



21st CENTURY
十一五规划

21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材

前厅客房 服务与管理

王 华 主编



中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材

前厅客房服务与管理

王 华 主编

中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书围绕为客人服务这一中心,以饭店客房产品为主线,对负责客房产品销售的前厅部和负责客房产品生产的客房部的服务与管理的相关知识进行介绍。全书共分16章,第1~8章对前厅服务与管理的内容进行介绍,第9~14章着重介绍客房服务与管理的内容,最后2章综合介绍了前厅客房的人力资源管理、前厅客房的现代技术应用及未来发展趋势等内容。

全书系统性及逻辑性较强,在系统理论的基础上强调了实用性,结合饭店行业最新的服务内容与操作程序,引入大量实际案例,观点新颖,应用性强。本书既可作为高等院校旅游管理专业教材,也可作为旅游饭店管理人员的培训教材,还可以作为其他相关业务人员、科研人员和有关企业经营管理者们的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

前厅客房服务与管理/王华主编. —北京:中国林业出版社;北京大学出版社, 2009. 2

(21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-5038-5374-6

I. 前… II. 王… III. ①饭店-商业服务-高等学校-教材 ②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004597号

书 名: 前厅客房服务与管理

著作责任人: 王 华 主编

总 策 划: 牛玉莲 林章波

策 划 编 辑: 郑铁志

责 任 编 辑: 杜建玲 李 虎

出 版 者: 中国林业出版社(地址:北京市西城区德内大街刘海胡同7号 邮编:100009)

网址: <http://www.cfph.com.cn> E-mail: jiaocaipublic@163.com

电话: 编辑部 83220109 营销中心 83227711

北京大学出版社(地址:北京市海淀区成府路205号 邮编:100871)

网址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: pup_6@163.com

电话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京市昌平百善印刷厂

发 行 者: 中国林业出版社 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

版 次 印 次: 2009年2月第1版 2009年2月第1次印刷

开 本: 850mm×1168mm 16开本 20印张 470千字

定 价: 34.00元

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

21 世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材 编写指导委员会

顾 问：吴必虎（北京大学）
马 波（青岛大学旅游学院）

主 任：程道品（桂林工学院旅游学院）

副主任：王明星（肇庆学院旅游学院）
曹诗图（武汉科技大学管理学院）
赵恒德（渤海大学旅游学院）
黄远水（华侨大学旅游学院）
吴忠军（桂林工学院旅游学院）

委 员：（按姓氏笔画排序）

尹华光（吉首大学旅游学院）
龙京红（郑州大学旅游管理学院）
叶 文（西南林学院旅游学院）
朱孔山（山东临沂师范学院环境与旅游学院）
孙丽坤（大连民族学院旅游管理系）
李珍刚（广西民族大学管理学院）
张利民（渤海大学旅游学院）
张淑贤（长春师范学院历史学院）
郑耀星（福建师范大学旅游学院）
胡碧芳（重庆三峡学院工商管理系）
钟永德（中南林业科技大学旅游学院）
耿莉萍（河南理工大学经济管理学院）
郭淑梅（湖州师范学院法商学院旅游管理系）
黄羊山（东南大学旅游学系）
黄解宇（山西运城学院经济管理系）
蒋长春（福建莆田学院旅游学院）
曾明华（福建漳州师范学院管理科学系）
潘贤丽（海南大学应用科技学院）

秘书长：吴忠军（桂林工学院旅游学院）
牛玉莲（中国林业出版社教材中心）
林章波（北京大学出版社第6事业部）

编写人员名单

主 编：王 华

副主编：黄燕玲

陈文捷

王 挺

编 委：（按姓氏笔画排序）

王 华（桂林工学院）

王 挺（河南理工大学）

刘金阳（福建莆田学院）

李小丽（运城学院）

陈文捷（广西大学）

唐 黎（福建漳州师范学院）

黄燕玲（桂林工学院）

廖四顺（运城学院）

序

1845年,托马斯·库克成立世界上第一家旅行社,标志着世界旅游业的出现。但是作为真正意义上的现代旅游业,则始于20世纪50年代的欧美。从那时至今,旅游从为少数上层阶层所能享受的活动发展到现今大众旅游和社会旅游时代,仅经历了50多年的时间。在这短短50多年的历程中,世界旅游业发展大大超出世界经济总体发展速度,成为世界上最大的产业之一。世界旅游组织的统计数字显示,2005年国际旅游人数首次突破8亿人次,全球平均增长率高达5.5%;2006年国际旅游人数达到8.42亿人次,同比增长4.5%,超出了旅游业的发展预期。世界旅游组织预测,到2010年,全世界每年将有10亿多人出国旅游。旅游不仅对世界各国的经济发展产生积极而深远的影响,同时它已成为人们生活中的一部分,还是影响人们生活方式和生活观念的一个重要因子。

中国是一个旅游资源大国,有着得天独厚的自然旅游资源和人文景观优势。上下几千年的文明积淀,方圆960万 km^2 的国土,使中国的旅游资源在世界上无与伦比。尽管我国旅游业起步于20世纪80年代初,但经过30余年的发展,中国正从一个旅游资源大国走向旅游接待大国,旅游业在国民经济中的地位和作用日益凸显,其强劲的发展势头为世界所关注。2006年,我国国内旅游人数13.94亿人次,入境旅游人数12494万人次,全国旅游外汇收入339.49亿美元,出境旅游总人数为3452.36万人次。世界旅游组织预测,到2015年,中国将成为世界上第一大入境旅游接待国和第四大出境旅游客源国。届时中国入境旅游人数可达2亿人次,国内旅游人数可达26亿人次以上,出境旅游人数可达1亿人次左右,游客市场总量可达30亿人次左右,居民人均出游可达2次,旅游业总收入可达2万亿元人民币左右。“十一五”期间,中国旅游业将每年新增直接就业70万人、带动间接就业350万人。到2015年,中国旅游直接拉动和间接就业总量将达1亿人左右。

蓬勃发展、无限生机的旅游业,给旅游教育,尤其是高等旅游教育带来了巨大的机遇和挑战。旅游管理是工商管理下面的一个小学科,却面向的是大产业,如何使旅游学科做大做强,更好地为旅游产业服务,为21世纪旅游业发展培养所需各类人才,是每一个旅游教育工作者所要思考的问题。做大做强旅游学科,使旅游教育与旅游产业的发展同步,就必须加大旅游学科建设的力度,其中之一就是要搞好旅游教材的建设。因为,教材是体现教学内容和教学方法的知识载体,是进行教学的基本工具,也是深化教育教学改革,全面推进素质教育,培养创新人才的重要保证。中国林业出版社、北京大学出版社组织全国部分高校编写“21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材”就是推动旅游教学改革与教材建设的一项重要举措。

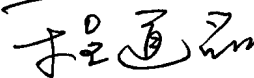
在本套教材的编写过程中,我们力求系统地、科学地介绍旅游管理专业的基本理论、基本知识和基本技能(“三基”),同时也力求将以下理念融入教材的编写中:一是教育创新理念。即

把培养创新意识、创新精神、创新思维、创造力或创新人格等创新素质以及创新人才为目的的教育活动融入其中。二是现代教材观理念。传统的教材观以师、生对教材的“服从”为特征，由此而生成对教学矛盾的解决方式表现为“灌输式”的教学关系。现代教材观是以教材“服务”师生，即将教材定义为“文本”和“材料”，提供了编者、教师、学生与知识、技能之间的跨越时空的对话，为师生创新提供了舞台。三是培养大学生“四种能力”的理念。教材的编写充分体现强化学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力的需要，以适应旅游业的快速发展对旅游人才的新要求。四是教材建设服从于精品课程建设的理念。精品课程是具有一流教师队伍、一流教学内容、一流教学方法、一流教材、一流教学管理等特点的示范性课程。精品课程建设是高等学校教学质量与教学改革工程的重要组成部分。本套教材的编写力求为精品课程建设服务，能够催生出一批旅游精品课程。

本套教材不仅是全国高等院校旅游管理专业教育教学的专业教材，而且也可作为旅游管理部门、旅游企业专业人员培训及参考用书。我们希望本套教材能够为培养 21 世纪旅游创新人才做出贡献。

最后，借此机会感谢北京大学吴必虎教授、青岛大学旅游学院马波教授对本套教材的指导，感谢中国林业出版社和北京大学出版社对本套教材所付出的辛勤劳动以及各位参与编写的专家和学者对本套教材所付出的心血！

编委会



2007 年 10 月

前 言

客房是饭店的主要产品，客房收入是饭店经济收入的主要来源。长期以来，客房产品的生产销售工作都是饭店企业最为重视的工作内容。前厅、客房是负责饭店客房产品的生产与销售的两大主要操作部门，因此，加强前厅部的客房销售工作及客房部的客房生产管理工作，对饭店企业意义重大。改革开放30年来，我国的饭店管理工作日趋规范和成熟，饭店管理理论研究及专业教育也从无到有，逐渐完善，并积累了丰富的经验。在饭店管理教育发展过程中，饭店管理教材建设受到了极大重视，出现了许多不同层次、不同侧面的专业教材，可谓百花齐放，为我国饭店管理教育的发展起到了极大的推动作用。然而，随着饭店行业的不断发展，现代技术和现代管理理念在饭店行业中的广泛应用，前厅、客房等饭店服务操作部门的服务理念、管理思想、服务内容、操作技能与操作程序等均发生了很大的变化，过去在服务操作中较为重要的一些内容或程序已经被简化甚至被取消，过去没有的服务内容和服务环节被提到了前台，因此，对前厅、客房等部门的服务与管理也提出了新的要求。在新形势下，饭店管理教学也应与时俱进，跟上行业发展的步伐，符合行业发展的要求。编者根据在星级酒店前厅、客房等各岗位上工作8年的实践经验以及12年的高校饭店管理方向的教学体会发现，高校饭店管理教育虽然有了极大的进步，也越来越重视与行业的接轨，但专业课程的教学仍亟待提高。此外，由于不可能所有的专业教师都来源于饭店企业，也不可能都从一线获得专业实践经验，所以，在教学上，专业教师对教材的依赖性还较大，因此，在饭店的前厅客房教材的编写上，更应该真正从教与学的角度出发，既考虑到专业教师的需要，又要满足学生学习的需要；同时，还要结合行业发展的需要，使教材更好地为师生服务，为行业服务，使高校饭店管理教学更切合实际，更受到行业的欢迎。

前厅、客房作为酒店的重要服务操作部门，在服务与管理的理念与方法上有着独特的特点，绝不像外界一些人认为的那样，就是“站着摆摆样子，走着叠叠被子。哪有什么理论可言？”这是对本岗位工作的不了解。前厅客房管理作为高校饭店管理方向的重要专业课，有其特有的学科要求与特点，围绕着客人这一核心，在如何服务于客人、让客人满意、让员工满意、让酒店满意等一系列问题上有着许多值得探究的课题。

本书针对我国高校旅游管理教学模式及饭店企业的需要，强调对学生职业意识和职业技能的培养相结合的教学理念。编写中在强调理论内容科学性与系统性的基础上，注重前厅客房服务与管理学科的实际应用性和可操作性；既注重管理理论与方法，又重视前厅客房功能性和实务性的管理与操作；使学生既学到前厅客房管理的系统理论知识，又能在技术和方法上适应现代酒店行业发展的需要。突出体现了以下几个特点。

(1) 内容的科学性和前瞻性。本书以饭店管理理论为指导，以前厅和客房服务与管理为重点，围绕客人这一中心，采用学科理论、行业实际管理方法和案例结合的结构，全书阐述了前厅与客房管理的基本原理、对客服务与管理、对内服务与管理等内容，全书注重以人为本的服务理念，强调员工满意才能客人满意的管理意识；结合行业发展的最新动态，同时引用了国家旅游行业主管部门

对行业各部门规范管理的规范性文本。因此，内容全面系统，逻辑清晰，具有科学性和前瞻性较强的特点。

(2) 结构体例新颖。本书采用了较新的写作体例。为了更好地强调职业意识与职业技能培养结合的学科要求，更有利于专业教师的课堂教学，每章章首都根据本章内容增加了“本章概要”“学习目标”“关键性术语”“章首案例”引导阅读，每章结尾都安排了“思考题”“经验训练”“案例分析”“推荐阅读书目”和“相关链接”等内容。全书各章节的整体结构和体例也比较新颖。

(3) 实用性强。本书前厅与客房的部门管理内容、管理技术和方法，都来源于我国行业的实际部门和国家管理部门的最新文本，在专业教师的引导下，学生可以参与到实际操作模拟中，体会实际服务与管理的程序及要求，找到行业服务的感觉和意识，培养良好的职业意识。

本书由王华主编并负责设计编写教材大纲和全书的修订与统稿工作。各章执笔人员如下：第1、4章由王华编写；第6、8、9章由黄燕玲编写；第2、3章由陈文捷编写；第5、10章由唐黎编写；第7章由李小丽编写；第11、12章由王挺编写；第13、14章由刘金阳编写；第15章由廖四顺编写；第16章由王华、廖四顺编写。

本书在编写过程中，查阅了大量相关的著作及资料，吸收并采纳了其中部分观点和材料，同时得到了许多专家、老师及同学的帮助，在此对他们表示诚挚感谢。

由于作者水平所限，书中难免存在不足之处，敬请专家学者和广大读者批评指正。

编 者

2008年10月

目 录

序 前 言

第1章 前厅部概述	1
1.1 前厅部的地位、作用与主要任务	2
1.1.1 前厅部的地位和作用	2
1.1.2 前厅部的主要任务	3
1.2 前厅部的组织机构及主要岗位职责	4
1.2.1 前厅部组织机构设置的原则	4
1.2.2 前厅部组织机构	4
1.2.3 前厅部工作设计及职务说明	6
1.3 前厅部的业务特点及员工素质要求	11
1.3.1 前厅部的业务特点	11
1.3.2 前厅部员工的礼仪规范及 素质要求	12
1.4 前厅部服务与管理的发展及创新	16
1.4.1 个性化服务进一步加强	16
1.4.2 新兴技术的应用进一步推动了 服务方式的改进	17
1.4.3 总机及商务中心的职能 进一步退化	17
1.4.4 服务及管理更为灵活	17
1.4.5 预订功能更为明显	17
第2章 前厅部环境管理	19
2.1 前厅的功能分区	19
2.1.1 客人活动区	20
2.1.2 服务区	20
2.1.3 休息区	21
2.1.4 公共卫生间	21

2.2 前厅部环境设计	21
2.2.1 总服务台的设计	21
2.2.2 大堂的整体区域环境设计	22
2.2.3 前厅的区域无障碍环境设计	22
2.3 前厅部环境管理	22
2.3.1 空间环境管理	22
2.3.2 服务设施管理	25
2.3.3 服务气氛管理	26
第3章 前厅部预订服务与管理	28
3.1 客房类型	29
3.1.1 基本类型	29
3.1.2 根据客房位置分类	30
3.1.3 根据客房的盥洗条件分类	30
3.2 客房预订的渠道、方式和种类	31
3.2.1 预订的渠道	31
3.2.2 预订的方式	32
3.2.3 预订的种类	37
3.3 预订工作流程	38
3.3.1 准备工作	38
3.3.2 接受或婉拒	38
3.3.3 确认预订	39
3.3.4 核对预订	39
3.3.5 预订资料的存档及处理	40
3.4 预订控制及订房纠纷处理	40
3.4.1 预订控制	40
3.4.2 订房纠纷处理	41
3.5 预订员注意事项	42
第4章 前厅部接待服务与管理	44

4.1 客人入住前的准备工作	45	6.1.1 客务关系经理	80
4.1.1 做好接待的心理准备	46	6.1.2 大堂副理	81
4.1.2 准备接待资料	46	6.2 宾客投诉的处理	84
4.2 客人入住接待管理	46	6.2.1 投诉的定义	84
4.2.1 客人入住接待主要内容	46	6.2.2 投诉的类型	84
4.2.2 客人入住接待程序	49	6.2.3 客人投诉原因及动机	87
4.2.3 客人入住接待中的注意事项	54	6.2.4 处理投诉的原则	89
4.3 客人离店退房管理	54	6.2.5 处理投诉的程序及技巧	90
4.3.1 离店退房的准备	54	6.2.6 正确处理投诉的意义	92
4.3.2 散客退房程序	54	6.3 宾客档案管理	94
4.3.3 团队客人退房程序	55	6.3.1 宾客档案管理的必要性	94
4.3.4 办理离店退房服务时的特殊情况 处理及注意事项	55	6.3.2 宾客档案管理的内容及要求	95
6.3.3 宾客档案的保存及处理	96		
第5章 客人住店期间前厅部系列 服务与管理	57	第7章 前厅部销售管理	99
5.1 礼宾服务管理	58	7.1 客房房价管理	100
5.1.1 礼宾服务	58	7.1.1 房价管理的意义	100
5.1.2 金钥匙服务	59	7.1.2 房价制定的原理	100
5.1.3 行李服务	61	7.1.3 房价制定的方法	102
5.2 前厅部问讯服务	65	7.1.4 房价制定的策略与技巧	106
5.2.1 问讯处的业务范围及 主要职责	65	7.1.5 房价的种类	109
5.2.2 客房钥匙的管理	66	7.1.6 房价的计价方法	110
5.2.3 问讯服务	66	7.1.7 房价的调整与控制	110
5.2.4 贵重物品保管服务	67	7.2 客房状态的控制	113
5.2.5 留言服务	68	7.2.1 房间状态的类型	113
5.2.6 信函、邮件服务	70	7.2.2 房间状态信息的核实与更正	114
5.2.7 访客服务	72	7.3 前厅员工销售技巧	114
5.3 前厅部总机服务	72	7.3.1 报价方法	115
5.3.1 总机房的业务范围及 主要职责	72	7.3.2 销售技巧	116
5.3.2 总机服务的注意事项	75	第8章 前厅部服务质量管理	120
5.4 商务服务	75	8.1 服务的内涵与性质	121
5.4.1 商务中心	75	8.1.1 服务的内涵	121
5.4.2 商务楼层	76	8.1.2 服务的本质	121
第6章 前厅部宾客关系管理	79	8.1.3 服务产品的特点	122
6.1 客务关系经理及大堂副理	80	8.1.4 服务意识	123
		8.2 前厅服务质量管理	127
		8.2.1 服务质量的内涵	127
		8.2.2 前厅服务质量的评价标准	127

8.2.3 前厅服务质量管理的内容	129	10.1 客房楼层的建筑规划	174
8.2.4 前厅服务质量管理的方法	136	10.1.1 客房楼层类型	174
8.2.5 优质服务的含义	138	10.1.2 客房楼层的功能设计	176
8.3 前厅部与相关部门的协调与沟通	141	10.2 客房产品的功能设计	180
8.3.1 前厅部与销售部的协调	141	10.2.1 客房产品设计的原则	180
8.3.2 前厅部与客房部的协调	142	10.2.2 客房功能空间设计及陈设 布置	183
8.3.3 前厅部与餐饮部的协调	143	10.3 特殊楼层设计	187
8.3.4 前厅部与其他部门的协调	143	10.3.1 商务楼层	188
8.3.5 沟通、协调的主要障碍及纠正 方法	144	10.3.2 无烟楼层	189
8.4 前厅部安全管理	145	10.3.3 女宾楼层	189
8.4.1 前厅部安全管理的概述	145	10.3.4 全套房楼层	190
8.4.2 前厅部紧急事件的处理	149	10.3.5 残疾人客房	190
第9章 客房部概述	153	第11章 客房部清洁管理	193
9.1 客房部的地位、作用及主要任务	154	11.1 楼层客房清洁整理与保养	194
9.1.1 客房部在酒店的地位和作用	154	11.1.1 客房清洁卫生质量标准	195
9.1.2 客房部的主要任务	156	11.1.2 客房的日常清洁整理	197
9.2 客房部的机构设置及主要 岗位职能	157	11.1.3 客房的计划卫生	205
9.2.1 客房部机构设置的原则	157	11.1.4 客房清洁卫生质量的控制	208
9.2.2 客房部的机构设置	158	11.2 公共区域清洁卫生与保养	212
9.2.3 客房部的各部门职能及主要 岗位职责	159	11.2.1 公共区域的概念与特点	212
9.3 客房部业务特点及人员素质与 服务礼仪要求	161	11.2.2 公共区域的业务范围	213
9.3.1 客房部的业务特点	161	11.2.3 公共区域的岗位设置及 工作职责	213
9.3.2 客房部人员素质要求	162	11.2.4 公共区域的清洁卫生要求	214
9.3.3 客房服务礼仪规范	164	11.2.5 公共区域的清洁卫生 质量控制	216
9.4 客房服务与管理的发展趋势	166	第12章 客房部对客服务管理	218
9.4.1 绿色客房的普及	166	12.1 客房部服务模式	219
9.4.2 零干扰服务的推广	167	12.1.1 楼层服务台模式	219
9.4.3 客房服务更追求个性化和 人性化	168	12.1.2 客房服务中心模式	220
9.4.4 客房的设计变得多样化	169	12.1.3 客房服务中心和楼层服务台 并设	220
9.4.5 高科技在客房服务与管理中 的广泛应用	170	12.1.4 选择客房服务模式应考虑 的因素	221
第10章 客房产品设计及创新	173	12.2 客房部对客服务的内容	222
		12.2.1 常规对客服务	222

12.2.2 特殊对客服务	229	14.1.2 客房部安全管理的特点	265
12.3 客房部对客服务质量控制	233	14.1.3 客房安全管理制度	265
12.3.1 客房部对客服务质量的含义	234	14.2 防火与防盗	267
12.3.2 客房部对客服务质量的构成	234	14.2.1 客房防火工作	267
12.3.3 客房部对客服务质量的标准	234	14.2.2 客房防盗工作	270
12.3.4 客房部对客服务质量工作的 落实	236	14.3 客房部的劳动安全保护	272
12.3.5 客房部对客服务质量的控制	237	14.3.1 客房劳动安全保护的内容	272
12.4 客房部的个性化服务	238	14.3.2 客房劳动安全保护的措施	273
12.4.1 个性化服务的定义	238	14.4 其他安全事故的防范	275
12.4.2 个性化服务的内容	238	14.4.1 传染病的预防	275
14.4.2 自然灾害的防范	277		
第13章 客房部物资设备管理	242	第15章 前厅客房人力资源管理	279
13.1 客房部物资用品管理	242	15.1 人力资源管理概述	280
13.1.1 客房部物资用品分类	242	15.1.1 酒店发展阶段及雇佣关系 变化	280
13.1.2 客房部物资用品管理的任务	243	15.1.2 从人事管理到人力资源 管理	281
13.1.3 客房部物资用品管理的方法	244	15.1.3 前厅客房人力资源管理的 含义	281
13.2 布件的管理	247	15.1.4 前厅客房人力资源管理的 特点	282
13.2.1 布件的分类	247	15.1.5 前厅客房人力资源管理的 意义	282
13.2.2 布件的流转管理	248	15.2 前厅客房人力资源招聘	282
13.2.3 布件的保管	250	15.2.1 前厅客房人力资源招聘的 依据和程序	282
13.3 洗衣房的管理	251	15.2.2 前厅客房人力资源招聘的 渠道	283
13.3.1 洗衣房的业务范围及 主要职能	251	15.3 前厅客房员工培训	285
13.3.2 洗衣房的业务特点	251	15.3.1 前厅客房部员工培训的意义	285
13.3.3 洗衣房的岗位设置及主要 职责	252	15.3.2 前厅客房部员工培训的特点	286
13.3.4 制服的清洗及保管	253	15.3.3 前厅客房部员工培训的类别	287
13.3.5 客衣的清洗及保管	253	15.4 前厅客房员工工作考核与评估	288
13.4 客房部设备管理	255	15.4.1 日常考核	288
13.4.1 客房部设备的分类	255	15.4.2 工作评估	288
13.4.2 客房部设备的特点	258	15.4.3 奖惩规定	289
13.4.3 客房部设备运行的要求	259	15.5 前厅客房的员工激励	290
13.4.4 客房部设备维护与保养	260	15.5.1 前厅客房员工激励概述	290
13.4.5 客房部设备的更新与改造	260		
第14章 客房部安全管理	263		
14.1 客房部安全管理概述	263		
14.1.1 客房部安全管理的含义	264		

15.5.2 前厅客房员工激励类别	290	16.3 语音信箱的应用	297
第16章 前厅客房现代化技术的应用 ...	294	16.3.1 语音信箱的业务种类	297
16.1 触摸屏的应用	295	16.3.2 语音信箱的业务功能	297
16.2 新兴门锁技术系统的应用	296	16.3.3 语音叫醒系统的应用	298
16.2.1 电子门锁技术	296	16.4 视频点播系统的应用	299
16.2.2 指纹锁技术	296	16.5 智能化系统的应用	299
16.2.3 蓝牙技术	296	参考文献	303

第 1 章

前厅部概述

【本章概要】

前厅部是客人进入酒店最先接触的部门，也是离开酒店前最后接触的部门，前厅服务给客人留下第一印象和最后印象，前厅服务的好坏，将影响客人住店期间的感受及其他部门的服务。因此，了解前厅部、认识前厅服务的重要性，是做好前厅服务工作及管理的重要环节。本章主要介绍了前厅部的地位、作用和主要任务；前厅部的组织机构及主要岗位职责；前厅部的业务特点及员工素质要求；前厅部服务与管理的发展及创新等内容。

【学习目标】

- 认识前厅部的重要地位及作用；
- 了解前厅各岗位的工作任务及职责；
- 掌握前厅各项服务的内容及工作程序；
- 了解前厅员工的基本素质要求。

【关键性术语】

前厅服务、预订处、接待处、问询处、行李处、礼宾部、总机、商务中心、大堂副理、接待员、行李员、话务员、问询员、工作职责。

【章首案例】

客人留下了

某天下午六点钟左右，总台来了三位客人，当客人提出要开特价房时，接待员礼貌地告诉客人“对不起，先生，这种房间已售完，您看其他的房间可以吗？”话未说完，客人就不高兴了：“怎么会没有呢，是不是骗我们”，这时接待员耐心地向客人解释：“先生，我们这种房间数量是有限的，每天只推出十几间房作为特价出售，今天是周末，要这种房的客人比较多，一般到了下午这个时候已售完了，假如您提前打电话跟我们预订，我们就可以帮您留出来，不过，您这次的房价可以按贵宾的优惠给您打折，您看怎么样？”

客人有些犹豫，但另外两位同伴已经不耐烦地说道：“不住这里了，到××宾馆去，那里肯定有。”不过这位客人似乎对待员的一番话有点心动，对他的同伴说：“难得小姐这么热情，就住这里算了，不过，说实在的，我最主要的还是觉得这个宾馆客房电话特别安静，没有乱打或骚扰的电话。”最终客人选择了入住本酒店。

这个案例说明不只是前台接待员留下了客人，总机接线员的服务也给客人留下了好印象。的确，酒店总机接线员除了认真做好日常接线工作外，在客房电话控制上下了不少功夫，完全杜绝了那种扰人清梦的骚扰电话，她们的工作也得到了客人肯定。这个案例也从另一个侧面说明我们的服务质量和酒店形象是一个综合的整体，任何一个环节上出现差错或疏忽，都将直接影响到酒店的经营效果，这就要求我们每个岗位都要以出色的工作直接或间接给客人提供优质的服务。

前厅部（Front Office）是酒店对客服务的最前沿部门，是酒店服务的门面，负责对客人的接待工作，代表酒店与客人接触，协调酒店与客人之间的各种关系，是客人进入酒店最先接触的部门，也是客人离开酒店前最后接触的部门，是客人对酒店产生第一印象和留下最后印象的地方，因此，前厅部服务的好坏，直接关系到客人对其他部门服务的认同，对酒店服务的影响较大，重视前厅服务及管理对提高客人满意度有着极为重要的作用。

1.1 前厅部的地位、作用与主要任务

1.1.1 前厅部的地位和作用

1.1.1.1 前厅部是酒店服务的指挥中心

前厅部是酒店服务链的中心环节，并且承担指挥中心的职能。客人在酒店停留期间能否得到良好的安排和服务，各部门之间能否很好地协调合作，与前厅的指挥息息相关。从客人进入酒店开始，前厅部就对每一位客人的相关信息资料进行处理，并根据客人的要求向各部门发布指令，指挥客房部提供客房服务、指挥餐饮部提供餐饮服务、指挥所有相关部门提供相关服务。酒店各部门在前厅部的指挥安排下开展对客服务工作，如果作为指挥中心的前厅部出现了差错，将产生一系列的连锁反应，影响服务效果，因此，前厅部作为服务的指挥中心，责任重大。

1.1.1.2 前厅部是酒店服务的协调中心

前厅部作为协调中心主要有两层意思。一是前厅部是客人与酒店联络的纽带，协调客人住店期间与各部门之间的关系。客人由于对酒店的业务分工并不清楚，当需要服务或遇到麻烦时，不一定能准确无误地找到服务的提供者和问题的解决者，客人习惯找前厅解决所有问题，前厅应为客人协调解决问题。二是前厅部还可以协调酒店各部门之间的服务关系，当客人的要求涉及多个服务部门时，前厅可以在中间进行协调，保证服务的顺利完成，提高客人的满意度。

1.1.1.3 前厅部是酒店服务的信息中心

前厅部作为接待客人的第一部门，可以面对面与客人进行沟通交流，可以收集到有关客人的最为齐全的服务信息并建立客史档案，并及时地将客源、客情、客人需求及投诉等各种信息通报有关部门，共同协调全酒店的对客服务工作，以确保服务工作的效率和质量。同时，前厅部还要收集各种服务信息，如交通信息、旅游信息等，随时为客人提供有效的信息服务。

1.1.1.4 前厅部是酒店宾客活动中心

前厅部在客人心目中是酒店管理机构的代表。客人入住登记在前厅、离店结算在前厅，客人遇到困难寻求帮助找前厅，外出活动经过前厅，团队集中也在前厅，客人感到不满时投诉也找前厅。前厅是客人在酒店中出现频率最高的场所，

作为客人的活动中心，前厅工作人员的言语举止、服务状态将会给客人留下深刻印象。

1.1.1.5 前厅部的辅助决策作用

前厅部是酒店管理机构的参谋和助手。作为酒店业务活动的中心，前厅部能收集到有关整个酒店经营管理的各种信息，并对这些信息进行认真的整理和分析，每日或定期向酒店管理机构提供真实反映酒店经营管理情况的数据和报表。前厅部还定期向酒店管理机构提供咨询意见，作为制定和调整酒店计划和经营策略的参考依据。

综上所述，前厅是酒店的重要组成部分，是加强酒店经营的第一个重要环节。

1.1.2 前厅部的主要任务

(1) 销售客房

销售客房是前厅部的首要任务。客房是酒店的主要产品，也是酒店赢利的主要来源。前厅部推销客房数量的多与少，销售房价的高与低，不仅直接影响着酒店的客房收入，而且影响到住店人数的多少和消费水平的高低，也间接地影响着酒店餐饮、康乐等部门的收入。前厅部在参与酒店的市场调研与市场预测、参与房价及促销计划制定的基础上，配合销售部进行宣传促销活动，主要负责开展客房预订业务，掌握并控制客房出租状况，为宾客办理登记入住手续，安排住房并确定房价，在酒店总体销售计划的指导和管理下，具体完成未预订客房的销售和已预订散客的实际销售手续。

(2) 接待客人

接待客人是前厅部最核心的任务。如果脱离了接待工作，前厅部就不称其为前厅部了。当客人抵达酒店时，前厅部员工为客人提供安排客房、登记入住、行李服务等热情周到的服务，可以让客人倍感亲切，有宾至如归的感觉。

(3) 控制客房状况

作为酒店客房产品的主要销售部门，加强对客房的管理，掌握和控制客房状况，是前厅部极其重要的工作。前厅部必须在任何时刻都正确地显示每个房间的状况——住客房、走客房、待清洁房、待售房等，为客房的销售和分配提供可靠的依据。前厅部及时准确的客房状况可以为销售部提供准确的客房产品信息，有效地提高客房利用率，最大限度地为酒店创造经济效益。

(4) 建立宾客账户

客人抵店时，前厅部首先根据客人的房价要求客人支付押金，为客人建立一套宾客账户，记录客人住店期间的所有消费；客人离店结账时，根据宾客账户的记录进行结账。虽然在一些酒店中，收银结账是财务部门的工作，但是，房价的确定、住宿日期等信息仍由前厅提供，因此，客人抵店时的宾客账户多由前厅建立。

(5) 建立宾客档案

前厅部作为酒店信息中心，掌握着所有到店客人的最完整准确的信息，建立宾客档案可以更好地为客人提供个性化服务，因此，重视宾客档案的收