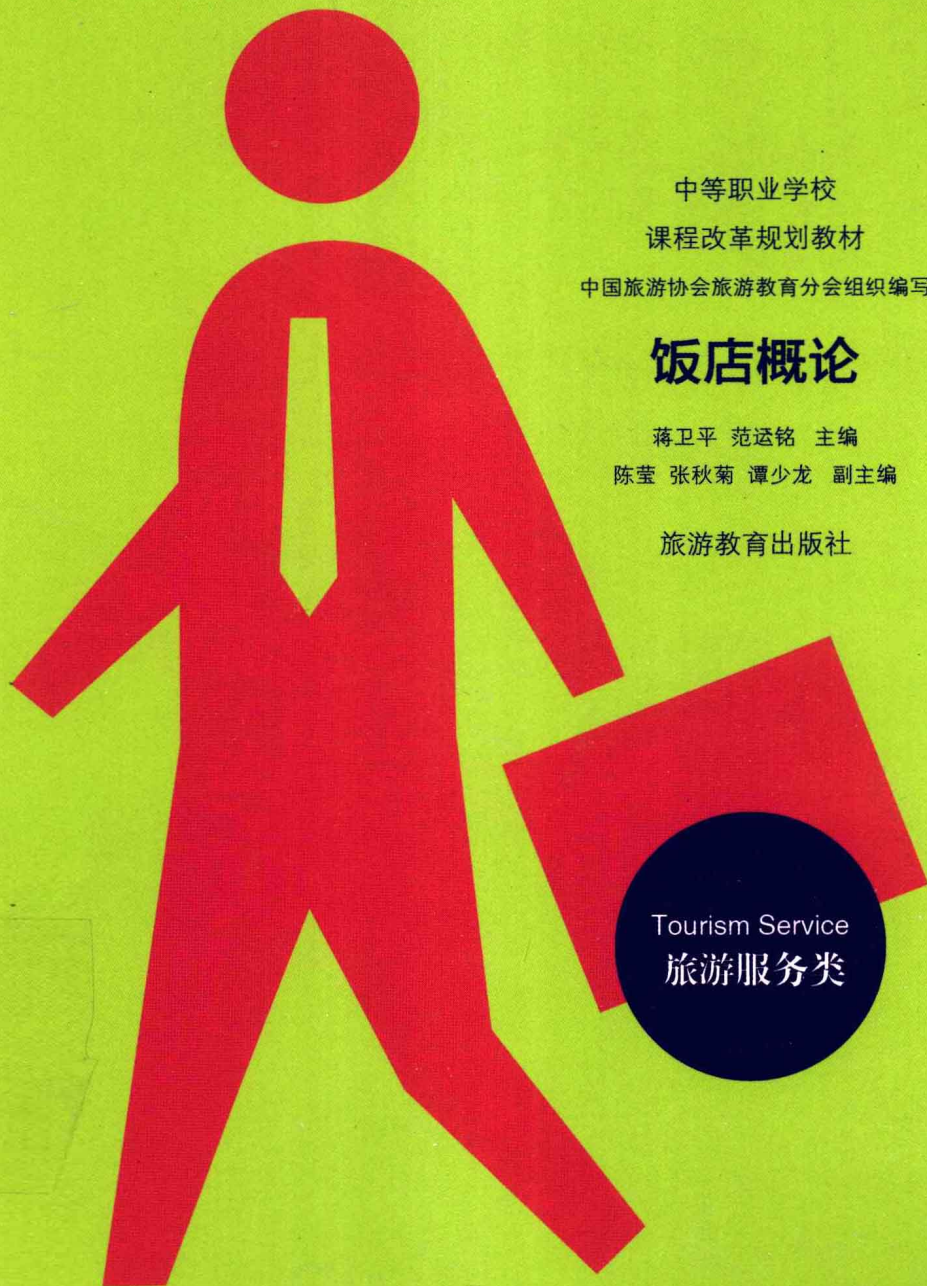




中等职业学校

课程改革规划教材

中国旅游协会旅游教育分会组织编写

饭店概论

蒋卫平 范运铭 主编

陈莹 张秋菊 谭少龙 副主编

旅游教育出版社

Tourism Service
旅游服务类



中等职业学校
课程改革规划教材
中国旅游协会旅游教育分会组织编写

饭店概论

蒋卫平 范运铭 主编

陈莹 张秋菊 谭少龙 副主编

旅游教育出版社

常州大学图书馆
藏书章



Tourism Service
旅游服务类

策 划:刘 权 景晓莉

责任编辑:何 玲

图书在版编目(CIP)数据

饭店概论/蒋卫平,范运铭主编. —北京:旅游教育出版社,2011.8

中等职业学校课程改革规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2220 - 4

I. ①饭… II. ①蒋… ②范… III. ①饭店—中等专业学校—教材
IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 153425 号

中等职业学校课程改革规划教材

饭店概论

中国旅游协会旅游教育分会组织编写

蒋卫平 范运铭 主编

陈莹 张秋菊 谭少龙 副主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@163. com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	16
字 数	224 千字
版 次	2011 年 8 月第 1 版
印 次	2011 年 8 月第 1 次印刷
定 价	25.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

中等职业学校课程改革规划教材

编委会

主 任:段建国(中国旅游协会旅游教育分会会长)

副主任:徐锦祉(港澳中心总经理)

成 员:(按拼音排序,排名不分先后)

北京市振华旅游学校

北京市外事学校

北京市劲松职业高中

北京教育学院朝阳分院

广东省旅游职业技术学校

贵州省旅游学校

桂林市职业教育中心学校

海口旅游职业学校

湖北省旅游学校

南京旅游职业学院

秦皇岛职业技术学院

山东旅游职业学院

陕西省旅游学校

上海旅游高等专科学校

上海市商贸旅游学校

上海市振华外经职业技术学校

上海现代职业技术学校

四川省旅游学校

太原旅游职业学院

武汉市旅游学校

云南旅游职业学院

旅游教育出版社

出版说明

为满足旅游行业对专业人才的培养需求,贯彻落实国家教育体制改革和教材建设的最新精神,受中国旅游协会旅游教育分会委托,根据教育部2010年修订的《中等职业学校教学目录》,我社组织编写了这套中等职业学校课程改革规划教材。

在编写出版这套教材的过程中,由中国旅游协会旅游教育分会段建国会长主持,全国20多所职业院校代表参加,共同听取了教育部职业技术教育中心研究所余祖光副所长和港澳中心徐锦社总经理等专家对教材编写提出的意见和建议,讨论并确定了教材编写思路,力求使这套中职教材既能反映行业需求,又能贴近教学实际。

新版中职教材具有以下特色:

◎编写理念以人为本,教学合一贴近实际。整套教材突出以人为本的编写理念,专业基础课教材减少了理论阐述的篇幅,加大了图表分量,力求图文并茂、讲练结合,以降低学习难度,具有较强的可读性、操作性和趣味性;专业核心课教材则以就业为导向,将学习任务与未来工作过程及职业生涯相对接,除了让学习者提前了解将要工作的环境和即将共事的同事,便于及早规划职业生涯外,还引导大家正确看待服务工作,树立职业荣誉感。整套教材从标题名称的拟定、教学环节的设计和案例的引入等方面,以学生愿意学习、快乐学习为宗旨,注重做中学、做中教,教学做合一,理论实践一体化,符合学生的认知规律和阅读习惯,贴近教学实际。

◎教学内容易学易懂,对接岗位直观实用。专业基础课教材创新编写模式,通过不同单元,把学习内容任务化、把知识要点案例化。专业核心课教材把岗位任务的实施与工作过程完全对接,全程模拟工作场景,把完成一个工作任务所需的基础知识、服务准备、技能训练、任务实施、同步练习等内容用形象直观的操作图示及说明文字串联起来,易学易懂,直观实用。

◎教材结构科学严谨,由易到难梯度明晰。整套教材按照职业领域工作过程

的逻辑确定教学单元,以项目、任务、活动、案例等为载体组织各教学环节,在每个任务中,嵌入案例导入、看一看、说一说、想一想、做一做等环节,加大学生的参与性,提高学生的学习兴趣。通过基础模块、专业模块、拓展模块的分层次教学设计,由简到繁,由易到难组织各教学环节,符合中职学生的认知特点。

◎编写人员构成合理,行业企业深度参与。本套教材由中国旅游协会旅游教育分会组织编写,由教育部门、酒店高级管理人员、特级导游员、礼仪专家、中国芭蕾舞团原副团长等行业企业专家深度参与。第一作者均为业内专家,他们既奋斗在教学一线,又有在旅游企业挂职锻炼的从业经验。编写团队中还有行业专家和技术能手,如《形体及礼仪训练》主编蒋祖慧老师,曾任中国芭蕾舞团副团长,是我国著名女作家丁玲的女儿。《客房服务》主编之一潘先才任海南文华大酒店客房部经理,《西餐服务》副主编姜蓓任上海国际会议中心东方滨江大酒店餐饮会议总监,《中餐服务》副主编鲍小伟任四川盛嘉饭店管理公司董事长、国家级饭店星评员,《酒水服务》副主编荆悦任北京贵宾楼酒店酒吧服务经理,《会议服务》副主编伊蕾任北京国际会议中心人力资源部经理,《导游操作实务》副主编廖荣隆是四川省十佳导游,《导游讲解》副主编是上海特级导游李志军,《景区景点服务》主编之一是武汉黄鹤楼五星导游王建权,《旅游情境英语》副主编邵传英是海南美兰海航酒店综合管理部经理,《饭店服务情境英语》副主编是中国大饭店培训部助理经理袁媛、广东珠海阳光机场酒店副总经理赵倩男。

◎呈现形式新颖多样,教材界面亲切友好。整套教材双色印刷,装帧精美,符合中职生的年龄特征和阅读习惯。专业核心课程教材不仅有工作场景再现图片、专业设备用品图片,更有工作设备使用说明图示、专业技能操作流程图示、专业礼仪训练图示,部分教材还随书配有教学光盘,使教材呈现形式新颖多样。标题名称的拟定、案例的引入、贯穿全文的人物设计……更是贴近中职生的实际生活,使教材界面亲切友好,为学生营造了一个轻松快乐的学习环境。通过这些人性化的设计,将枯燥的专业知识学习变成了一次又一次愉快的职场旅行,在旅途中,学生们边学边做,可以达到最佳的学习效果。

我们想借此套丛书的出版,探索一种全新的教材编写、出版模式,把一本本赏心悦目、专业实用的教材奉献给大家,使其真正成为您的贴心朋友。

旅游教育出版社

2011.8

目 录

CONTENTS

基础模块

单元1 走进饭店行业	2
任务1 了解饭店业的过去与现在	2
任务2 认识饭店	11
任务3 认识饭店的产品	21
单元2 我与饭店	27
任务4 饭店与我的职业生涯设计	27
任务5 做好胜任饭店服务工作的准备	36
任务6 掌握学好《饭店概论》的方法	41

专业模块

单元3 了解你的顾客	46
任务7 了解顾客消费的基本需求	46
任务8 了解不同类型顾客的基本需求	53

单元4 我要做一个合格的饭店从业者	59
任务9 在饭店工作,我将扮演的角色	59
任务10 在饭店工作,我应学会的本领	69
任务11 在饭店工作,我应有的基本素质	79
单元5 我要成为饭店服务的行家里手	93
任务12 了解客人在饭店消费的逻辑顺序	93
任务13 了解饭店基本服务项目	98
任务14 了解饭店的基本规章制度	111
任务15 了解饭店服务质量的基本要素	120
任务16 融入饭店的企业文化	142

拓展模块

单元6 了解饭店的发展趋势	158
任务17 知晓国际饭店集团运作的基本方式	158
任务18 知晓饭店集团的运作模式	174
任务19 知晓经济型饭店	181
任务20 知晓主题饭店	192
任务21 知晓绿色饭店	209
单元7 了解我国的星级饭店标准	225
任务22 知晓我国星级饭店评定的基本程序与标准	225
任务23 了解我国星级饭店的发展趋势	236
参考资料	248
后 记	249

基础模块

单元 1 走进饭店行业

任务 1 了解饭店业的过去与现在

任务目标

了解饭店的产生与发展简史。

案例引入

里海升“满月”

——世界最新奇的饭店

据美国媒体 3 日报道,韩国哈里姆建筑公司日前宣布了建造“满月升”和“里海 Plus”饭店的计划。计划雄心勃勃,他们试图让两家饭店成为迄今为止最令人惊叹的饭店。

值得注意的是,虽然世界上绝大多数新奇饭店和建筑都是在迪拜及其周围地区“横空出世”的,但哈里姆公司的建造地点并没有选在迪拜,而是选择了中亚的阿塞拜疆首都巴库。毫无疑问,随着“满月升”和“里海 Plus”的出现,迪拜必将迎来新的挑战。

虽然哈里姆建筑公司 2007 年 7 月才进入阿塞拜疆,但他们很快就树立起自己的品牌和声望,并且顺利拿下这个全球瞩目的建筑项目。根据哈里姆公司的整体构想,这一项目将由两个独立的饭店构成。第一个便是“满月升”饭店。从名字上不难看出,这家饭店的外形类似于满月。

建成后的“满月升”饭店将有 35 层,高 158.68 米,382 个房间的总面积将达到 104 182 平方米。相对于如此大的内部空间,饭店房间数量似乎少了一些,但有一点是绝对可以保证的——房间本身的空间肯定大得吓人。除了居住空间外,“满月升”将留出巨大的商用空间。

另一个与“满月升”比翼齐飞的就是“里海 Plus”饭店。虽然面积没有“满月升”大,但“里海 Plus”也将成为一座奢侈豪华的饭店,它共有 32 层,

221 个房间,128 个公寓。由 4 座建筑物构成的“里海 Plus”将是一座集居住和商业于一体的饭店。从整体上说,“满月升”和“里海 Plus”建筑群将给人留下异常深刻的印象,人们将会把目光停留在这里。凭借雄厚的实力和丰富的想象力,人们将看到越来越多神奇的建筑。

(资料来源:《北京晚报》)

提出问题 “满月升”和“里海 Plus”彰显了饭店业发展的何种趋势?饭店业的发展迄今为止,大致经历了几个阶段?

任务实施

饭店业是人类最古老的职业之一,其起源可追溯到几千年前的史前洞穴时期。饭店业伴随着人类社会的不断变化而发展变化。现代的饭店,就是从中国的驿馆、中东的商队客店、古罗马的棚舍、欧洲的路边旅馆及美国的马车客栈演变而来。

在过去的 100 多年间,随着经济的发展、闲暇时间的增多、交通的完善,饭店业也发生了巨大的变化。今天饭店业已成为全世界旅游热中不可缺少的一部分,是商业全球化发展的主力军。饭店业的迅猛发展,也给当地社会的政治、经济、文化等方面的发展带来重要影响,它是一个地区整体发展水平的重要标志。

伴随着中国改革开放和旅游业的迅猛发展,我国的旅游业得以蓬勃发展。截止 2010 年底,我国共有旅游星级饭店约 1.5 万家。

纵观历史,饭店业一直处于持续发展的状态,饭店在古今中外都经历了一个从简陋到豪华、从单一到多样的发展过程。

一、现代世界饭店业的产生与发展

欧美饭店业起始于古罗马时期,其发展大致经历了客栈、大饭店、商业饭店和现代饭店等阶段。

(一) 客栈时期(公元 18 世纪前)

饭店业的发展经历了一个漫长的道路,其历史可以追溯到几个世纪前的原始的小饭店,最早的饭店在古巴比伦王朝的时候已经出现。公元前 400 年到公元 200 年的古罗马和古希腊时期,为了适应日益增加的官方和非官方的出行需要,饭店业开始分化为专门为政府邮政和政府官员服务的“驿站”

与主要服务于普通大众的“客栈”两类。中世纪和文艺复兴时期,交通条件的改善促进了欧洲的饭店业进一步发展,到了16世纪晚期,英国已经有了6000家客栈。随着欧洲殖民主义的扩张和产业革命的进行,资本主义的生产和经营方式开始在欧洲大陆和美洲大陆出现。

(二)大饭店时期(公元18世纪~19世纪末)

自18世纪后期开始,西欧、北欧、北美和日本等国家和地区逐步进入工业化时代,商贸活动急剧增加,进而刺激了饭店业的发展。

1794年,在纽约出现了第一家经过专门设计、由股份公司建造经营的饭店。

1829年,伴随着大量的殖民地商业活动,第一家现代饭店在美国的波士顿开业。

18世纪中期,美国饭店业进入迅速发展时期,最新的科技发明被广泛应用于饭店业,如电梯、中央供暖、电灯、电话等。

在19世纪,随着1829年特雷蒙特大厦(Tremont House)在波士顿的开业,美国饭店业赢得了全世界的认可,这是饭店发展早期中的另一座里程碑。按当时的标准,它可以被视为第一家五星级饭店。训练有素的员工、法国式菜肴以及设施豪华的客房综合起来为顾客提供了到那时为止他们所能享受到的最佳饭店体验,足以达到五星级水平。特尔蒙饭店提供的设施和服务,如在房间内放置大水杯和免费肥皂,被视为具有革命意义。垂蒙特的建筑师伊沙赫·罗杰斯(Isaiah Rogers)因其为饭店所做的精彩设计而闻名于世,其设计纷纷被欧洲和世界其他地区所效仿。

(三)商业饭店时期(公元20世纪初~二战时期)

20世纪初,被称为“现代饭店之父”的美国人埃尔斯沃思·斯塔特勒(Ellsworth Milton Statler)为饭店业的发展做出了极大的贡献。当时,饭店的卧室仍旧狭窄和不舒适,即使在豪华饭店里也是如此。客人们在绝大部分的时间里都是在宽敞的大厅、图书馆,或类似的公共房间内进行放松休息或社交活动。斯塔特勒是最早意识到并非所有的客人都想进行社交活动,很多人更喜欢待在可以保留个人隐私的房间里的人之一。1908年,斯塔特勒开办了被许多人认为是第一家“现代”饭店的布法罗·斯塔特勒饭店(the Buffalo Statler)。斯塔特勒把许多创新融入其中,这些在现在看似平常的创新在当时是具有革命意义的。除了建立起清洁和顾客舒适的第一个实践标准外,这些创新还包括:

- 安装防火门;
- 在房间内安装电灯开关,使得客人能够进入一间已开灯的房间;
- 配有私人浴室;
- 为方便客人进入房间,把钥匙孔直接安装在球形门拉手上面;
- 每个房间都供应冷热水;
- 安装全身镜;
- 赠送晨报。

他的饭店是第一批提供私人浴室、更大的客房、客房服务、室内无线电和饭店之间的预订服务的。今天的产业标准中许多基本的设施和动作控制系统,包括自来水、电话、门边的电灯开关,都是斯塔特勒的创举。

20 世纪中叶,美国饭店业进入了大发展的时期,康拉德·希尔顿(Conrad Hilton)开始建立希尔顿饭店王国;美国公路网的建设促成了汽车旅馆的出现。1919 年,希尔顿在得克萨斯州锡斯科镇购买了他的第一家旅馆——莫布里旅馆(the Mobley, in Cisco Texas)。1925 年,他在达拉斯(Dallas)建造了以希尔顿命名的第一家饭店。1938 年,希尔顿开办了他在得克萨斯州以外的第一家饭店,位于旧金山的弗朗西斯·德雷克爵士饭店(the Sir Francis Drake in San Francisco)。到 1943 年,希尔顿已经把饭店从东海岸开到了西海岸。1945 年在第二次世界大战结束时,希尔顿购买了当时最大的饭店——史蒂文斯饭店(The Stevens),并更名为芝加哥希尔顿饭店(Chicago Hilton and Tower)。1949 年,希尔顿租下了当时最著名的饭店之一,即由富于传奇色彩的威廉·沃尔道夫·阿斯特(William Waldorf Astor)建造的沃尔道夫·阿斯特利亚饭店(the Waldorf-Astoria)。随后希尔顿彻底买断了这家饭店。

1954 年,希尔顿买下斯塔特勒饭店公司,这是当时有记录的最大一笔房地产交易。在 20 世纪的整个 50 年代和 60 年代,希尔顿饭店在国内外不断扩张。1979 年,希尔顿饭店的创始人康拉德·希尔顿逝世。他的儿子,巴伦·希尔顿(Barron Hilton)成为希尔顿饭店公司的总裁并且一直经营着该公司直到今天。

与斯塔特勒同时期的另一个人物就是在现代饭店业中扮演了重要角色的威拉德·马里奥特(J. Willard Marriott)。1927 年,马里奥特在华盛顿特区以经营一家餐馆起家。他拥有的热味餐馆成为很受欢迎的免下车餐馆。1937 年,马里奥特展现了他在品牌服务输出方面富于创新的头脑。他为华盛顿旧的胡佛机场服务,第一个给航空公司提供客舱食品服务。东方空运

公司为乘客提供马里奥特的第一份航空配餐,包括选择一份火腿加奶酪或鸡肉三明治、凉拌卷心菜或沙拉、一个纸托蛋糕和一个苹果。随着他的餐馆知名度不断提高,1957年马里奥特开办了他的第一家旅馆,命名为双桥汽车旅馆(Twin Bridges)。马里奥特从事食品服务的丰富经验赋予了他的饭店内餐厅在质量上的良好声誉,这增加了该饭店的吸引力。整个20世纪的50年代和60年代,万豪(Marriott)进行着餐馆和饭店经营业务的扩张。1972年,小马里奥特(J. W. Marriott, Jr)继承了他父亲的事业,成为万豪饭店集团的首席执行官。到了20世纪80年代,万豪把它大部分的食品服务剥离出去,把自己定位为只提供住宿和管理合同服务的公司。今天,万豪已成为一个众所周知的名字,它旗下拥有着若干饭店品牌。

(四)现代饭店时期(二战以后至今)

二次大战以后至今,世界范围内的国内旅游和国家间的旅游得到了前所未有的发展,饭店业的发展与这一发展同步。可自由支配的收入和闲暇时间的增加使大众旅游成为旅游活动的主体,而经济的繁荣与复苏则极大地促进了商务旅游的规模;私人拥有汽车数量的增加和高速公路网的建成使得欧美地区的国内旅游普遍发展;科学技术的进步提高了航空运输业的可靠性,降低了商业航空的费用;亚太地区经济的开放和进步都促使跨国跨地区的旅游活动迅速发展起来,从最初的北美和欧洲扩展到亚太地区、中南美洲、中东和非洲;二战以后,旅游者的需求日益多样化和个性化,饭店市场细分更加细致;世界范围内的经济格局从以美国为单一的经济大国转变为美、欧、日三强鼎立,世界经济正向全球一体化发展;企业经营方式、组织结构不断创新,新的企业经营和营销理论与实践层出不穷。这些对饭店业的发展产生了巨大的影响,饭店业中出现了许多根本性的变化。全美高速公路系统的大规模扩建,东西海岸通过高速公路直接相连,这再一次影响了住宿业的特性。人们开始远途驾车进行休假或探亲访友。

一位叫凯蒙斯·威尔逊(Kemmons Wilson)的人在一次这样的家庭自驾车旅行中对饭店的位置和饭店参差不齐的质量感到很失望。他创立了假日旅馆(Holiday Inn)的概念来为这些进行自驾车旅行的家庭提供干净、低价的客房。1952年,第一家假日旅馆在孟菲斯(Memphis)开张。威尔逊看到有必要在全美各条道路的交叉处和各个旅程段之间推广这一概念。他把品牌忠诚理论(brand loyalty)融入了他的饭店连锁经营中。品牌忠诚定义为顾客基于对某个品牌的名称或标志的认知而产生的对该品牌的产品或服务的习惯性偏好。很快,人们就准确地知道了在一家假日旅馆中他们能期望获得些

什么服务并且将享受到这些服务。人们常常驶离他们的旅行路线去寻找最近的假日旅馆。威尔逊撰写了一条流行的短语：“最好的意外就是没有意外。”这一追求饭店品质一致性哲学的创立导致很多人把凯蒙斯·威尔逊尊为现代饭店连锁的鼻祖。很多人也认为威尔逊是第一个在一间客房中放置两张床位的饭店经营者。与威尔逊同时代的霍华德·约翰逊(Howard Johnson)在其饭店的创建中遵循了相同的经营模式。假日旅馆后来成为六洲饭店集团(the Six Continents Hotel Group)的一部分。

1963年,为了吸引中低收入的旅游者,第一家经济型的饭店联号——汽车饭店6(Motel 6)在美国的加利福尼亚成立。从此,各大饭店集团都开始重视经济型饭店这一重要的细分市场,目前,几乎所有的饭店集团的品牌系列中都包括了一个甚至多个经济型饭店联号。

70年代,饭店业中出现了一种新型的经营概念——分时共享(Time-share),并开始在世界各地推广,许多大的饭店联号积极参与到这一新型的销售和经营方式之中,例如,希尔顿饭店联号现在已经成为拥有最多加入分时共享交换系统的饭店的联号公司;1996年,美国圣达特公司(Cendant Corp.)的前身膳宿特许经营系统(Hospitality Franchise System)兼并了世界上最大的分时度假交换公司RCI。

80年代,国际饭店业中开始出现健康和健身俱乐部,并吸引了大量的顾客。

80年代和90年代,全球饭店联号中开始了以收购兼并为主要形式的整合扩张活动,出现了大批规模庞大、拥有完整的品牌系列、从事多样化经营的巨型饭店联号。世界饭店业在很大程度上为这些巨型饭店联号所控制。此外,竞争的巨大压力使得饭店业中众多的中小型企业越来越注重小的细分市场,采取补缺战略和集聚战略,避免在主要细分市场中和大型饭店联号竞争。进入90年代中后期,国际性的饭店集团开始加快在亚洲、东欧、拉美等地区的发展,大型饭店联号国际化经营涉及国家的数量不断增加,使世界饭店业日趋繁荣。

二、我国饭店业发展简史

中国最早的食宿设施可追溯至春秋战国或更为远古的时期,其发展史简述如下。

(一)中国古代饭店业

在古代,政府公文的下达、各地书信的往来等全靠有人骑马或乘车传

送,这就是中国古代史上的驿传制度。当时,为公差人员及信使提供食宿的是官办的驿站。驿站刚建立时,仅接待公差和信使;秦汉后开始接待过往官员;至唐代,广泛接待文人雅士;而到明清,则开始接待一般的旅客。

中国古代另一类官办食宿设施是迎宾馆,以接待各国使者、各族代表及商客等为主。它在春秋战国时称“诸侯馆”和“传舍”;唐、宋时称“四方馆”;元、明时称“会同馆”;至清朝才真正称为迎宾馆。

在商、周时期,民间出现了一种专供过往旅客在旅途中休息、住宿、饮食的场所,当时称之为“逆旅”。至春秋战国时期,从事商贸的人日趋增多,中国民间旅店业得以初步形成。到了比较发达的秦汉两代,手工业兴起,商业开始繁荣,促进了旅店业的发展。在唐、宋、明、清时期,社会生产力逐渐提高,手工业和商业进一步发展,旅店业也随着兴旺发达。

(二) 中国近代饭店业

1. 西式饭店

1840年第一次鸦片战争后,西方列强纷纷入侵中国,划分势力范围并设立租界,随即在租界内兴建了许多西式饭店。至1939年,在北京、上海、广州等23个城市,有外资建造并经营管理的西式饭店近80家。这些饭店与中国传统的旅店相比,规模宏大,设备豪华,设施完善,建筑结构、装饰等具有典型的欧洲风格,其主要任务是接待来华外国人,同时也成为当时达官贵人、上层人士频繁光顾的场所。

2. 中西式饭店

西式饭店的涌现,刺激了中国的民族资本涉足饭店业。1912年后,各地纷纷兴建包容中西风格的新式饭店,如北京的西山饭店、状元府饭店,上海的百乐门饭店、国际饭店等。这类饭店在本世纪30年代发展至鼎盛时期。与中国传统的旅店相比,无论是在建筑、设施设备、规模等方面,还是服务项目、经营方式、管理水平等方面都有了明显的进步与发展。

(三) 中国现代饭店业

1. 招待所阶段

新中国成立初期,为了接待国际友人、苏联和其他一些东欧国家的援建专家及各国华侨、港澳同胞,我国各地分别兴建了一批设施设备条件相对较好的高级招待所。这些招待所以完成外事或政治接待任务为主,不讲究经济效益,实行传统的经验管理。

2. 旅游涉外饭店阶段

1978年以后,随着对外开放政策的实行,我国国际旅游业得到了迅猛的

发展形势,原先的高级招待所在稍作整修后即承担了繁重的涉外接待任务,从而成为第一批以接待海外宾客为主、区别于国内一般饭店的现代化涉外饭店,在习惯上称之为旅游饭店。

3. 引进外资及外方管理阶段

20 世纪 80 年代初期,我国的饭店为求进一步发展,开始考虑引进外资。广州的东方宾馆率先引进外资进行改造与扩建并获得成功,这大大推动了我国饭店业的发展。在这一阶段,我国经济持续大幅度增长,旅游业也飞速发展,至 1983 年,我国接待的境外游客已达 947.4 万人次,对饭店业的需求大增。在这几年中,我国一批合资或合营的现代化旅游饭店相继开业。如广州的白天鹅宾馆,深圳的西丽湖度假村,北京的建国饭店、长城饭店,南京的金陵饭店,上海的上海宾馆等。至此,我国现代饭店业已初具规模。

在这一时期,我国也开始引进外国的先进管理经验,其中较为典型的是长城喜来登饭店和建国饭店引进香港半岛集团的管理经验,特别是建国饭店的经营管理取得了极大的成功。因此,1984 年,国家旅游局在全国选择 50 家饭店推广建国饭店的经验,次年又在全国 102 家饭店推广建国饭店的管理经验。

4. 星级饭店阶段

饭店星级标准的制定和实施是中国饭店业发展史上的一件划时代的大事。1987 年,我国的饭店业经过多年的持续发展,饭店数量已达到 1823 家,共拥有客房 18.5 万间。但在饭店业的发展过程中不可避免地出现了一系列问题,其中较为突出的是,在饭店的设计、建设、装修、经营、管理、服务等方面缺乏规范,缺乏规则,缺乏相应的秩序。当时海外客人对饭店的投诉也始终居高不下,因为这些客人是以国际规范、国际标准、国际眼光来看待饭店的。在这种情况下,国家旅游局领导高度重视,一批有识之士也提出应该采用国际惯例建立星级标准。1987 年,国家旅游局聘请世界旅游组织的专家到我国考察了 113 家饭店,全面、系统地调查、研究了饭店行业的实际情况,根据中国国情,结合国际经验,制定了中国饭店的星级标准。该星级标准经国务院批准,于 1988 年正式开始宣传、贯彻和推行。

星级制度出台后,体现了强大的生命力,受到了饭店的欢迎,其原因是星级标准符合饭店发展的需要,可帮助饭店在市场上定位。1993 年 10 月,饭店星级标准由国家技术监督局批复为国家标准(GB/T 14308—1993),自 1993 年 10 月 1 日起实施,正式纳入国家标准化行政工作的序列。

星级标准成为国家标准后,星级饭店的队伍迅速扩张。至 1997 年,全国