



高等院校旅游管理类系列规划教材

前厅与客房管理

孟庆杰 刘颖 编著

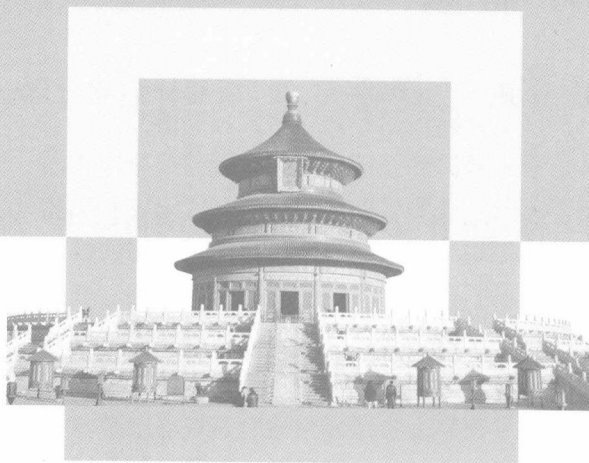


WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



高等院校旅游管理类系列规划教材



前厅与客房管理

孟庆杰 刘颖 编著



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

前厅与客房管理/孟庆杰,刘颖编著. —武汉:武汉大学出版社, 2009.6

高等院校旅游管理类系列规划教材

ISBN 978-7-307-06979-4

I. 前… II. ①孟… ②刘… III. 饭店—商业管理—高等学校—教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 051156 号

责任编辑:舒刚 王欢欢 责任校对:黄添生 版式设计:马佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.whu.edu.cn)

印刷:湖北民政印刷厂

开本: 720 × 1000 1/16 印张: 31 字数: 537 千字 插页: 1

版次: 2009 年 6 月第 1 版 2009 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-06979-4/F · 1266 定价: 36.00 元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

作者简介

孟庆杰，副教授，东北财经大学旅游与酒店管理学院副院长，大连市旅游饭店星级评定委员会委员；主要研究领域：旅游企业管理，现代饭店服务与管理，旅游企业服务质量管理，领导科学与艺术；出版相关专著和教材数部。

目 录

第一章 饭店概述.....	1
第一节 饭店与饭店产品.....	1
第二节 饭店及饭店业的作用.....	4
第三节 饭店的类型与等级.....	5
本章小结.....	9
关键概念.....	9
思考与练习	10
第二章 前厅管理概述	11
第一节 前厅部的地位与功能	11
第二节 前厅部的组织机构	15
第三节 前厅部管理者的岗位职责和素质要求	19
第四节 前厅环境设计与控制	26
第五节 前厅管理的内容和要求	36
本章小结	40
关键概念	41
案例分析	41
思考与练习	41
第三章 客房预订管理	43
第一节 客房预订概述	43
第二节 客房预订程序控制	52
本章小结	61
关键概念	62
案例分析	62

思考与练习	63
第四章 前厅服务管理	64
第一节 接待服务	64
第二节 问讯服务	84
第三节 礼宾服务	91
第四节 总机服务	98
第五节 商务中心服务	102
第六节 行政楼层服务	108
第七节 前厅收银服务	110
本章小结	123
关键概念	124
案例分析	124
思考与练习	125
第五章 前厅销售管理	126
第一节 前厅销售产品的分析	126
第二节 房价管理	129
第三节 前厅销售技巧	143
第四节 饭店收益管理	147
本章小结	155
关键概念	156
案例分析	156
思考与练习	157
第六章 前厅信息管理	158
第一节 饭店管理信息系统	158
第二节 前厅客情预测	167
第三节 前厅主要统计报表	170
第四节 前厅部的信息传递与沟通	181
本章小结	188
关键概念	189

案例分析·····	189
思考与练习·····	190
第七章 宾客关系管理·····	191
第一节 建立良好的宾客关系·····	191
第二节 顾客满意与顾客忠诚·····	200
第三节 客人投诉管理·····	207
第四节 客史档案的建立与维护·····	222
本章小结·····	226
关键概念·····	227
案例分析·····	227
思考与练习·····	229
第八章 前厅服务质量管理·····	230
第一节 前厅服务质量内容·····	230
第二节 前厅服务质量管理·····	238
第三节 前厅部全面质量管理·····	244
第四节 饭店服务的极致——金钥匙服务·····	255
本章小结·····	260
关键概念·····	261
案例分析·····	261
思考与练习·····	263
第九章 客房管理概述·····	264
第一节 客房部的地位与工作任务·····	264
第二节 客房部组织机构·····	267
第三节 客房部管理岗位职责与素质要求·····	273
第四节 客房部与其他部门的沟通·····	278
本章小结·····	281
关键概念·····	282
案例分析·····	282
思考与练习·····	282

第十章 客房设计	284
第一节 客房类型与设备用品.....	284
第二节 客房室内空间设计.....	291
第三节 客房内部装饰设计.....	303
第四节 特殊客房的设计与布置.....	313
本章小结.....	318
关键概念.....	319
案例分析.....	319
思考与练习.....	320
第十一章 客房清洁保养管理	321
第一节 清洁设备及清洁剂.....	321
第二节 客房的清洁整理.....	331
第三节 客房清洁整理的质量控制.....	342
第四节 公共区域的清洁保养.....	350
第五节 清洁保养技术.....	354
本章小结.....	360
关键概念.....	361
案例分析.....	361
思考与练习.....	361
第十二章 客房服务管理	363
第一节 客房服务的组织模式.....	363
第二节 客房常规服务.....	366
第三节 客房个性化服务.....	374
第四节 客房服务质量的控制.....	382
本章小结.....	391
关键概念.....	392
案例分析.....	392
思考与练习.....	393

第十三章 客房安全管理	394
第一节 客房安全管理概述.....	394
第二节 客房防火工作.....	398
第三节 客房防盗工作.....	403
第四节 客房其他事故的处理与防范.....	408
本章小结.....	412
关键概念.....	413
案例分析.....	413
思考与练习.....	414
第十四章 客房设备用品管理与成本控制	416
第一节 客房设备管理.....	416
第二节 客房日用品的控制.....	424
第三节 布件管理.....	431
第四节 客房部成本费用控制.....	437
第五节 客房部预算管理.....	446
本章小结.....	451
关键概念.....	451
案例分析.....	452
思考与练习.....	452
第十五章 客房部人力资源管理	453
第一节 客房部工作分析与编制定员.....	453
第二节 客房部员工招聘.....	460
第三节 客房部员工培训.....	464
第四节 客房部员工绩效考评.....	470
第五节 客房部员工激励.....	477
本章小结.....	482
关键概念.....	483
案例分析.....	483

思考与练习.....	484
参考文献.....	485
后 记.....	487

第一章 饭店概述

第一节 饭店与饭店产品

一、饭店的含义

饭店是旅游者外出旅行期间休息与逗留的场所。“饭店”，在英语中有 Hotel、Inn、House、Tourist 等不同的名称。较为统一的说法是 Hotel，“Hotel”一词源于法语，指的是富豪之门或官宦之家所拥有的豪华宏伟的宅邸，是主人们款待宾朋的地方。后来，英、美等国家沿用这一名词来指所有商业性的住宿设施。在我国，由于地域和习惯上的差异，有“饭店”、“酒店”、“宾馆”、“度假村”、“旅游小社”等不同的称呼。饭店的出现可以追溯到几千年前，但直到 20 世纪的近几十年来，饭店业才成为一种现代的产业。我国的饭店业是随着改革开放而大规模兴起的。

对饭店的含义，国外一些权威的辞典都有过不同的定义。综合这些定义，我们可以把饭店限定为：为公众提供住宿与其他服务的商业性的建筑设施与机构。作为一个饭店，应具备以下四个条件：

- (1) 它是一个建筑或由诸多建筑组成的接待设施；
- (2) 它必须提供住宿设施，也往往提供餐饮和其他服务设施；
- (3) 它的服务对象是公众，主要是外出旅行者；
- (4) 它是商业性的，使用者要交付一定的费用。

二、饭店产品的特点

饭店生产和销售的产品是饭店有形设施 and 无形服务的结合。但从本质上讲，服务是饭店的主要产品。饭店的经营活动是以出租饭店设施使用权的形式进行的，消费者只是在一定时间和空间内购得客房或餐饮的使用权，而无法占

有它们。所以，饭店的有形设施不是能够获得所有权并可以携带移动的实物商品形态，而只是饭店服务销售的辅助形式。

与其他一般产品相比，饭店产品有以下特点：

（一）生产与消费同步

一般商品由生产到消费要经过商业这个流通环节才能到达消费者手中，商品的生产过程与顾客的消费过程是分离的，顾客看到的和感受到的只是最终产品，所以一般商品是先生产后消费，不受顾客即时需要的限制，工厂能够主动地调整生产的产量、时间和节奏。而饭店出售的产品却不存在这样的“独立”的生产过程，它要受顾客即时需要的制约，其生产过程和消费过程几乎是同步进行的，只有当客人购买并在现场消费时，饭店的服务和设施相结合才能成为饭店产品。

（二）价值不可储存

一般商品的买卖活动会发生商品的所有权转让，而饭店出租客房、会议室和其他综合服务设施，同时提供服务，并不发生实物转让。客人买到的只是某一段时间的使用权，而不是所有权。以每晚租金 500 元的饭店客房为例，如果此房全天租不出去，那么这 500 元的价值就无法实现。也就是说，客房的价值具有不可储存性，价值实现的机会如果在规定的时间内丧失，便一去不复返。它不像一般的商品那样，一时卖不出去，可以储存起来以后再销售。所以饭店业的行家把客房比喻为“易坏性最大的商品”，只有 24 小时寿命的商品。这就是为什么饭店业普遍以“顾客第一”为经营信条，有时甚至以低于成本的价格销售饭店产品而不愿饭店设施闲置的根本原因。

（三）受人的因素影响大，质量不稳定

首先，饭店服务是无形的。服务质量的好坏不能像其他商品那样用机械或物理的性能指标来衡量。来自不同国家和地区不同类型的客人，由于所处的社会经济环境的不同，民族习俗、个性和经历的不同，消费水平和结构的不同，对服务接待的要求也不尽相同。因此，客人对服务质量的感受往往带有较大的个人色彩。饭店提供的服务质量的好坏在一定程度上取决于客人各自的需要和自身的特点。饭店的服务人员和管理人员不能忽视这一点，不能凭借自己

想象或自己的服务质量标准来对待不同的旅游者。

其次，一般的商品可以摆在柜台里，让顾客自由选择购买，而饭店产品却具有不可捉摸性。客人在购买前对饭店产品看不见、摸不清，通常不可能对这一产品的质量和价值作出准确的判断，往往产生“担风险”的心理，因而不利于饭店产品的销售。饭店服务也不能像其他产品那样，做得不好可以重新返工。饭店产品的任何一个环节出了问题，对饭店所造成的损失，都常常是难以弥补的。

（四）综合性和季节性

首先，现代旅游是一种高级消费形式，饭店必须提供和满足客人的吃、住、行、购物、娱乐等多种需求和服务。饭店产品往往同时具有生存、享受和发展三种功能。饭店产品必须是能够满足顾客多层次消费的综合性商品。

其次，旅游受季节、气候等自然条件和各国休假制度的影响较大。在国际上，各国的休假大多在夏季和秋季，因此饭店产品的销售具有明显的季节性。淡、旺季客人多寡差别很大，造成饭店住店率的大起大落。

（五）高职业化

现代饭店是以特定的服务方式，且通过特定的服务程序，由经过专门培训的服务人员为客人服务的。饭店产品是有形设施 and 无形服务的结合，也是物质产品和精神产品的综合。饭店向每位客人提供的产品都是上述几个方面的结合，每个方面都是产品的组成部分，任何一个环节或部门出现问题都会影响服务产品的质量。所以饭店提供给客人的产品，都应由经过培训的、具有职业化素质的服务人员生产。

（六）高消费性

从当今时代来看，旅游活动仍是人们的一种高消费形式。饭店产品的消费价格，仍远远高于我们日常生活的消费水平。一瓶矿泉水在超市仅售人民币 1 元左右，在一般餐馆可能要 1.5 ~ 2 元，但在五星级饭店里，则要支付 5 元甚至更多。价格差别大的原因在于客人享受的气氛不同，得到的服务不同，这就要求我们尤其要注意一切能创造饭店气氛的细节，服务要格外精心。

第二节 饭店及饭店业的作用

现代社会,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,在一些旅游业发达的国家,它已成为国民经济中的重要支柱,在整个国民经济中有着十分重要的作用。

一、饭店是旅行者的家外之家,是旅行者的生活基地

现代交通业的发达,如铁路、高速公路、航运等,使地球变“小”了,这就为人们外出旅游、探亲、文化交流、经商等旅行活动提供了极大的便利。人们外出要留宿、要进餐、要娱乐、要购物,饭店正好提供这样的方便与服务,给他们以满足。饭店也因此成为旅行者的“家外之家”,成为广大旅行者的生活基地。

二、饭店是旅游服务系统的重要组成部分

饭店是旅行者在旅游目的地开展活动的基地,是旅游经营活动中必不可少的物质条件。饭店与旅行社、旅游交通一起构成旅游业的总体,是旅游业的三大支柱,是旅游供给构成的要素。一个国家有了丰富的旅游资源才能吸引旅游者,旅行社是旅游者从出发地到旅游目的地的组织者和服務者,交通是实现旅游活动的重要工具和手段,饭店则是向旅游者提供基本生活服务保证的重要环节,诸要素互相联系,又互相促进,缺一不可。对饭店而言,它作为旅游业经营活动的基本必备设施,往往成为当地旅游业发展水平的标志之一。

三、饭店是创造旅游收入和吸取外汇的重要部门

有资料表明,饭店收入占旅游收入的一半以上。饭店设置的服务项目越多,收入就越多。饭店还是国家外汇收入的重要部门,我国把旅游业作为三大外汇来源之一,饭店外汇收入占了其中相当大的一部分。这对增加国家外汇收入、平衡外汇收支有着重大意义。

四、饭店是创造就业机会的重要部门

饭店是一种劳动密集型的服务性行业,按目前我国饭店的人员设备状况,平均每间客房配备 1.5~2 人,一家 300 间客房的饭店能创造 450~600 个直接

就业机会。同时,饭店又给它的相关行业,如饭店设备、物品的生产和供应行业提供大量的间接就业机会。

五、饭店是对外交往的中心和对外交往的窗口

饭店往往是所在地经济、文化交往活动的场所。饭店的发展会给当地社会的政治、经济、文化诸方面的发展带来重要影响,会刺激、促进和活跃当地社会的经济发展和文化交流,提高社会的文明程度。而外宾进入我国国境之后,最先直接接触的是饭店。饭店成为外宾了解社会主义物质文明和精神文明的窗口,是体现国家形象的一个窗口。饭店服务工作做得好,就可以让客人把美好的印象和难忘的友谊带到世界各个角落。因此,饭店便成了人们互相交往、增进友谊的重要途径,对外起到了宣传橱窗的作用。

第三节 饭店的类型与等级

一、饭店的类型

饭店业发展至今,可谓名目繁多,应有尽有。通过对饭店进行分类,能够方便其市场定位,同时也有利于饭店产品的推销和在同类饭店之间进行比较。饭店通常有如下几种划分标准。

(一) 根据饭店特色和客人特点划分

1. 商务型饭店 (Business Hotel)

商务型饭店也称暂住型饭店 (Transient Hotel)。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,在饭店业中所占比例也最大。这类饭店要求设备齐全,交通及通信便利,通常设有商务中心、各类会议室(厅)、宴会厅等,还设有行政套房及行政楼层。

2. 会议饭店 (Convention Hotel)

该类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人。会议饭店通常设在大都市或政治、经济中心,或交通方便的游览胜地,要求每一楼面均设置一个或多个会议厅或大的多功能厅,可根据需要用作会议厅、舞厅或宴会厅,有的饭店还设展览厅。会议饭店除应具备相应的

住宿和餐饮设施外,还必须配备会议设备,如投影仪、录放像设备、扩音设备、先进的通信和视听设备。接待国际会议团体的饭店还要求具备同声传译装置。会议饭店一般都配备工作人员帮助会议组织者协调和组织会议各项事务,为与会者提供高效率的接待服务。

3. 度假型饭店 (Holiday Hotel)

它是为旅游度假者而兴建的。它必须在交通方便的风光名胜地区,如海滨、山区、温泉、海岛等。它一般有良好的自然风光及环境,并开辟富有特色的体育娱乐项目及设施。如滑雪、滑冰场、旅游、潜水、冲浪、狩猎、垂钓、高尔夫球、网球等。这类饭店以其所在地区的特色活动来吸引客人是饭店成功的关键。它受季节影响较大。近年来,在发达的国家,还出现度假型与商务型相结合的饭店,且被认为是当代饭店设施发展的方向。

4. 长住型饭店 (Residential Hotel)

此类饭店的宾客通常长期或永久居住,因而其主要接待对象是住宿期较长的在当地短期工作或度假的客人或家庭。长住型饭店与宾客之间有着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需要签订一个租约。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器设备,通常设有厨房供宾客自理饮食。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。

5. 汽车旅店 (Motor Hotel 或 Motel)

汽车旅店常见于欧美国家的公路干线上。早期此类旅店设施简单,规模较小,有相当一部分仅有客房而无餐厅酒吧,以接待驾车旅行者投宿为主。现在有的汽车旅店不仅在设施方面大有改善,且趋向豪华,多数可提供现代化的综合服务。美国的假日酒店集团、华美达酒店集团、霍华德·约翰逊集团等均拥有大量的汽车旅店。

(二) 根据地理位置划分

1. 城市饭店

城市饭店多数是商业饭店。但因城市中心社区规划不同,商务或公务活动的重点不同,甚至城市居住的分层格局不同,都会对城市中心饭店经营上造成一定的影响,形成城市中心饭店的不同特色。

2. 乡村旅馆

乡村旅馆是指位于乡村地区,具有乡土特色,以向外来游客提供食宿、餐饮等服务的旅馆。乡村旅馆还可分为城郊乡村旅馆和远郊乡村旅馆。前者距离城市中心近,作为城市的后花园,一般都会有以“农家乐”的形式来吸引游客。比如位于杭州城郊梅家坞的乡村旅馆。远郊乡村旅馆是指那些距城市较远的乡村旅馆,它又包括景区乡村旅馆和特色乡村旅馆。

3. 风景区饭店

风景区饭店是指位于海滨、山林等自然风景区或休养胜地的各种类型的饭店。度假型饭店大多集中设在著名的风景区域。

4. 公路饭店

公路饭店(Highway Hotel)也即汽车饭店(Motel),顾名思义位于公路旁,在交通发达的国家,主要是位于高速公路旁。这类饭店主要是向驾车旅游的人提供住宿和餐饮服务。

5. 机场饭店

机场饭店(Airport Hotel)位于机场附近,主要服务于一些大的航空公司和因转机短暂停留的飞机乘客。

(三) 根据饭店计价方式划分

1. 欧式计价饭店(European Plan, “EP”)

客房价格仅包括房租,不含餐饮及其他费用。世界各地绝大多数饭店属于此类。

2. 美式计价饭店(American Plan, “AP”)

客房包括房租以及一日三餐的费用。目前,尚有一些地处偏远的度假型饭店采用美式计价法。

3. 修正美式计价饭店(Modified American Plan, “MP”)

客房价格包括房租及一顿正餐(午餐或晚餐),以使饭店的客人有较大的自由安排白天的活动。

4. 大陆式计价饭店(Continental Plan, “CP”)

客房价格包括房租及一份简单的大陆式早餐(即咖啡、面包和果汁),此类饭店一般不设餐厅。

5. 百慕大计价饭店(Bermuda Plan, “BP”)

客房价格包括房租及美式早餐的费用。