



中等职业学校酒店服务与管理专业规划教材

丛书主编：邓泽民



饭店文化

徐 萍 主 编

刘 彤 王振东 张红艳 副主编



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE



中等职业学校酒店服务与管理专业规划教材

丛书主编：邓泽民



饭店文化

徐萍 主编

刘彤 王振东 张红艳 副主编



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

饭店业的竞争非常激烈,供求的天平倾向消费者,他们不仅可以选择不同档次的饭店,还可以选择同档次饭店里最值得信赖的品牌,实际上他们是在选择最值得信赖的员工、最值得信赖的服务、最值得信赖的文化。本教材从十个方面阐述了饭店文化的内涵,采用图文并茂的形式让学生从不同角度了解饭店,掌握饭店知识。

本书广泛征求并听取了全国中等职业学校酒店服务与管理专业教师的意见,融入了教师们多年来的教学实践经验,同时也融合了本行业对饭店工作人员的要求规格,具有系统性、科学性和实用性的特点。

本书适合作为中等职业学校酒店服务与管理专业教材,也可作为技工学校相关专业及在职人员的培训和自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

饭店文化/徐萍主编. —北京:中国铁道出版社,
2010.8
中等职业学校酒店服务与管理专业规划教材
ISBN 978-7-113-11725-2

I. ①饭… II. ①徐… III. ①饭店—企业文化—专业
学校—教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第141545号

书 名: 饭店文化

作 者: 徐 萍 主编

策划编辑: 秦绪好 祁 云

责任编辑: 周 欢

读者热线电话: 400-668-0820

编辑助理: 卢 昕

封面设计: 付 巍

封面制作: 李 路

责任印制: 李 佳

出版发行: 中国铁道出版社(北京市宣武区右安门西街8号 邮政编码: 100054)

印 刷: 河北新华印刷二厂

版 次: 2010年8月第1版

2010年8月第1次印刷

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 10 字数: 228千

书 号: ISBN 978-7-113-11725-2

定 价: 26.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有印制质量问题,请与本社计算机图书批销部联系调换。



中等职业学校酒店服务与管理专业规划教材

编 委 会

主 任：邓泽民

副主任：陈 玉 于学惠 严晓舟 邓国民

成 员：（以下排名不分先后）

王立职	单慧芳	汪珊珊	展丽蕊	杨 松
肖 敏	潘雪梅	李战生	代智弘	李 艳
王凤明	王晓华	王东健	王泽荣	宋俊华
吕 波	何 山	孙 璐	王新瑞	宋 艳
武 军	于琳琳	孟培芬	陈庆合	张 婷
徐 萍				



国家社会科学基金课题“以就业为导向的职业教育教学理论与实践研究”在取得理论研究成果的基础上,选取了中等职业教育五个专业大类中的20个专业开展实践研究。中等职业教育酒店服务与管理专业是其中之一。

这套教材的开发团队由职业教育专家、酒店行业专家和经过中等职业技术学校专业骨干教师国家级培训并取得优秀成绩的教师组成。他们在认真学习《国务院关于大力发展职业教育的决定》所提出的“以服务为宗旨、以就业为导向”办学方针和教育部提出的“以全面素质为基础、以能力为本位”教育教学指导思想的基础上,运用《职业教育课程设计》、《职业教育教学设计》、《职业教育教材设计》、《职业教育实训设计》所提出的理论方法,首先提出酒店服务与管理专业的整体教学解决方案,然后根据专业的整体教学解决方案对教材的要求,编写了这套教材。

在教材体系的确立上,依据中等职业教育酒店服务与管理专业能力图表,通过课程设置分析,形成项目课程体系,从而确立教材体系。这在教材体系的确立上,实现了学科教育向职业教育的转变,落实了职业教育“以全面素质为基础、以能力为本位”的指导思想。

在教材内容的筛选上,应用职业分析方法,将典型的工作任务和成熟的最新成果纳入到教材的同时,又充分考虑了国家职业资格标准,在保证学历教育质量的同时,实现了学历证书和职业资格证书的“双证”融通,为职业学校学生顺利取得国家职业资格证书提供了条件。

在教材结构的设计上,采用了项目课程、任务驱动教学的结构设计,不但符合职业教育实践导向教学指导思想,还将通用能力培养渗透到专业能力教学当中。《饭店服务礼仪》依据不同场合要求不同的礼仪,采用了以环境为导向的教材结构设计;在《前厅服务与管理》、《客房服务与管理》、《餐饮服务与管理》教材结构设计中,采用了以工作过程为导向的教材结构,因为这些服务与管理活动体现在工作过程的每个服务与管理环节上;《咖啡调制与服务》、《茶艺与服务》、《调酒与服务》、《插花艺术与服务》等教材的设计,采用了以产品为导向的结构,因为这类职业活动是通过提供产品进行服务;《康乐服务与管理》教材,采用以康乐项目为导向的结构设计;《饭店服务心理与待客技巧》采用了以问题为导向的案例设计,便于学习

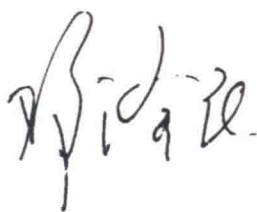


者对顾客心理分析的能力形成,灵活运用待客技巧,实施周到的服务;《饭店职业生涯设计》遵循酒店服务与管理专业技能型人才的成长规律,采用以决策为导向的教材结构设计;《饭店文化》则采用了由近到远、由浅入深的螺旋结构进行设计,使学生易于理解并发展优秀的饭店文化;《饭店管理》将管理与饭店的岗位结合起来,形成了以饭店的岗位为导向的教材结构;《饭店信息技术》从运用信息技术提高工作质量和效率的角度出发,采用了以质量和效率为导向的教材结构设计,充分反映了信息技术在饭店服务与管理活动中的工具性。

在教材素材的选择上,力求选择的素材来自于生产实际,并充分考虑其趣味性和可迁移性,以保证学生在完成任务时的认真态度,有效地促进学生职业兴趣的发展和职业能力的拓展以及就业后很快适应工作的需要。

本套教材无论从课程标准的开发、教材体系的确立、教材内容的筛选、教材结构的设计还是到教材素材的选择,都得到了北京饭店、北京国际饭店、建国饭店、西苑饭店、长富宫饭店的大力支持,倾注了各位职业教育专家、酒店服务与管理专家、老师和中国铁道出版社各位编辑的心血,是我国职业教育教材为适应学科教育到职业教育,精英教育到人人教育两个转变的有益尝试,也是我主持的国家社会科学基金课题“以就业为导向的职业教育教学理论与实践研究”的又一成果。

如本套教材有不足之处,请各位专家、老师和广大同学不吝指正。希望通过本套教材的出版,为我国职业教育和旅游事业的发展以及人才培养做出贡献。



2008年7月



一个社会的发展主要由这个社会的社会文化决定的,一个企业的发展也主要是由这个企业的文化决定的。进入 21 世纪以来,“竞争”这个词在企业经营和发展中无不与之息息相关,紧密相连。社会在经历了价格竞争、质量竞争和服务竞争以后,在当今已开始进入了一个崭新的阶段,这就是企业的文化竞争。许多企业为了在激烈的市场竞争中取得一席之地,都非常注重企业文化建设。

20 世纪 90 年代,我国饭店管理进入文化管理阶段,饭店管理对象为知识化和学习型的劳动者,主要管理策略是建立共同愿望和价值观、提高职工凝聚力和奉献精神。在进入文化管理阶段的今天,我们已经认识到,饭店要想在竞争中取得成功,必须建立本饭店的特色文化。由于饭店文化建设不是一蹴而就的事,必须经过几代人辛勤努力,不断建设健康向上的饭店文化,才能达到强饭店业文化的境界,因而要尽早抓饭店文化建设,谁走在前面,谁就获得了主动权,就可能赢得先机。

本教材从十个方面阐述了饭店文化的内涵,采用图文并茂的形式让学生了解饭店与历史、饭店与品牌、饭店与名人、饭店与环境、饭店与礼仪、饭店与服务、饭店与管理、饭店与营销、饭店与创新、饭店与科技等内容。让学生在欣赏图片和阅读中不知不觉地掌握了知识。

建议本教材总学时为 72 课时。单元一 6 课时,单元二 4 课时,单元三 2 课时,单元四 16 课时,单元五 18 课时、单元六 6 课时、单元七 6 课时、单元八 2 课时、单元九 4 课时课时、单元十 8 课时。

全书由徐萍任主编,刘彤、王振东、张红艳任副主编。编写分工如下:第一、二、三单元由徐萍编写;第四、五单元由张红艳编写;第六、七、九单元由王振东编写;第八、十单元由刘彤编写。

本教材是在邓泽民教授设计的教材结构框架下撰写的。他在教材目标的定位、教材内容的筛选、教材结构的设计、教材素材的选择等方面给予了悉心指导。锦州市第一职业中专杨忠校长等提出不少好的建议。所以说,这本书凝聚了很多人的智慧和汗水,在此表示衷心的感谢!

本教材适合作为中等职业学校酒店服务与管理及相关专业的教材,也可作为饭店的培训教材、自学用书及参考用书。

由于编者水平有限,书中难免有不妥与疏漏之处,诚恳读者不吝赐教、指正。

编者

2009 年 7 月





CONTENTS 目录

单元一 饭店与历史

- 1.1 饭店的产生与发展 2
- 1.2 我国饭店业发展简史 6
- 1.3 我国饭店业的发展趋势 7



单元二 饭店与品牌

- 2.1 北美著名饭店品牌 14
- 2.2 欧洲著名饭店品牌 17
- 2.3 亚洲著名饭店品牌 19
- 2.4 中国著名饭店品牌 21



单元三 饭店与名人

- 3.1 大饭店时期代表人物——恺撒·里兹
(CesarRitz) 24
- 3.2 商业饭店时期代表人物——埃尔斯沃
思·斯塔特勒 (Ellsworth Statler) 25
- 3.3 新型饭店时期代表人物——康拉德
·希尔顿 (Konrad Hilton) 26
- 3.4 我国第一家饭店集团公司上海锦江饭
店集团创始人——董竹君 27

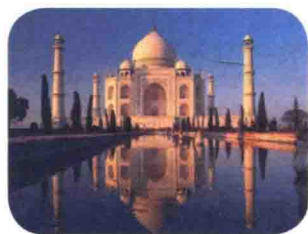




目录 CONTENTS

单元四 饭店与环境

- 4.1 饭店建筑 30
- 4.2 饭店装饰 35
- 4.3 饭店不同区域的布置 46



单元五 饭店与礼仪

- 5.1 民族特色礼仪 58
- 5.2 国际通用礼仪 69



单元六 饭店与服务

- 6.1 个性化服务 82
- 6.2 一站式服务 90
- 6.3 金钥匙服务 92
- 6.4 管家服务 95



单元七 饭店与管理

- 7.1 饭店的科学管理 100
- 7.2 饭店的人本管理 102
- 7.3 饭店的跨文化管理 108





CONTENTS 目录

单元八 饭店与营销

- 8.1 整合营销 112
- 8.2 文化营销 112
- 8.3 网络营销 113



单元九 饭店与创新

- 9.1 服务创新 116
- 9.2 产品创新 117
- 9.3 经营创新 120
- 9.4 管理创新 123



单元十 饭店与科技

- 10.1 饭店的信息化 126
- 10.2 饭店的现代化 135
- 参考文献 146



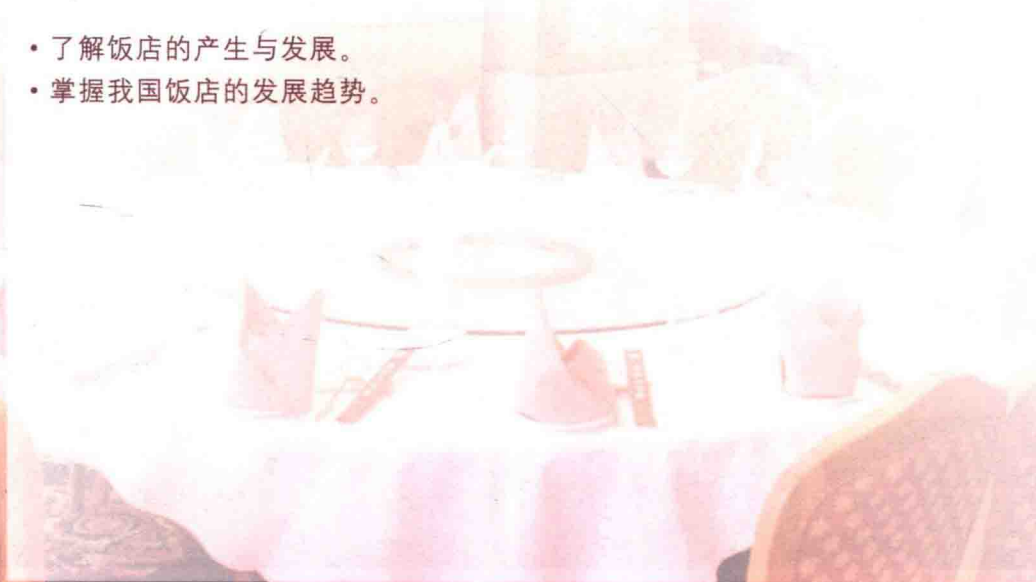
单元一

饭店与历史

饭店是人类旅行活动的产物，最初功能是为旅行者提供过夜住宿服务。在当代社会中，饭店功能日趋完备，设施不断现代化，成为满足旅游者综合消费需求的主要依托和“家外之家”，与旅行社、旅游交通一起被称为旅游业的三大支柱。

学习目标

- 了解饭店的产生与发展。
- 掌握我国饭店的发展趋势。





1.1 饭店的产生与发展

饭店的产生和发展过程源远流长，已经有几千年的历史，而饭店企业则是社会生产力和旅游业发展到一定水平的产物。迪拜酒店是目前饭店中最高星级的饭店，如图1-1-1所示。随着饭店经营管理的日益集团化和国际化，饭店业出现了明显的产业化趋势。



图 1-1-1 迪拜酒店

1.1.1 饭店的概念

饭店 (Hotel) 在我国国家标准中也称为“酒店”。由于历史的原因，饭店也常被称为宾馆、旅馆等。另外，还有汽车旅馆、机场饭店、大饭店、小饭店、小旅馆、公寓、招待所、旅游饭店、小旅店、休养地饭店等称呼，如图1-1-2~图1-1-5所示。



图 1-1-2 汽车旅馆



图 1-1-3 机场宾馆



图 1-1-4 旅游饭店



图 1-1-5 休养地饭店



现代饭店是度假旅游者的安适之家和康乐中心，是商务旅游者和商业集团的商务活动场所，因而常常被称为城市的“城中之城”和旅游者的“家外之家”。

作为现代饭店，应当具有下列基本条件：

- (1) 它是一座设备完善的众所周知的且经政府核准的建筑；
- (2) 它必须为旅客提供住宿、餐饮或其他综合服务设施；
- (3) 它的服务对象是公众，其中主要是外出旅行的人；
- (4) 它要提供住宿、餐饮、娱乐上的理想服务；
- (5) 它是商业性的，通过提供空间、设施和服务，取得合理的利润（政府或慈善机构经营者例外）；

- (6) 它是根据市场经济规律，采用现代科学技术对经营活动进行管理经济组织。

我们从饭店的称谓和功能上，可以归纳出饭店的定义：

从静态上看，饭店是指以建筑物为凭借，通过提供吃、住、行、娱乐、购物等方面的综合服务，使旅游者的旅居成为可能的一种投宿设施（或场所），如图1-1-6、图1-1-7所示。



图 1-1-6 自助餐



图 1-1-7 客房

从动态上着，饭店是指以饭店建筑和设施为依托，进行盈利性经营活动的经济组织。通常也可以作为饭店企业的简称，如图1-1-8所示。



图 1-1-8 盈利性经营活动

国家旅游局1998年5月1日颁布实施的中华人民共和国国家标准《旅游涉外饭店星级划分与评定》，界定了旅游饭店的概念。旅游饭店是指能够接待观光客人、商务客人、度假客人以及各种会议的饭店，如图1-1-9所示。



图 1-1-9 旅游饭店

1.1.2 饭店的发展简史

饭店的发展进程大体上可以分为四个时期。

1. 客栈时期

客栈是随着商品生产和商品交换的发展而逐步发展起来的。最早期的客栈，可以追溯到人类原始社会末期和奴隶社会初期，是为适应古代国家的外交交往、宗教和商业旅行、帝王和贵族巡游等活动的要求而产生的。客栈的特点是：一般规模都很小，建筑简单，设备简易，价格低廉；仅提供简单的食宿、休息的场所或车马等交通工具；以官办为主，有部分民间经营的小店。后来，随着社会的发展，旅游活动种类的增加，客栈的规模也日益扩大，种类不断增多。客栈不是完整意义上的企业，而是饭店企业的萌芽，如图1-1-10所示。



图 1-1-10 早期的客栈

2. 豪华饭店时期

19世纪中叶，随着资本主义经济和旅游业的产生和发展，旅游开始成为一种经济活动，专为上层统治阶级服务的豪华饭店应运而生。瑞士籍饭店业主恺撒·里兹（Cesar Ritz, 1850—1918）开办的饭店，可以说是豪华饭店时代最具有代表性的饭店。他建造与经营的饭店以及他本人的名字变成了最豪华、最高级、最时髦的代名词。豪华饭店是新的富裕阶级生活方式和社交活动商业化的结果，它与客栈具有根本的区别：规模宏大，建筑与设施豪华，装饰讲究；供应最精美的食物，布置最高档的家具摆设，许多豪华饭店还成为当代乃至世界建筑艺

术的珍品；饭店内分工协作明确，对服务工作和服务人员要求十分严格，讲究服务质量，如图1-1-11所示；饭店内部出现了专门管理机构，促进了饭店管理及其理论的发展。



图 1-1-11 豪华饭店时期的饭店

3. 商业饭店时期

从19世纪末期到20世纪50年代，随着商品经济的发展和资本主义制度的建立与扩张，国际市场的开辟和现代交通工具的运用，商务旅游者的数量急剧增长。豪华饭店对大多数旅游者来说过于奢华，而传统的客栈又过于简陋，因而产生了主要为商务旅游者和一般中产阶级旅游者服务的商业饭店。

商业饭店时期，是以20世纪初世界最大的饭店业主——美国的埃尔斯沃思·斯塔特勒（Ellsworth Statler, 1863—1928）创建和经营的饭店的出现为开端的。商业饭店的基本特点是：饭店的规模较大，设施设备舒适完善，服务项目齐全，而且价格比较合理；以接待商务客人为主，具备较为完备的商务活动设施，如谈判间、会议室、办公自动化等；饭店经营活动完全商品化，讲究经济效益和以盈利为目的；饭店管理逐步科学化和效率化，注重市场调研和市场目标选择，注意训练员工和提高工作效率，如图1-1-12。



图 1-1-12 商业饭店时期的饭店

4. 现代饭店时期

第二次世界大战后，随着科学技术的迅速发展和社会生产力的快速增长，世界上出现了国际性的大众化旅游。现代交通工具的迅速发展，更加加快了旅游活动的普及化和世界各国政治、经济、文化等方面交往的频繁化。社会需求的变化促进饭店业由此进入了现代饭店时期。这一时期的主要特点是：旅游市场结构的多元化促使饭店类型多样化（如度假饭店、观光饭店、商务饭店、会员制俱乐部饭店、第二住宅饭店等），如图1-1-13～图1-1-17所示；市场需求的多样化引起饭店设施的不断变化，经营方式更加灵活；饭店产业的高利润加剧了市

场竞争,使饭店与其他行业联合或走向连锁经营、集团化经营的道路;现代科学技术革命和科学管理理论的发展,使现代饭店管理日益科学化和现代化。



图 1-1-13 度假饭店



图 1-1-14 商务饭店



图 1-1-15 会员制俱乐部饭店



图 1-1-16 观光饭店



图 1-1-17 第二住宅饭店

1.2 我国饭店业发展简史

根据历史记载,我国饭店业已有三千余年的历史,在春秋时期孔子周游列国时,已经有了旅馆服务;到了战国时期,各地人们往来更加频繁,旅馆业成为社会的必要行业。在唐朝由于经济、政治、军事、文化和艺术的发展,人们因旅游、经商等外出旅行十分频繁,旅馆业



得到普及。19世纪中期在我国沿海和长江流域的通商口岸城市设立了租界区并兴建了一批饭店。1886年在天津落成的利顺德饭店和1900年在北京开业的北京饭店就是典型的案例,如图1-2-1、图1-2-2所示。解放后到改革开放前,我国建立了一些国营招待所和宾馆,主要接待国际友好人士,属于事业型单位,靠国家财政拨款和补贴管理。1978年我国实施了改革开放政策,饭店业经营管理发生了根本的变化。1978—1988年是我国饭店业的转轨时期,饭店由事业型单位向企业型转化,饭店实行自负盈亏,开始注重管理和服务。1988年以后饭店作为企业完全进入市场,开始学习欧美优秀饭店的管理经验,注重经营效益。近年来随着我国经济的快速持续增长,我国饭店业迎来了前所未有的发展机遇,同时也带来了巨大的挑战,



图 1-2-1 1886 年天津落成的利顺德饭店



图 1-2-2 1900 年开业的北京饭店

1.3 我国饭店业的发展趋势

面对国内、国际日益激烈的市场竞争,我国饭店必须寻求一种非常规的发展模式,实现创新性发展,从而迅速提升我国饭店的市场竞争力。

1.3.1 饭店业发展的时代背景

我们面临的时代,从饭店经营的角度来看,大体上具有五个方面的特征:①我们面临的是一个市场化的时代,这个时代意味着经济体制的根本性变革和企业导向的根本性变化;②随着市场经济的发展,产生了一个重大的转变,中国的经济已经从短缺经济转变为相对过剩经济;③随着信息技术、交通技术、营销技术等浪潮迭起,我们已经进入了数字化生存的技术化时代;④高度技术化和高度城市化的生活使人们对自然的需求超出任何一个时代,“适应自然,亲近自然,走向自然”成为了生态化时代的主旋律;⑤经过市场化的发展,消费者已经成熟起来,从而导致了需求的根本性变化,表现在市场需求上个性化的要求越来越突出。

1.3.2 我国饭店业发展的大趋势

在这样的时代背景下,我国饭店业未来的发展具有十大趋势。

1. 经营理念的变化

这种变化趋势包括:①更加尊重消费者。从经营理念上来说,这是一个根本性的问题,一