

高等职业教育培养培训规划教材（酒店管理专业）

客房部运营管理

陈润丽 主编



<http://www.phei.com.cn>



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

高等职业教育培养培训规划教材（酒店管理专业）

客房部运营管理

陈润丽 主编

宋娜 王光健 副主编

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本教材共设 9 个专题, 主要内容包括客房部概述、客房产品的设计、客房部日常管理、客房部的接待服务、客房的清洁保养、公共区域的清洁保养、客房设备用品管理、客房部劳动管理、客房安全管理。

每一专题中共设 7 个部分, “酒店管理之窗”主要介绍酒店管理方面的基础知识, 由“经典案例回放”中对案例的分析和思考引入到本专题的“主要内容”。在“主要内容”结束后, 以“技能链接”进行本专题技能部分的强化, 最后以“小结”作为本专题的结束。在课后开辟“术语学习”一栏加强理论术语的强化, “复习题”部分巩固学生在本专题的学习。

本教材以环环相扣的设计, 将各部分知识点紧密联系, 使学生在学习中融会贯通。

本书配套的多媒体课件、习题答案可在华信教育资源网 (<http://www.hxedu.com.cn>) 下载。

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

客房部运营管理/陈润丽主编. —北京: 电子工业出版社, 2009.1

高等职业教育培养培训规划教材(酒店管理专业)

ISBN 978-7-121-07803-3

I. 客… II. 陈… III. 饭店—经济管理—高等学校: 技术学校—教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 180173 号

责任编辑: 刘文杰 王元生

印 刷: 北京市顺义兴华印刷厂

装 订: 三河市双峰印刷装订有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 12.25 字数: 274.4 千字

印 次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 4 000 册 定价: 22.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

编委会名单

编委会成员（排名不分先后）

王赫男（青岛酒店管理职业技术学院）

李佳龙（青岛酒店管理职业技术学院）

董全悦（青岛酒店管理职业技术学院）

王保松（青岛酒店管理职业技术学院）

刘 强（陕西省旅游学校）

张君升（陕西省旅游学校）

任美玲（陕西省旅游学校）

张 秋（浙江经济职业技术学院）

王秀玲（浙江经济职业技术学院）

王旭东（浙江经济职业技术学院）

李 青（山东商业职业技术学院）

李红岩（山东商业职业技术学院）

富田浩一（青岛职业技术学院）

邵 红（青岛职业技术学院）

张晓娜（青岛职业技术学院）

魏杰文（浙江商业职业技术学院）

滕玮峰（浙江商业职业技术学院）

彭磊义（浙江商业职业技术学院）

洪美玉（浙江商业职业技术学院）

张洪双（黑龙江大学）

廖纯洁（大连商务职业学院）

田南生（大连商务职业学院）

王大利（山东省日照广播电视大学）
冯光福（淄博职业技术学院）
赵贵毅（淄博职业技术学院）
张 波（淄博职业技术学院）
孙 茜（淄博职业技术学院）
洪 艳（淄博职业技术学院）
韩桂玲（淄博职业技术学院）
仪孝法（山东省日照职业技术学院旅游学院）
孟文燕（山东省水利职业技术学院）
李惠华（山东水利职业技术学院）
王金茹（河北旅游职业学院）
门红姿（河北旅游职业学院）
郭亚军（西北大学）
温 秀（西北大学）
余 洁（西北大学）
禹明华（湖南商务职业技术学院）
任 欣（湖南商务职业技术学院）
李志伟（黑龙江旅游职业技术学院）
陈润丽（河北建材职业技术学院）

前 言

根据教育部近年来对高职高专酒店教育的要求,以及顺应市场发展的潮流和理论教学的实际,特编写此教材。现有高职高专教材内容多以理论研究、逻辑编写为主,不能很好地引导学生将学到的知识运用到实践中去。本书采用案例主导的方法进行编写,每一部分打破章节目的常规模式,以本部分的核心知识作为突破口,利用一个约千字的经典案例作为开篇点题。点题后提出 3~5 个针对案例的问题进行思考,然后根据案例提供的核心话题将与之相关的知识点逐一展开形成一个独立的篇章,能帮助学生很快地进入到相关的理论教学中去。

本书的写作目的是使学生熟悉饭店客房服务和管理的基础理论和基本知识,掌握饭店房务工作运行与管理的基本内容、程序、方法和标准,能胜任饭店客房部服务和基层管理工作,并能根据行业的发展与变化,灵活地改进自己的工作方案。

近年来,国内外介绍饭店管理理论、方法、经验、标准的论著和教材陆续面世,使我们能够参阅和借鉴更多的著作和资料,同时结合我国高等职业教育的特点和实际情况编写这样一本适合我国国情,符合市场需求,颇具特色和新颖观点的专业教材,为我国旅游教育事业的发展尽一份绵薄之力。能够与国内同行并肩前行实属荣幸,在此对旅游教育界的各位同仁和前辈表示衷心的敬意和谢意!

本书的参加编写的人员有:陈润丽(专题一、专题八)——河北建材职业技术学院,宋娜(专题二、专题三、专题九)——燕山大学,刘丽娟(专题四、专题七)——燕山大学,宋宁(专题五、专题六)——河北建材职业技术学院,张骥飞——河北科技师范学院,对大家的辛勤工作在此表示感谢!

编 者
2008 年 7 月

目 录

专题一 不可储存的商品——客房部概述	1
饭店管理之窗——21 世纪客房发展趋势	1
经典案例回放: 不可储存的商品	2
1.1 客房部的概念	3
1.2 客房部的地位与工作任务	10
1.3 客房部与其他部门的关系	12
1.4 绿色客房	13
技能链接: 服务	18
小结	18
术语学习	19
复习题	20
专题二 客房设计带给饭店什么好处——客房产品的设计	21
饭店管理之窗——谈现代派新理性饭店客房设计	21
经典案例回放: 客房设计带给饭店什么好处	22
2.1 客房设计的基本原则	23
2.2 客房的主要功能及设计	24
2.3 绿化饰品的布置与清洁	33
技能链接: “以人为本”的客房设计	33
小结	36
术语学习	36
复习题	36
专题三 营造良好的沟通氛围——客房部日常管理	37
饭店管理之窗——新概念饭店管理——CS+ES	37
经典案例回放: 营造良好的沟通氛围	39
3.1 客房管理系统和组织机构	40
3.2 客房部工作岗位设置及职责	46
3.3 客房部的政策制度管理	53

3.4 客房部的人员配备和安排	56
技能链接: 楼层早中晚班工作程序	58
小结	59
术语学习	60
复习题	60
专题四 关注客人的个性服务——客房部的接待服务	61
饭店管理之窗——客房各种宾客类型的心理特征	61
经典案例回放: 良辰美景——洞房花烛般的婚庆纪念	63
4.1 客房服务的组成模式	64
4.2 迎送客服务规程	66
4.3 客房待客服务项目及管理	68
4.4 特殊的对客服务规程	71
4.5 宾客投诉处理	75
技能链接: 洗客衣服务	77
小结	79
术语学习	79
复习题	80
专题五 被当做垃圾的宝贝——客房的清洁保养	81
饭店管理之窗——客房的生命线	81
经典案例回放: 被当做垃圾的宝贝	81
5.1 客房的清扫准备	83
5.2 客房的日常清洁整理	87
5.3 客房计划卫生	95
5.4 客房的消毒及虫害控制	97
5.5 客房清洁保养的控制	102
技能链接: 中式、西式铺床法之比较(见表 5-4, 表 5-5)	106
小结	107
术语学习	107
复习题	108
专题六 一个没有摆正的花瓶——公共区域的清洁保养	109
饭店管理之窗——公共区域清洁保养	109
经典案例回放: 公共卫生间的服务	109

6.1 公共区域的卫生清洁	110
6.2 饭店常用清洁剂和清洁设备	115
6.3 地面及墙面的清洁保养	121
技能链接: 大理石地面清洁保养	125
小结	126
术语学习	126
复习题	127
专题七 绿色消费, 绿色客房——客房设备用品管理	128
饭店管理之窗——绿色饭店的认识误区	128
经典案例回放: 三张环保卡片	130
7.1 客房设备与用品的分类和选择	131
7.2 客房设备的管理	132
7.3 客房布草管理	138
7.4 客房用品管理	142
技能链接: 地毯的清洁保养	147
小结	148
术语学习	149
复习题	149
专题八 团队的力量——客房部劳动管理	150
饭店管理之窗——饭店发展的动力——人才兼容	150
经典案例回放: 帮助员工规划职业生涯	152
8.1 客房部人员配备和安排	153
8.2 客房部人员的选择、培训	158
8.3 客房部员工工作评估与激励	161
技能链接: 员工能力提升	164
小结	166
术语学习	166
复习题	167
专题九 钱包丢了之后——客房安全管理	168
饭店管理之窗——“数字客房”——饭店业的新宠	168
经典案例回放: 洛阳牡丹大酒店钱包丢失处理事件	169
9.1 客房安全管理	171

9.2 客房部钥匙管理	177
9.3 顾客安全管理	179
9.4 员工职业安全	180
技能链接: 火灾的预防与处理	182
小结	185
术语学习	185
复习题	186

不可储存的商品——客房部概述

饭店管理之窗——21 世纪客房发展趋势

饭店（或称酒店、Hotel）的出现，若从英国公元 1400 年左右出现的饭店雏形——客栈算起，已有近 600 年的发展历程，虽然中国也是世界上最早出现旅馆的国家，但真正代表中国饭店诞生的是 1900 年建成的北京饭店和随后建于上海外滩的国际饭店。中国改革开放以来，随着市场经济、旅游经济的迅速发展，为中国饭店业带来了前所未有的机遇。经过连续近 20 年迅猛发展，中国饭店业已经成为国民经济的重要产业。在北京 2008 年奥运会和 2010 年上海世博会等大型活动的举办及国内旅游市场持续繁荣等因素的带动下，饭店业已经成为商业资本、房地产、跨国饭店集团及个人投资者新的投资热点。2008 年奥运会期间，与北京奥组委签署《奥运会住宿接待服务协议》的三星级以上（包括三星）饭店达到 113 家。签约饭店在奥运会期间将作为“北京 2008 奥林匹克运动会官方接待饭店”为前来参与奥运会的注册客户及其客人提供住宿接待服务。据测算每年全国仅新建饭店就达 1 500 家以上，总投资近 4 000 多亿元。此外，随着市场竞争的加剧，饭店业产业升级的加快，业态不断创新及绿色饭店兴起，大量始建于 20 世纪末的饭店面临着新一轮的更新改造。据中国统计信息网报道，入选 2006 年度中国最大 1 000 家企业集团的旅游（饭店）集团有：名列 150 位的华侨城，名列 172 位的北京首都旅游集团，名列第 284 位的锦江国际集团。可以预料，中国饭店业将向世人展示出前所未有的巨大潜力。

客房作为饭店的主要组成部分，越来越多地注重客人需求的满足程度以及对运转成本的控制。现在饭店无论是客房房间的设计还是浴室的设计，越来越要求打破常规，以客人需求为主，合理营造氛围，满足客人精神需求，体现对客人的关怀。

而对顾客需求的进一步调查发现，饭店提供的相当一部分服务和客用品并非是客人所期望得到的。因此，许多饭店开始调整饭店的对客服务项目、客用品品种以及客房的硬件设



施。饭店室内设计从单一商务饭店向会议饭店、公寓饭店、主题饭店和休闲度假饭店多元发展,在注重本土文化的同时,风格日趋现代、简约和时尚。经过近 20 多年的发展,我国的饭店已开始走向成熟和理性化,现今的饭店规划设计方面,也开始将饭店功能化。饭店产品功能化是客人的需求,是时代发展的趋势,也是饭店创收的渠道。饭店功能是饭店的品牌,是质量的保证。所以,营造饭店功能化产品,是 21 世纪最明显、最突出的一个发展趋势。

综上所述,饭店客房的发展趋势主要表现在如下几个方面:①客房产品功能化,使得住店客人能更加便利地使用客房设施,更贴近生活。②客房设计人文化,设计水平不断提高,打破旧有模式。③客房设备智能化,提高服务效率和服务水平。④主题客房日益突出,迎合不同心理客人。⑤绿色客房进一步运用,改进房间质量,更加注重环保。



经典案例回放

不可储存的商品

住客李先生夜晚 12 时回来,怎么也打不开门,便到前台询问。当班的正好是昨天帮他办理入住手续的服务员小顾。小顾告诉他,因为他昨天办理入住登记时说的是住两晚,因此,过了今天中午 12 时,匙卡就会失效,所以打不开门。李先生不满地说昨天自己明明说的是住三晚。小顾也不示弱,强调自己昨天清楚地听到客人说住两晚。结果为“两晚”还是“三晚”这位服务员便和客人争执起来。值班经理迅速到场,了解事情原委后,一方面制止小顾别再多说,另一方面,不断向这位客人道歉,承认是饭店不对,并主动提出房费可以予八折优惠。在这位值班经理的安抚下,这位客人趋于平静,准备拿匙卡回房休息。但是,没想到不再说话的服务员小顾,明显不高兴地将新做好的匙卡从台面推向客人。这使得本已消气的客人又被激怒了,任凭值班经理好话说尽,也不肯原谅,结完账甩袖而去。

现实中,有许多服务人员,虽然他们也知道“顾客是上帝”、“顾客总是对的”,而一旦发生纠纷,自己身临其境,却不能把握自己。也许在他们看来,顾客是人,我也是人,为什么明明是客人不对,反而让我说对不起。这说明了“顾客总是对的”只是贴在了墙上,挂在了嘴边,并没有真正进入到心里。

有人曾做过调查。对于“你的工资是谁发给你的”这个问题,回答“是顾客”的只占 36.5%。作为服务人员,不能事事与服务对象——为我们发工资的客人寻找心理平衡,明辨是非曲直。而应磨练自己要有一颗宽容的心,把“对”让给客人,不要与客人发生争执,要让顾客开开心心地消费,高高兴兴地离去。



思考

1. 如果与客人发生争执,服务人员应如何处理?
2. 第一线员工如何树立“客人永远是对的”观念?
3. 管理人员如何解决员工与客人之间的争执?

主要内容

现代饭店是国家旅游产业中的重要组成部分。进一步来说,现代饭店还具有促进国际交流、彰显国家实力、拉动经济增长、提高人民生活质量等作用。

饭店客房部是整个饭店重要的组成部分。从空间上,客房部占据饭店建筑的主体部分,承担接待客人住宿的重要任务;从饭店效益上,客房部是其经济收入的主要来源,客房部出租率达到 60%以上,饭店基本上就能够正常运营。客房部的正常运转,将影响整个饭店的运营情况。本专题主要讲述了饭店客房部的地位、工作任务、业务特点、与其他部门的关系及客房基本知识。

1.1 客房部的概念

客房部(Housekeeping Department),又被称为管家部、房务部。客房部是饭店建筑的主体部分,是饭店的基本设施,承担着为客人提供清洁客房及公共区域的卫生工作。其主要职责为组织客房商品生产,为客人提供优质服务。客房部员工最主要的任务,就是利用优质的服务,把客房商品建成顾客的家外之家(Home Away From Home)。

1.1.1 饭店基本知识

1. 饭店的基本定义

饭店(Hotel)一词原为法语,指的是法国贵族在乡下招待贵宾的别墅,后来欧美的饭店业沿用了这一名词。在我国,由于地域和习惯上的差异,有“酒店”、“饭店”、“宾馆”、“大厦”、“度假村”、“休闲山庄”等多种不同的叫法。

饭店是以建筑物为凭借,主要通过客房、餐饮、娱乐等设施及与之有关的多种服务项目,向客人提供服务的一种专门场所。换言之,饭店就是利用空间设备、场所和一定消费物质资料,通过接待服务来满足宾客住宿、饮食、娱乐、购物、消遣等需要而取得经济效益和社会效益的一个经济实体。



2. 中国饭店业发展历程

中国饭店发展的第一阶段（1978—1988 年）：饭店业属部分政府单位管理。

20 世纪 70 年代，饭店业属于商业部门和部分政府单位管理，多数叫招待所或者旅社，当时的口号是：“为人民服务的光荣岗位，阶级斗争的前哨阵地”，因此，硬件设施落后，条件简陋，服务更是“阶级斗争的脸，卫生球的眼”，一切停留在原始状态。

改革开放以后，我国饭店业经过近 30 年的发展变迁，不论是单体的饭店，还是整体的行业，都发生了深刻的变化。1982 年 4 月 28 日，北京建国饭店作为中国大陆首家中外合资饭店正式开业，并由香港半岛饭店管理集团来管理，香港半岛集团因此成为进入中国大陆的第一家国际饭店集团。这成为一般意义上的中国饭店集团化的开始。此后一个又一个国际著名饭店集团进入中国，这些通过投资管理或管理合同方式进入的饭店集团，为中国的旅游饭店业培养了大批优秀的管理人才，引进了现代化的管理模式，促使中国的饭店业发生了质的飞跃。从饭店品牌建设角度讲，我国饭店业已经走过了洋品牌引进、本土品牌培育和本土品牌崛起 3 个阶段的旧品牌化时代，目前进入了本土品牌与洋品牌交锋竞争的新品牌化时代。

这一阶段是饭店品牌导入时期，主要特征是通过引进洋品牌启蒙我国饭店业的品牌意识。改革开放初期，我国饭店业存在着设施老化、商业饭店稀少、接待能力分散和服务质量较差等问题，这种“老、少、散、差”现象实际上就是饭店业的供给短缺问题。当时，通过采取政府接待机构转制成商业饭店、引进外资建设新饭店、评定旅游星级饭店等措施，在一定程度上缓解了饭店业的供需矛盾。由于这个阶段我国饭店业的主要任务是企业化和市场化，品牌问题还没有纳入议事日程，所以从总体上来讲，我国饭店业的品牌化建设尚处于导入时期。

中国饭店发展的第二阶段（1988—1997 年）：外资进入中国饭店市场。

进入 20 世纪 80 年代以后，外资开始进入中国饭店市场，饭店业进入硬件建设和软件培育阶段，原有的招待所已远不能满足市场的需求，一批由集体集资如富洲酒店（三星）或与国企有千丝万缕关系的富华酒店（四星）、国际酒店（四星）等饭店应运而生。

1988 年 4 月 6 日，国务院办公厅转发了《发国家旅游局关于建立饭店管理公司及有关政策问题请示的通知》（国办发〔1988〕17 号），确立了饭店管理公司的性质、意义和职能，意味着政府开始意识到培育中国饭店集团的重要性，拉开了这一阶段的序幕。1990 年，上海锦江（集团）联营公司正式接管北京国际饭店则标志着国家旅游局正式探索一条国内跨地区管理饭店的新路子。中国饭店集团的发展进入了跨地域发展的新阶段。

这一阶段是饭店品牌成长时期，主要特征是本土品牌在洋品牌强势扩张的态势下开始自主创新。进入 20 世纪 90 年代，我国饭店业在加速市场化的过程中迫切需要解决饭店管理模式僵化、服务质量波动和经济效益低下等瓶颈问题。我国饭店业内滋生了两种力量：一是



星级饭店评定的政府力量，1993 年推出了《旅游涉外饭店星级划分与评定》国家标准，力图通过标准化解决饭店业的服务质量问题；二是国外饭店管理公司渗透中国的市场力量，力图通过营运力解决饭店业的经济效益问题。

中国饭店发展的第三阶段（1998 至今）：饭店政企分开，民营企业抬头。

进入 20 世纪 90 年代，国际饭店业发生了巨大变化——兼并和收购浪潮迭起。1998 年初，本着政企分开原则，北京市政府将北京市旅游局下属旅游企业和部分政府直属的旅游饭店从政府中分离出去。一些民营企业也把目光停留在了有广阔前景的饭店业。

这一阶段是饭店品牌成熟时期，主要特征是本土品牌具有了崛起的自觉性。

一是不断深化的国有资产管理体制改革，促进了原本分散的饭店资产整合重组，形成了独立营运的饭店集团公司，为我国饭店业实现品牌化提供了运作平台。中国石化、中国电力、中国航空、中国铁路、中国电信、中国烟草、中国银行、中国航天科技、中国中旅、香港中旅、中粮集团、华侨城集团等中央企业依托网络化的优势资源，构建了饭店产业集群，形成了我国饭店业品牌化建设的第一方面军。

二是不断深化的企业股份制改造，加快了专业饭店的资产市场化进程，促进了全国性饭店集团公司的快速成长，为我国饭店业实现品牌化提供了发展空间。锦江国际酒店管理公司、金陵饭店管理公司、华天国际饭店管理公司、粤海国际饭店管理公司、中州国际集团管理公司、青岛海天酒店管理集团等饭店企业依托专业化的优势资源，集约化经营饭店产业，形成了我国饭店业品牌化建设的第二方面军。

三是民营资本大举进入，加速了饭店产权和管理权的市场化，促进了民营饭店的跨区域发展，为我国饭店业实现品牌化提供了战略机会。开元旅业、浙江世贸、中江之星、东莞三正、东莞豪门、如家等依托自主经营的机制优势，开始了饭店产业的快速扩张，形成了我国饭店业品牌化建设的第三方面军。

这三种力量孕育着我国饭店业的资产规模化、经营集团化、管理专业化、人才职业化、市场网络化和产业集群化，为本土饭店品牌的崛起奠定了坚实的产业基础。

1.1.2 客房商品的基本条件

客房作为一种商品，应该具备商品的基本特征，即应该有其内涵和外形。但是由于客房商品的特殊性，客人在购买客房商品时，其价值只能通过另一种形式来体现。客房商品的外形有一定的空间（房间）、特定的时间（居住期）和设施设备（客房用品）。其内涵要通过员工提供的服务来实现，例如真诚的微笑、礼貌的问候、清洁的卫生、规范的操作动作等等。



1.1.3 客房的基本类型

针对不同类型客人的需求,饭店应准备各种客房类型提供客人住宿,以满足客人的需求。一位商务旅客来柜台办理登记手续,此时,柜台人员所提供给旅客的就是商务套房,因为在商务套房内,有传真机或书房等一般客房所没有的设备;而若为家庭式的旅客,则会提供连通房或家庭房之房间类型给客人住宿,因为此房型是两间客房能互通或者是一张双人床一张单人床的组合。因此,饭店依客人需求不同,所提供的房间类型也就不同,而依房间种类、空间大小、功能以及设备的不同,房价亦有所差异。

房间种类大致可分为客房(Room)及套房(Suite)两种。

1. 单人间(Single Room)

单人间又称单人客房,是在房内放一张单人床的客房,适合单身客人使用。饭店单人间一般数量很少,并且多把面积较小或位置偏僻的房间作为单人间。近些年来,不少饭店为适应有较高消费能力的单身客人注重安全和隐私性的需求,增加了单人间的数量,并在客房里安置了较宽的单人床,在装饰布置及用品的配备上也更加讲究,逐渐摆脱传统的经济间的概念。

根据卫生间设备条件,单人间又可分为:无浴室单人间(Single Room without Bath)、带淋浴单人间(Single Room with Shower)、带浴室单人间(Single Room with Bath)。

2. 大床间(Double Room)

大床间是在房内放一张双人床的客房,主要适用于夫妻旅行者居住。新婚夫妇使用时,称做“蜜月客房”。

高档商务客人很喜欢大床间的宽敞舒适,也是这种房间的适用对象。目前高星级饭店出现的商务客房就是以配备双人床并增设先进办公通信设备为特色。在以接待商务客人为主的饭店,大床间的比例逐渐增加,多者可占客房总数的50%~60%。

3. 双床间(Two-Bed Room)

双床间的种类很多,可以满足不同层次客人的需要。

(1) 两张单人床。两张单人床中间用床头柜隔开,可供两位客人居住,通常称为“标准间”(Standard Room)。这类客房占饭店客房数的绝大部分,适合旅游团队和会议客人的要求。普通散客也多选择此类客房。

(2) 单双两便床(Holly Wood Bed)。单双两便床是以一床头板连接两张单人床,既可独立作单人床使用,又可合并作双人床使用。这种客房与大床间基本相同,主要供夫妇使用,又比大床间使用灵活。

(3) 两张双人床(Double-Double Room)。两张双人床可供两个单身旅行者居住,也可供夫妇或家庭旅行客人居住。这种客房的面积比普通标准间大。

(4) 一张双人床、一张单人床(Double-Single Room)或配备一张大号双人床、一张普



通双人床 (Queen-Single Room)。这类房间容易满足家庭旅行客人需求。

根据卫生间设备条件, 双床间又可分为: 无浴室双人间 (Twin Room without Bath)、带淋浴双人间 (Twin Room with Shower)、带浴室双人间 (Twin Room with Bath)。

4. 三人间 (Triple Room)

三人间内放三张单人床, 属经济档客房。中高档饭店这种类型的客房数量极少, 有的甚至不设。当客人需要 3 人同住一间时, 往往采用在标准间加一张折叠床的办法。国外高级饭店有的以此类客房点缀, 表示自己是面向全社会而不是只面向有钱人, 以树立良好的公众形象。这种客房在新兴城镇或市郊的饭店还是很有客源的。

5. 套间 (Suite Room)

普通套间 (Junior Suite) 一般是连通的两个房间, 称双套间, 又称双连客房。一间作卧室 (Bed Room), 另一间作起居室 (Living Room), 即会客室。卧室中放置一张大床或两张单人床, 并附有卫生间。起居室也设有供访客使用的盥洗室, 内有便器与洗面盆, 一般不设浴缸。还有一种单套间, 是一个稍大的房间, 中间以宝物架作隔断或什么也不设, 只以睡眠区和起居区布置的明显不同表示客房分为两部分。

豪华套间 (Deluxe Suite) 其室内陈设、装饰布置、床具和卫生间用品等都比较高级豪华, 通常配备大号双人床或特大号双人床。此类套间可以是双套间, 也可以是三至五间。按功能可分为卧室、客厅、书房、娱乐室、餐室或酒吧等。

6. 总统套间 (Presidential Suite)

总统套间通常由 5 间以上的房间构成, 多者达 20 间。套间内男女主人卧室分开, 男女卫生间分用。还设有客厅、书房、娱乐室、会议室、随员室、警卫室、餐室或酒吧间以及厨房等, 有的还设室内花园。房间内部装饰布置极为讲究, 设备用品富丽豪华。因房价昂贵, 出租率很低, 一般四星级饭店才设。总统套间并非总统才能住, 只是标志该饭店已具备了接待总统的条件和档次。

7. 残疾人房间 (Unable Room)

残疾人用房的门 (客房门、卫生间门) 应达到 900 mm 宽, 以便轮椅进出和搀扶人同行方便。其门锁锁把应采用摇臂执手, 而不宜行用球型执手。卫生间应有较大空间, 方便轮椅回旋。在墙壁、浴缸、洗脸盆、恭桶边应设牢固的扶手, 扶手应具备水平段与垂直段的功能, 可方便随处扶靠。房内及卫生间内均应有呼唤按钮, 特别是卫生间按钮的位置, 高低均应精心考虑, 以方便使用。客房内应具备轮椅回旋的空间, 通常设单人床, 床尺寸为 $1.37 \times 1.88\text{m}$, 比正常单人床宽、短。窗帘、空调、电视等均应为遥控, 写字台下面的空间应使坐轮椅的人感到舒适, 衣橱内的衣架杆应设计成可以自由升降到合适的位置。

饭店客房除上述 7 种类型外, 还有其他特殊形式, 如根据客人的需要, 把相对的两间客房或相邻的两间客房一起出租给客人使用, 称为组合客房。