

新时代下的 旅游实训与酒店管理

潘怡 米雨 姚洪英 ◎ 著

光明日报出版社



新时代下的 旅游实训与酒店管理

潘怡 李雨 姚洪英 ◎ 著

光明日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新时代下的旅游实训与酒店管理/潘怡, 米雨, 姚洪英著.—北京: 光明日报出版社, 2016.6

ISBN 978-7-5194-0849-7

I. ①新… II. ①潘… ②米… ③姚… III. ①旅游教育②饭店—企业管理
IV. ①F590②F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第120795号

新时代下的旅游实训与酒店管理

著 者: 潘 怡 米 雨 姚洪英

责任编辑: 李 娟

封面设计: 鸿儒文轩

责任校对: 苏 芳

责任印制: 曹 铮

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市东城区珠市口东大街5号, 100062

电 话: 010-67022197 (咨询) 67078870 (发行), 67019571 (邮购)

传 真: 010-67078227, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbbs@gmw.cn lijuan@gmw.cn

法律顾问: 北京德恒律师事务所龚柳方律师

印 刷: 三河市明华印务有限公司

装 订: 三河市明华印务有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 650 × 940 1/16

字 数: 218千字

印 张: 22.5

版 次: 2017年3月第1版

印 次: 2017年3月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5194-0849-7

定 价: 56.00 元

版权所有 翻印必究

目 录

第一章 酒店基础概述	001
第一节 酒店的基础知识	001
第二节 酒店的组织机构概述	011
第三节 酒店的管理机制	014
第四节 酒店的现状与发展趋势	019
☞ 本章思考题	023
第二章 酒店专业实训规定和注意事项	024
第一节 实训的基础知识	024
第二节 实训的目的	031
第三节 对实训的认知和了解	035
第四节 实训实习注意事项	037
☞ 本章思考题	039
第三章 酒店前厅专业实训	040
第一节 酒店前厅服务程序与相关要求	040
第二节 前厅接待服务程序与主要操作技能	049
第三节 前厅总机服务程序与主要操作技能	069
第四节 酒店商务中心专业实训	073
第五节 前厅常见疑难问题的处理	093
☞ 本章思考题	095

第四章 酒店客房专业实训	096
第一节 酒店客房服务流程与相关要求	096
第二节 酒店客房服务的主要操作技能	103
第三节 酒店客房的注意事项	109
第四节 对酒店客房的常规认识	114
第五节 酒店客房常见疑难问题的处理	122
☞ 本章小结	128
☞ 本章思考题	128
第五章 酒店中西餐厅专业实训	129
第一节 餐饮实务实训实习教学目标与计划	129
第二节 托盘实训模块	134
第三节 餐巾折花、铺台布实训模块	139
第四节 餐厅与宴会服务摆台实训模块	143
第五节 中餐席位安排和迎宾服务实训模块	150
第六节 客人就餐时的服务实训模块	157
☞ 本章小结	164
☞ 本章思考题	164
第六章 中英文礼貌服务用语实训	165
第一节 前台客房服务用语实训	165
第二节 餐饮酒吧服务用语实训	174
第三节 酒店常用中英文对照	179
第四节 酒店服务应具备的素质	208
第五节 酒店服务的优化与管理	217
☞ 本章小结	223
☞ 本章思考题	224
第七章 实训必备知识	225
第一节 著名酒店集团	225
第二节 酒店集团经营理念	235

第三节 星级酒店的评定	252
第四节 酒店的等级	260
第五节 对酒店的管理人员的认知	272
☞ 本章小结	279
☞ 本章思考题	280
第八章 旅游服务	281
第一节 旅游服务的发展趋势	281
第二节 旅游服务的内涵和类型	289
第三节 旅游服务的性质特点和作用	296
第四节 旅游服务发展的历程	304
第五节 旅游服务的常识培训	306
☞ 本章小结	309
☞ 本章思考题	309
第九章 有关旅游实务篇	310
第一节 全陪导游服务流程	310
第二节 地陪导游服务流程	316
第三节 景区导游服务流程	321
第四节 海外领队服务流程	324
第五节 散客导游服务流程	328
第六节 导游员的应变技能	331
第七节 导游服务的其他技能	336
☞ 本章小结	340
☞ 本章思考题	341
第十章 旅游的基本案例	342
第一节 案例一 “九寨沟小萝莉”营销案例分析报告	342
第二节 案例二 承德市旅游市场营销策划实训报告	344
☞ 本章思考题	350

第一章 酒店基础概述

第一节 酒店的基础知识

（一）酒店的基本定义

饭店、宾馆、酒店（HOTEL）一词原为法语，指的是法国贵族在乡下招待贵宾的别墅。后来欧美的酒店业沿用了这一名词。在我国，由于地域和习惯上的差异，有“饭店”、“酒店”、“宾馆”、“大厦”、“度假村”、“休闲山庄”等多种不同的叫法。

酒店是以建筑物为凭借，主要通过客房、餐饮、娱乐等设施及与之有关的多种服务项目，向客人提供服务的一种专门场所。换言之，酒店就是利用空间设备、场所和一定消费物质资料，通过接待服务来满足宾客住宿、饮食、娱乐、购物、消遣等需要而取得经济效益和社会效益的一个经济实体。

◆酒店发展历程

生产力的发展促进了酒店行业的发展。首先是货币的产生，商品交易及商人的商业活动，这种活动的产生是酒店开端的必备条件，后来随着商品活动使人类扩大活动的范围，从而产生居住

等更多的需求，也就使酒店的基本功能日益增加，这从酒店的四个发展阶段不难发现。

第一时期：客栈时期

产生于18世纪前，当时名称是客栈，设备简陋，安全性差，仅能提供住、吃，服务质量差。

第二时期：豪华酒店时期

产生于19世纪初，当时英国的产业革命促进了生产力的发展，使人类社会进入工业时代。第一家豪华旅馆别墅在法国建成。此时酒店的接待对象主要是王公贵族、达官显贵、商人、上流社会度假者，接待目的为非营利，常建于城市铁路沿线。同时由于蒸汽机的出现，商品的进一步丰富，交通也开始发达，从而导致酒店的开设位置有所变化。

第三时期：商业酒店时期

20世纪初至二战期间，第一家商业酒店在美国出现，其位置在于城市中心或公路旁，此时的酒店已能提供舒适、便利、清洁的服务，安全为服务宗旨，价格合理。此时汽车酒店已开始出现。

第四时期：现代酒店时期

始于20世纪40年代，直到现在。此时的酒店具有一些明显的特点，如酒店连锁经营、酒店的市场定位更为专业化、各类型酒店充分利用高科技（在客房装上互联网、使用新型的装饰材料等）；同时宾客要求酒店提供更为个性化的服务。

（二）酒店的分类和等级划分

1. 酒店的分类

（1）酒店的分类

①商务性酒店。它主要以接待从事商务活动的客人为主，是

为商务活动服务的。这类客人对酒店的地理位置要求较高,要求酒店靠近城区或商业中心区。其客流量一般不随季节的影响而产生大的变化。商务性酒店的设施设备齐全、服务功能较为完善。

②度假性酒店。它以接待休闲的客人为主,多兴建在海滨、温泉、风景区附近。其经营的季节性较强。度假性酒店要求有较完善的娱乐设备。

③长住性酒店。为租居者提供较长时间的食宿服务。此类酒店客房多采取家庭式结构,以套房为主,房间大者可供一个家庭使用,小者有仅供一人使用的单人房间。它既提供一般酒店的服务,又提供一般家庭的服务。

④会议性酒店。它是以接待会议旅客为主的酒店,除食宿娱乐外还为会议代表提供接送站、会议资料打印、录像摄像、旅游等服务。要求有较为完善的会议服务设施(大小会议室、同声传译设备、投影仪等)和功能齐全的娱乐设施。

⑤观光性酒店。主要为观光旅游者服务,多建造在旅游点,经营特点不仅要满足旅游者食住的需要,还要求有公共服务设施,以满足旅游者休息、娱乐、购物的综合需要,使旅游生活丰富多彩、得到精神上和物质上的享受。

(2) 按酒店建筑规模分类

目前对酒店的规模旅游行政部门还没有一个统一的划分标准。较通行的分类方法是以客房和床位的数量多少,区分为大、中、小型三种:①小型酒店,客房在300间以下;②中型酒店,客房在300—600间之间;③大型酒店,客房在600间以上。

2. 酒店的等级划分

世界上酒店等级的评定多采用星级制,我国是根据《中华人民共和国旅游涉外酒店星级标准》,按一星、二星、三星、四星、五星来划分酒店等级的。五星级为最高级,在五星级的基础上,

再产生白金五星。

酒店的星级是按其建筑、装潢、设备、设施条件和维修保养状况，管理水平和服务质量的高低，服务项目的多少，进行全面考察，综合评价后确定的。

二、酒店产品的基本特性

酒店产品有以下几个特性：

（一）无形性

服务是无形的，对服务质量的衡量并无具体实在的尺度，顾客对产品的满意程度主要是来自于感受，与客人的经历、受教育程序、价值观等相关，因而带有较大的个人主观性。

（二）即时性或生产与消费的同步性

酒店产品的生产（提供服务）是根据顾客的即时需要而定时进行的，即酒店的各种服务是与客人的消费同步进行，通常是边服务边消费，等服务结束时消费亦同时结束。

（三）不可贮藏性

酒店的设施、空间、环境不能储存、不能搬运，在某一时间内不能销售出去的客房、菜肴等，其这一时间内的价值便随时光而消失。如客房空置，它在当晚的价值就不存在了。

（四）产品质量的可变性

产品质量受人为因素影响较大，难以恒定地维持一致。一方面由于服务的对象是人，他们有着不同的兴趣、爱好、风俗、习惯，又有着不同的动机和需要；另一面提供服务的也是人，其提

供服务时受知识、性格、情绪等影响。这些影响使产品质量有着很大的可变性。

（五）季节性

酒店产品的销售受季节的影响较大，一个地区的旅游有淡旺季之分，呈周期性变化。季节的变化直接影响着人们的旅游活动，也影响着酒店产品的销售。

（六）酒店的社会形象对酒店顾客的影响

由于酒店产品具有与其他产品不同的特性，所以酒店的顾客在选择酒店时，多从酒店的社会形象及信誉方面进行考虑和比较，尤其是对酒店软件的选择很关注。

酒店产品的上述特点，要求员工具有较高的服务技能，热情的服务态度，去不断提高服务质量，培养忠诚顾客。

三、酒店的服务项目和基本设施

（一）酒店的服务项目

酒店的服务项目是衡量酒店星级标准的一个重要部分。一般情况下，星级越高，服务项目越多、越全。一般来讲，酒店服务项目有以下几个方面：

1. 接待服务项目

例如：停车、行李运送、问询、外币兑换服务；电话、电传、电报、图文传真服务；打字、复印、秘书、翻译服务；租车、订票、医务及各种会议接待服务；贵重物品存放服务；等等。

2. 客房服务项目

客房出租及房内冷热水供应,电话、电视、叫醒服务,洗衣、熨烫、客房酒水、客房保险柜、擦鞋服务等。

3. 餐饮服务项目

包括中餐、西餐、风味餐、自助餐、宴会、酒会、咖啡厅、酒吧及客房送餐服务等。

4. 娱乐服务项目

如歌舞厅、保龄球、桌球、网球、游泳池、健身、美容、美发、桑拿浴或蒸汽浴、按摩、棋牌、电子游戏等。

5. 商场服务项目

出售各种商品,如日用品、食品、工艺品、文化用品、服装、图书、鲜花等。

6. 汽车租赁服务项目

旅游汽车出租、商务租车服务、自行车出租服务等。

7. 其他服务项目

如幼儿托管、宠物托管等。

(二) 酒店的基本设施

酒店的基本设施决定了一个酒店的接待能力和条件,酒店设施的标准和数量标准决定了酒店的档次。无论酒店的档次如何,其基本设施应具备以下几个方面:

1. 前台接待设施

具有与本酒店规模与标准相适应的前台接待条件。包括前台接待大厅、总服务台(含接待处、问询处、收银处)、商务中心、贵重物品寄存处、大堂副理接待处等。

2. 客房接待设施

具有与本酒店规模及标准相适应的客房设施,包括:单人间、标准间、豪华套房、总统套房等。客房内应配有与酒店星级标准相应的客用设施,如:梳妆台(或写字台)、衣柜、床(软床垫)、坐椅、沙发、床头控制柜等配套家具;每间客房设有单独卫生间,卫生间内一般配有坐式便器、梳洗台(装有洗面盆、梳妆镜)、冷热水设施(包括配有喷头的浴缸、浴帘);每间客房都具有能够保证或调节温度的分体空调或中央空调;每间房间都配有电话,可直拨或通过总机挂通国内或国际长途电话;每间客房都配有电视机和音响设备;每间客房内都配有一定数量的文化用品,如信纸、信封、明信片、城市地图、针线包、酒店指南;每间客房内还配有一定数量的卫生用品,如牙刷、牙膏、肥皂、洗发水、润发露或护发素、浴帽、擦鞋器(纸)等。

3. 餐饮接待设施

具有与本酒店规模及标准相适应的中餐厅、西餐厅、风味餐厅、咖啡厅、酒吧、宴会厅及所必需的饮食供应设施,包括餐具、炊具、家具、厨具以及各种饮食器皿等等。

4. 娱乐服务设施

具有与酒店规模相适应的歌舞厅,以及所必须的各项设备设施,及其附设的酒吧服务设备和设施;保龄球场及设备和设施;台球室及室内台球设备和设施;电子游艺室及其各种电子游艺设备和设施;游泳池及各种附属和辅助设备设施;健身室及各种健身设备和器材;桑拿浴、按摩室及各种配套设施;等等。

5. 商品销售服务设施

根据酒店经营需要而设置的商场及售货设施及其经销的商品。

6. 酒店经营保障设施

(1) 工程保障设施：如变、配电设施，空调冷冻设施，备用发电设施，供、排水设施，热水供应设施，洗衣房及其所需的设备设施。

(2) 安全保障设施：如对讲通信设施、事故广播设施、消防指挥设施、消防监控设施、各种灭火器材等等。

(3) 内部运行保障设施：如员工食堂、员工宿舍、员工俱乐部、员工更衣室、员工通道等。

四、酒店的机构设置与基本岗位职责

(一) 酒店的机构设置

酒店的特点决定了酒店的经营一般为每日 24 小时不间断运行，因此把酒店运作机制分为服务和保障两大部分。新员工入职酒店后，在日常的工作中，经常会涉及与其他部门的协作与配合，因此必须了解酒店的机构设置情况。由于各酒店的规模和经营管理方式不同，机构设置不完全一致，但基本的部门和机构不会有很大差别。

(二) 酒店的管理层次和管理原则

1. 酒店的管理层次

酒店的管理层次一般都呈金字塔形式，从塔底到塔顶，由宽到窄。管理的幅度则是越往上层，管理难度越大，管理的幅度越小。现在国内比较常见的酒店管理是直线职能制管理，在该管理体制中，任何一级领导、管理人员、服务员都要明确自己的业务范围、工作职责及本人应该具有的工作技能和知识。

酒店一般分为四个层次：

（1）服务员操作层

酒店要为客人提供高质量的服务，必须通过服务员的服务来体现。因此，服务员的素质、个人形象、礼仪、礼貌、语言交际能力、应变能力、服务技能和服务技巧等，是酒店提高服务质量的重要条件。总之，服务人员要根据岗位责任制的规定，明确自己的职责范围、服务程序、服务质量标准和应该具备的服务技能及理论知识，向主管（领班）负责。

（2）督导层

主管（领班）主要负责安排日常工作，监督本班组服务员的服务工作，随时检查其服务是否符合本酒店的服务质量标准。作为主管（领班）还要随时地协助本班服务员进行工作或是代班服务。特别是在服务高峰的时候，或是服务人员缺少的情况下，领班要亲自参加服务工作，因此领班必须具有较高的服务技能和服务技巧，是本班服务员的榜样，是服务现场的组织者和指挥者。否则他就不具备领导本班服务员的权威。主管对部门经理负责，领班对主管负责。

（3）部门经营管理层

部门经理主要负责本部门人员的工作分工、领导、指挥和监督。同时，还要负责制订本部门的工作计划，向上一级汇报本部门的工作，确定本部门的经营方针和服务标准，以求得最大的经济效益。作为一名部门经理不仅要有组织管理能力、经营能力、培训能力，熟悉掌握部门的服务标准、服务程序，同时还要具有实际工作经验并具有一定的服务技能。部门经理对总经理负责。

（4）总经理决策层

酒店的总经理主要负责制订企业的经营方针，确定和寻找酒店的客源市场和发展目标，同时对酒店的经营战略、管理手段和服务质量标准等重大业务问题做出决策。此外，还要选择、培训高素质的管理人员，负责指导公关宣传和对外业务联系，使酒

店不断提高美誉度和知名度。总经理对董事会负责。

2. 酒店的管理原则

酒店是面向社会的服务行业，要完成对客服务工作，需要各个部门的密切合作，由各个岗位共同来完成。这就需要有统一的管理原则来维护酒店的运作。

①对直接上司负责的原则

每个员工只有一个上司，只对自己的直接上司负责。由直接上司来指挥安排、检查和督导属下的工作，形成一个一级管一级的垂直领导方式。每个员工只接受一个上司的指令，下级不越级反映，上级不越权指挥，各安职守，各尽其责。

②二线为一线部门服务的原则

一线部门处于对客的前沿，他们视客人的需求为己任，客人的需求就是命令。为了保证对客服务机制的畅通，二线部门要树立大局意识、服务意识，要保障一线部门的工作顺利进行。

③授权的原则

为了提高管理效率，调动下属的积极性，上司不要大事小事都揽在自己手上，要学会授权。要授权给那些有责任心、工作能力强的下属，要相信他们的能力。

④时间管理原则

酒店的工作特点决定了任何一项服务活动都是有时间要求的。一是对客服务有时间标准，二是酒店内部的运行也要有时间规定。这就要求管理人员要牢固树立时间就是金钱的观念。

⑤沟通协调原则

酒店的沟通协调十分重要，强调要加强上下级、部门间、部门内的有效沟通、主动沟通，保证沟通顺畅。

⑥目标原则

目标是每个管理人员遵守的要求，对确立的目标每个管理者

要认真完成。目标是一种追求，也是一种压力。

第二节 酒店的组织机构概述

一、概述

总经办属于酒店的决策系统，是组织酒店所有部门贯彻落实酒店管理模式和管理哲学思想的首脑机关。总经办由总经理、副总经理、总经理助理、总经办主任、总经办主管、总经办文员、医务人员、车务人员组成。其主要任务是根据市场动向、特点及发展趋势，分析酒店经营管理状况，确定酒店的经营方针和经营计划，拟定和审批各部门管理方案；负责中级以上管理人员的任免、考核和晋升，负责酒店服务质量标准的制定和考核；分析和检查财务预算及其进展情况，针对存在的问题提出改进措施；审批重要设备的改造以及新增服务项目的决策方案，大力开展增收节支活动，最大限度地提高酒店的经济效益；协调处理各部门之间无法解决的问题并制订有关方针或制度。此外，总经办要负责酒店医疗方面的工作，处理员工及住店客人生活中常见的一些病痛、突发病等；车队要负责好酒店日常用车及提供宾客租车服务。总经办还要负责酒店的重大接待活动和促销活动。

二、部门的重要性

总经办是酒店总经理对外的办事机构。根据酒店企业的特点、要求和酒店的实际，酒店办公室实行“一套班子、两种职能”，它既是酒店总经理室进行经营管理体制活动的办事机构，又是酒店党委进行思想政治领导的办事机关。