

普通高等教育“十五”国家级规划教材  
(高职高专教育)



# 饭店前厅客房服务与管理

陈乃法 吴梅 主编



高等教育出版社

普通高等教育“十五”国家级规划教材  
(高职高专教育)

# 饭店前厅客房服务与管理

陈乃法 吴梅 主编

高等教育出版社

## 内容提要

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材（高职高专教育）。

全书共分为23章，系统介绍了有关饭店的前厅与客房的基本概念、基础知识及其管理理念和方法。

本书密切结合当前国际、国内饭店业发展现状，吸收了近年来饭店服务与管理专业教材建设和教学实践中总结出的新知识及新观点。叙述中侧重实用性，每章后都安排了实践操作，有助于学生提高业务素质和业务水平。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高等院校、本科院校高职教育旅游专业学生学习用书，也可供五年制高职院校、中等职业学校及其他有关人员使用。

## 图书在版编目(CIP)数据

饭店前厅客房服务与管理/陈乃法, 吴梅主编. —北京:  
高等教育出版社, 2003.8 (2004重印)

ISBN 7-04-012465-3

I. 饭... II. ①陈... ②吴... III: ①饭店-商业  
服务②饭店-商业管理 IV. F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第037512号

出版发行 高等教育出版社  
社 址 北京市西城区德外大街4号  
邮政编码 100011  
总 机 010-82028899

购书热线 010-64054588  
免费咨询 800-810-0598  
网 址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所  
印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 787×1092 1/16  
印 张 24  
字 数 570 000

版 次 2003年8月第1版  
印 次 2004年4月第2次印刷  
定 价 35.90元(含光盘)

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换。

**版权所有 侵权必究**

为加强高职高专教育的教材建设工作，2000年教育部高等教育司颁发了《关于加强高职高专教育教材建设的若干意见》（教高司〔2000〕19号），提出了“力争经过5年的努力，编写、出版500本左右高职高专教育规划教材”的目标，并将高职高专教育规划教材的建设工作分为两步实施：先用2至3年时间，在继承原有教材建设成果的基础上，充分汲取近年来高职高专院校在探索培养高等技术应用性专门人才和教材建设方面取得的成功经验，解决好高职高专教育教材的有无问题；然后，再用2至3年的时间，在实施《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》立项研究的基础上，推出一批特色鲜明的高质量的高职高专教育教材。根据这一精神，有关院校和出版社从2000年秋季开始，积极组织编写和出版了一批“教育部高职高专规划教材”。这些高职高专规划教材是依据1999年教育部组织制定的《高职高专教育基础课程教学基本要求》（草案）和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》（草案）编写的，随着这些教材的陆续出版，基本上解决了高职高专教材的有无问题，完成了教育部高职高专规划教材建设工作的第一步。

2002年教育部确定了普通高等教育“十五”国家级教材规划选题，将高职高专教育规划教材纳入其中。“十五”国家级规划教材的建设将以“实施精品战略，抓好重点规划”为指导方针，重点抓好公共基础课、专业基础课和专业主干课教材的建设，特别要注意选择一部分原来基础较好的优秀教材进行修订使其逐步形成精品教材；同时还要扩大教材品种，实现教材系列配套，并处理好教材的统一性与多样化、基本教材与辅助教材、文字教材与软件教材的关系，在此基础上形成特色鲜明、一纲多本、优化配套的高职高专教育教材体系。

普通高等教育“十五”国家级规划教材（高职高专教育）适用于高等职业学校、高等专科学校、成人高校及本科院校举办的二级职业技术学院、继续教育学院和民办高校使用。

教育部高等教育司  
2002年11月30日

## 前 言

前厅与客房服务和管理是高等职业学校、高等专科学校、本科院校举办的二级职业技术学院等院校饭店管理专业的必修课程。

本教材具有如下两个特点：

第一，注重内容的实用性和方法的可操作性。本书的编写宗旨是：以培养学生的职业素质与职业能力为本，遵循学生的认知规律，增强教学内容的实用性，方便教学效果的检查与评估。每章后都专门安排了实践操作，让学生分组参加实践操作训练，并要求写出实践报告。

第二，充分反映和利用国内外现代的服务与管理理念，用现代的教学方法与教学手段组织教材。本书密切结合当前饭店业的发展需求和高等职业院校饭店服务与管理专业人才培养的需要，参考了国内、外同类教材，还配有VCD教学光盘，以期在实际教学中收到预期的效果。

本书由金陵旅馆管理干部学院的陈乃法、吴梅担任主编。全书共分二十三章，前厅篇的第一章至第八章由吴梅执笔，第九章至第十二章由金陵旅馆管理干部学院的崔凯执笔，客房篇的第十三章、第十四章、第十五章、第十六章、第十九章、第二十一章、第二十二章及第二十三章由陈乃法执笔，第十七章、第十八章及第二十章由杭州师范学院的杨富荣执笔。

本教材在编写过程中，得到了教育部、国家旅游局、江苏省旅游局等有关领导与专家的精心指导和热情帮助，编者所在院校的领导和同事也给予了热情帮助，在此一并表示感谢。

由于编者水平有限，加之时间仓促，书中问题与不足在所难免，祈望专家与读者不吝赐教。

编 者

2003年2月

# 目 录

## CONTENTS

### 前 厅 篇

<b>第一章</b>	<b>前厅部概述</b> .....	3
第一节	前厅部的工作任务 .....	3
第二节	前厅部的组织机构 .....	6
第三节	前厅部的主要岗位职责 .....	11
第四节	前厅部与其他部门的关系 .....	18
<b>第二章</b>	<b>饭店大堂设计与前厅布局</b> .....	23
第一节	饭店大堂的风格类型与设计依据 .....	23
第二节	饭店大堂设计 .....	25
第三节	前厅功能布局 .....	34
<b>第三章</b>	<b>前厅客房预订</b> .....	38
第一节	预订的方式与类型 .....	38
第二节	客房预订的操作形式及其程序 .....	42
第三节	客房预订的违约行为及其处理 .....	53
<b>第四章</b>	<b>前厅礼宾服务</b> .....	58
第一节	迎送宾客服务 .....	58
第二节	行李服务 .....	60
第三节	“金钥匙”服务 .....	66
<b>第五章</b>	<b>前厅接待服务</b> .....	69
第一节	入住登记 .....	69
第二节	问讯服务 .....	84
第三节	前厅收银 .....	91
第四节	总机与商务中心服务 .....	99
<b>第六章</b>	<b>前厅销售管理</b> .....	106
第一节	前厅销售产品的分析 .....	106
第二节	前厅销售价格的制定 .....	108

第三节	前厅销售价格的控制 .....	114
第四节	前厅销售的策略 .....	118
<b>第七章</b>	<b>前厅信息管理 .....</b>	<b>123</b>
第一节	前厅管理信息系统 .....	123
第二节	前厅客情预测传递 .....	134
第三节	前厅报表制作 .....	136
第四节	前厅文档管理 .....	138
<b>第八章</b>	<b>前厅宾客关系管理 .....</b>	<b>141</b>
第一节	良好宾客关系的建立 .....	141
第二节	宾客投诉的处理 .....	145
第三节	客史档案的管理 .....	147
<b>第九章</b>	<b>前厅部人力资源管理 .....</b>	<b>150</b>
第一节	前厅部的编制定员 .....	150
第二节	前厅部员工的招聘与录用 .....	154
第三节	前厅部员工的培训 .....	162
第四节	前厅部员工的考核与激励 .....	169
<b>第十章</b>	<b>前厅部服务质量管理 .....</b>	<b>176</b>
第一节	前厅部服务质量的内容 .....	176
第二节	前厅部服务质量管理 .....	180
第三节	前厅部全面质量管理 (TQM) .....	183
<b>第十一章</b>	<b>前厅部的开业筹备 .....</b>	<b>191</b>
第一节	前厅部开业筹备的内容 .....	191
第二节	前厅部的试运行 .....	195
<b>第十二章</b>	<b>前厅部管理的新趋势 .....</b>	<b>201</b>
第一节	计算机技术的影响 .....	201
第二节	网络销售与网络预订 .....	204
第三节	智能卡 (Smart Card) 的应用 .....	208
第四节	前厅部管理的新方法与新理念 .....	210
<b>客 房 篇</b>		
<b>第十三章</b>	<b>客房部概述 .....</b>	<b>219</b>
第一节	客房部的工作任务 .....	219
第二节	客房部的组织机构 .....	220

第三节	客房部的主要岗位职责 .....	223
第四节	客房部与其他部门的业务关系 .....	227
<b>第十四章</b>	<b>清洁设备及清洁剂 .....</b>	<b>232</b>
第一节	清洁设备 .....	232
第二节	清洁剂 .....	236
第三节	清洁设备与清洁剂的选择 .....	241
<b>第十五章</b>	<b>清洁保养技术 .....</b>	<b>246</b>
第一节	地毯的清洁保养 .....	246
第二节	石材的清洁保养 .....	251
第三节	其他面层材料的清洁保养 .....	254
第四节	客房的清洁保养 .....	257
<b>第十六章</b>	<b>饭店清洁保养工作的管理 .....</b>	<b>263</b>
第一节	清洁保养工作计划 .....	263
第二节	合同清洁的管理 .....	269
<b>第十七章</b>	<b>洗衣技术 .....</b>	<b>277</b>
第一节	洗衣基本原理 .....	277
第二节	水洗技术 .....	281
第三节	干洗技术 .....	284
第四节	熨烫与去渍技术 .....	287
<b>第十八章</b>	<b>棉织品与制服的管理 .....</b>	<b>293</b>
第一节	棉织品管理 .....	293
第二节	制服管理 .....	298
<b>第十九章</b>	<b>客房部的对客服务 .....</b>	<b>302</b>
第一节	客房部对客服务的特点和要求 .....	302
第二节	客房部对客服务的规范及要点 .....	307
第三节	客房部对服务质量的控制 .....	321
<b>第二十章</b>	<b>客房部的安全与劳动保护 .....</b>	<b>327</b>
第一节	火灾与失窃的预防及处理 .....	327
第二节	客房其他安全事故的处理 .....	332
第三节	客房部的劳动保护 .....	333
<b>第二十一章</b>	<b>客房部的费用控制 .....</b>	<b>338</b>



第一节 客房部的物资控制 .....	338
第二节 预算及费用的控制 .....	344
<b>第二十二章 客房部的开业筹备与客房的更新改造 .....</b>	<b>350</b>
第一节 客房部的开业筹备 .....	350
第二节 客房的更新改造 .....	358
<b>第二十三章 客房部服务与管理发展趋势 .....</b>	<b>364</b>
第一节 组织机构及职责划分的趋势 .....	364
第二节 客房设施及设计的发展趋势 .....	367
第三节 客用品的变化趋势 .....	369
第四节 客房部的绿色措施 .....	370
<b>参考文献 .....</b>	<b>373</b>



前  
厅  
篇

# 原书空白

# 第一章 前厅部概述



学习目标

通过本章的学习，学生应能够掌握前厅部的工作任务；了解前厅部组织机构的设置；掌握前厅部各岗位的工作职责；熟悉前厅部与其他部门的关系。

## 第一节 前厅部的工作任务

### 一、前厅部的概念

前厅部（Front Office）是为宾客提供各种综合服务的部门，负责招徕并接待宾客，销售饭店客房及餐饮娱乐等产品和服务，协调饭店各部门的对客服务，为饭店高级管理决策层及各相关职能部门提供各种信息参考。前厅部通常由客房预订处、大厅/礼宾服务处、接待处、问讯处、前厅收银处、电话总机、商务中心、大堂值班经理/大堂副理等组成，其主要机构均设在宾客来往最频繁的饭店大堂地段。前厅部虽不属饭店的主要营业部门，但其运转好坏将直接反映饭店的服务质量和管理水平，影响饭店的经济效益和市场形象。

### 二、前厅部工作的重要性

前厅部工作的重要性是与它所担负的职能任务相联系的，主要体现在以下六个方面：

第一，前厅部是饭店的营业窗口，反映饭店的整体服务质量。一家饭店服务质量和档次的高低，从前厅部的服务与管理中就可以反映出来。前厅被誉为饭店的门面，这张门面是否“漂亮”，不仅取决于前厅大堂的设计、装饰、布置、灯光等设施的豪华程度、良好的饭店氛围，更取决于前厅部员工的精神面貌、服务态度、服务效率、服务技巧以及服务特色等。

第二，前厅部是留给宾客第一印象和最后印象的所在地。前厅部是宾客（含潜在的宾客）第一次接触的部门，是给宾客留下第一印象的地方。宾客往往带着第一印象来评价饭店的服务质量。若第一印象好，即使宾客在店逗留期间遇有不如意的事情，也会认为这是偶尔发生，是可以原谅的；反之，若第一印象不好，饭店在宾客心目中的不良形象就很难改变，易形成恶性循环。此外，前厅部也是宾客与饭店最后接触的部门，是给宾客留下最后印象的地方，而最后印象在宾客脑海里停留的时间也最长。

能否给宾客留下一种“依依不舍”的感觉，在很大程度上取决于前厅部员工的服务质量，否则，为宾客住店期间所提供的优质服务将事倍功半。

第三，前厅部是饭店的信息中心。有效的信息处理有利于提高饭店经营管理决策的科学性。前厅部不仅为宾客提供各种服务信息，而且也为饭店其他部门提供客情，为饭店管理机构提供反映经营情况和服务质量状况的数据和信息。例如，在国外一些饭店里，未来一个时期内房价的高低浮动是由管理者根据前厅部所提供的宾客预订信息来决定的。

第四，前厅部是饭店的神经中枢，负责联络和协调各部门的对客服务。前厅部如饭店的“大脑”，在很大程度上控制和协调着整个饭店的经营活动。由前厅部发出的每一项指令、每一条信息，都将直接影响饭店其他部门的服务质量。美国著名的饭店管理专家奥图尔先生曾形象地比喻“若将饭店比做车轮，则前厅部是该车轮的轴心”。其运作的效率将决定饭店前进的步伐。

第五，前厅部承担着推销客房及其他产品和服务的职责。前厅部不仅通过提供邮政、商务、电信、票务等服务，直接获得经济收入，而且，它需协调饭店营销部，积极主动销售饭店产品，提高饭店客房的出租率和平衡房价，以争取良好的客房经济效益。

第六，前厅部是饭店建立良好宾客关系的主要部门。饭店服务质量的高低最终是由宾客做出评价的，评价的标准就是宾客的满意度。建立良好的宾客关系有利于提高宾客的满意度，赢得更多的回头客，从而提高饭店的经济效益。而前厅部是宾客接触最多的部门，其员工与宾客接触频繁，最易获知宾客的需求，因此，应尽最大可能提高宾客对饭店的满意度，以建立良好的宾客关系。随着饭店的市场逐渐从卖方市场转入买方市场，饭店业的竞争日趋激烈，饭店开始越来越重视宾客的需求以及饭店与宾客之间的关系。在这种情况下，前厅部工作尤其显得重要。

### 三、前厅部的任务

#### （一）推销客房

前厅部的首要任务是推销客房。客房是饭店销售的主要产品。客房的营业收入一般要占饭店全部营业收入的40%~60%。根据美国的PKF国际咨询公司有关世界范围饭店经营情况的统计资料，客房营业收入占全饭店营业收入的平均比例为58.6%，而餐饮营业收入所占的比例为31.6%，电话与其他经营收入所占比例为9.8%。在我国的涉外旅游饭店中，客房营业收入占全饭店营业收入的比例为48.17%，而餐饮营业收入所占的比例为32.52%，商品与其他经营收入所占的比例为19.31%。饭店每日客房出租率的高低在很大程度上取决于前厅部的销售工作。因此，前厅部的全体员工应全力以赴，按饭店制定的价格政策，推销出更高档次和更多数量的客房。销售客房通常包括以下四项程序：

- （1）受理宾客预订。
- （2）接待未预订客房而直接抵店的零散宾客（Walk-in Guests）。
- （3）办理宾客的入住登记手续（Check-in）。
- （4）分配房间，确定房价。

## （二）提供信息

前厅部是饭店经营活动的主要信息源，它包括饭店经营的外部市场信息（如旅游业发展状况、国内外最新经济信息、宾客的消费需求与心理、人均消费水平、年龄结构等）和内部管理信息（如出租率、营业收入、宾客投诉、客情预测、宾客住店/离店以及在各营业点的消费情况等）。前厅部不仅要有意识地收集这类信息，而且要对其进行加工处理，并将其传递到客房、餐饮等饭店经营部门和管理机构，以便采取相应的决策，搞好对客服务。同时，前厅部还应为宾客提供饭店内外有关活动的信息（如有关日程安排、服务项目、服务地点、服务价格、服务时间等）和饭店所在地、所在国的信息等。因此，前厅部应努力搜集资料，并与饭店其他部门共享信息资源，为宾客提供出色的服务。

## （三）协调对客服务

作为饭店业务活动的中心，前厅部必须在宾客与饭店其他部门之间牵线搭桥，协调前台、后台之间的对客服务。例如，当住客向前厅部投诉客房内没有热水供应时，前厅员工必须立刻与工程部联系检修事宜。总之，前厅部一旦察觉到宾客有任何不满或担忧，就应及时与相关部门协调，采取措施，尽快解决问题，让宾客愉快地享受住店生活。

## （四）及时、准确地显示客房状况

饭店客房状况是指饭店客房的使用情况，通常分为长期和短期两类。及时、准确地显示客房状况的目的是为了使饭店最大限度地利用客房这一饭店最大的获利产品。因此，为销售客房而提供迅速、准确的客房状况是前厅部的又一项任务。前厅部常常利用客房预订汇总表（Room Reservation Chart）或计算机来显示客房的长期状况（预订状况）；用客房状况显示架（Room Rack）或计算机来显示客房的短期状况（瞬间状况）。前厅部应及时、准确地显示客房使用情况，以便进行客房销售。

## （五）建立、控制客账

为方便宾客、促进消费，绝大多数饭店采用的均是向登记入住的宾客提供一次性结账服务的方式。所以，前厅必须为住客分别制作账单，接受各营业点转来的经宾客签字的客账资料，并及时记录、累计及审核宾客的各项欠款，确保客账账目的准确无误。同时，为离店宾客办理结账、收款或转账服务事宜。建立、控制客账的目的是为了记录和监视宾客与饭店之间的财务关系，以保持饭店的良好信誉度和保证饭店应有的经济效益。

## （六）提供各类前厅服务

前厅部除协调饭店对客服务外，本身还担负着直接为宾客服务的繁重任务，如在机场、车站或在饭店大门迎送宾客的服务；行李服务；问讯、邮件、留言服务；分发/保管客用钥匙及处理投诉的服务；贵重物品的寄存服务以及通过电话总机所提供的各项服务。

## （七）建立宾客档案

宾客档案是以宾客姓名字母顺序排列的有关宾客的主要资料，例如，有关宾客的个人情况资料，每次住店期间的爱好、习惯、所需的特殊要求、投诉等。这些资料是饭店向宾客提供周到的、具有针对性的、个性化服务的依据，也是饭店加强对客源的了解，增加市场渗透力，提高饭店客房销售能力的信息来源。

## 第二节 前厅部的组织机构

### 一、前厅部的机构设置原则

#### (一) 组织合理

前厅部的机构设置、职责划分、人员配备应根据饭店的性质、规模、地理位置、经营特点与管理方式来确定。如规模小的饭店或以内部接待为主的饭店就可将前厅部归入房务部，而不必独立设置前厅部。

#### (二) 机构精简

前厅部的机构设置，应防止出现机构臃肿、人浮于事的现象，应“因事设岗”，而不能“因人设岗”，应避免出现运作过程中的“交叉地带”。但机构精简并不意味着机构的过分简化，不能出现职能空缺现象和“无人问津的地带”。

#### (三) 分工明确

前厅部各机构及各岗位人员的职责和任务应明确，指挥体系应高效、健全，信息传达的渠道应畅通，应避免出现管理职能的空缺、重叠或相互扯皮现象。

#### (四) 便于协作

前厅部机构设置不仅要便于前厅部内部各岗位、各环节间的协作，而且要有利于前厅部与其他部门间的协调与合作。

### 二、前厅部组织机构设置的形态

如前所述，前厅部组织机构设置受到饭店类型、规模、等级、劳动力成本、管理模式等因素的影响。因而，各饭店前厅部组织机构设置的形态也有所不同，饭店管理人员应通盘考虑。一般来说，饭店按客房数量和接待规模可分成大型（500间客房以上）、中型（200~500间）、小型（200间以下）饭店。

根据饭店规模大小的不同，前厅部组织机构设置有很大区别，主要表现在以下三个方面：

第一，大型饭店前厅部管理层次多，而小型饭店层次少。如大型饭店前厅部组织机构中有部门经理级、主管级、领班级、员工级四个层次，而小型饭店可能只有经理级、领班级（或主管级）、员工级三个层次。

第二，大型饭店前厅部组织机构内容多、范围广，而小型饭店内容少。如大多数大型饭店的前厅部设有商务中心、车队等，而小型饭店则没有。

第三，大型饭店前厅部职能划分精细，由不同的岗位负责，而小型饭店则可能将其合三为一，甚至合四为一（如将客房预订、接待、问讯、前厅收款一并归入前厅接待）。

另外，在众多大、中型饭店的组织机构中，其前厅部与客房部是各自独立的部门，而有些小型饭店，则将前厅部和客房部合二为一，以减少管理费用，将客房销售与客房管理有效协调起来。不过，在实行总监制的大型现代饭店中，设置房务系统（或称

房口系统), 由前厅部、客房部、保安部、工程部等几个二级部门组成, 并设立房务总监的职位统辖整个房务系统, 见图 1-1。中小型饭店前厅部的组织机构设置, 可参见图 1-2 和图 1-3。

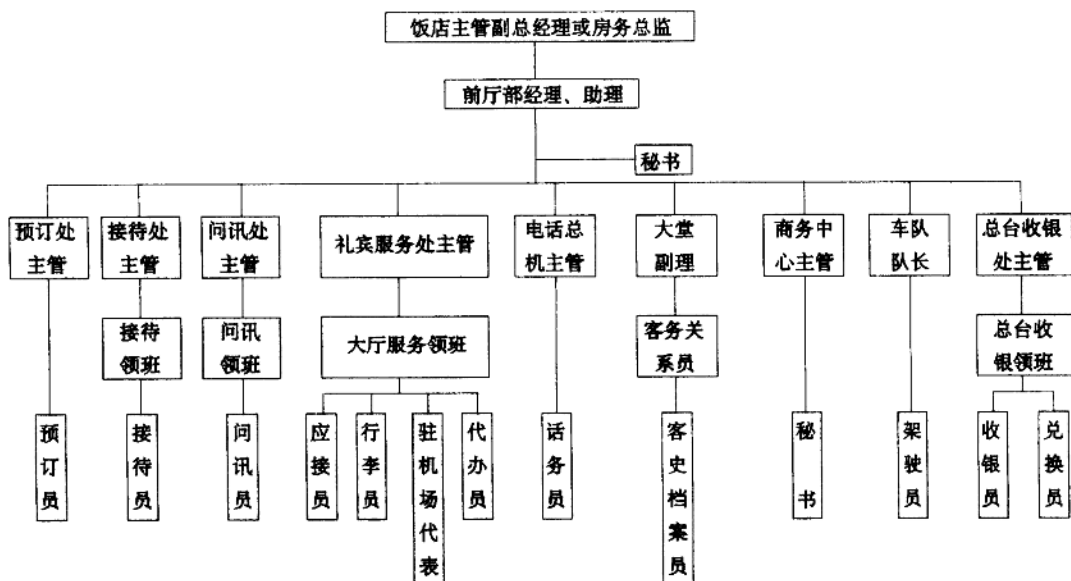


图 1-1 大型饭店前厅部组织机构图

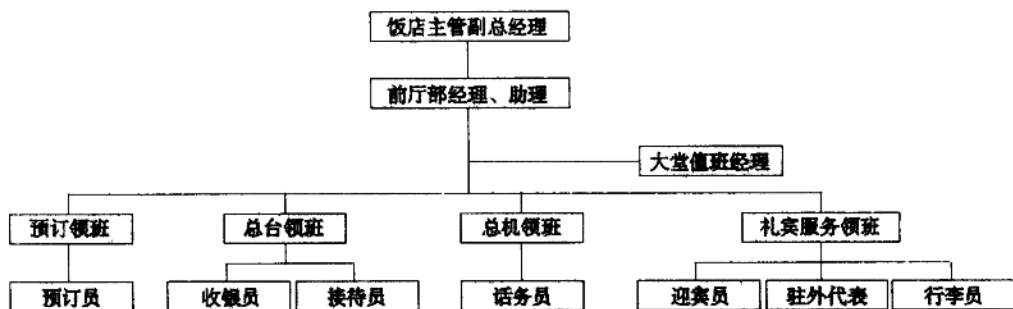


图 1-2 中型饭店前厅部组织机构图

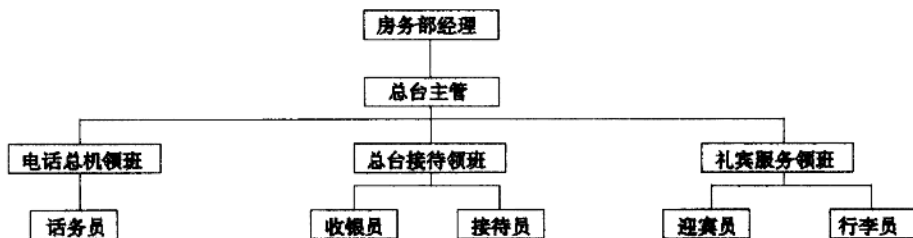


图 1-3 小型饭店总台组织机构图



### 三、前厅部下属各机构主要业务范围

为确保前厅对客服务全过程 (Guest Cycle) 优质、高效, 前厅部下属各机构应各司其职, 通力合作。前厅对客服务全过程 (见表 1-1) 始于潜在的宾客与饭店的第一次接触, 终于客史档案的建立。整个过程均围绕前厅部的首要任务——销售客房而展开, 故将其细分为售前期 (Pre-sale)、售中期 (Point-of-sale) 和售后期 (Post-of-sale) 三个阶段, 在每个阶段中, 前厅部各岗位应履行各自的职责 (见表 1-2)。

表 1-1 宾客与前厅的接触过程

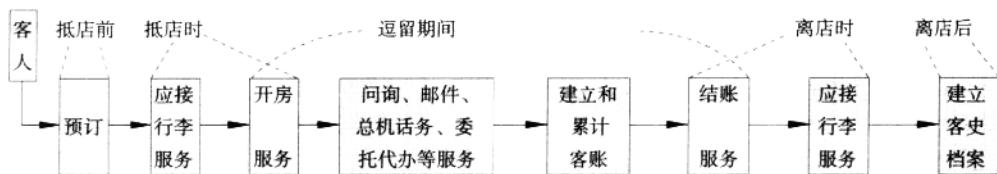


表 1-2 前厅运行三阶段及其主要任务

售前服务	远程询问服务, 如电话、传真、电传、信函、因特网咨询等
	各种预订服务, 如散客预订客房、团体客人预订客房等
	迎接非住店客人, 如参加宴会的客人等
售中服务	抵店时: 迎接客人、应接行李、登记入住等
	逗留期间: 问询、邮件、委托代办、客账管理、总机话务服务等
	离店时: 退房结账、行李服务、相关离店服务等
售后服务	建立客史档案
	与宾客保持联系, 如节假日信函问候等

#### (一) 客房预订处 (Room Reservation)

随着饭店业竞争的加剧和市场开拓力度的加大, 客房预订的职能逐渐从前厅部剥离出来, 转而归属营销部, 这是现代饭店预订处运营职能提高的具体表现之一。传统意义上, 客房预订处的主要业务范围包括:

- (1) 负责饭店的预订业务。
- (2) 受理并确认各种来源的预订, 处理预订的更改、取消。
- (3) 密切与接待处的联系, 提供最新的预订信息。
- (4) 参与客情预测, 及时提供 VIP (贵宾)、团队、会议抵店信息。
- (5) 参与前厅部对外预订业务谈判及签订合同。
- (6) 制作 (每月、半月、一周和次日) 预订报表, 参与制作全年客房预订计划。
- (7) 确保预订系统的准确性, 完善预订记录和档案程序。

#### (二) 接待处 (Reception/Check-in/Registration)

接待处业务包括:

- (1) 推销客房, 接待住店宾客 (包括团体宾客、散客、常住宾客、预订宾客和 Walk-in Guest)。办理入住登记手续 (Check-in)。
- (2) 准确控制客房状态 (Room Status), 有效排房。