



21世纪

全国高职高专

旅游与饭店管理专业教材

饭店管理基础知识

■ 劳动和社会保障部教材办公室组织编写

LUYOU YU FANDIAN
GUANLI
ZHUANYE
JIAO CAI



中国劳动社会保障出版社

21 世纪全国高职高专旅游与饭店管理专业教材

◎陈淑君 主编

饭店管理基础知识

中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理基础知识/陈淑君主编. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2005

21 世纪全国高职高专旅游与饭店管理专业教材

ISBN 7-5045-4830-8

I. 饭… II. 陈… III. 饭店-企业管理-基本知识 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 031408 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

*

新华书店经销

北京地质印刷厂印刷 北京密云青云装订厂装订

787 毫米 × 960 毫米 16 开本 10 印张 216 千字

2005 年 5 月第 1 版 2006 年 8 月第 2 次印刷

印数: 2000 册

定价: 22.00 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 - 64911344

内 容 简 介

本书是旅游与饭店管理专业的高等职业技术学院的专业用书。

本书主要内容有：饭店管理理论、饭店经营管理模式、饭店管理基本职能及制度、饭店员工心理管理、饭店质量管理、饭店成本费用管理、饭店安全管理等。

本书的编写面向旅游与饭店管理专业的工作实际，是高等职业技术学院旅游与饭店管理专业的必备教材，也可供在职培训和从事相关工作的人员参考使用。

本书由陈淑君主编。

目 录

第一章 饭店概述	(1)
第一节 饭店的概念、作用和特点	(1)
第二节 饭店业发展的历史与现状	(4)
第三节 饭店的类型和等级	(11)
第四节 饭店的功能、要求与布局	(14)
第五节 饭店系统与饭店的筹备	(17)
复习思考题	(20)
第二章 饭店管理理论	(21)
第一节 管理理论的发展	(21)
第二节 饭店管理概述	(27)
第三节 现代管理方法在饭店管理中的应用	(32)
复习思考题	(45)
第三章 饭店经营管理模式	(46)
第一节 饭店的管理模式	(46)
第二节 饭店的经营模式	(53)
第三节 饭店经营管理发展趋势	(60)
复习思考题	(66)
第四章 饭店管理基本职能及制度	(67)
第一节 饭店管理职能	(67)
第二节 饭店管理制度	(79)

复习思考题	(86)
第五章 饭店员工心理管理	(88)
第一节 心理管理概述	(88)
第二节 有效的员工心理管理	(94)
复习思考题	(101)
第六章 饭店质量管理	(102)
第一节 饭店质量管理	(102)
第二节 饭店服务质量控制	(106)
第三节 饭店质量保证与顾客满意度	(114)
复习思考题	(126)
第七章 饭店成本费用管理	(128)
第一节 饭店成本	(128)
第二节 饭店成本费用控制	(130)
复习思考题	(134)
第八章 饭店安全管理	(135)
第一节 饭店安全管理	(135)
第二节 饭店安全工作	(137)
复习思考题	(153)
参考书目	(154)

第一章

饭店概述

饭店是随着旅游的需要应运而生的,作为旅游业的主要组成部分,饭店正在发挥越来越重要的作用。饭店的内涵随着客人需要的发展而不断扩展,消费者对饭店的功能、要求提出了新的衡量标准,以此为基础,饭店的等级标准也在逐渐提高。本章介绍了饭店的概念、作用和特点,并对饭店业的历史和现状作了较为全面的介绍。在此基础上,对饭店的类型和等级、功能与布局,以及饭店系统等进行详细的分析。要求学生通过本章的学习,对饭店业和饭店有一个较全面的初步认识,并对饭店的筹备过程有一些基本了解。

第一节 饭店的概念、作用和特点

一、饭店的概念

饭店,是指向各类旅游者提供食、宿、行、娱、购等综合性服务,具有涉外性质的商业性公共场所。在饭店概念中,特别强调综合性服务、涉外性质、商业性和公共场所4个子概念。

1. 综合性服务的概念

饭店综合性服务的概念表明饭店与一般企业不同,饭店所提供的产品是多种产品的组合,这些产品既有有形产品,又有无形产品;既有一次性消费产品,又有多次性、连续性消费产品。综合性服务的概念不仅表明了饭店产品形式的综合性,而且表明了饭店产品在产、供、销方面的综合性;不仅表明了饭店在对客人服务中的综合性,而且也表明了饭店经营管理中的综合性。

2. 涉外性质的概念

涉外性质的概念表明了饭店不仅要接待各类国内旅游者,而且要接待各类国际旅游者。

饭店的服务管理人员不仅要懂得饭店所在地政府的方针、政策，而且要了解、熟悉国际惯例、风俗习惯以及国与国之间交流往来的政策；不仅要提供符合本国、本地区旅游者所需要的饭店产品，而且要提供满足各类国际旅游者的服务与管理。

3. 商业性的概念

商业性的概念表明了饭店是一个经济实体，是一个必须要产生经济效益才能生存的企业。它要求饭店的经营管理必须要符合市场的规律，必须迎合市场的需求和满足市场的需要；要以顾客、市场为导向，要“宾至如归”；要考虑饭店产品的产、供、销，不断改进产品的质量，提高市场竞争力；要遵循经济规律，搞好经济核算，控制成本，提供利润；要面对市场，敢于竞争。

4. 公共场所的概念

公共场所的概念反映了饭店是一个生活、文化科技交流、社交活动的中心，是一个除了“衣冠不整者不准入内”以外任何人都可以进去的公共区域。

二、饭店的作用

随着世界旅游业的发展和国际交往的增多，饭店业在国民经济中的地位日趋重要，它对促进国民经济发展有着重要的作用。

1. 饭店是旅游业的重要支柱之一

饭店是旅游业发展的物质基础，为旅游者提供在旅游活动中的食、住、娱乐场所。它以一种特殊的商品形式，吸引人们用较多的货币去享受家庭和其他地方享受不到的东西，以提供各种优质服务来获得盈利，这就促进了旅游业的发展，并直接助长了国家经济的发展。

2. 饭店是国家外汇收入的重要来源之一

饭店是一种不出口的商品外贸经营方式，它的创汇率在某种程度上比商品出口的创汇率还高。在我国，高级饭店主要接待对象是外国客人、港澳同胞、台胞和外籍华人，这些客人在饭店内的消费所支付的费用都以外汇结算。因此，饭店是创造外汇收入的重要场所。

3. 饭店是一个综合性的服务行业，它的发展势必促进社会上其他行业的发展

饭店给所在地区带来巨大的经济收益。据有关资料表明，一家饭店住客开支的近 60% 花费在饭店以外的社会其他行业，而且客人在饭店消费的物品大多是社会其他有关行业提供的，因此实际上也间接刺激了其他行业的发展。

4. 饭店为社会创造直接和间接的就业机会

饭店需要管理人员和服务人员，按我国目前饭店的人员配备状况，平均每间客房约配备 1.5~2 人，若新建一座 300 间客房的饭店，将创造 450~600 个直接就业机会。同时，其他行业为饭店提供设备、家具、食品、装修需要大量的人力，这就提供了间接的就业机会。

5. 饭店是文化交流、科学技术交流、社交活动的中心

饭店的客人来自世界各地，有各界人士，通过他们的来访促进了文化艺术、科学技术的交流。同时，饭店中设施的引进，现代管理技术的运用，也促进了科学技术的交流。

三、饭店的特点

1. 饭店产品的特点

饭店的产品是指能够满足客人物质需求的有形设施、实物产品等有形产品与能够满足客人心理需求的无形劳动服务产品的有机结合。因此饭店产品的主要特点是不可储存、不可流动、生产过程即服务过程与消费过程同时进行。它们不能像工业产品那样能够通过物流的方式从饭店经过分销渠道流向顾客的家中或工作场所,而只能固定在饭店中,由消费者到饭店来消费。饭店产品的另一个重要特征是相对稳定性,其稳定性比工业产品高。工业产品的创新周期越来越短,而一个饭店一旦建筑和装修完成,将保持较长时期的稳定。从经营、管理和发展的角度看,有下面几个特点:

(1) 综合性

饭店以住宿为基本产品形态,并随着规模的扩大和市场的需要提供了饮食、娱乐、购物、交通、商务服务、会议服务、度假服务、管家服务、秘书服务、托儿服务、委托代办等一系列综合产品。

(2) 享受性

饭店产品的享受性是指饭店的产品不仅要满足客人的物质需要,而且在更大程度上要满足客人心理上的享受性需求,这是饭店产品与一般商品和服务的主要区别。

(3) 文化性

文化性是享受性发展的最高层次,也就是我们常常说的“饭店气息”“饭店味道”。

2. 饭店的特点

(1) 饭店的服务性

饭店所提供的产品主要是服务,它有着自身的客观规律,它与工商企业、商业企业、金融企业等其他经济组织是有区别的,主要表现在服务产品的无形性、不可储存性、差异性、同时性等方面。

(2) 饭店是企业

饭店是从事旅游接待活动,为宾客提供综合性服务的独立核算、自负盈亏的经济组织。

(3) 饭店的涉外性

饭店,在我国的习惯中称为旅游涉外饭店。但是,根据我国的有关规定,原则上一般的饭店是不能接待涉外宾客的,只有星级饭店或涉外定点饭店才能接待境外宾客,这就是中国旅游饭店的涉外性。

第二节 饭店业发展的历史与现状

一、世界饭店业发展史

相传欧洲最初的食宿设施始于古罗马时期，其发展进程大体经历了客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期等阶段，其间几经起落，几经盛衰。第二次世界大战以后，随着欧美国家经济的恢复，旅游业迅速发展，世界各地饭店数量骤增，出现了不少拥有数十、上百家饭店、跨国连锁经营的大型饭店集团公司，世界饭店业从而进入了现代新型饭店时期。

1. 客栈时期

在西方客栈时期一般是指 12 世纪到 18 世纪之间这段历史时期。客栈是独立的家庭生意，客栈的房舍是家庭住宅的一部分，这个家庭就是客栈拥有者和经营者。到了客栈盛行的 18 世纪，在英国等地的客栈除了为过往旅客提供食宿之外，还成为人们聚会并互相交往、交流信息的场所。当地的客栈往往坐落在乡镇人群活动的中心区域或公共马车车站旁，成为当地社会政治与商业活动的中心。

2. 大饭店时期

18 世纪后叶，随着欧美诸国进入工业化时代，世界饭店业进入了大饭店时期。大饭店时期一般是指 19 世纪初到 20 世纪初这一时期。大饭店都是建在繁华的大都市，规模宏大，建筑与设施豪华，装饰讲究。饭店的服务是第一流的，讲究礼仪，主要接待王公、贵族、官宦和社会名流。饭店投资者、经营者的根本兴趣是取悦于社会上流，求得社会声誉，往往不太注重经营成本。

作为本时期饭店经营者代表人物的瑞士人恺撒·里兹（Caeser Ritz）提出了“客人永远是对的”这样的饭店经营格言。

【案例 1—1】

巴黎“里兹”大饭店——永远无法超越的豪华

豪华也是竞争指标，作为人类物质文明的集中体现，饭店业往往有着寻常家庭无法比拟的豪华精致，这也是饭店得以成为消费热点的根本原因。人们似乎有这样一种印象，世界上最豪华的饭店在巴黎，一个重要原因就是当年豪华饭店的奠基人里兹创建并经营了巴黎的里兹饭店。这家饭店创建于 1898 年。其豪华套房每夜要花 3 500 美元以上，如果将一日三餐、咖啡、饮料、小费等加在一起，每天的花费在 5 000 美元以上。

其中最讲究的是以前英国的温莎公爵夫妇在巴黎多次指定要住的“温莎套房”，这个套房面积达 300 m²，套房内除了主人卧室、客人卧室与客厅外，光卫生间就有三个。地板与

天花板全由大理石铺砌，到处镶嵌着玉石。套房的家具建造于路易十五时期，部分来自宫廷。浴室的水龙头与门把手以及电灯的开关全都是鎏金的。按饭店规定，每间客房都要有两名服务员专门伺候，随叫随到。客人用餐时常有六七个人服务，饭店可以供应百年以上的陈酿白兰地。

在这里，里兹还引进了当时最先进的电灯照明。在他眼里，灯光不仅仅担负照明功能，还要通过它创造一种气氛。他是利用反射光照明的开拓者，他用雪花石膏罩把电灯打到有颜色的天花板上，使人感到柔和舒适。餐桌上灯光昏暗，创造出一种神秘的静谧感和不受别人干扰的雅静气氛。

一位著名的美国作家在温莎套房享受一晚后感慨地说：“我用幻想来写小说，但不管我怎么幻想，也想象不出它的豪华”。

3. 商业饭店时期

商业饭店时期大约从20世纪初到20世纪50年代。商业饭店的特点为：服务对象主要是商务旅行者；服务设施与服务项目讲求舒适、方便、清洁、安全与实用，而不是刻意追求豪华与奢侈；价格合理，使客人感到物有所值；经营管理上讲究经营艺术，改善管理，注重质量标准化，降低成本以获取最佳利润。

美国的饭店大王埃尔斯沃思·斯塔特勒（Ellsworth Statler）被公认为商业饭店的创始人，斯塔特勒创建的饭店被誉为现代商业饭店的里程碑。商业饭店时期是世界饭店史中最为重要的阶段，也是世界各国饭店业最为活跃的时期，它从各方面奠定了现代饭店业的基础。

【案例 1—2】

斯塔特勒——现代饭店标准的起源

“现代旅馆之父”斯塔特勒先生依仗自己多年的从事饭店业的经验和对市场敏锐的观察，立志要建造一种“为一般公众能负担的价格之内提供必要的舒适与方便、优质的服务与清洁卫生”饭店，这个愿望在1908年终于得以实现，而且恐怕连斯塔特勒先生自己也不曾想到，正是他的完全从公众出发的设计思想成为了现代饭店标准的起源。斯塔特勒大饭店的创新主要有以下几个方面：“一间客房一浴室”，饭店共有300间房，每间客房里都有单独的浴室，这在美国历史上还是头一家。“一间客房一间浴室，一个美元零五十分”，是他在很久以前就想好的广告词。为了实现这一目标，饭店在建筑设计上有了新的突破。第一次采用两间客房的浴室背靠背相连，各层浴室均设计在同一个位置的办法。所有上下水管道、暖气管道以及电源线路都安装在一个个竖井里。每间浴室的洗脸盆上面的墙上装一面大镜子，遮住竖井在每个房间的出口，便于检修时出入。这一设计为后来多功能的住宅与办公楼普遍采用。这一竖井也被称为斯塔特勒竖井。

此外，斯塔特勒大饭店还实现了一间客房有一部电话。电灯开关安在屋门旁边，楼房各层次设防火门，门锁与门把手装在一起等都是他的创举。他还亲自制定了《斯塔特勒服务守则》，在经营方面，他提出“对任何饭店来说，取得成功的关键是地点、地点、地点”的原则，而“客人永远是正确的”行业名言。

4. 现代新型饭店时期

现代新型饭店时期于 20 世纪 50 年代至今。在 50 年代，随着欧美国家战后的经济复苏，人们在国内、国际间的旅行和旅游活动日益频繁，空中交通及高速公路日益普及。在大中城市里，大型高层的饭店数量倍增，公路两旁的汽车旅馆更是星罗棋布。一些有实力的饭店公司，以签订管理合同、授让特许经营权等形式，进行国内甚至跨国的连锁经营，逐渐形成了一大批使用统一名称、统一标识，在饭店建造、设备设施、服务程序、管理方式等方面实行统一标准，联网进行宣传促销、客房预订、物资采购与人才培训的饭店联号公司。

现代新型饭店的特点除注重规模效益、连锁经营外，还表现在为适应现代人的需求，其功能日益多样化，饭店不再是仅仅向客人提供吃、住的场所，还要满足客人对娱乐、健身、购物、通信、商务等多种需求，饭店也是当地社交、会议、展览、表演等活动的场所；在经营管理上，注重用科学的手段进行市场促销、成本控制、人力资源管理等；在设备设施上，注意运用适合客人需求的饭店服务及办公的各种高新科技产品。在社会上，为饭店行业配套服务的专业公司也日臻完善，有饭店管理咨询公司、饭店订房代理公司、饭店会计事务所、饭店建筑设计事务所、饭店设备用品公司，开设饭店管理专业的各类院校等等。

在现代新型饭店时期，饭店业发达的地区并不仅仅局限于欧美，而是遍布全世界。特别是亚洲地区饭店的崛起及迅速发展，举世公认。究其原因，一是得益于 20 世纪 60 年代以来这个地区的经济腾飞及繁荣；二是引进了欧洲饭店业的良好传统和经验丰富的专业人才，借鉴了美国饭店业科学管理的原则和经验；三是在饭店服务与管理中糅合东方民族悠久的富有人情味的好客传统，并充分发挥亚洲民族勤勉好学的长处和具有丰富人力资源的优势。

二、中国饭店业发展史

1. 中国早期的饭店

中国的饭店有着悠久的历史，考察早期饭店的发展演变，大体经历了以下几种形式和发展过程：

(1) 驿站

驿站，可称为是中国最早的饭店形式或最古老的官方接待设施。虽然严格地说，驿站并不能算是现代意义上的饭店，但它的意义在于，它在一定程度上已经具有了饭店的某些服务功能，并对后来的旅馆、客栈等饭店设施起到了直接引发作用，所以，人们习惯于把驿站作为饭店的起源。

据考证，中国的驿站设置最早始于商朝中期，距今已有三千多年的历史。驿站起源于驿

传交通制度,是专门接待信使的住宿设施,后来逐渐接待往来官员、贵族及旅行商人。对于往来官员和有爵位的贵族,许多朝代在接待规格上都有专门规定,住宿条件、膳食标准、交通工具等也都规定得很详细。对于旅行商人,则据驿站的设施条件和服务水平按质定价,收取费用。

驿站在我国历史上流传的时间很长,一直延续到1896年“大清邮政”兴办,这一形式方告废止。

(2) 迎宾馆

迎宾馆是中国古代官办的另一种官方的接待设施。

早在春秋时期,我国已出现了官办的“诸侯馆”,是一种专对外宾和政府高级官员的接待设施,后来的各个朝代,几乎都在都城建有这种专门的迎宾馆。如西汉的“蛮夷邸”,南北朝时的“四夷馆”,隋、唐、宋时的“四方馆”,明朝的“会同馆”以及清朝的“迎宾馆”等,都是不同历史时期政府迎宾馆的表现形式。

我国自古以来就是一个多民族国家,在我国悠久的历史发展中,各民族间既有友好往来,也有兵戎相见的时候。自秦汉以来,我国和中亚、西亚、印巴次大陆、南洋及日本、印度尼西亚、朝鲜等邻近地区和国家,保持着密切的经济文化交流和友好联系。为了尊重宾客的风俗习惯,使他们的食宿生活愉快,在迎宾馆的馆舍建制上,秦汉以后逐渐形成了“一国一馆”的制度,宾客在中国都城的迎宾馆里,如同在自己的国度和家里一样,生活环境非常熟悉和方便。

我国这种“一国一馆”的专馆制度一直延续到清朝,它在我国历史上,为加强国内外的政治、经济、文化的交流和联系,起到了积极作用。

(3) 民间旅店

民间旅店,在我国也有着十分久远的历史。古人对旅途中休憩食宿处所一般泛称为“逆旅”(逆,迎接;旅,旅客。逆旅,即客店),这在战国、秦汉时期的典籍中多有记载。

自秦统一中国到西汉年间,商业的发展十分迅速,从而成为中国古代商业发达繁荣的时期,与之相适应的是为远行商旅服务的民间旅店有了迅速的发展。在此后我国整个封建社会中,民间旅店一直比较活跃,许多历史文献及历史文学作品中,都有关于民间旅店的记载和描述。

(4) 城市客栈

城市客栈,实际上是民间旅店的一种发展形式。

中国早期的城市,是政治和军事中心,未与商业活动发生密切联系。汉代以后,城市结构逐渐发生变化,成为商业大都市,而民间旅店也在这种变化中进入城市,成为一种相当独立的旅店形式——城市客栈。

城市客栈的接待对象仍以商贩旅客为主,因而多集中于靠近市场的繁华地段。

2. 近代中国的饭店

(1) 西式饭店

西式饭店是中国进入半殖民地半封建社会后，随着帝国主义经济入侵的步步深入而出现的一种新型饭店。从具体的范围讲，西式饭店实际上专指英、美、法包括日本等外国资本在中国兴建的饭店，是这些饭店的统称。

西式饭店是在 19 世纪中叶至 20 世纪初期被引进到中国的，主要分布在上海、广州、天津、北京、大连、济南等大中城市。这些饭店与中国的旧式饭店相比，一是规模宏大，多为楼房建筑；二是装修华丽，设施齐全。内部有客房、餐厅、酒吧、舞厅、球房、理发室、会客室和对外营业的小卖部等；三是客房分等经营，按质论价。这是西式饭店客房出租上的一大特色。客房一般分为特等、头等或上等、二等，又有美国式（斯塔特勒饭店式）和欧洲式（法国巴典别墅式）之别。

西式饭店虽然是帝国主义入侵的产物，但客观上也对中国近代饭店业起到了首开风气的作用。

(2) 中西式旅馆

中西式旅馆是在西式饭店的影响下，由民族资本兴建的半中半西风格的新型旅馆。这些饭店，多以旅馆、饭店或宾馆为名，有的就叫华洋旅馆或中西旅馆。它们多是模仿西式饭店在建筑结构、设施设备、服务项目方面的某些特征，在经营管理上也学习和借鉴了西式饭店的某些方法，成为中国近代饭店业的典型代表。例如，在店内设施方面，高级套间、卫生间、电灯、电话等设施齐全，餐厅、舞池、菜肴亦应有尽有；饮食上除了对外供应中餐外，还以供应“番菜”即西餐为时尚。

这类旅馆的经营者和股东，多是银行、铁路、旅馆等饭店的联营者，有的还是洋行买办出身，在当时社会的经济界和商界有一定的地位和势力。

(3) 铁路招商客栈

民国以后，铁路逐渐增多。随着铁路的兴修，铁路沿线的客栈日益发展起来。位于火车站和轮船码头附近的客栈，更是星罗棋布。近代交通工具的出现和资本主义商业活动的频繁，给了中国传统旅店业的发展以新的机会。

在经营上，招商客栈沿袭清代的做法。民国初年时各地客店的客房一般分为上等、中等、下等或一、二、三等。客房的等级主要是根据房间的大小和设备的优劣等条件而定的，房价一般在五六角至二三元不等，但这个价钱只是房价和床价，许多客栈的招牌上明写着房价不包括被褥费、茶水费和照明费，实际上仍渗透着中国传统、落后的旧式客店唯利是图的经营哲学。为了提高客栈收入，便将客栈的各种服务化整为零，在各个环节上下工夫，搜刮住客，牟取利润，反映了中国近代旅店经营者们，仍没有摆脱传统的小农思想和观念。

(4) 城市公寓

公寓的性质类似旅馆，但又不完全一样。一般来说，在坐落方位上，不少公寓均设在学

校附近和城市中比较幽静的地区,不像旅馆那样处于繁华闹市和交通要道;在接待对象上,以居住较长时间的旅客为主,短期住客较少,在房金的收付上,多以月计。

总之,在不同的历史时期,我国出现了与历史发展水平相适应的饭店形式,完成着其特定的历史使命。

3. 现代旅游饭店

我国的现代旅游饭店,是从1978年实行改革开放政策后发展起来的。从1978年至今,我国旅游饭店的发展主要经历了这样几个阶段:

第一阶段,1978—1983年,是我国现代旅游饭店的初创阶段和饭店管理体制改革的初步展开的时期。

1978年以前,我国几乎没有旅游饭店的概念,肩负接待任务的是建国后为了适应接待国际友人和东欧一些国家的援建专家及高级首长的需要,而兴建的国宾馆和高级招待所。这些接待设施,或直属于政府,或直属于公安保卫部门,均为事业单位性质。其主要特征是政治接待为主,以完成接待任务为目标,经济上搞统收统支,不搞经济核算,不注重经济效益。

1978年以后,大批的外国人和华侨进入我国。这样一来,原来招待所的不足之处表现得越来越明显,为了适应形势发展的需要,各地开始对原来条件较好的招待所进行改造。同时,各省市相继设立了旅游局,负责主管旅行游览事业,于是饭店体制也发生了一些变化。但从总体上讲,当时的饭店管理和服务基本上是沿用原来的模式,客源基本上由国家统一分配。服务没有责任制,饭店组织结构简单,分工较粗。

1982年,全国经济体制改革的大气候已经形成,在形势的影响下,旅游饭店体制改革也全面展开。

1983年,我国一批合资或国营现代化旅游饭店相继落成营业。这些饭店主要有广州白天鹅宾馆、华侨饭店,深圳西丽湖度假村,北京的建国、丽都、长城等饭店,南京的金陵饭店,上海的上海宾馆等。这些饭店从开业开始就在组织上实行现代化的管理,党政分开,强化总经理负责制,内部分工科学、责任明确、服务规范,真正体现了现代旅游饭店的基本特征。

第二阶段,1984—1987年,是我国现代旅游饭店大发展和体制改革深入进行的时期。

1984年后,我国在旅游业建设方面实行“五个一起上”的政策,谁投资谁收益,充分调动了国家、地方、部门、集体和个人的积极性,使我国一度出了“旅游饭店热”的形势,旅游饭店建设和发展速度十分惊人。1978年时,我国的旅游饭店仅有137座,客房15 539间,到2000年增加到10 481家,增长51倍。同期,客房间数增长30余倍。饭店每5年的增长率在50%以上。

在饭店业规模迅速发展的同时,我国旅游饭店的体制改革也继续向深度发展。1984年国务院批准国家旅游局《关于推广北京建国饭店经营管理方法有关事项的请示》,同意全国

50 家饭店学习北京建国饭店经营管理的经验。在饭店组织上主要是学习其现代饭店的组织原则、组织形式,严格执行从严治店,加强人事培训,积极开发人力资源,改变大锅饭式的分配制度,实行饭店化经济核算,合理组织劳动等。

第三阶段,1988 年至今,是我国旅游饭店稳步发展的时期。

为适应国际旅游业发展的需要,使我国旅游饭店的管理水平和服务水平尽快达到国际水准,国家旅游局 1988 年颁布了《中华人民共和国旅游涉外饭店星级标准》,同时发布关于旅游涉外饭店评定星级的规定。这是我国饭店发展史上的一件大事,它明确了我国旅游饭店的发展既要符合国际惯例和国际标准,又要具有中国特色的方针。

4. 中国饭店的总体状况

(1) 饭店档次规模结构已经形成

全国宾馆、旅馆等社会住宿设施共有 250 835 家。其中,高档饭店(四星、五星级)281 家,占总数的 0.112%。中档饭店(二星、三星)3 190 家,占总数的 1.27%。低档饭店(一星、未评级的社会旅馆、个体旅馆等)247 304 家,占总数的 98.61%,全国饭店的高、中、低档次的规模结构已经形成,呈金字塔的底部特别庞杂。

(2) 空间分布出现三阶梯状态

中国饭店业发展水平在空间上呈现三阶梯状态:第一阶梯是中国东部沿海地区,包括 14 个省市,截止到 2000 年年末,该地区有旅游饭店 6 582 家,占全国旅游饭店总数的 62.8%;第二阶梯是中国的中部地带,河南、广西、四川、湖北、江西和云南等 10 个省区,共有旅游饭店 3 123 家,占全国旅游饭店总数的 29.8%;第三阶梯是西部地带,包括内蒙古、宁夏、新疆、青海、西藏等 7 省区共有旅游饭店 776 家,占全国旅游饭店总数的 7.4%。整个态势是东多西少。

(3) 整体客房出租率下降,整体效益下降

1992—1998 年期间,涉外旅游饭店客房出租率由 66.22%降到 51.67%,平均每年下降至少两个百分点。5 类不同规模饭店的出租率也全面渐入低谷。1999 年,饭店出租率情况出现重大转机,出租率升到 53.41%,但行业利润率急剧下降,1993 年和 1994 年均维持在 9%以上水平,1997 年下降到 1%,1998 年首次出现-5.85%的负利润率,而且表现出近 7 个百分点的陡峭下降。1999 年,全国饭店行业亏损情况进一步加剧,全年亏损 53.64 亿元,比上年增亏 8.08 亿元,利润率降为-6.34%,亏损面不断扩大,亏损逐年加重。1992 年时仅有 300~499 间规模的饭店亏损,1995 年仅有 100~199 间客房规模的饭店亏损,1996 年,200~299 间客房的饭店和 100~199 间客房的饭店同时亏损,1997 年和 1998 年仅有 500 间以上饭店盈利。

(4) 饭店商品现状堪忧

1999 年饭店商品的贡献率为 8.08%,2000 年饭店商品贡献率降为 6.7%。1992—1999 年期间,全国涉外旅游饭店累计实现营业收入 5 051.25 亿元,同期涉外饭店商品累计销售

营业收入为 408.16 亿元,贡献率为 8.08%。国有、外资或星级饭店:商品创收的最重要基地。从所有制形态看,国有旅游饭店和外资饭店是涉外饭店中商品创收的主力军,8 年时间分别累计创收 199.73 亿元和 171.99 亿元,分别占 48.93%和 42.14%;两者累加创收 371.72 亿元,比重为 91.07%。从星级看,星级饭店商品累计创收 311.78 亿元,比例为 76.39%;未评星涉外饭店比例为 23.61%。

第三节 饭店的类型与等级

一、饭店的类型

目前,世界各地的饭店设施有以下几种基本类型。

1. 根据饭店市场及宾客特点分类

(1) 商务型饭店

商务型饭店也称暂住型饭店(transient hotels),此类饭店多位于城市的中心地区,接待商务客人、旅游客人及因各种原因作短暂逗留的其他客人。这类饭店适应性广,在饭店业中所占的比例最大。这类饭店为适应细分市场的需求,也分有各种等级。其中,等级较高、以接待商务客人为主的饭店一般比较豪华、舒适,服务设施齐备,交通及通信便利,通常设有商务中心、各类会议厅室、宴会厅等,还设有商务套房及行政楼层。

(2) 长住型饭店(resident hotels)

此类型饭店的宾客通常长期或永久居住,因而其主要市场是住宿期较长的在当地短期工作或度假的客人或者家庭。长住型饭店与宾客之间有一种不同于其他类型饭店与宾客间的法律关系,这类饭店与宾客通常要签订一个租约。长住型饭店的建筑布局与公寓相似,但又有区别,客房多采用家庭式布局,以套房为主,配备适合宾客长住的家具和电气设备,通常都有厨房设备供宾客自理饮食。这类饭店一般只提供住宿、饮食等基本服务,但服务讲究家庭式气氛,特点是亲切、周到、针对性强。饭店的组织、设施、管理较其他类型简单。

(3) 度假型饭店

度假型饭店传统上以接待游乐、度假的宾客为主。此类饭店多位于海滨、山区、温泉、海岛、森林等地,开辟各种娱乐体育项目如滑雪、骑马、狩猎、垂钓、划船、潜水、冲浪、高尔夫球、网球等等活动来吸引游客,因此这些度假地区及活动的吸引力是一个度假型饭店成功的关键。疗养型饭店亦属此类。近年来,在许多饭店业发达的国家,已出现度假型与商务型相结合的饭店,在饭店里要增设商务会议设施,即所谓改良的度假型饭店,而且被认为是当代饭店设施发展的方向。

(4) 会议型饭店

会议型饭店的主要接待对象是各种会议团体。会议宾客平均每天消费额一般高于度假客