

宾馆酒店 会议经营管理

Hotel Management: Meeting Facilities

惟言/编著



消费习惯的改变、从业员工的工作意愿、行业的竞争，都足以直接
影响宾馆业的经营及管理方式

有效的管理可以使企业自我超越

11

宾馆酒店会议 经营管理

Hotel Management: Meeting
Facilities

惟言/编著



H  tel

MAJ100/12

中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

宾馆酒店会议经营管理/惟言编著. —北京:中国纺织出版社, 2004. 6

ISBN 7-5064-2907-1/F·0438

I. 宾… II. 惟… III. ①宾馆-经济管理 ②会议-组织管理学
IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 014512 号

责任编辑:王学军

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号

邮政编码:100027 电话:010-64160816

<http://www.c-textilep.com>

e-mail:faxing @ c-textilep.com

三河新科印刷厂印刷 各地新华书店经销

2004 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

开本:889×1194 1/32 印张:12

字数:255 千字 印数:1—6000 定价:28.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

前 言

前
言

在商贸往来、文化交流日益频繁的今天,会议市场的蛋糕急速增大。据有关部门统计,2002 年全球的会议市场,对宾馆酒店的消费需求超过了 3000 亿美元。这个让人心动的消费需求,吸引了许多宾馆酒店纷纷加入会议市场的竞争。

宾馆酒店垂青会议经营,首先是会议经营能带来可观的经济收益。会议客人的经费一般由政府、企业、协会来提供,经费来源可靠,消费水准偏高。据国外专家调查,会议旅游者的平均消费是普通旅游者的 3 倍。

其次,会议经营有利于宾馆酒店扩大其社会影响,提高其知名度。会议客人往往来自于不同地区、各个行业,拥有一定的社会地位。会议的旅程里,若宾馆酒店能够给他们留下美好的回忆,他们不仅有可能成为宾馆酒店的回头客,而且会有意无意地介绍给亲朋好友。而较大规模的会议,新闻记者的宣传报道会议的同时,也会间接地为宾馆酒店做宣传。

再者,会议经营可以调节宾馆酒店的淡季市场。会议不像其他旅游活动受时间、天气等影响出现很大的波动,会议市场在一年 12 个月中,各个月份的消费需求并没有多大的差别。更令宾馆酒店惊喜的是,会议市场很多时候还会特意避开一些旅游的高峰期,如“五一”、“十一”黄金周。这就在很大程度上弥补了



宾馆酒店淡季的萧条,充分发挥宾馆酒店的设施潜力。

但不容忽视的是,会议经营也给许多宾馆酒店提出了新的挑战。这是因为会议经营在我国是一个新生的事物,这种针对整体团体的消费经营,与传统的针对商务客人、观光客人的营销手段、接待技巧有所不同,或者说有所侧重。

正是基于以上现状,我们编著了《宾馆酒店会议经营管理》一书。书中我们系统地分析与讲解了会议市场营销、会议场地布置、会议客房管理、会议餐饮服务、宴会酒水服务、会议娱乐安排、会议安全保卫、宾馆酒店卫生管理这八大与会议经营密切相关的内容。在本书的编写过程中,我们借鉴了许多国内外著名宾馆酒店先进的会议经营理念,尽量做到内容翔实,见解深刻,说理透彻,条理清晰,特色鲜明。

我们相信,《宾馆酒店会议经营管理》能成为现代宾馆酒店经营管理者案头必备的会议经营制胜秘籍,为您的宾馆酒店持续发展贡献一份力量。

编 者

2004 年 3 月



《趋势管理》系列丛书

- 1 宾馆酒店经营管理
Middle Class Hotel Managements
- 2 客房管理实务
Hotel Guestroom Management
- 3 宾馆酒店人力资源管理
Hotel Human Resources Management
- 4 宾馆酒店员工培训教程
Hotel Employee Training
- 5 宴会设计与餐饮经营管理
Hotel Restaurant Management
- 6 宾馆酒店总务管理
Hotel Management Services
- 7 旅馆业经营管理
Small Hotel Business Management
- 8 星级宾馆酒店经营管理
Management on star lever hotel
- 9 宾馆酒店公关秀
Hotel Public Relations
- 10 宾馆酒店营销
Hotel Business Promotion
- 11 宾馆酒店会议经营管理
Hotel Management: Meeting Facilities

目 录

第一章 会议市场总论

会议经营的意义	2
◆创造可观的经济效益	2
◆扩大企业的社会影响	2
◆调节淡季市场	2
会议市场目标	2
◆企业会议	3
◆协会会议	5
会议经营的原则	7
◆符合会议特征	7
◆满足会议消费需求	8

第二章 会议市场营销

人员推销	13
◆人员推销的重要性	13
◆推销员的条件	14
◆推销员服务细则	18
◆推销的艺术	21

电话推销	24
◆接听时的注意事项	25
◆电话的拨出	27
◆电话礼貌	27
网上推销	28
◆推销礼节	29
◆推销障碍	32
◆宣传技巧	34
◆推销技巧	39
直接通信推销	46
◆名单的制定	47
◆使客户名单保持有效的方法	49
◆发送的时间	50
会议推销策略	50
◆推销的对象	50
◆推销的策略	51
◆突出会议厅的宣传	52
会议确认	53
◆确认及签订合约书	53
◆发布会议通知单	56
◆再次确认	57

第三章 会议场所的布置

会议环境设计的原则	59
◆经济性	59

◆表现性	60
◆舒适性	62
会议陈设物的设计艺术	63
◆家具	64
◆地毯	66
◆窗帘	68
◆照明灯具	70
◆植物	73
◆工艺品	75
会议视听设备的配置	76
◆基本的视听设备	76
◆会议视听设备的最新发展	79
◆会议视听设备的最佳效果	83
影响会议室布置的因素	87
◆会议议程与议题	87
◆会议计划	88
◆会议目标的达成	89

第四章 会议客房管理

客房布置的任务、原则与要求	91
◆客房布置的任务	91
◆客房布置的原则	92
◆客房布置的要求	92
客房布局及设备配备	94
◆睡眠空间布局	94

◆盥洗空间布局	98
◆起居空间布局	98
◆书写空间布局	98
◆贮存空间布局	99
客房用品的配置	99
◆房间用品	100
◆卫生用品	101
客房的美化	102
◆客房美化的因素	102
◆客房陈设品的布置	103
会议登记与客房安排	105
◆会议登记	105
◆现场注册	110
◆提前到达的登记程序	112
◆客房安排的原则	114
◆贵宾安排	120
客房部的岗位职责	121
◆客房服务中心的岗位职责	121
◆洗衣房的岗位职责	122
◆布件房的岗位职责	122
◆公共区域卫生部的岗位职责	123
客房常规服务	123
◆迎客服务	123
◆送客服务	124
◆会客服务	124

◆洗衣服务	125
◆擦鞋服务	125
◆对客租借用品服务	126
客房清洁服务	126
◆确定有关规格标准应考虑的因素	126
◆清洁整理客房的程序与标准	128
客房检查	135
◆建立检查制度	135
◆检查的程序与标准	137
◆清洁保养的管理	139
客房部与其他部门的关系	141
◆客房部与财务部的关系	141
◆客房部与餐饮部的关系	141
◆客房部与市场业务部的关系	143
◆客房部与工程维护部的关系	144
◆客房部与保安部的关系	145

第五章 会议餐饮服务

菜单设计	147
◆菜单的特性	148
◆会议菜单的设计要领	149
◆菜肴的设计	154
餐台设计的原则	156
◆实用性	156
◆美观性	157

◆观赏性	158
◆界域性	160
◆礼仪性	161
◆卫生安全性	162
餐台设计的方法	162
◆台型的选择	163
◆台面的选择	164
◆台布的选择	164
◆餐巾的选择	165
◆公用器具的选择	166
◆主客标志	167
餐台造型设计	167
◆餐台形式设计	168
◆餐台台面造型设计	179
◆餐台插花	184
◆照明设计	190
◆色彩与餐台设计	193
餐饮服务人员的素质、技能与职责	199
◆人员的素质	199
◆服务的技能	204
◆服务人员的职责	211

第六章 宴会酒水服务

葡萄酒的服务技巧	223
◆葡萄酒与食物的搭配	228

◆葡萄酒的服务技巧	233
鸡尾酒会的摆设与服务	235
◆酒会的供应方式	235
◆酒会菜单设计的注意事项	237
◆酒会菜单结构	237
◆酒会的形式	238
◆酒会场地的设计	239
◆场地及餐台的布置	239
◆餐具的准备	241
◆酒吧台的准备及摆设	241
◆酒会服务工作的分配	242

第七章 会议娱乐安排

娱乐项目的选择依据	245
◆自身的吸引力	245
◆适合与会者的娱乐习惯	245
◆遵守有关法律和政策	246
◆场地适应性	246
娱乐服务的流程	246
◆流程设计原则	246
◆确定娱乐服务项目内容	247
◆确定娱乐服务项目提供方式	248
娱乐项目的服务	248
◆游泳池服务	248
◆桑拿浴服务	251

◆网球场服务	252
◆保龄球馆服务	253
◆台球室服务	256
◆舞厅服务	257
◆按摩室服务	258
◆KTV 包房服务	260
◆旅游服务	264
会议娱乐管理	269
◆协调管理	269
◆安全管理	270
◆开支管理	271
◆服务人员管理	272

第八章 会议安全保卫

安全保卫概述	276
◆安全的概念	276
◆安全的特点	279
◆安全的内容	280
安全保卫组织	283
◆机构的设置	283
◆警卫组	284
◆内保组	287
◆消防组	288
◆安全保卫部与其他部门的协调	289
常见安全问题	291



◆房门锁	293
◆意外事件	294
◆火灾	295
◆员工盗窃	296
安全计划	297
◆客人安全计划	297
◆员工安全计划	306
◆财产安全计划	306
◆消防安全计划	309
◆紧急事故处理计划	310
会议保密策略	314
◆会议内容与密级	314
◆保密纪律	314
◆技术保密	315
◆文件保密	316
◆会场保密	317
◆新闻、宣传报道的保密	318

第九章 宾馆酒店卫生管理

厨房卫生	319
◆厨房环境卫生	319
◆厨房生产设备与用具卫生	325
◆菜点食品卫生	334
◆菜品加工卫生	339
◆厨房工作人员卫生	341



客房卫生	347
◆客房计划卫生	347
◆客房消毒工作	350
◆客房常用清洁剂	353
◆客房常用清洁器具	357
公共区域卫生	360
◆公共区域的清洁任务及要求	360
◆公共区域清洁保养制度与标准	364
◆公共区域清洁保养工作的检查督导	365

第一章 会议市场总论

会议旅游具有规模大、客人档次高、停留时间长、涉及相关部门多、消费水准高、利润丰厚、见效快等特点。据国际大会和会议协会 2002 年的统计,全世界仅国际会议(参加国超过 4 个,与会外宾超过 50 人)的市场价值就超过了 3000 亿美元,若再加上非国际会议,那么市场的蛋糕分外诱人。其巨大的市场潜力及高额回报吸引着越来越多的企业及民间组织加入到会议市场的竞争中。会展旅游巨大的市场潜力给处于会议接待核心部门的酒店提出了挑战。随着会议市场发展,酒店业纷纷调整自己的产品,扩大和完善会议功能,提高最先进的会议设施。会展旅游业的发展将对酒店以住宿和餐饮为主要收入来源的观念提出挑战。会议旅游不仅具有一般团队的消费特征,而且还具有会务活动性质,会议团队的消费呈综合性、高档化,这将使酒店收入来源多样化,其中住宿、餐饮、娱乐、旅游服务、会议室及场地、车辆、设备租赁及专业人才服务都将成为酒店会议收入来源的对象。