

北京市外事服务职业高中教材

北京市外事服务职业高中教材



客房服务

● 张立柱 著

科学普及出版社

北京市外事服务职业高中教材

客 房 服 务

张立柱 著

科学普及出版社

• 北京 •

(京)新登字 026 号

图书在版编目(CIP)数据

客房服务/张立柱著. —北京:科学普及出版社,1994.8

ISBN 7-110-03762-2

I. 客… II. 张… III. 饭店-商业服务 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 05657 号

科学普及出版社出版

北京海淀区白石桥路 32 号 邮政编码:100081

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

李史山胶印厂印刷

※

开本 787×1092 毫米 1/32 印张:8.375 字数:192 千字

1994 年 8 月第 1 版 1996 年 1 月第 3 次印刷

印数:10001~15000 册 字价:8.00 元

目 录

第一章 绪 论

- 第一节 饭店的概念 (1)
- 第二节 饭店的沿革和发展趋势 (5)
- 第三节 饭店的类型和等级 (13)
- 第四节 饭店的服务与机构 (19)
- 第五节 客房部概况 (25)

第二章 前厅部

- 第一节 前厅部的职能 (34)
- 第二节 前厅部的机构设置与岗位职责 (38)

第三章 客房预订

- 第一节 预订的渠道和种类 (44)
- 第二节 预订受理的基础知识 (52)
- 第三节 客房出租率与房价 (59)

第四章 接待和大厅服务

- 第一节 入住接待服务 (67)
- 第二节 行李服务 (73)
- 第三节 其他服务 (81)

第五章 问讯及结帐

- 第一节 问讯服务 (86)
- 第二节 结帐服务 (93)

第六章 房务部

- 第一节 房务部概况..... (102)
- 第二节 客房服务员的礼节礼貌..... (105)
- 第三节 服务员与服务方法..... (112)

第七章 客房基础知识

- 第一节 客房的类型、设备及用品 (119)
- 第二节 客房的布置..... (124)
- 第三节 安全工作..... (128)
- 第四节 宾客投诉..... (133)

第八章 客房服务

- 第一节 客房服务形式..... (137)
- 第二节 客房服务的四个环节..... (141)
- 第三节 日常服务..... (149)
- 第四节 洗衣服务..... (166)
- 第五节 宾客离店前、后的结束工作 (174)

第九章 特别服务

- 第一节 客厅服务..... (180)
- 第二节 团队、会议服务 (188)
- 第三节 针对性服务..... (193)
- 第四节 外出服务..... (197)

第十章 客房清扫

- 第一节 清扫前的准备工作..... (200)
- 第二节 客房清扫..... (206)
- 第三节 公共区域卫生及计划卫生..... (226)
- 第四节 清洁剂的使用..... (230)

第十一章 客房管理知识

- 第一节 外事纪律..... (234)

第二节	钥匙的管理.....	(235)
第三节	楼层各岗位职责.....	(239)
第四节	财产与帐务管理.....	(245)
第五节	客房家具的保养.....	(248)
第六节	地毯的保养.....	(253)

第一章 绪 论

第一节 饭店的概念

一、饭店的含义

饭店亦称为“宾馆”、“酒店”，其必须具备饮食和住宿两项基本功能。随着旅游业事业的不断发展，这两项基本功能已满足不了发展的需要，世界各国的旅游饭店，其中也包括我国一些新老饭店，正在向多功能、多元化方向发展。饭店已成为贵宾、友人、旅游者和过往宾客居住、饮食、洽谈生意、会见、会谈、社交活动、购物和消遣娱乐的场所。在某种意义上讲，饭店沟通了人与人、地区与地区、部门与部门之间的联系。从这个意义上，饭店对于社会经济和文化的发展起到了一定的促进作用。

在世界上许多国家现代化饭店已成为重大社会活动的场所。饭店要承担这样的任务，它必须是一座具有现代化、多功能的综合性群体建筑，是由客房、餐厅、多功能厅、宴会厅、酒吧、影剧院、舞厅、商务中心、购物中心、邮电、银行、车场（库）及健身娱乐厅等部门组成。有些高级饭店还具备接待国际性大型会议的功能，它有各种类型的会议厅、豪华套房、总统套房和室内花园。这些饭店集食、住、行、旅游、购物、娱乐、通讯和商务于一体，能满足不同类型客人的需求。同时，饭店又是一个缩小了的“城市”，有人称饭店为一个小社会，是许多行业高密集型的综合体。

二、饭店在旅游业中的地位和作用

旅游饭店是旅游业“三大支柱”中的重要组成部分。

旅游饭店为国内和国际旅游者提供住、食、行、乐和旅游、购物等方面的综合性服务,是度假旅游者的舒适之家和康乐中心,是商业旅游者和商业集团的贸易活动场所和洽谈中心。

(一)旅游饭店的建设是接待能力的标志

一个国家的旅游饭店建设数量的多少,是衡量这个国家旅游业发展程度的重要标志。饭店数量的多少,标志着它接待旅游者数量的多少,饭店数量多,接待游客就多,反之,则少。要发展旅游业,就要建饭店。但是,建旅游饭店要和旅游业“三大支柱”中的“航空公司(包括地面交通)”、“旅行社”相互协调,而不能盲目地多建饭店。

1992年,北京有旅游饭店203家,共接待旅游者174.8万人次。

1992年全国接待来华旅游者达3811.61万人次,比1991年增长14.3%;其中外国旅游者400.65万人次,比1991年增长47.8%;华侨16.51万人次,比1991年增长23.7%;港澳3262.62万人次,比1991年增长10.4%;台湾131.83万人次,比1991年增长28%。

从以上数字可以看出旅游饭店在接待能力上所起的重要作用。而北京在1988年旅游饭店只有114家,接待能力还不到100万人次。

(二)旅游饭店是外汇收入的重要源地

旅游饭店的外汇收入,是非贸易收入的一个重要来源。它与出口贸易换汇相比,有着明显的优势。饭店的外汇收入,是旅游者用于住、吃、购物、娱乐等方面的支出。这种通过旅游者

在饭店就地消费而获取外汇收入的方式,实际上是一种就地“出口贸易”,这种换汇率,要大大高于外贸出口的换汇率。

我国 1992 年旅游业共收入 39.5 亿美元,超额 31.7%,比 1991 年增长 11.05 亿美元,增长幅度为 38.9%。1992 年收入突破 10 亿美元的地区有:北京 10.76 亿美元,广东 10.81 亿美元。

从这些数字可以看出旅游饭店在换取外汇收入中的重要作用,如果没有旅游饭店,就没有旅游者,也就没有外汇收入。

(三)解决就业的途径

为了满足旅游者的住、吃、购物、娱乐等方面的需求,就要向旅游者提供多方面的服务。这个服务,有直接为其服务的旅游饭店的从业人员,还有大量间接为其服务的其他行业的人员,这就为社会提供了一大批就业人员,这也是它的社会效益之所在。

饭店人员的比例数都是以客房为基数,即每个房间比例数为 1:1.2; 1:1.5; 1:2.0; 1:2.2。一个饭店直接就业人数的计算是:

公式——直接就业人数=客房总数×比例数。如某饭店有客房 1000 间,共需要多少员工? 如按 1:2.0 的比例计算是:

$$1000(\text{间}) \times 2.0 = 2000(\text{人})$$

这个饭店直接就业人数为 2000 人。

间接就业人数,一般每个房间为 4.5~5 人。同样是这个饭店,间接就业人数可达 4500~5000 人。如按 1:2.2 计算,那么,直接就业和间接就业人数会更多。

三、饭店工作的重要性

饭店的服务工作是整个外事工作的重要组成部分,而外事工作又不同于一般性的服务工作,承担外事服务工作的饭店,在某种意义上说是国家的脸面和对外宣传的窗口,服务得好与坏,对外具有很大的影响。1970年,周总理曾对饭店服务工作指示:“外事工作无小事。”可见饭店服务工作的重要。

在我们接待的宾客中,既有各国的富商巨贾,也有各国的元首,既有名流贵客,又有普通旅游者。他们的社会地位不同,对我们国家的认识、印象各异,尤其是对我国改革开放以来的巨大变化,更是了解甚微,这就需要通过我们的服务工作来积极发展我国同世界各国人民的友谊和经济、文化、外交等友好往来。因此接待外宾的服务工作既平凡又光荣,而且它的政策性、政治性都很强。服务态度的好坏,服务质量的高低直接关系到国家的荣誉,这就要求服务人员要做到优质服务。因为宾客与饭店服务人员接触的时间和次数较之从事其他工作的人员长而且频繁,宾客通过我们的举止、言行、着装、仪表和彬彬有礼的服务,可以了解我国人民的精神面貌,还能充分体现出我国是一个文明礼貌、热情好客的国家。他们把看到的中国的巨大变化带回去,扩大我国的对外宣传。这对增进我国人民与世界各国人民的友谊,为饭店吸引更多的“回头客”,为国家赚取更多的外汇,具有重要的意义。

第二节 饭店的沿革和发展趋势

一、北京饭店的兴起与发展

北京饭店是北京较早出现的一家现代旅店,从它的建立和发展可以看到我国的旅游饭店正在向多功能现代化方向迈进。1900年6月,八国联军侵入北京。就在这年冬天,有两个法国人,邦扎(Banza)和佩拉蒂(Peiladi),在现在的苏州胡同南边路东,开了一个三间门面的小酒馆。小店虽然不大,生意却很兴隆。1901年又搬到了东单菜市场西边,并且正式挂上了“北京饭店”的招牌。那时的北京饭店,还是中国旧式的三合院。前院是三合房,东厢房是酒柜,西厢房是客厅,北上房是餐厅。在后院开了二十多间客房,成了吃、住齐全的正式饭店。

意大利人卢苏经营了北京饭店两年,于1903年,在东长安街王府井南口(即现在北京饭店东大楼的旧址),买了一片房子,把饭店迁到那里,还想盖一个五层楼的高级饭店,但是五层大楼只盖了一层就停工了,这时卢苏把北京饭店卖给了中法实业银行。中法实业银行建成了五层红砖楼的北京饭店,并于1905年开业。这时,北京饭店有了48间上等的正式客房。

1917年,中法实业银行又在红砖楼房的西边盖了七层法式楼房并开始营业,二至六层是客房,共105间,首层为大堂、餐厅、行李房、订房、结帐房。

1954年,在北京饭店西边扩建了一栋八层大楼和大型宴会厅,房间有235间,总建筑面积达55000平方米。

新中国成立后,北京饭店于1973年3月破土动工,进行

了第二次扩建,建起了现在的东大楼,在1974年国庆节前交付使用。大楼共23层(地面以上20层,地下3层),高出地面90米,占地8652平方米,总建筑面积88000平方米,有客房583间。

现在的北京饭店由东、中、西三座大楼组成,大小厅堂共有44个、客房900间,成为北京的一座现代化的饭店。

二、我国饭店发展简史

旅游业是一个综合性行业,旅游活动包含食、行、住、游、购、乐六个要素。但只有住,即提供旅游者住宿的饭店(旅馆),才是旅游的标志。因此可以说旅馆史是最可靠的旅游史。我国是个文明古国,传说早在4000多年前就有了旅馆,当时称为“逆旅”。逆,是迎的意思;旅,是指客人,包括商人及其他行旅之人。逆旅就是迎接客人之所。

饭店或旅馆在中国古代有过各种名称,如驿传、驿站、客舍、客馆、邸店、客栈、旅店等。驿站在刚出现时,接待的是信使和邮卒。秦汉以后,扩大了接待范围,有过往官员,也有商旅。唐太宗曾下诏令在京城为朝覲官员建造“邸第”300余所,全国设驿站1639所。宋代旅馆更多,汴梁和其他城市的繁华地区,大小旅店林立。宋代张择端所作名画《清明上河图》真实地描绘了北宋宣和年间都城汴梁(今开封)东门内外,在春光明媚的清明时节,商贾行旅辐辏、茶楼酒肆林立的景象。明、清两代旅店、客栈更是遍布城乡各处,多不胜数。

在19世纪末至20世纪初,我国出现了现代饭店。随着帝国主义的入侵,外商的大量涌入,在我国大中口岸城市相继兴建了许多规模较大和设备先进的饭店,并设有餐厅和酒吧。我国北方称之为大饭店,南方称为大酒店,是专门为帝国主义官

商和达官贵人服务的。如北京的六国饭店(正义路南口)、北京饭店、天津的利顺德饭店、上海的礼查饭店、广州的万国酒店等。

1927 年以后,在北京、上海、西安、青岛等大城市和一些风景区都兴办起一批专门接待中外旅游者的招待所,共有 23 家之多。与此同时,我国的一些沿海城市也相继建起了一批高层的现代化的旅游饭店,如上海的国际饭店、广州的爱群酒店。

解放后,随着我国国民经济的恢复和发展,对外交往的扩大,饭店在企业性质、职工地位、服务对象等方面都发生了根本的变化,旅游饭店有了一定的发展。在 50 年代后期,在全国各省的省会和风景游览胜地,建立了一些大饭店,这些饭店主要承担接待外宾的任务,它对我国的对外交往起了重要作用,也是解放后我国饭店发展史上的一个重要时期。

党的十一届三中全会以后,在改革开放政策的指引下,我国的饭店业也有了较快的发展。为了适应旅游业的发展和需要,对一些原有的老饭店进行了改造,兴建了一批标准高、规模大、设备先进、设施齐全的现代化饭店。

三、世界饭店发展史

饭店业在商品生产出现之后就开始出现并有了较快发展。商品交换刺激了人们进行贸易和旅游活动。由于外出活动,住宿的需求是必不可少的,所以就出现了适应这种要求的最早的饭店。最原始的设施是极为简单的客栈,大约在古希腊和罗马时代就已存在。

从饭店兴起到现在已有 200 多年的历史了。英国最早使用旅店(hotel)这个词是在 1760 年,它的意思是按照每日、每

周出租房间。后来它逐渐改变了这种只为旅客提供住宿的传统服务模式,开始设立多种服务项目和服务设施。直到19世纪,饭店管理才开始向正规化发展。世界饭店发展大体上经历了客栈时期、大饭店时期(19世纪后半叶)、商业饭店时期(20世纪初)、新型旅馆时期(本世纪后半叶)四个时期。

1. 客栈时期

主要是指19世纪以前出现的一些为一般旅行者服务的小客栈。主要是为旅游者提供一些简单食品、饭菜和简陋的铺位、卧房。

2. 大饭店时期

19世纪后半叶出现了一些专为富有者和特权阶层服务的大饭店。当时最著名的是德国的巴登别墅。

3. 商业性旅馆时期

从本世纪初出现的一批饭店,其主要接待对象不单纯是旅游者和特权阶层,而主要客源是相当数量的商人,这便是商业性旅馆时期。

4. 新型旅馆时期

这是本世纪后半叶出现的综合性饭店。其特点是进行多种经营,既满足旅游者住宿、就餐的需要,又有会议厅、办公室、购物、娱乐、保健等场所为客人服务(见表1-1)。

四、饭店发展趋势

为了更好地经营管理饭店,了解饭店发展的趋势是很重要的。

(一) 竞争的趋势

饭店之间的竞争主要是对客源的竞争。众多的饭店去争夺有限的客源,必然会产生饭店之间的竞争,而这种竞争越来越

越激烈。表 1-2 是北京饭店业的发展状况。

表 1-1 世界饭店发展四个时期

时 期	投资者的兴趣	主要租用者	功 能	经营方针
客栈时期	慈善事业	宗教徒及 经商旅游者	住宿、 膳食、安全	社会性 义务
大饭店 时 期	显示社会 声誉、地位、 名望	皇室贵族 特权阶层	食、宿、安全 社交	迎合贵族 的兴趣
商业性旅 馆时期	追求利润	商务旅游者 纯旅游者	食、宿、安全 社交、贸易	考虑经济 效 益
新型旅馆 时 期	以盈利为目 的,国民福利	旅游者和商 务旅游者、当 地居民	除以上功能 外,还是当地 的政治、经 济、文化教育的 活动中心	考虑经济 效益经营 多 样

表 1-2 北京饭店业发展状况

时 间	饭店数量	客 房 数	床 位 数	接待人数
1988 年	114 家	2.67 万间	5 万张	107.8 万人
1990 年	134 家	3.6 万间	7.4 万张	150 万人
1992 年	203 家	5.4 万间	超过 10 万张	174.8 万人

如果 1992 年仍按 1988 年平均开房率 82.7% (而 1990 年为 62%~65%) 计算,那么只需要客房 3.56 万间就足够了,这就意味着还有 1.84 万间客房闲置。为使饭店的客房少闲置,饭店之间就产生了竞争。

饭店之间的竞争,应是在饭店经营管理、服务态度、服务质量等方面的竞争,而不应利用不正当的竞争方法达到吸引客源之目的。

(二)联合的趋势

饭店业是旅游业的主体与核心,它的高盈利、高收入的特点引起了国际饭店业之间的激烈竞争。出于竞争的需要,饭店行业出现了国际饭店的垄断组织——饭店集团或饭店联号。

国际饭店集团的出现,使国际旅游市场和饭店业都发生了极大的变化,它垄断了整个客源市场,而各个饭店集团又都有自己的市场信息和预测系统,根据旅游市场的变化,旅客的需求信息,及时调整经营战略,使自己保持稳定的客源市场。目前,世界十大饭店集团见表 1-3。

表 1-3 世界十大饭店集团

国家和地区	饭店集团名称	拥有饭店数量(座)	客房总数(间)
美国	“假日”饭店集团	1740	312426
美国	“喜来登”饭店集团	447	118584
美国	“拉马达”饭店集团	613	95198
美国	“希尔顿”饭店集团	240	85392
英国	“特拉斯特堡”饭店集团	804	24568
巴尔干	“旅游”饭店集团	658	61207
美国	“霍华德·约翰逊”饭店集团	515	60390
美国	“国际优质”饭店集团	446	53437
美国	“马里奥特”饭店集团	115	48408
法国	“地中海俱乐部”饭店集团	169	46871

除此以外,国际上有知名度的饭店集团还有 100 多个。比如:英国的帝国集团饭店联号;日本的王子饭店集团;加拿大的太平洋饭店集团,四季饭店集团;日本的新大谷饭店联合有限公司,日航发展公司附属饭店公司。

饭店集团出现后,隶属于某个集团的饭店都采用了集团本身的管理体系,使饭店的经营管理更加制度化、规格化、程序化、标准化、等级化。为了使我国旅游饭店达到国际水平,1987 年我国也相继成立饭店集团。全国级饭店集团成员共 70 余家,其中著名的有:中国联谊饭店协会集团,华龙饭店集团,友谊旅游饭店集团,东方饭店集团,锦江饭店集团,北京饭店集团等。中国喜来登饭店集团的成员共有六家:长城饭店、上

海华亭宾馆、天津喜来登饭店、桂林喜来登饭店、西安喜来登饭店、山海关喜来登饭店。

(三)推陈出新的趋势

在80年代初,我国对在解放前和解放后兴建的一批大中型饭店进行了改建和扩建,更新了设备,增添了设施,强调用经济手段管理饭店,逐步实现企业化,在国民经济中取得了较大的经济效益。同时,还利用合资的形式,兴建了一批规模大、标准高、设备先进、设施齐全和实行科学管理的现代化饭店。这些饭店建筑形式新颖别致,公共设施齐备完善,室内装饰高雅、设备豪华,设有空调、音响系统、烟雾报警器、闭路电视、直拨国际长途电话,使用电脑实行科学管理。有的饭店还设有中庭、旋转餐厅、观光电梯、室内花园、游泳池、健身房、购物所、商务所等,一应俱全。在吸取外国先进技术的基础上,结合我国的特点,兴建了一批既有中国园林建筑特点、风格又有民族特色的饭店和度假村。这些饭店建筑别致,环境优美,格调高雅,设备先进,具有民族风格和地方特色,能给人留下美好深刻的印象。

(四)提高员工素质的趋势

为了提高员工的素质,各个饭店加强了对员工的培训。具体的措施如下。

1. 饭店成立培训部门

成立培训部并配备专职培训人员。培训部与一线部门的经理共同研讨,制定相应的培训计划,落实培训内容,由店外聘请教师和店内专业教师负责授课。同时,培训与考核、评估、升级相结合,经过培训统一了服务程序、操作规程、服务标准,提高了员工的服务意识。

2. 组织培训班