

现代饭店管理丛书

现代饭店



康乐经营与管理

林清波 吴俊伟 陈秀忠

暨南大学出版社

·现代饭店管理丛书·

现代饭店 康乐经营与管理

林清波 吴俊伟 陈秀忠

34680/p

暨南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

现代饭店康乐经营与管理/林清波, 吴俊伟, 陈秀忠. —广州:
暨南大学出版社, 1998.11
(现代饭店管理丛书)
ISBN7-81029-622-1

I. 现…

II. ①林…②吴…③陈…

III. 行业管理与组织

IV. F402.3

出版: 暨南大学出版社 (广州·石牌 510632)

排版: 暨南大学出版社照排中心

印刷: 广东省东莞市印刷厂

发行: 新华书店

开本: 850×1168 1/32

印张: 7

字数: 18 万

版次: 1998 年 11 月第 1 版

印次: 1998 年 11 月第 1 次印刷

印数: 1—5000 册

定价: 12.00 元

内容简介

康乐服务业在现代饭店经营中，起着越来越重要的作用。

本书为中国第一部系统介绍现代饭店康乐经营与管理方法的指导书。它详细分析了康乐经营的地位、作用和特点，着重介绍康乐管理的方法、各部门的规章制度、运作，以及公关促销活动，极具操作性，是现代饭店康乐服务业管理的指导书。

编委会名单

主 编 郑向敏

副主编 林清波 许慕韩

编 委 林清波 吴俊伟 郑向敏

肖洪根 魏丽华 许慕韩

陈 江 薛志荣 王 晖

《现代饭店管理丛书》总序

在旅游学科理论研究不断深入和世界管理操作实务全面细化的同时，理论界与社会对旅游学科建设，学科理论的建立与完善，旅游企业宏、微观管理与理论应用等层面提出了更高的要求。为适应学科理论建设与管理实务的要求，我们结合理论教学和社会实践活动中的理性认识和感性认识，结合理论研究和经验总结，在宏观与微观、理论与应用等层面上编写了这套丛书。

这套丛书，内容既涉及到理论研究中的宏观管理问题，也涉及到实践应用中的微观管理层面，研究的范畴既涉及到基础理论的应用，也涉及到操作性极强的管理实务。丛书中的《现代饭店无形资源管理》大胆地触及了基础理论研究中的宏观管理的新范畴，有所创新，有所突破；《现代饭店筹备手册》首次总结了现代饭店管理中的新、老问题，为饭店经营管理者提供了一个模式；《现代旅游（饭店）专业英语》突破了传统专业英语以情景对话的编写模式，采用较为宽广、更为专业化的编写方式，以满足高层次旅游（饭店）专业英语教学与自学的需要；《现代饭店康乐经营管理》从更微观、更细化的角度系统地论述和分析了现代饭店康乐管理的理论与实务；……

旅游学科建设在理论研究和实践应用中不断积累、发展和完善。旅游学科中的理论研究需要现代工作者不懈的探索、大胆创新、不断突破；实践应用需要管理者长期积累、系统总结、勇于

挖掘。基于此目的，我们编写了这套丛书，奉献给读者，期望得到读者和同仁的批评与指正。

郑向敏

1998.5 于华侨大学

前 言

随着旅游业的发展，消费者需求的不断扩大，现代饭店的服务已经逐步向综合化、多元化的方向发展。以食、宿作为饭店主要营业部门的传统方式已经成为历史。作为现代饭店市场中的一种消费需求，康乐服务已经一改作为传统饭店“装饰品”的小角色，而成为现代饭店中的营业大户。在现代饭店的星级评定、饭店规模、档次衡量、经济创益等方面，康乐服务已经占有越来越重要的地位和作用。

康乐管理在现代饭店的经营管理中属于新的课题。由于现代饭店中的康乐种类繁多，服务项目独特，业务经营与管理面广而复杂，因而使现代饭店康乐（部）的管理有别于饭店其他部门而具有一定程度的独立性。如何根据现代饭店康乐部门的业务特点和管理特点，对现代饭店康乐（部）的经营管理进行全面、系统的理论阐述，对饭店康乐部门的实际运作进行分析和指导，充分发挥康乐在现代饭店中的作用，已成为现代饭店管理者所关注的问题。有鉴于此，本书在理论阐述中，从康乐的产生与发展入手，对现代饭店中康乐项目的类型与活动方式、经营与管理、公关与促销等方面进行全面系统的论述；在实际运作的分析中，对现代饭店康乐部的组织机构与岗位工作职责、康乐服务标准、服务程序等内容进行了归纳与分析。

作为现代饭店康乐管理范畴中的一部新作，作者力图使本书

具有一定的理论性和实践指导性。因此，在本书的章节编排和内容的处理上，既注重理论的科学性和系统性，又强调实际运作的务实性和指导性，力求系统而不繁琐，讲理论而又联系实际。

由于作者水平有限，错误之处在所难免。敬请读者不吝赐教。

作者

1998年4月18日

目 录

总 序	(1)
前 言	(1)

第一章 现代饭店康乐概述

第一节 康乐的产生与发展	(2)
第二节 康乐在现代饭店中的地位与作用	(7)
第三节 康乐项目的类型及活动方式	(11)

第二章 现代饭店康乐部的组织机构及各岗位工作职责

第一节 康乐部的组织机构	(32)
第二节 康乐部岗位工作职责和人员的 构成与要求	(42)

第三章 现代饭店康乐的服务标准与服务程序

第一节 康乐服务的基本要求	(60)
---------------------	------

第二节 康乐的服务标准	(63)
-------------------	------

第四章 现代饭店康乐部经营管理

第一节 康乐组织运行与管理的特点	(104)
第二节 康乐管理的基本原则	(105)
第三节 康乐管理的方法	(116)
第四节 康乐管理的制度	(124)
第五节 康乐经营项目的确定与价格制定	(156)
第六节 康乐设施设备管理	(175)

第五章 现代饭店康乐的公关与促销

第一节 康乐的公关活动	(184)
第二节 康乐的推销活动	(192)
第三节 康乐俱乐部会员制	(196)

第一章

现代饭店康乐概述

“康乐”的涵义可以从字面上得到直接的解答。康乐的内容主要包括：健身体育活动、休闲消遣活动、娱乐活动、文艺活动、声像活动、美容活动等。它涉及到时装、健美、卫生、审美趣味、心理、体育等方面的知识，因而它成为一个内容十分广泛的涉及社会科学、自然科学有关领域的“边缘科学”。

“康乐”是具有现代意识的旅游新观念，对于日益都市化的现代人来说，康乐尤其是消除身心疲惫、调节心理、平衡生活的主要途径之一。康乐消费成为人们消费意识中的一个重要内容，成为人们的一种自觉行为。

现代旅游饭店不仅要满足客人吃、住、行、游、购等方面的需求，还要满足客人健身与娱乐等方面的需求。同时，随着社会康乐消费意识的普遍提高，饭店的“康乐中心”或“康乐部”便成了继客房、餐饮等部门之后重要的前厅营业部门。随着我国饭店同国际饭店业的接轨，康乐部门完善与否成为高星级饭店的标志之一。本书介绍的现代饭店康乐经营与管理知识，同时适用于现代饭店康乐中心和独立的康乐企业。

第一节 康乐的产生与发展

一、康乐的起源与俱乐部的发展简史

可以认为，康乐与旅游在历史上就是紧密相连的。早期的人们在满足基本的吃、住与基本生存需求的同时，自然地寻找舒适的生活乐趣，以调适心理，增进身心健康。最早可以追溯至奥林匹克运动会初期，人们就确立了体育健身活动作为集会、庆典的方式，并逐渐地将之列于当地的文化盛事和都市旅游的重要范

畴。随着经济、文化、社会的发展，康乐活动已经成为人们生活的一个重要组成部分。

有一类说法是人们参加俱乐部的迫切要求也许可以追溯到原始人，或他们的祖先时期，即直立行走的类人猿离开森林以后，它们发现生存下去就必须联合起来。人们聚在一起形成俱乐部，除了相互取得生活乐趣之外，还可以保护共同利益，获得社会上和经济上的好处。这种说法也许可以体现俱乐部最初、最深层的涵义。

俱乐部这个词意义广泛，可按种类分为：集邮俱乐部、桥牌俱乐部……我们此篇所要论述的“俱乐部”是作为“接待业里一个特殊的也是最为普遍的范畴，即提供餐饮、文娱节目、康乐设施，是趣味相投的人互相交往的媒介”。最早的城市俱乐部可以追溯至15世纪初期英国的“好伴侣俱乐部”，如今英国的俱乐部多半是从英国城市和体育俱乐部发展而来。1758年在苏格兰创建的圣安德鲁皇家古老高尔夫俱乐部被认为是高尔夫之家，而且是乡村俱乐部的原型。

19世纪以来，城市和乡村俱乐部已形成美国接待业中的一个相当大的组成部分。

在美国，参加俱乐部主要目的是希望得到较高的社会地位，如参加了乡村俱乐部，就可以廉价地到一个精美的高尔夫球场或游泳池去玩，还可以较廉价地享受高档的菜肴。

现今，在都市里新型的俱乐部，其目的，主要是饮酒及消遣。

无论什么形式的俱乐部，其共同的特征都是“具有一定的基本康乐餐娱设施，都具有消闲、交际的功能，参加的人都具有共同的兴趣”。

在英文当中，“俱乐部”一词意味着分摊费用。早期的俱乐

部并不关心经营的经济效益,采取会员制,由会员交纳一定经费维系其生存。随着社会的发展,现今的俱乐部或多或少地都带有一定的赢利性色彩。

在现代西方人眼里,高级的饭店应该是一个包罗万象、应有尽有的小社会,在饭店里足不出户,便可以享受到社会上各方面的乐趣。

为了迎合这种需求,在西方国家旅游饭店里率先设立了康乐中心或康乐部。从此,现代康乐事业就得以迅速发展与壮大,传统康乐项目如网球、台球、棋牌等随着社会物质文明和精神文明的迅速发展而不断完善与提高,新的康乐项目如桑拿、按摩、模拟高尔夫球、保龄球、动感电影等随着科技的发展而得以不断开发。

二、康乐的发展现状

随着社会的进步,科学、交通、文化的发展,尤其是体育、工艺、旅游的蓬勃发展,康乐旅游成为消费大市场已经是客观事实。

在欧美、日本,康乐旅游发展普遍。英国每年出国进行高尔夫球旅游的达 300 万人次,德国每年约有 500 万网球爱好者到各地旅游。1995 年,日本有 150 万人出国打高尔夫球。在我国,钓鱼爱好者从 1988 年的 3000 万人发展到 1994 年的 7000 万人;高尔夫球场从 1984 年一家发展到如今的 30 多家;保龄球从 1985 年的不足 700 道发展到 1996 年的 8000 多道,投资于康乐项目和经营康乐活动企业迅速增加。

康乐行业作为一门行业,在欧美、日本等经济发达国家已走过了年轻阶段,迈向成熟发展阶段,领导着世界康乐新潮流。这些国家的康乐产业,项目开发能力强,表现为:项目开发速度

快、周期短。据不完全统计,目前西方社会的康乐项目已达 80 余种。康乐设施设备水平高而先进,目前普遍流行的保龄球生产设备质量标准被国际社会认可的有美国 AMF、BRUNSWICK、加拿大的 MENDES。西方欧美国家,康乐项目设计水平高,康乐项目推广普及率高,已形成一门“康乐文化”——“康乐活动非剧烈和文明特点使康乐场所逐渐成为一个文化交流集聚地”。

我国的康乐行业是随着 80 年代初社会开放而起步的,尽管发展水平较低,但发展速度相当快。表现在:

1. 康乐设施与场所数量大幅增加

目前,全国已开业近 20 个高尔夫球场,尚有几十家高尔夫球场正在建设;仅福州市区内,桑拿由 1989 年的 4 家发展至 1998 年达到 300 余家。

2. 康乐设备与项目日益丰富

国际上先进的日光浴、蒸汽浴、水力按摩、大型游乐园、模拟游艺机等国际先进康乐设施场落户我国。社会上一些专项经营企业已日益增多,我国传统文化娱乐项目也得以光大发扬。如中医按摩、足底按摩、茶艺馆等。

3. 参与康乐活动的人们越来越多

随着人们物质生活水平提高,以及双休日的实施,人们的康乐消费层次普遍增强,日益发展壮大的康乐行业为人们提供一个良好的休闲环境,使得参与的人们越来越多。

4. 经营康乐项目的主体扩大

过去的康乐项目主要由高级星级饭店经营,现在成立许多专营或主营康乐项目的机构,丰富了人们的文化精神生活,也加强了社会行业竞争,为饭店康乐经营带来新的挑战与机遇。

尽管康乐项目发展很快,我国现代康乐发展状况仍然存在许多问题:

(1) 起步晚，水平较低。

(2) 康乐设施有限，分布不均。绝大多数的康乐设施集中在北京、上海、广州、深圳及东部沿海经济发达的地区，集中在一些宾馆、饭店内。

(3) 康乐项目收费仍偏离社会普遍消费水平，普及面有限。绝大部分的康乐项目对于广大工薪阶层及农民来说，仍是一种“贵族性活动”，不能作为生活当中不可缺少的内容。

(4) 康乐经营管理水平较低。

(5) 康乐消费意识观念有待提高。

总体上，我国康乐事业仍属一项朝阳产业。社会的发展，人们生活水平的提高和世界上独一无二的庞大市场，均为康乐企业的生存发展提供了广阔的空间。

因而，认真学习西方先进管理经验，完善经营管理，我国康乐事业就一定会获得迅速、健康、有序的发展。

三、康乐旅游的发展前景

有人预测，康乐旅游将成为继股票热、房地产热之后的又一个全国性热点。

事实上，人们已具备了可支配收入与可支配时间这两个基本要素，“花钱买健康”已成为一种消费意识，康乐活动正在成为人们的自觉行为。康乐行业的持续发展，康乐企业经营水平的提高，康乐经营管理人才的成熟，康乐产品制造企业的茁壮成长，康乐行业管理政策的逐步完善，均为康乐事业发展提供了肥沃的土壤。现在，人们追求更高层次的健身、休闲、娱乐的精神生活已成为可能。

网球场、游泳池、保龄球馆、棋牌、歌厅、卡拉 OK 厅、舞厅、电子游戏等以前存在于宾馆、饭店，属于“中产阶级”生