

经营管理与投资理财丛书

经营者案头工具书



管理者智慧枕边书

酒店管理

必备全书

现代酒店管理实务指南

尹杰 / 编著

JIUDIANGUANLI
BIBEIQUANSHU

■本书全面而又系统地对酒店管理的知识进行了介绍,对世界著名酒店的成功管理经验进行总结借鉴。在详尽阐述酒店管理基础知识的同时,对酒店如何提高竞争力、如何进行品牌建设提出独到的见解,是酒店管理者和员工的必备宝典。

酒店经理
全方位
指导手册



远方出版社

中国旅游饭店业管理

中国旅游饭店业管理

酒店管理

第 1 版

现代酒店经营管理实务指南

第 1 版

JIUDIANGUANLI
JIXINGJIAZHILUN

本书可作为高等院校旅游管理专业及相关专业的教材，也可供从事酒店管理工作的人员参考。



经营管理与投资理财丛书

经营者案头工具书



管理者智慧枕边书

酒店管理

必备全书

现代酒店管理实务指南

尹杰 / 编著

JIUDIANGUANLI
BIBEIQUANSHU

■本书全面而又系统地对酒店管理的知识进行了介绍,对世界著名酒店的成功管理经验进行总结借鉴。在详尽阐述酒店管理基础知识的同时,对酒店如何提高竞争力、如何进行品牌建设提出独到的见解,是酒店管理层和员工的必备宝典。

酒店经理
全方位
指导手册



远方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店管理必备全书 / 尹杰编著. — 呼和浩特: 远方出版社,
2008. 12

(经营管理与投资理财丛书)

ISBN 978 - 7 - 80723 - 363 - 3

I. 酒… II. 尹… III. 饭店—企业管理 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 180959 号

经营管理与投资理财丛书

策 划 / 李伟业 丛书主编 / 李代广

责任编辑 / 李 静

出版发行 / 远方出版社

地 址 / 呼和浩特市乌兰察布东路 666 号

邮 编 / 010010

电 话 / 0471 - 4928108

网 址 / yf@sina.com

印 刷 / 北京雨田海润印刷有限公司

开 本 / 710 × 1000 毫米 1/16 开

字 数 / 6400 千字

印 张 / 400

版 次 / 2008 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

定 价 / 560.00 元 (全二十册)



希尔顿、香格里拉、巴斯饭店集团、喜来登、假日饭店集团、凯悦、索菲特、威斯汀……

这些世界著名的大酒店，是全球上百万家酒店的佼佼者，也是在经营上取得巨大成功的酒店，它们闪光的名字深深地印在世界各地的顾客心中，同时也使更多的顾客对它们产生浓厚的兴趣。

自从我国改革开放以来，长城内外，大江南北，从北京到上海、广州、深圳等一线大城市，甚至到一些二线、三线城市，国际品牌的酒店纷纷入驻，过去那些拗口的洋名，现在也渐渐耳熟能详、不再陌生。据有关统计资料表明：截止 2006 年底，已有 37 个国际酒店管理集团的 60 个酒店品牌进入中国，共管理 502 家酒店。世界排名前十的国际酒店管理集团均已进入中国。管理酒店数量位居前五位的国际酒店管理集团是温德姆、洲际、雅高、喜达屋、万豪，管理酒店的数量分别为 159 家（包括 110 家速 8 品牌的经济型酒店）、69 家、43 家、37 家、31 家。而且在未来几年，国际酒店管理集团管理的酒店数量还将迅速增加。然而，与之形成强烈反差的是，在这些外资洋品牌的顶级酒店在我国如雨后春笋一样出现的同时，在众多顶级知名酒店的行列中，中国自己的民族品牌酒店却寥寥无几。若在其中再要寻找中国的连锁品牌，仿佛更是芳踪难觅。我国本土的酒店前进的脚步却无比沉重。

众所周知，上个世纪八九十年代，中国酒店业曾有过北京建国、上海锦江、南京金陵、广州白天鹅等几面旗帜。然而好景不长，短短十余年间，风光不在！

随着全球经济一体化趋势的加强，世界饭店集团以争夺全球市场为核心的新一轮兼并、收购愈演愈烈。

酒店行业激烈的竞争每天都在全球各地进行着，这是一场没有硝烟的战争，



争夺市场，争夺客源，各个酒店无不用尽浑身解数，力图成为优胜者，在残酷的竞争中，取得长期的优势。这些著名酒店取得成功的奥秘就是先进的战略决策和管理。比如，加拿大的四季饭店集团将目标市场定位为全球高档饭店消费群体，因此运用公司品牌战略清晰地体现了豪华饭店的产品定位，从而使其在全球豪华饭店市场获得了很高的市场占有率。

有效的管理是酒店生命力的源泉，加强酒店的管理刻不容缓。面对酒店行业严峻的竞争形势，我们总结世界著名酒店的成功经验，倾力编写了这本《酒店管理必备全书》，相信书中所述的先进的酒店管理知识，会对酒店管理人员有所帮助，同时对我国的酒店发展，产生一定的影响。

因为编者水平有限，难免存在疏漏之处，敬请广大读者批评指正。

编者

2008年6月于北京



第一章 酒店的部门结构

第一节	前厅部	2
第二节	客房部	12
第三节	管家部	18
第四节	康乐部	24
第五节	餐饮部	43
第六节	采购部	57
第七节	财务部	61
第八节	营销部	66
第九节	工程部	78
第十节	保安部	88

第二章 酒店的前台管理

第一节	总台接待服务	98
第二节	客房预订管理	102
第三节	前台收银管理	106
第四节	客人入住管理	108
第五节	行李服务管理	112



第三章 酒店客房管理

第一节	客房卫生管理	116
第二节	客房安全与检修	119
第三节	洗衣房管理	120
第四节	客房服务管理	123

第四章 酒店的人力资源管理

第一节	人力资源的规划	128
第二节	员工的招聘与配置	132
第三节	员工的培训工作	135
第四节	员工的绩效考评	146
第五节	员工的薪酬管理	148

第五章 酒店的营销管理

第一节	营销部的岗位职责	156
第二节	市场营销渠道策略	157
第三节	酒店市场营销的新概念	173

第六章 酒店的财务管理

第一节	财务部岗位职责	182
第二节	财务部管理制度	186
第三节	酒店财务分析	191
第四节	酒店财务会计核算管理	195
第五节	酒店利润管理	201
第六节	酒店财务收益管理	208

第七章 酒店的工程管理

- 第一节 设备的采购和配置 216
- 第二节 设备的日常维护管理 218
- 第三节 设备的保养维修 222

第八章 酒店的保安全管理

- 第一节 安全保障方针 226
- 第二节 酒店防火管理 231
- 第三节 安全事故处理 235

第九章 酒店的信息化管理

- 第一节 酒店信息化与信息化酒店 248
- 第二节 酒店管理信息系统 250
- 第三节 因特网在现代酒店中的应用 252

第十章 酒店的品牌管理

- 第一节 酒店品牌定位 256
- 第二节 酒店品牌的推广与维护 259
- 第三节 星级酒店的品牌意识 261

第十一章 酒店礼仪

- 第一节 员工谈话礼仪规范 268
- 第二节 电话礼仪 270



第三节	总台服务员礼仪	272
第四节	前厅员工仪容及礼貌	274
第五节	餐厅服务员服务礼仪	276
第六节	酒店客房服务礼仪	278
第七节	酒店电梯驾驶员礼节礼貌	281
第八节	常用涉外礼仪	282
第九节	中国饭店行业服务礼仪规范	286

第十二章 酒店英语用语必备

第一节	酒店英语 100 句	302
第二节	涉外酒店英语对话范例	309

Jiu Dian Guan Li Bi Bei Quan Shu

第一章

酒店的部门结构





第一节 前厅部

一、概况

酒店前厅又称为总服务台，或称为总台、前台等。它通常是设在酒店的大堂，负责推销酒店产品与服务，组织接待工作、业务调度的一个综合性服务部门。酒店前厅是接待客人、推销客房及餐饮、为客人提供各种综合服务的部门。虽然不是酒店主要的营业部门，但对酒店的市场形象、服务质量乃至管理水平和经营效益有着至关重要的影响。前厅在酒店管理中具有全面性、综合性和协调性，是酒店的神经中枢。酒店前厅具体负责的工作主要有客人订房、登记、客房状况控制、客人账务的结算与审核以及前厅综合性业务管理。前厅的工作主要涉及酒店外务部的业务活动。前厅部是给客人留下第一印象的地方，地位十分重要。

前厅部的主要任务有：

1. 推销客房

前台工作内容的一部分是将酒店的产品诸如客房、设施、服务等使客人接受、消费，从而产生收益。目前，我国有相当数量酒店的赢利，前厅部占整个酒店利润总额的50%以上。前厅部推销客房数量的多与少，达成价格的高与低，不仅直接影响着酒店的客房收入，而且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厅、酒吧等收入。

2. 接待客人

总台不仅要接待住店客人，为他们办理住店手续、分配房间和提供咨询等，还要接待其他消费客人和来访客人等。前厅部必须向客人提供优质的订房、登记、邮件、问讯、电话、留言、行李、委托代办、换房、钥匙、退房等各项服务。

3. 为客人提供各种综合服务

包括在机场、车站接送客人，为客人提供行李搬运、出租车服务、邮电服务以及问讯服务等。然后协调各部门解决执行指令过程中遇到的新问题，联络各部门为客人提供优质服务。

4. 控制客房状况

酒店客房的使用状况是由总服务台控制的。准确、有效的房态掌控有利于提高客房利用率及对客人的服务质量。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、待打扫房、待售房等，为客房的销售和分配提供可靠的依据。

5. 负责客房账务

包括建立客人账户、登账和结账等各项工作。建立客账是为了记录和监视客人与酒店间的财务关系，以保证酒店及时准确地得到营业收入。客人的账单可以在预订客房时建立（记入定金或预付款）或者在办理入住登记手续时建立。

6. 收集、加工、处理和传递相关经营信息

包括酒店经营的外部市场信息（旅游业发展状况、国内外经济信息、游客的消费心理、人均消费水平等）和内部管理信息（如开房率，营业收入和客人的投诉、表扬，客人的住店、离店、预订以及在相关部门的消费情况等）。前厅部不仅要收集这类信息，而且要对其加工、整理，并将其传达到客房、餐饮等酒店经营部门和管理部门。

二、前厅部的组织机构

1. 从实际出发

前厅部的设置应该从酒店的性质、规模、地理位置、经营特点及管理方式等实际出发，而不能生搬硬套。例如规模小的酒店以及以内部接待为主的酒店就可以将前厅部并入客房部，而不必独立设置。

2. 精简机构

预防机构臃肿，人浮于事的现象，尤其要注意“因事设人”，而不能“因人设事”、“因人设岗”。但另一方面也要注意，“精简机构”并不意味着机构的过分简单化，出现职位空缺的现象。

3. 分工明确

必须明确岗位人员的职责和任务，明确上下级隶属关系及信息传达的渠道与途径。防止出现管理职能的空缺、重叠甚至相互打架现象。

由于酒店规模大小不同，前厅部组织机构可以有很大区别，这表现在以下三个方面。

①大酒店管理层次多，而小酒店层次较少。如大酒店可能设置前厅经理——主管——领班——服务员四个层次，而小酒店可能只有经理——领班——



服务员三个层次。

②大酒店组织机构内容多，而小酒店内容较少。例如很多大酒店前厅部设有商务中心、车队等，而小酒店却没有。

③大酒店前厅部很多职能分开，由不同的岗位分别负责；而小酒店则可能将其合二为一，甚至合“三”为一，合“四”为一。

考虑到酒店前厅部与客房部的联系极为密切，大多数酒店都将其前厅部同客房部合二为一，称为“客务部”或“房务部”。

三、前厅部的主要任务

前厅部是酒店管理系统中的神经中枢，是酒店和宾客之间的桥梁，是酒店的重要部门。客房是酒店最主要的产品，前厅部通过客房的销售来带动酒店其他各部门的经营活动。为此，前厅部积极开展客房预订业务，为抵店的客人办理登记入住手续及安排住房，积极宣传和推销酒店的各种产品。同时，前厅部还要及时地将客源、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，前厅部自始至终是为客人服务的中心，是客人与酒店联络的纽带。前厅部人员为客人服务，从客人抵店前的预订、入住，直至客人结账，建立客史档案，贯穿于客人与酒店交易往来的全过程。

它的主要工作是：

- ①销售客房；
- ②提供各类前厅服务；
- ③处理及提供信息和资料；
- ④准确地掌握房间状况；
- ⑤联络和协调对客服务。

四、前厅部接待要求

（一）预订服务要求

向客人每天 24 小时提供订房服务，预订单位、个人、天数、人数、电话应详细记录，接受电话预订时，订房员要耐心回答客人的问题，向客人报房价时，必须说明另收的费用，拒绝客人的预订需顾及客人的心理，前台人员必须熟悉酒店的一切服务设施和服务项目。

（二）办理入住手续的服务要求

1. 散客接待：当客人走近前台，应以眼神表示对客人的关注；当客人到达前台须以微笑及和悦的声音问候客人，热情、迅速为客人办理入住登记，全过程要在两分钟内完成，当客人登记完毕，必须感谢客人，并祝客人住店愉快。

2. 团体接待：认真检查到店团队的有关资料，准备好住宿登记表，应详细询问早叫、早餐等时间要求。

（三）客人离店结账服务要求

要热情问候来到柜前的每一位客人，向客人出示住店期间全部费用账单，快速、准确为客人结账，所需时间为一分钟，征求客人对酒店服务的意见；感谢客人入住酒店并祝客人旅途愉快。

（四）电话留言服务要求

前台必须有24小时的电话服务。所有客人打来的电话都要在铃响三声之内给予接听、回答。要有良好的接电话习惯，首先向客人问好，报上自己的岗位，结束前感谢客人的来电，客人住店期间的号码要保密。

前厅部是酒店管理机构的代表。前厅部是酒店的神经中枢，在客人心目中它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，客人感到不满时投诉也找前厅。前厅工作人员的言语举止将会给客人留下深刻的第一印象，最初的印象极为重要。如果前厅工作人员能以彬彬有礼的态度待客，以娴熟的技巧为客人提供服务，或妥善处理客人投诉，认真有效地帮助客人解决疑难问题，那么他对酒店的其他服务，也会感到放心和满意。反之，客人对一切都会感到不满。

前厅部的员工在工作中有一些具体的事项需要注意：

- ①注意使用礼貌用语，如“请”、“您”、“对不起”、“先生”、“女士”等。
- ②时刻提醒自己面带微笑。
- ③要善于在工作中控制自己的情绪。
- ④学会艺术地拒绝。

由此可见，前厅部的工作直接反映了酒店的工作效率、服务质量和管理水平，直接影响酒店的总体形象。

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。



四、前厅部设置的基本标准

前厅部规模的大小尽管受到酒店性质、规模、位置等因素影响，但是，一般酒店前厅规模应该符合以下基本标准。

在西方国家，酒店前厅工作台的高度通常是 1.01 米，宽 0.7 米，过高或过低都不利于前厅的接待工作。此外，酒店大堂的面积也和客房的数量有密切的关系。一般情况下，酒店的主前厅或大堂（包括前厅）的面积按每间客房 0.8 ~ 1.0m² 计算。

五、前厅部的构成及环境

前厅部的装饰、灯光、布置，必须有特色，必须体现酒店的级别、服务特点及管理风格，必须对客人有较强的吸引力，并具备宁静的气氛。更重要的是，前厅部的布局要考虑到酒店经营与管理的需要。

1. 酒店的前厅部应由下列部分构成：

①新颖独特的酒店大门。酒店的大门由正门和边门构成，大门的外观要新颖独特，能对客人有较强的吸引力。酒店的玻璃门要选用厚度、强度、颜色适当的玻璃制作，安装要牢固，防止玻璃落下碰伤客人。玻璃门要有醒目的中英文及图形标志，酒店的店名牌、店徽及星级标志要醒目、美观。

②足够的公众活动区域。前厅的风格、面积必须与酒店的规模和星级相适应，前厅中应有足够的供客人活动的空间。

③与前厅风格一致的柜台。柜台大厅内有多个服务用柜台，柜台的布置必须与前厅总的风格协调一致，必须符合服务的要求。

④齐全的公共设施。大厅内公共设施齐全。应有公用电话，供客人查询有关酒店服务设施位置及时间等信息的电脑。

⑤清洁的洗手间及衣帽间。前厅的洗手间和衣帽间应设有明显的中英文文字及图形标志。洗手间要宽敞明亮，各种用品如手纸、面巾纸、香皂、干手器、小毛巾、擦鞋机等要齐全，洗手间应干净无异味。

2. 前厅的环境

①适宜的光线。前厅内的光线要适宜。前厅内最好通入一定数量的自然光线，同时配备层次、类型各不相同的灯光，以保证良好的光照效果。客人从大门外进入大厅，是从光线明亮处进入到光线昏暗处，如果这个转折过快，客人会很不适应，睁不开眼睛，所以，灯光的强弱变化应逐步进行。要使每位客人

的眼睛都能逐步适应光线明暗的变化,可采用不同种类、不同亮度、不同层次、不同照明方式的灯光,配合自然光线达到上述要求。

②冷暖适宜的色彩。前厅内的色彩对前厅环境有很大影响。前厅内客人主要活动区域的地面、墙面、吊灯等,应以暖色调为主,以烘托出豪华热烈的气氛。而前厅的服务环境及客人休息的沙发附近,色彩就应使用冷色调,这样可以使人能有一种宁静、平和的心境,创造出前厅特有的安静、轻松的气氛,适应服务员工作和客人休息对环境的要求。

③温度、湿度适当,通风良好。前厅的温度要适当,酒店通过单个空调机或中央空调,一般都可以把大厅温度维持在人体所需要的最佳温度,一般是 $22^{\circ}\text{C} \sim 24^{\circ}\text{C}$,再配合以适当的湿度,整个环境就比较适宜了。前厅内人员集中,密度大,人员来往活动频繁,耗氧量大,如通风不畅,会使人觉得气闷,有一种压抑感,应使用性能良好的通风设备及空气清新剂等,改善大厅内空气质量,使之适合人体的要求。

④把噪音降到最低。如噪音过于集中,就会超过人体感觉舒适的限度,使人烦躁不安,容易出错,易于激动和争吵,降低效率。因而在建造前厅时,应考虑使用隔音板等材料,降低噪音。酒店员工工作交谈时,声音应尽量轻些,有时甚至可以使用一些体态语言,代替说话进行沟通。

六、总台服务员推销客房的15个服务技巧

接待旅客与安排旅客住宿是总台服务员的主要任务,熟练的总台服务员能把握旅客的心理,在巧妙的时机将高价的客房出售给旅客。

所以,总台服务员非熟知酒店全部客房不可。客房的南向北向、朝夕照的程度,闹或静等等,一见房号头脑里即应浮起该房的影像,以尽量满足旅客的需求。若总台服务员对客房情形不精通,在旅客面前这个、那个的犹豫不决,客人会以为是“选不好的客房给他”。有时某些顾客会以窗帘及壁纸的色彩不合意要求换房,与家族或朋友一起来的旅客有时要连房,关于这些房间安排的问题,须能于旅客面前详细说明,才算是合格的做法,现将应注意事项叙述如下:

①客满时,应对超额订客的旅客介绍附近旅馆,使旅客对本店有信心,不忘记此种服务将招来更多旅客。

②今日的订房,须于前一天确认。

③确认定房时,不必报给房号,否则房号更换,客人会以为换给他不好的房间,而使第一印象变坏。