

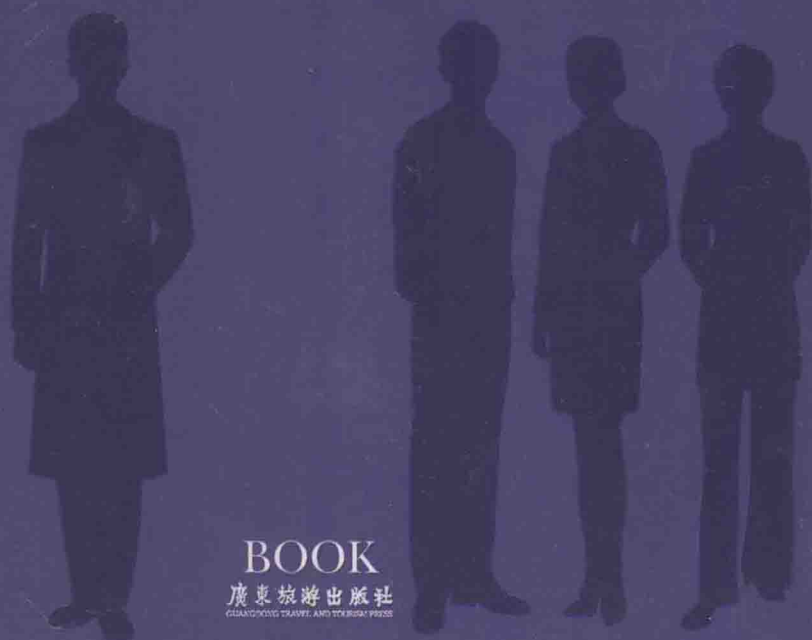
新思维
Xinsiwei
Zhongzhi Zhongzhuan Layou Jingpin Jiaocai
中职中专旅游精品教材

酒店基础知识

Basic knowledge of Hotel

● 李旭芳 梁宗晖 主编

Basic knowledge of Hotel



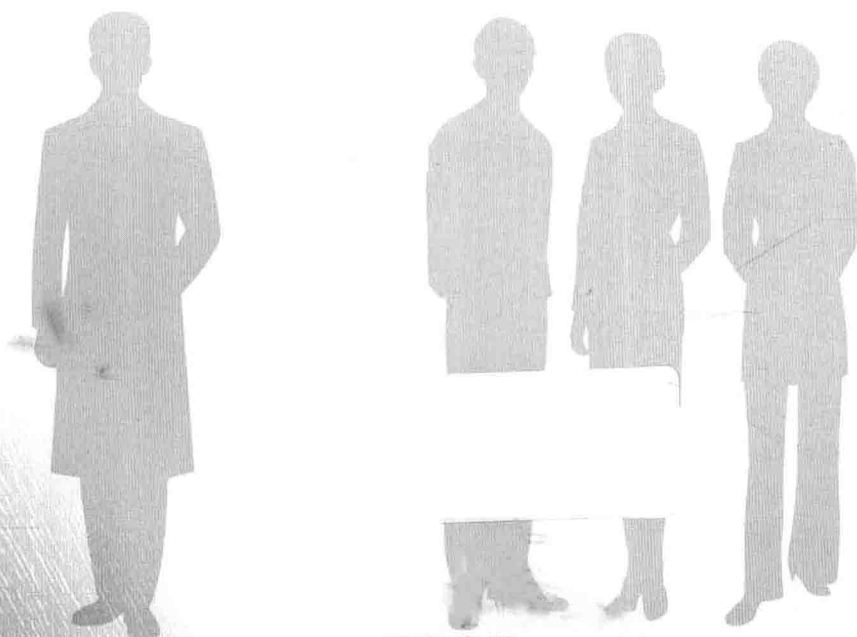
BOOK
广东旅游出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS

新思维
Xinsiwei
Zhongzhi Zhongzhuan Luyou Jingpin Jiaocai
中职中专旅游精品教材

酒店基础知识

Basic knowledge of Hotel

● 李旭芳 梁宗晖 主编



BOOK
廣東旅遊出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店基础知识 / 李旭芳, 梁宗晖主编. — 广州 : 广东旅游出版社, 2013. 2

ISBN 978-7-80766-470-3

I. ①酒… II. ①梁… ②李… III. ①饭店—企业管理—中等专业学校—教材
IV. ①F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第319530号

主 编: 李旭芳 梁宗晖

副 主 编: 凌振绎 何 平 王小波

责任编辑: 蔡子凤

封面设计: 邓传志

内文设计: 何汝清

责任技编: 刘振华

责任校对: 李瑞苑

广东旅游出版社出版发行

(广州市越秀区先烈中路76号中侨大厦22楼D、E单元 邮编: 510095)

邮购电话: 020-87348243

广东旅游出版社图书网

www.tourpress.cn

深圳市希望印务有限公司印刷

(深圳市坂田吉华路505号大丹工业园2楼)

787毫米×1092毫米 16开 15.5印张 160千字

2013年2月第1版第1次印刷

印数: 1-3000册

定价: 28.00元

【版权所有 侵权必究】

本书如有错页倒装等质量问题, 请直接与印刷厂联系换书。

目录

mulu

第一章 酒店概述	1
第一节 酒店的含义和作用	2
一、酒店的含义	2
二、酒店的作用	2
第二节 酒店业发展简史	3
一、世界酒店业的发展简史	3
二、中国酒店的发展史	5
第三节 酒店的类型、等级与经营方式	7
一、酒店的类型	7
二、酒店的等级	8
三、酒店的经营方式	10
第四节 酒店的组织结构	12
一、组织结构的基本概念	12
二、组织结构形式	12
复习思考题	15
 第二章 前厅部	 17
第一节 前厅部概述	18
一、前厅部在酒店中的地位	18
二、前厅部的工作	19
三、前厅部对客服务流程	21
四、前厅部组织结构	22
第二节 客房销售基本知识	23
一、房价的种类	23
二、计价方式	25



第三节 客房预订	26
一、客房预订的目的	26
二、客房预订的渠道	26
三、订房方式	28
四、预订种类	29
五、预订程序	32
第四节 接待与问讯服务	36
一、接待概述	37
二、办理入住登记手续的目的	37
三、办理入住登记手续所需的表格	38
四、排房技巧	40
五、入住接待程序	42
六、住宿条件变化的处理	47
七、客房钥匙的控制	50
八、房态控制	50
九、问讯服务	52
第五节 礼宾服务	58
一、“金钥匙”简介	58
二、礼宾部的服务项目	59
三、宾客迎送服务	59
四、行李服务	62
五、委托代办服务	66
第六节 电话总机	68
第七节 商务中心	69
一、业务范围	69
二、商务服务的设备	69
复习思考题	70

第三章 客房部 71

第一节 客房部概述 72

一、客房部在酒店中的地位 72



二、客房部的功能	72
三、客房部组织结构及岗位设置	73
四、客房部与其他部门的协作	75
第二节 客房的种类	77
一、床的种类	77
二、客房的种类	78
第三节 客房的空间布局及设施配备	80
一、客房的功能空间	80
二、客房设施和用品的布置	81
第四节 客房部清洁保养知识	82
一、清洁保养基础知识	82
二、楼层客房清洁保养	85
三、客房计划卫生和公共区域卫生	88
第五节 客房对客服务	90
一、客房对客服务规范	91
二、楼层对客服务模式	93
三、客房主要对客服务项目与服务程序介绍	94
四、特殊情况处理	99
复习思考题	101
 第四章 餐饮部	 103
第一节 餐饮部概述	104
一、餐饮部的地位和作用	104
二、餐饮部的组织结构	105
三、餐饮部各部门的工作任务	106
四、餐厅种类和特点	108
五、餐饮服务项目	111
第二节 中餐服务	112
一、中国菜点知识	112
二、中餐早餐服务	120
三、中餐午餐、晚餐服务	122

四、团队用餐服务	127
第三节 西餐服务	129
一、西餐简介	129
二、西餐宴会摆台	135
三、西餐服务方式	137
四、西餐零点服务	138
五、房间内用餐服务	139
六、自助餐服务	141
第四节 宴会服务	146
一、宴会种类和特点	146
二、中餐宴会服务	148
三、西餐宴会服务	150
四、冷餐酒会和鸡尾酒会服务	152
五、会议和茶话会服务	155
六、宴会外卖服务	158
复习思考题	160

第五章 销售公关部 163

第一节 销售部	164
一、部门概述	164
二、销售公关部组织结构	164
三、销售部主要工作	165
第二节 公关部	170
一、部门概述	170
二、公关部主要工作	170
第三节 销售公关部与旅行社的业务往来	174
一、旅行社的业务	174
二、销售公关部与旅行社的业务往来	175
三、旅行社的选择与管理	179
复习思考题	181



第六章 康乐部	183
第一节 康乐部概述	184
一、康乐的起源与发展	184
二、康乐部在酒店中的地位、作用与任务	185
三、酒店康乐部组织结构	187
四、酒店的康乐设施项目	188
第二节 康乐服务程序	189
一、保龄球室服务	190
二、台球室服务	191
三、网球场服务	191
四、壁球室服务	192
五、兵乓球室服务	193
六、健身房服务	194
七、游泳池服务	195
八、卡拉OK歌厅服务	196
九、舞厅服务	196
十、游戏室服务	197
十一、棋牌室服务	198
十二、桑拿浴服务	198
十三、按摩室服务	199
十四、理发美容室服务	200
第三节 康乐服务安全知识及突发事件处理	200
一、安全知识	200
二、突发事件处理程序	202
三、康乐部安全防护工作注意事项	204
第四节 康乐部投诉的处理	208
一、投诉的原因	208
二、处理投诉的原则	210
三、处理投诉的方法	211
复习思考题	215



第七章 安全与保安部	217
第一节 酒店安全工作	218
一、安全工作维护的对象	218
二、安全工作的意义	218
三、酒店安全的特点	219
四、酒店安全工作的目标	219
五、安全管理的基本原则	220
第二节 保安部及其主要工作	222
一、部门概述	222
二、保安部组织结构	222
三、保安部主要工作	223
第三节 旅行团的保安工作	229
一、前厅安全	229
二、客房安全	230
三、餐厅安全	233
第四节 火灾知识与酒店消防	234
一、火灾的种类	234
二、火灾的预防	234
三、火灾事故的处理	236
四、消防设备和器材的使用	237
复习思考题	240
参考书目	241

第一章

酒店概述

导语



第一节 酒店的含义和作用

第二节 酒店业发展简史

第三节 酒店的类型、等级与经营方式

第四节 酒店的组织结构

第一节 酒店的含义和作用

一、酒店的含义

酒店或饭店一词hotel源于法语，原意为招待贵宾的乡间别墅，是主人们款待贵宾、炫耀身份的场所。后来在英美等国家沿用这一名称来泛指所有商业性的住宿设施。相对于欧美国家，我国对住宿设施的叫法很多，例如宾馆、饭店、酒店、旅馆、山庄、度假村等。一般来说，作为一个酒店或饭店，应该具备以下四个条件：

- 1.它是由建筑及装备好的设施组成的接待场所；
- 2.它必须提供住宿、餐饮及其他服务；
- 3.它的服务对象是公众；
- 4.它是商业性的，以盈利为目的，所以使用者要支付一定的费用。

基于以上认识，可将酒店定义为：酒店是以接待型建筑设施为依托，为公众提供食宿及其他服务的商业性的服务企业。

二、酒店的作用

酒店作为旅游业的支柱，在旅游业乃至整个国民经济中占有重要地位。

（一）旅游者旅游活动的基地

酒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。没有酒店提供的服务保障，旅游者的旅游活动将难以持续。因而，酒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）创造旅游收入

酒店通过生产和销售酒店产品而获取收益，其收入在旅游业收入中往往占一半以上。特别是旅游酒店，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，从而对接待国家或地区的外汇收支平衡及促进国家（地区）建设起到重要作用。

（三）为社会创造就业机会

酒店是劳动密集型企业，需要大量的管理和服务人员。按我国目前酒店的人



员配备状况,平均每间客房配备1.5~2人,若新建一座300间客房的酒店,将创造450~600个直接就业机会。

(四) 促进社会消费方式和消费结构的发展与变化

酒店向酒店所在地的居民提供活动场所,如酒店的餐饮、娱乐等设施吸引本地居民,使之成为当地社交活动的中心。利用酒店为客人提供的服务将越来越多,这就必然促进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) 带动其他行业的发展

酒店业的发展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了很大的促进作用。有关统计表明,一家酒店住客开支的60%花费在酒店以外的其他行业,而且,在酒店消费的物品大都是社会其他有关行业提供的。因此,酒店业的发展实际上间接地促进了其他行业的发展。

(六) 酒店的发展水平是旅游业发展水平和社会经济与文明程度的标志

酒店的发展水平,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的文明程度。旅游酒店的设施完善与否、设备水平的高低和服务质量的优劣,不仅影响着旅游者的经历,同时还影响着它对一个地区,乃至一个国家的总体形象的评判。

第二节 酒店业发展简史

一、世界酒店业的发展简史

人类的旅行活动古已有之,为旅行者提供食宿的住宿设施也有漫长的历史。据说,住宿设施在古希腊和古罗马时代就已出现,其发展进程大体经历了客栈时期、大酒店时期、商业酒店时期和现代新型酒店时期。

(一) 客栈时期

客栈时期是指从住宿业产生直到19世纪中叶的漫长的历史时期。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，仅提供基本食宿；服务项目少，质量差；声誉差，常被视为低级行业，且这些客栈安全性差，常发生偷盗和抢劫现象。客栈主要设于道路边或驿站附近，入住的客人主要是沿途路过的传教士、信徒、外交官吏、信使、商人等。

（二）大酒店时期

大酒店时期又称为豪华酒店时期，从19世纪中叶兴起到19世纪末结束。在当时欧美的多数大城市里，都大兴土木争相建造豪华酒店。如巴黎的巴黎大酒店和罗浮宫大酒店、柏林的凯撒大酒店、伦敦的萨依伏大酒店、纽约的广场大酒店等。这一时期的酒店标杆是1829年在波士顿落成的特里蒙特酒店（Tremont），它被称为第一座现代化酒店，为整个新兴的酒店业确立了明确的标准。这座酒店有170套客房，据说是第一座建有前厅的酒店，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，服务人员训练有素。酒店不仅有单间客房，而且房门可以加锁。客房里备有脸盆、水罐和肥皂，旅客再也不必到酒店后院从水泵接水洗澡，特里蒙特酒店由此闻名，成为酒店历史上的里程碑。

这一时期酒店的经营者中最具代表性的人物是瑞士人凯撒·里兹（Caeser Rizer, 1850-1918），他在酒店服务上有许多创新，首先提出了“客人永远是对的”的酒店经营格言。他所经营的酒店是豪华酒店的代表，“Rizer”一词也因其名而来，意即极时髦、非常豪华、讲究排场。

大酒店时期，酒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，具有一定接待仪式和礼貌礼节。

（三）商业酒店时期

商业酒店时期，大约从20世纪初至50年代。美国的埃乌斯沃思·斯塔特勒（Eoosworth Statler）被公认为商业酒店的创始人。他高举“平民化、大众化”的旗号，立志建造一种“为一般公众能负担的价格之内提供必需的舒适与方便、优质的服务与清洁卫生”的酒店。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酒店，一个带卫生间的客房房价仅为1美元50分。斯塔特勒提出了酒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”、“酒店从根本上来说只销售一样东西，这就是服务”等至理名言。斯塔特勒创建的酒店被誉为现代商业酒店的里程碑。



商业酒店时期,酒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,降低成本以获取最佳利润;价格合理,使客人感到物有所值。

商业酒店时期是世界酒店史上最重要的阶段,也是世界各国酒店业最活跃的时期,它从各个方面奠定了现代酒店业的基础。

(四) 现代新型酒店时期

现代新型酒店时期于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大众的可支配收入,为外出旅游和享受酒店、餐馆服务创造了条件。汽车和飞机、火车等交通工具可以把人们自由地运送到他们想去的地方,从而引起了人们对酒店需求的剧增,世界酒店业迎来了发展的黄金时期。

这一时期,兴起了大量的新型酒店,其规模、数量、功能、豪华程度大大超过了传统酒店。至20世纪60年代中期,酒店经营和特许经营得到发展。一些有实力的酒店公司,以签订管理合同、授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同一名称、同一标志,在酒店建造、设备设施、服务程序、管理方式等方面实行统一标准,联网进行促销、客房预订、物资采购与人才培养的酒店联号公司。世界著名的联号公司有希尔顿酒店公司(Hilton Hotel Corp.)、喜来登酒店公司(Sheraton Corp.)、凯悦国际酒店公司(Hyatt International)、威斯汀酒店公司(Westin Hotels)、假日酒店公司(Holiday Inns Corp.)等等。这一时期酒店发达地区不仅仅局限于欧美,而且遍布全世界,特别是亚洲地区的酒店业,从20世纪60年代起步发展至今,其规模、等级、服务水准、管理水平等方面都毫不逊色于欧美的酒店业。

现代新型酒店主要布局在城市中心、旅游胜地、公路边、机场附近等地方,主要面对大众旅游市场。其特点是规模扩大,连锁经营和酒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、通讯、商务、康乐、购物等服务。

二、中国酒店的发展史

(一) 中国古代酒店设施

中国最早的酒店设施可以追溯到春秋战国或更早的时期,唐、宋、明、清被认

为是酒店业得到较大发展的时期。中国古代的住宿设施大体可以分为官办设施和民间旅店两类。

中国官办的住宿设施主要有驿站和迎宾馆两种。驿站制始于商代中期，止于清光绪年间“大清邮政”的兴办，有3000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，开始专门接待来往信使和公差人员，到了唐代，驿站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”名称最早见于清末，是古代官方用来接待外国使节、外民族代表及商客，安排他们食宿的馆舍。在历代曾有“诸侯馆”、“传舍”、“蛮夷邸”、“四夷馆”等别名。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。

（二）中国近代的酒店业

中国近代由于帝国主义的侵入，出现了带有半殖民地、半封建式的社会经济，在旅店业除了传统的旅馆之外，还出现了西式酒店和中西式酒店。

西式酒店是19世纪初西方列强侵入中国后，有外国资本建造和经营的酒店的总称。这类酒店在建筑式样、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的酒店不同。西式酒店规模宏大，装饰华丽，设备先进，经营管理皆来自西方。接待对象主要以来华外国人为主，同时也是当时上层社会人物、达官贵人聚会的场所。

西式酒店的大量出现，刺激了中国的民族资本向酒店业投资。中西式酒店就是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酒店。这类酒店在建筑式样、店内设备、服务基础和经营方式上都受到西式酒店的影响，在经营体制方面也仿效西式酒店的模式。到20世纪30年代，中西式酒店的发展达到了鼎盛时期。中西式酒店将欧美酒店业经营观念和方法与中国酒店经营环境的实际相融合，为中国酒店业进入现代新型酒店时期奠定了良好的基础。

（三）中国现代旅游酒店业的发展

1978年以前，中国酒店业是外事工作的一部分，酒店是外事接待工作的附属单位，没有独立的经济地位，在服务上也只能提供简单的食宿，功能单一，设施陈旧。1978年，我国仅有涉外酒店415家，其中能接待外宾的仅208家，酒店建设的滞后成为当时制约中国旅游业发展的瓶颈。自1978年改革开放以来，短短30余年时间，通过采取国家、地方、部门、集体和个人一起上，促进酒店建设投资形式的多



样化,并大力引进外资和外来管理,使我国的酒店业无论是行业规模、设施质量还是经营理念、管理水平都取得了长足的进步。

第三节 酒店的类型、等级与经营方式

一、酒店的类型

目前,世界各地的酒店有以下几种基本类型。

(一) 根据市场及宾客特点分类

1. 商务型酒店

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。其客流量一般不受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. 度假型酒店

它以接待休假的客人为主,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. 长住型酒店

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. 会议型酒店

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. 观光型酒店

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 and 物质上的享受。

6. 经济型酒店

经济型酒店多为旅游出差者预备,其价格低廉,服务方便快捷。特点可以说是快 come 快去,总体节奏较快,实现住宿者和商家互利的模式。

7. 连锁酒店

连锁酒店可以说是经济型酒店的精品,诸如莫泰、如家等知名品牌酒店,占有的市场份额也是越来越大。

8. 酒店式公寓

酒店式公寓是吸引懒人和忙人的酒店式服务公寓,最早始于1994年欧洲,意为“酒店式的服务,公寓式的管理”,是当时旅游区内租给游客,供其临时休息的物业,由专门管理公司进行统一上门管理,既有酒店的性质又相当于个人的“临时住宅”。这些物业就成了酒店式公寓的雏形。在酒店式公寓既能享受酒店提供的殷勤服务,又能享受居家的快乐,住户不仅有独立的卧室、客厅、卫浴间、衣帽间等等,还可以在厨房里自己烹饪美味的佳肴。早晨可以在酒店餐厅用早餐;房间由公寓的服务员清扫;需要送餐到房间、出差订机票,只需打电话到服务台便可以解决了,很适合又懒又忙的IT小两口。由于酒店式服务公寓主要集中在市中心的高档住宅区内,集住宅、酒店、会所多功能于一体,因此价格一般都不低。

(二) 按酒店建筑规模分类

目前旅游行政部门对酒店的规模还没有一个统一的划分标准。较通行的分类方法是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。

二、酒店的等级

酒店等级系指一家酒店的豪华程度、设施设备水平、服务范围、服务质量等方面所反映出的级别与水准。不少国家和地区,通常根据酒店的位置、环境、设施、服务等情况,按照一定的标准和要求对酒店进行分级,并用某种标志表示出来,在酒店的显著的地方公之于众。这就是酒店的等级或等级制度。

(一) 酒店分级的目的

1. 保护客人的利益

酒店的等级标志本身是对酒店设施质量的一种鉴定与保证。对酒店进行分级,