



专用于国家职业技能鉴定
国家职业资格培训教程

ZHUANYONGYU GUOJIA ZHIYE JINENG JIANDING • GUOJIA ZHIYE ZIGE PEIXUN JIAOCHENG

前厅服务员

QIANTING FUWUYUAN

(基础知识 初级技能)

劳动和社会保障部
中国就业培训技术指导中心 组织编写



专用于国家职业技能鉴定

国家职业资格培训教程

前厅服务员

(基础知识 初级技能)

劳动和社会保障部 组织编写
中国就业培训技术指导中心

中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

前厅服务员：基础知识 初级技能/劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心组织编写. —北京：中国劳动社会保障出版社，2004

国家职业资格培训教程

ISBN 7-5045-4363-2

I. 前… II. 劳… III. 饭店-服务人员-技术培训-教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 041006 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码：100029)

出 版 人：张梦欣

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 10 印张 246 千字

2004 年 7 月第 1 版 2008 年 1 月第 6 次印刷

印数：4000 册

定价：17.00 元

读者服务部电话：010-64929211

发行部电话：010-64927085

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010-64954652

国家职业资格培训教程

前厅服务员

编审委员会

主 任 陈 宇

副主任 陈李翔 张永麟

委 员 陈 蕾 葛 玮 雅 杰 李 克

本书编写人员

主 编 雅 杰

编 者 雅 杰 李 中 张 云 李文静

郭彤庆

主 审 刘尔夫

审 稿 刘尔夫 赖莉莉 费 沧

前 言

为推动前厅服务员职业培训和职业技能鉴定工作的开展,在前厅服务员从业人员中推行国家职业资格证书制度,劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心在完成《国家职业标准——前厅服务员》(以下简称《标准》)制定工作的基础上,组织参加《标准》编写和审定的专家及其他有关专家,编写了《国家职业资格培训教程——前厅服务员》(以下简称《教程》)。

《教程》紧贴《标准》,内容上,力求体现“以职业活动为导向,以职业技能为核心”的指导思想,突出职业培训特色;结构上,针对前厅服务员职业活动的领域,按照模块化的方式,分初级、中级、高级3个级别进行编写。《教程》的基础知识部分内容涵盖《标准》的“基本要求”;技能部分的章对应于《标准》的“职业功能”,节对应于《标准》的“工作内容”,节中阐述的内容对应于《标准》的“技能要求”和“相关知识”。

《国家职业资格培训教程——前厅服务员(基础知识 初级技能)》适用于各级别前厅服务员的培训,是职业技能鉴定的指定辅导用书。

本书由雅杰、李中、张云、李文静、郭彤庆编写,雅杰主编;刘尔夫、赖莉莉、费沧审稿,刘尔夫主审。

由于时间仓促,不足之处在所难免,欢迎读者提出宝贵意见和建议。

劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心

目 录

第一部分 基础知识

第一章 职业道德	(1)
第一节 职业道德基本知识	(1)
第二节 职业守则	(4)
第二章 计量知识	(8)
第一节 行业用计价单位的使用知识	(8)
第二节 常用计量器具的使用知识	(10)
第三章 安全防范知识	(12)
第一节 消防常识	(12)
第二节 卫生防疫常识	(21)
第四章 计算机使用知识	(33)
第一节 饭店计算机技术应用的发展及意义	(33)
第二节 前厅服务中计算机技术应用的主要功能	(34)
第三节 计算机操作	(40)
第五章 前厅主要设备知识	(43)
第一节 预订、接待及问讯服务常用设备	(43)
第二节 行李服务用设备	(46)
第三节 结账服务用设备	(47)
第六章 相关法律、法规知识	(48)
第一节 劳动法的相关知识	(48)
第二节 合同法的相关知识	(50)
第三节 消费者权益保护法的相关知识	(51)
第四节 治安管理处罚条例的相关知识	(52)

第五节	文物保护法的相关知识	(53)
第六节	外汇管理暂行条例的相关知识	(54)
第七节	旅馆业治安管理办法的相关知识	(54)
第八节	外国人入境出境管理法的相关知识	(55)
第九节	消防法的相关知识	(56)
第十节	计量法的相关知识	(56)

第二部分 初级前厅服务员工作技能

第七章	工前准备	(58)
第一节	仪表仪容	(58)
第二节	准备工作	(61)
第八章	客房预订	(65)
第一节	接受和处理订房要求	(65)
第二节	记录和储存预订资料	(73)
第三节	检查和控制预订过程	(77)
第四节	客人抵店前准备工作	(82)
第九章	住宿登记	(87)
第一节	为散客办理入住登记	(87)
第二节	为团队客人办理入住登记	(96)
第三节	显示和控制客房状况	(97)
第十章	问讯服务	(101)
第一节	留言服务	(101)
第二节	查询服务	(103)
第三节	邮件服务	(104)
第四节	客人物品的转交服务	(107)
第十一章	行李服务	(110)
第一节	店外应接服务	(110)
第二节	门厅迎送服务	(111)
第三节	行李服务	(113)

第十二章 离店结账	(124)
第一节 处理客账, 办理离店手续.....	(124)
第二节 贵重物品的寄存与保管.....	(132)
第十三章 公关与推销	(135)
第一节 把握客人特点, 介绍产品.....	(135)
第二节 洽谈价格, 展示产品, 促成交易.....	(137)
第十四章 沟通与协调	(140)
第一节 部门内的沟通、协调.....	(140)
第二节 与客人的沟通、协调.....	(142)
附录 初级前厅服务员英语基本接待用语	(144)

第一部分 基础知识

第一章 职业道德

第一节 职业道德基本知识

一、道德与职业道德

1. 道德

道德是一种普遍的社会现象，道德是维系一个国家和社会的基础，没有一定的道德规范，人类社会就不可能生存和发展。

(1) 道德的概念

道德是同一定社会的经济关系相联系，是用来调节人与人、人与社会、人与自然之间相互关系的原则和规范的总和。

作为一个社会，为保持安定有序的社会秩序，除了通过法律等强制性手段外，同时还需要一些约定俗成、被人们普遍认可的规则和规范来约束人们的行为，调整各种社会关系，达到社会稳定的目的。道德就是这样一种意识形态。

道德作为一种社会文化传统，具有历史的继承性。中国传统的“己欲立而立人，己欲达而达人”“己所不欲，勿施于人”的仁爱精神；童叟无欺、诚实守信、乐善好施、反对为富不仁的商业道德；“天行健，君子以自强不息”的进取精神；“知耻近乎勇”的廉耻观等等，尽管含有其产生时代的、阶级的局限性，但仍闪烁着其不可忽视的超越时代的道德精神光芒。

在我们建设中国特色社会主义事业中，把具有爱国主义精神和集体主义精神、爱劳动、爱科学，以及实事求是、谦虚谨慎、先公后私、艰苦创业、开拓进取、乐于奉献视为理想人格。

(2) 道德的构成

按照人类生产、生活、社会实践活动领域的不同，道德可以划分为社会公德、家庭美德、职业道德三个组成部分。

1) 社会公德。它是一个社会为维护公共秩序和自然环境，全体社会成员在交往中约定俗成并一致认可为必须共同遵守的最起码、最简单、最低层次的社会公共生活关系准则。

2) 家庭美德。它是一定社会依据其总的道德规范形成的调节人们家庭生活关系和行为

的道德准则。俗话说家和万事兴，家庭是社会的细胞，家庭和睦是社会稳定的基石。

3) 职业道德。职业，是人们在社会中所从事的相对稳定并作为主要生活来源的工作，同时也是每个劳动者的具体社会角色。职业道德就是人们在职业活动过程中所应遵循的行为规范和准则的总和。职业道德是依附于职业的人们在长期的职业活动中形成的，具有自身职业特征的道德活动现象、道德意识现象和道德规范现象。

2. 职业道德的特点

职业道德的特点主要表现在：

(1) 职业道德是社会道德在职业活动领域中的体现和细分。现代化饭店是一个近代兴起的行业，但是中国人有几千年的优良待客传统，过去流传中的“孟尝君子店，千里客来投”“酒香不怕巷子深”，改革开放后的“宾客至上”“服务第一”等等，都对我国饭店职业道德和服务精神的发展完善，做出了贡献，并已成为行业信条。

(2) 职业道德是一种全行业的道德规范的行为准则。它既是对劳动者个体的要求，也是对企业、行业的社会道德义务的要求，作为企业文化的重要组成部分，职业道德可以反映企业奋发向上、义利并重、诚实守信、善待宾客、讲求品质的道德观，以及企业内部爱护员工、精诚团结、尊重人才等方面的努力和追求，形成企业内部的凝聚力，提升品牌忠诚度。

(3) 职业道德是本行业、本企业从业人员必须遵守的道德信条。除了职业习惯约定俗成外，主要是利用行业文化和企业文化作为载体进行传播，并大量存在于行业公约、规范，企业的制度、章程、守则以及服务标准和操作规程之中。而且，职业道德作为职业教育情感领域的重要内容，是职业培训的首要课程之一。

(4) 职业道德是历史继承性和时代进步性的高度统一。它是随着时代的发展而不断发展和变化的，表现为一种业内全体人员普遍认同的、稳定的职业心理和职业习惯。

社会主义职业道德的基本精髓是爱岗敬业、无私奉献、团结协作、遵章守纪、精益求精、勇于创新。随着我国社会主义市场经济体制的逐步完善，特别是加入 WTO 后，在建立健康有序的市场经济环境中，职业道德的内容也在不断丰富，例如保守商业秘密、保护知识产权、不出卖本企业利益、避免不正当竞争等，这些都是社会主义职业道德的具有共性的要求。

3. 职业道德的衡量

人们对职业道德的衡量，主要是通过个人内心信念、传统习惯和社会舆论等方式来做出的。

(1) 内心信念是一种道德自律行为，是人们长期以来形成的世界观和道德修养的潜在约束作用，通过人们的善恶判断和洁身自好等方式，来帮助自身做出选择，守住职业道德的防线。

(2) 传统习惯则是一种人们在长期的社会生活中形成的，具有相对稳定性和广泛认同性的心理趋势。与内心信念相比，传统习惯是一种更为长期、稳定的社会心理，是一种社会群体行为，积极的传统习惯有助于形成和保持全社会优良淳朴的民风 and 行业风气。

(3) 社会舆论主要是指社会人群自发的道德心理倾向和议论评价，以及报刊、广播、影视、文学艺术等宣传舆论工具创造的社会舆论环境，它们共同对人们的意识和行为产生强大的社会影响力。

对于职业道德的衡量，内心信念是一种内在的规范方式，而社会舆论和传统习惯则是一种来自外部的约束力。

二、饭店职业道德的特点

饭店职业道德是饭店企业及其从业人员在经营、服务活动中约定俗成的行为规范和准则的总和。饭店职业道德具有以下显著特点：

1. 国际性

饭店业属于外向型行业。从其出售的产品和面向的市场，以及接待的主要消费客源和旅游消费方式来划分，具有明显的跨地缘特征。

2. 服务性

主要体现在以下两个方面：

(1) 面对面的双向交流。无论是经营理念、管理方式，还是操作规程、服务标准，都应当充分体现主动为客人一切现实的、潜在的不便提供帮助，这就需要前厅服务人员具有较强的角色意识，富有爱心、同情心，以及体察性、主动性、前瞻性，尽一切能力为客人提供舒适和方便。

(2) 接触面广、与客人直接交流多。客人在享受前厅接待服务的同时，还时时处处依据自己的感受，对饭店的经营管理和服务水平做出不同的评价，并产生直接的或间接的、积极的或消极的影响。

3. 安全性

饭店是客人的“家外之家”，除了为客人提供其所需要的服务外，还有一项主要的功能，就是“庇护所”功能。不管在任何国度，饭店业最主要的道义责任是保护客人的生命、财产和隐私不受侵犯。

4. 完美性

饭店星级越高，客人对于超出一般吃住服务的“软性服务”要求越高，对从业人员的道德、文化素质的期望值也越高。

5. 差异性

饭店作为一个服务综合体，一方面对饭店的员工在职业道德方面有许多共性的要求，全体员工共同构成了一个饭店的整体形象；另一方面，由于各自所担负的职责不同，造成了同一饭店内不同岗位之间的职业道德规范和要求又有所区别，例如前厅服务员和餐饮部的员工所肩负的道德责任就既有相同之处，也有不同之处。

6. 社会公益性

饭店业是以自己的服务产品直接面对客人的产业，同时也与该地区社会及其他国家和地区的社会有着千丝万缕的联系，涵盖了从业人员与服务对象、从业人员之间、饭店与员工之间，以及饭店与饭店、饭店与协作单位、饭店与社会、饭店与自然环境等各方面错综复杂的内、外部关系。

三、饭店职业道德的作用

“百业德为首”，在饭店业，职业道德具有以下三个方面的重要作用：

1. 职业道德是推动饭店物质文明建设的重要力量

竞争是市场经济条件下企业的生存方式。当今，在构成一个企业综合竞争力的各项要素中，文化是比制造力、销售力更为重要的因素，是一个企业竞争优势的核心和基础。

因此,国际饭店业无论是单体饭店还是饭店联号,都十分重视品牌文化和职业道德的培育,特别是一些经营、运作成功的强势品牌,不仅通过提供文明幽雅的环境和讲究道德、礼貌的超值服务创造品牌忠诚度,而且通过委托管理和特许权经营等多种手段进行品牌资产的经营运作,扩大品牌的市场优势。

另外,饭店经营者和从业人员必须守法,在市场公平竞争中讲究职业道德,严格自律;在专心致志地做大、做强自己品牌的同时,处理好与相邻企业和竞争对手的关系,注意不去侵犯和践踏别人的权利,这也是中国饭店业与国际接轨的一个重要标志。

2. 职业道德是形成饭店良好形象的重要因素

饭店形象表现为一种品牌文化。前厅服务员的职业道德素质优劣直接关乎饭店的形象。品牌又是饭店与客人沟通的工具,是消费者认识饭店的最主要的途径。品牌忠诚度的培育,首先应当是从业人员对客人的忠诚、对职业的忠诚,这种发自内心的职业道德情感和优良的服务融合在一起,共同形成了一个饭店的良好形象。

3. 职业道德可以使员工在工作中不断自我完善

企业竞争归根到底是企业团队的竞争,团队的文化竞争力是经营管理能力的最终体现。同样,人是企业文化包括品牌文化的创造主体,没有全体员工的参与,企业文化将无从谈起。因此,在饭店的经营活动中,职业道德不仅表现为员工的自我完善,而且表现为职业道德群体意识的建立。饭店管理层应把员工真正作为企业的成员而不是单纯的雇员来对待,引导、激发员工的参与意识和自我实现意识,提升“以人为本”的企业文化竞争力,实现由单纯制度管理向制度管理与文化管理、道德管理相结合的过渡,建立双向沟通与信任,形成内求团结、外求发展的凝聚力和向心力,将企业精神、经营理念、职业道德、员工信条和各种规章制度,由企业家的追求变成全店员工的共同意志。

第二节 职业守则

一、热情友好、宾客至上

饭店服务产品最重要的功能是为客人提供一种从生理需求到心理满足的全方位享受。这种“心理”服务已经成为衡量一个饭店的经营管理和服务水平的重要标志。热情友好、宾客至上主要体现在:

1. 谦虚谨慎,尊重宾客

谦虚谨慎、尊重宾客是一种职业美德。对于自己来说是一种修养和境界;对于他人来说是一种和谐和包容。

2. 热情友好,不卑不亢

热情友好、不卑不亢是一种高尚的职业道德情怀,也是中国人传统待客方式,同时也是树立良好的饭店形象、吸引回头客的先决条件之一,是培育“忠诚顾客”所必需的服务态度。

二、真诚公道、信誉第一

真诚公道、信誉第一不仅仅是一个职业道德问题，同时也表现为企业经营者和员工对自己的企业和产品的强烈自信。概括地说，真诚公道、信誉第一主要包括两方面的内容：

1. 按质论价，收费合理

饭店产品定价中包含了一部分看不见的价值，也就是环境空间的价值和服务人员附加劳动的价值，例如：对餐厅、酒吧服务项目定价就要考虑建筑及配套设施等环境条件因素。

按质论价、收费合理就是要求饭店必须遵循科学的定价标准，例如：进货商品应合理加价，应严格掌握和控制餐饮毛利率，客房商品价格在实行淡旺季浮动时应当做好市场调研等等。

2. 实事求是，知错必改

饭店赢得客人尤其是回头客的信赖，还要靠体现人性化设计的服务软件和始终如一的诚信作风及真诚关怀，当给客人造成不便或损失时，饭店和当事人除了要立即纠正，采取补救措施外，还应当主动向客人表示歉意，争取客人的谅解。

三、文明礼貌、优质服务

1. 坚持以人为本的经营管理理念

饭店是为人服务的场所，因此，一切经营管理和服务工作都必须以人为中心，使客人最大限度地从心理和生理两方面得到满足。饭店业职业道德良好风尚和高境界服务具体体现在：

(1) 尊重人

没有满意的员工，就不会有满意的客人；而没有尊重人的管理，就不会有满意的员工。

(2) 关爱客人

要使客人在饭店里时时处处都感受到被别人关心着，不管是分内分外，我们都要尽力而为，都可能产生出意想不到的效果。

(3) 为客人提供舒适和便利

要时时提醒每一个员工：饭店管理和服务的核心永远是客人第一，要务就是最大限度地为客人提供舒适和便利。我们的管理制度和每一个员工都要以满足客人需求为出发点和归宿。

(4) 为客人提供超值服务

一个欲创造优质服务的饭店，应该时时考虑的是：我们还能为客户做些什么？怎样才能做得更好？“常来即是肯定。”客人的认可就是对饭店员工的评价，就是饭店的利润。

2. 注重体现饭店的优质服务

饭店优质服务具体体现在以下几个方面：

(1) 服务员仪表整洁、举止大方。

(2) 服务员微笑服务、礼貌待客。

(3) 服务员工作保质保量，饭店设施完好。

(4) 尽心尽责，服务周到。

四、以客为尊、一视同仁

1. “顾客是上帝”

在为客人服务的时候，从职业角度讲，客人有消费需求，服务员就应当提供相应的、到位的服务，客人才会付钱，这就是商品经济等价交换原则的具体体现，不管是总经理还是服务员都应该明确树立“以客为尊”的观念。

2. 来者都是客

牢固树立“顾客是上帝”的观念，必须要解决“来者都是客”，即一视同仁的问题，同时这也是关乎职业道德的根本问题之一。

五、团结协作、顾全大局

现代化饭店像一部庞大的机器，每个员工都是这部机器中不可缺少的零件，每一项工作都需要其他员工提供支持和保障。要保持这部机器的正常运转，就必须提倡团队精神和大局意识，概括起来说，主要包括以下几个方面：

1. 互相尊重，团结友爱

作为一名饭店员工，应当为人正直、谦虚谨慎、戒骄戒躁、严以律己、宽以待人；要善于倾听别人意见，取人之长、补己之短；要重事业、淡名利，做到不利于团结的话不说、不利于团结的事不做，共同创造一个良好的工作环境。

2. 加强联系，主动沟通

注意加强岗位之间、工种之间、部门之间的横向联系和沟通，建立多层面的沟通渠道，互通信息，交流经验，快速反应，主动协作。

3. 树立全局意识、合作意识、换位意识

建立和完善“一线为客人，全店为一线”的“一条龙”服务链，共同创造一个优良的服务待客环境。

4. 工作环节衔接紧密

各个部门、工种的内部工作环节以及岗位和工作班次，应紧密衔接，密切配合，防止前后脱节，贻误工作。

5. 互相关心，发扬风格

风格是一种做人的品格，也是一种人格魅力。饭店服务员之间应当谦虚大度，具有包容性，提倡把方便让给别人，把困难留给自己的风格；提倡换位思考，互相体谅。

六、遵纪守法、廉洁奉公

在员工中树立遵纪守法、廉洁奉公的共同价值取向，具有十分重要的现实意义，具体应做好以下两方面工作：

1. 认真遵守职业纪律

饭店职业纪律是从业人员在职业活动中必须共同遵守的行为准则，包括劳动纪律、财经纪律、外事纪律等。饭店职业纪律的核心是“遵纪守法、廉洁奉公”。有关纪律主要存在于饭店业约定俗成的职业道德观念和饭店自定的各项规章制度中。

2. 严格执行政策法规

饭店不是简单的赚钱机器，在谋求利益最大化的过程中，应当本着对客人负责、对公众负责、对社会负责的态度，自觉遵守国家的法规和政策，不得从事任何危害国家安全、损害消费者利益、损害社会公众利益的活动。

七、钻研业务，提高技能

提倡饭店管理者刻苦钻研业务技术，鼓励发明创新；服务人员也应当树立积极有为的劳动态度，努力做到工作精益求精、一专多能，这对于提高职业技能，提高工作效率，创造自己完美的职业生活具有十分重要的作用。应从以下三方面做起：

1. 应有崇高的职业理想和坚强的道德意志。
2. 应有强烈的职业责任感。
3. 应有正确的工作途径和方法。

第二章 计量知识

第一节 行业用计价单位的使用知识

一、行业用计价单位的内容划分

行业用计价单位是指在本行业内通行的、被消费者普遍认可的计价方法所依据的计价标准。在饭店业中经常使用的计价单位主要包括三大系列：

1. 出租空间商品的计价单位。
2. 出售一般商品的计价单位。
3. 出售服务商品的计价单位。

二、行业用计价单位的具体使用

1. 出租空间商品的计价单位

(1) 客房租金计价单位

饭店客房租金一般以“间/天(日)”为计价单位。

“间/天(日)”的概念：“间”是空间概念，是指不可分割的最小出租单元，可以是一个单间标准房，也可以是一个可拆分的套房。另外，套房的定价原则一般是按照该套套房有多少个开间（即标准间的间跨）来确定的，即：套房价格 = 标准间价格 × 开间数。虽然也有例外，但仍然是以开间价作为基础价。可拆分的大套房和连通房可按照出租形式分别采用整套价或拆分价。

“天(日)”是时间概念，是客房计价的基本时间单位，指客人对付费房间拥有使用权的时间长度。客房出租的天(日)不是简单的24小时概念，而是每过一夜为一天。按照饭店业的通行做法，客人离店结账只要未超过中午12时，当日房费不计。

(2) 公寓租金计价单位

饭店附设的公寓租金计价单位一般有“套/日”“套/月”两种。“套/月”计价单位通常适用于长年包租的承租公司或个人。

(3) 写字间租金计价单位

饭店内的写字间租金一般以“ $\text{m}^2/\text{日}$ ”为计价单位。写字间的面积一般经实地测量后在租赁合同中确认。

随着商务活动的日益频繁，客人临时租用写字间的需求也在增加。有些饭店设有供商务客人临时租用的写字间，计价单位也比较灵活，可按“ $\text{m}^2/\text{日}$ ”计价，也可按“ $\text{m}^2/\text{小时}$ ”计价，因包含办公家具，租金略高于长期包租。

(4) 会议、展览场地租金计价单位

一般性会议、展览场地租金以“场/次”为计价单位。“场”是指可利用的空间单元，按面积、档次、朝向、设施等区别定价；“次”是指可利用的时间单元，一般每次为4小时。

(5) 店内商场、铺面租金计价单位

商场、铺面房租金，一般是短期包租以“ $\text{m}^2/\text{日}$ ”为计价单位；长期包租以“ $\text{m}^2/\text{月}$ ”为计价单位。租用面积经双方实地测量后在租赁合同中写明。承租商场、铺面房的商户一般为长期包租，为了计算和交费简便，大部分采用“ $\text{m}^2/\text{月}$ ”为计价单位。月租的计算方法是：
月租金 = 实际租赁面积 $\times$ 单位面积租金。

(6) 汽车泊位租金计价单位

包租泊位一般按“泊位/日”或者“泊位/月”为计价单位。“日”按24小时计算；“月”按30日计算。

临时泊位一般按“泊位/小时”为计价单位。

(7) 厅堂、包间租金计价单位

厅堂、包间的租金一般以“间/次”为计价单位。“间”需考虑面积、档次、位置、通风、设施等条件；每“次”为2小时或4小时，依各饭店情况自定。

2. 出售一般商品的计价单位

(1) 烟酒食品计价单位

饭店内商品柜台出售的烟酒食品，一般为包装食品，以“包、瓶、袋、盒”等最小零售单位作为计价单位；出售散装食品如水果等，应以“g”或者“kg”为计价单位。

(2) 其他商品计价单位

其他商品应以最小零售单位“件、套”作为计价单位。如果是捆绑促销或者超市大包装商品，也可以大包装作为计价单位，但仍然是以商品最小计价单位的价格作为基础价格，并予以适当优惠。

(3) 客房迷你吧商品计价单位

客房迷你吧商品一般均采用该种商品的最小包装，以“瓶、听、袋”等作为计价单位。迷你吧商品定价一般要高于商品柜台售价，甚至高于酒吧售价，因此应单独设立价目表，采用中英文对照，置于迷你吧的显要位置，以保证交易公平。

3. 出售服务商品的计价单位

服务商品的计量具有较大的弹性，有些很难找到客观标准，应特别注意增强科学性，减少盲目性，杜绝随意性。计价单位也如此。

(1) 出租汽车计价单位

饭店自主经营的出租汽车、礼宾汽车出租价格的确定主要依据两方面因素：一是车型或排气量；二是里程。汽车租金一般以“台/km”作为计价单位。跨地区行驶、夜间行驶、等候、空驶等加收费用的计价单位应参照本地区物价管理部门的有关规定。

在一段时间内包租车辆的租费以“台/天(日)”作为计价单位。

(2) 宴请、集会计价单位

宴请、集会费用价格的确定主要依据宴请招待标准和与会人数。因地区不同，目前使用的主要有两种计价单位：

1) 以“人”作为计价单位。首先由主办者确定人均招待标准，并提出基本要求，再由