度假型饭店(Resort Hotels)传统上以接待游乐、度假的宾客为主。疗养型饭店亦属此类。此类饭店多位于海滨、山区、温泉、海岛、森林等旅游胜地,通常开辟各种娱乐体育项目,如滑雪、骑马、狩猎、垂钓、划船、潜水、冲浪、高尔夫球、网球等活动来吸引客人,因此所在地区情况和活动的吸引力是一个度假型饭店能否成功的关键。

近年来,在许多饭店业发达的国家,已出现度假型与商务型相结合的饭店,在饭店里增设商务会议设施,即所谓改良的度假饭店。同时,这些国家还出现了很多分时度假饭店。分时度假饭店是指通过分时度假企业将饭店或度假村单户房间的使用权出售给消费者的饭店。消费者购买产品后即成为其会员,可在一年内的特定时间段(如一周、半月等)前去入住消费,并可通过酒店或度假村加入的交换系统与其他会员之间进行平等的产品交换。对于消费者来说,分时度假是一种新型的旅游度假方式;对于企业来说,它也是一种新型的营销方式。

3. 长住型饭店

长住型饭店(Resident Hotels)也称为公寓型饭店(Apartment Hotels)。此类饭店一般采用公寓式建筑的造型,适合住宿期较长、在当地短期工作、休假的客人或家庭居住。长住型饭店的设施及管理较其他类型的饭店简单,饭店一般只提供住宿服务,并根据客人的需要提供餐饮及其他辅助性服务。长住型饭店的建筑布局与公寓相似但又有区别,客房多采用家庭式布局,以套房为主,配备适合宾客长住的家具和电器设备,通常都有厨房设备供宾客自理饮食。这类饭店一般只提供住宿、饮食等基本服务,但服务讲究家庭式气氛,特点是亲切、周到、针对性强。长住型饭店与宾客之间有着一种不同于其他类型饭店与宾客间的法律关系,这类饭店与宾客通常需要签订一个租约,确定租赁的法律关系。饭店的组织、设施、管理较其他类型简单。

从发展趋势看,长住型饭店一是向豪华型发展,服务设施和服务项目日趋完备,如我国不少大城市中出现的高档酒店式公寓;二是分单元向客人出售产权,成为提供饭店服务的共管式公寓(Condominium),不少饭店还实行定时分享制(Time-sharing-system),与其他地方的相同类型设施的所有者交换使用。

4. 会议型饭店

会议型饭店(Convention Hotels)的主要接待对象是各种会议团体,通常设在大都市和政治、经济中心或游览胜地,饭店设置足够数量的多种规格的会议厅