



教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

FanDianGuanliGailun

饭店管理概论

吕宛青 主编 苏丽春 副主编

中央广播电视大学出版社

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

饭店管理概论

吕宛青 主 编

苏丽春 副主编

中央广播电视大学出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店管理概论 / 吕宛青主编. —北京: 中央广播电视大学出版社, 2007. 1

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

ISBN 978 - 7 - 304 - 03784 - 0

I. 饭… II. 吕… III. 饭店 - 企业管理 - 电视大学 - 教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 014863 号

版权所有, 翻印必究。

教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材

饭店管理概论

吕宛青 主 编

苏丽春 副主编

出版·发行: 中央广播电视大学出版社

电话: 发行部 010 - 58840200

总编室 010 - 68182524

网址: <http://www.crtvup.com.cn>

地址: 北京市海淀区西四环中路 45 号 邮编: 100039

经销: 新华书店北京发行所

策划编辑: 李 朔

责任编辑: 张 轶

印刷: 北京集惠印刷有限责任公司

印数: 0001 ~ 4000

版本: 2006 年 12 月第 1 版

2007 年 1 月第 1 次印刷

开本: 787 × 1092 1/16

印张: 14.5 字数: 330 千字

书号: ISBN 978 - 7 - 304 - 03784 - 0

定价: 20.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

前言

进入 21 世纪以来,在世界经济全球化发展的同时,中国旅游业更显蓬勃生机。饭店业作为旅游业的重要组成部分,在呈现快速发展的同时也面临着更加激烈的市场竞争。市场竞争与相互合作并存,大众化与个性化凸现,这些特点从理念、方法、手段、过程等方面对饭店业提出了更高更新的要求。为实现我国饭店业的成长和发展,跻身于瞬息万变的旅游市场,迫切需要一大批拥有一定理论知识又有丰富实践技能的饭店管理和服务的 application 型人才,以适应新时期我国旅游业发展的需要。

广播电视教育是我国高等教育的重要组成部分,它的根本任务是培养适应我国经济、生产、建设、管理和服务第一线需要的在德、智、体、美各方面全面发展的应用型、职业型、操作型专门人才,强调所培养的学生必须在掌握必要的基础理论和专业知识的同时,还应该掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能。因此,为适应我国广播电视教育发展的需要,使广播电视教育继续成为我国专业性人才的培养基地,我们在广播电视大学“人才培养模式改革和开放教育试点”的框架下,在中央广播电视大学的指导下,根据广播电视大学旅游专业旅游管理方向、酒店管理方向教学计划的要求,编写了适用于该专业学生使用的文字教材《饭店管理概论》一书。

本书根据广播电视大学学习者学习条件差异较大,在职学习,年龄结构多样化,自学为主等特点,把饭店管理划分为职能管理和业务管理两大主题,从三个篇章围绕着现代饭店管理理论、饭店计划与组织管理、饭店营销管理、饭店人力资源管理、饭店财务管理、饭店前厅管理、饭店客房管理、饭店餐饮管理、饭店康乐服务管理、饭店安全管理、饭店设备管理等方面进行了系统的介绍。其基本特点有四个方面:一是学习媒体的多样性。酒店管理概论课程采用文字教材、录像教材和 IP 课件三种媒体。文字教材(54 学时)采用合一式编写方式,全面、系统、通俗易懂,便于自学;录像教材(4 学时)是文字教材的重要补充,运用现场实景、图表、实证资料等手段进行表现,并有利于对文字教材的消化、理解;IP 课件(6 学时)主要以各篇章为单位,对各篇章重点、难点进行讲解,解答学习自测题,公布期末考核说明等。二是系统性。本教材

基本上概括了专科阶段所必需的知识,通过该教材和课程的学习,有助于学生了解和掌握现代饭店管理的基本理论和方法。三是实用性。本教材各章开头都附有学习目标、学习建议,各章末都附有小结、关键名词以及一定数量的复习思考题和案例分析题等。案例分析题包括两种类型,一种是点评式案例分析题,旨在为学生提供一种回答问题的思路和方法,一种是问题式案例分析题。四是针对性。本教材针对电大教与学分离、地区差异大、自学为主等特点进行编写,在内容上力求顾及到学习者的需要。从总体上看,本书力求反映广播电视教育人才培养模式改革和开放教育的特点和方向,反映当前教学的新内容,突出基础理论知识的运用和实践技能的培养,强调贴近“岗位”,淡化“学科”,兼顾理论和实践,避免“全”而“深”的面面俱到,致力于培养学生的综合素质和创新能力。本书既可作为高职高专旅游管理专业的教材,也可作为饭店中高层管理人员的培训教材,还可作为旅游管理专业教师和学生的参考读物和饭店从业人员的业务参考书。

本书由云南大学工商管理与旅游管理学院吕宛青教授担任主编,并参与本书前言、第6章的编写;云南广播电视大学苏丽春副教授担任副主编,并参与本书第1、2、3、12章的编写;云南财经大学于千千副教授参与本书第4、9章的编写;云南广播电视大学李艳副教授参与本书第10、11章的编写;云南广播电视大学杨丽娥博士参与本书第5、7、8章的编写。

在本书编写过程中,得到了云南大学、昆明大学、云南财经大学等单位的支持。云南大学工商管理与旅游管理学院杜靖川教授参与审定了本书的编写大纲,昆明大学黄继元教授为本书做主审,云南师范大学徐光泽教授、云南大学工商管理与旅游管理学院仇学琴副教授也参与了本书的审定工作。在书中还应用了一些学者、专家的观点和成果,在此一并表示诚挚的谢意,并将参考书目列在本书末,以示查证。

由于资料和研究局限,加之编写时间紧张,本书的体系框架以及内容编排难免有不足之处,敬请各位同行与读者批评指正。

编者

2006年12月于云南大学

目 录

第一篇 饭店概论

第1章 饭店概述	(1)
第一节 饭店的含义	(2)
第二节 饭店业发展的历史沿革	(9)
第三节 饭店等级制度	(13)
第2章 饭店管理基础理论	(18)
第一节 饭店管理概述	(19)
第二节 饭店管理基础理论	(23)

第二篇 饭店职能管理

第3章 饭店组织与计划管理	(33)
第一节 饭店组织管理	(34)
第二节 饭店计划管理	(41)
第4章 饭店市场营销管理	(53)
第一节 饭店市场营销概述	(54)
第二节 饭店市场营销环境分析	(57)
第三节 饭店宾客消费行为分析	(60)
第四节 饭店市场细分、目标市场的选择和市场定位	(63)

第五节 饭店营销策略	(66)
第 5 章 饭店人力资源管理	(75)
第一节 饭店人力资源管理概述	(76)
第二节 饭店人力资源的开发与利用	(80)
第三节 饭店人力资源的激励	(87)
第 6 章 饭店财务管理	(91)
第一节 饭店财务管理概述	(92)
第二节 饭店资金管理	(94)
第三节 饭店成本费用管理	(103)
第四节 饭店营业收入和利润管理	(106)
第五节 饭店财务分析	(111)

第三篇 饭店业务管理

第 7 章 饭店前厅管理	(117)
第一节 前厅管理概述	(118)
第二节 预订与接待业务管理	(121)
第三节 前厅日常服务管理	(125)
第四节 前厅客账及信息管理	(128)
第 8 章 饭店客房管理	(134)
第一节 客房管理概述	(135)
第二节 客房清洁业务与公共区域卫生管理	(138)
第三节 客房服务与安全管理	(141)
第四节 客房设备与物品管理	(146)
第 9 章 饭店餐饮管理	(152)
第一节 饭店餐饮服务概述	(153)
第二节 餐饮服务管理	(156)
第三节 菜单设计	(162)
第四节 厨房业务管理	(165)

第五节 饭店餐饮卫生与食品安全管理	(167)
第10章 饭店康乐服务管理	(172)
第一节 现代康乐服务管理概述	(173)
第二节 饭店康乐服务项目的经营决策	(179)
第三节 饭店康乐服务与管理	(182)
第11章 饭店安全与危机管理	(188)
第一节 饭店安全管理概述	(189)
第二节 饭店安全管理	(194)
第三节 饭店危机管理	(198)
第12章 饭店设备管理	(204)
第一节 饭店设备概述	(205)
第二节 饭店设备管理概述	(207)
第三节 饭店设备管理的基本环节	(212)
参考文献	(221)

第一篇 饭店概论

1

第 1 章

饭店概述

通过本章的学习，你应该做到

1. 重点掌握饭店产品的含义、特点及分类
2. 重点掌握中国饭店业星级制度
3. 掌握饭店在旅游业中的地位、作用
4. 了解世界饭店业和中国饭店业的发展历史
5. 了解世界饭店等级制度

学习建议

为了使同学们对饭店有个基本的认识，在本章学习过程中建议同学们结合教材内容到当地一家四星级或五星级饭店参观考察，对星级饭店有一个初步的感性认识。同时，关于饭店业发展现状的分析可以结合录像课第一讲《世界饭店业发展概述》进行学习。

第一节 饭店的含义

一、饭店的概念及功能

饭店(hotel)一词源于法语,原指贵族在乡间招待贵宾的别墅。后来,英、美等国也沿用了这一名称来泛指所有商业性的住宿设施。在我国目前对住宿设施尚无统一称谓,经常使用的称谓有饭店、宾馆、酒店、旅馆、山庄、度假村、大厦等等。由于我国国家旅游局作为行业主管部门将现代饭店、宾馆、酒店等统称为旅游涉外饭店,简称为旅游饭店,所以本书选用了“饭店”这一规范的名称。那么,我们这里所要认识的饭店是指经政府部门批准,通过运用土地、资金、设备、技术、劳动力等生产要素,从事饭店服务产品的生产和销售活动,满足宾客旅居生活和社交活动的各种需要,以获取社会效益和经济效益为目的服务企业。

饭店作为一种服务企业,应具备以下基本条件:

- (1) 饭店建造、经营须经政府有关部门批准。
- (2) 饭店是由一座或一群建筑物组成的旅游服务接待设施,具有为宾客和社会各界提供住宿、餐饮、娱乐等服务的综合服务功能。
- (3) 饭店是以获取社会效益和经济效益为目标的经济实体,具有法人地位,自主经营,自负盈亏。

饭店的基本功能是一种住宿服务设施,即饭店无论简陋奢华,必须具有住宿服务功能,否则便不能称为饭店,这也是饭店区别于其他类型服务企业的主要特点。饭店的现代功能是随着社会的变化和宾客的需要,逐步建立和完善起来的,也可以是豪华高档、功能齐全,具有住宿、餐饮、娱乐、购物、商务、休闲等服务功能的大型综合设施。而形形色色的各种不同规模、类型、等级,不同经济成分、不同经营形式的饭店企业组成了一国一地的饭店业。

由于旅游饭店代表了我国饭店业中的较高水平,因此,本书是以目前经营管理及服务比较领先的星级饭店为参照,来研究我国饭店业的理论与实践。

二、饭店在旅游业中的地位和作用

旅游业是以旅游资源为凭借、旅游服务设施为条件,向旅游者提供一系列旅游服务的行业。饭店是旅游服务设施的基本构成因素,是旅游者的“家外之家”,与旅行社、旅游交通一起,被称为旅游业的三大支柱,是旅游业经营活动必不可少的物质条件,因而是旅游业的重要组成部分。在旅游服务体系中,饭店业是构成旅游业的基本要素之一,与旅游景区、旅行社、交通等组成旅游服务体系。一个国家或地区只有拥有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的重要环节,各个要素既互相联系,又互相促进,缺一不可。饭店在旅游业中的地位和作用主要体现在以下几个方面。

(一) 饭店是旅游者进行旅游活动的物质保证

饭店是旅游者食宿等基本生活的物质承担者。旅游者外出旅游,其基本生活条件——食宿等通常都由饭店提供,饭店是旅游者游览观光或商务活动的生活基地,是旅游者旅游活动能够持续进行的物质保证。

(二) 饭店业是创造旅游收入的重要行业

饭店业是创造旅游收入的重要来源。国内外统计资料表明,饭店业收入一般都占旅游业总收入相当大的比例。国外旅游者不仅食宿在饭店,而且还在饭店内购买旅游产品和进行其他消费,为饭店带来大量的外汇收入。

(三) 饭店业是创造就业机会的重要部门

饭店业是提供服务为主的行业,是一种劳动密集型的行业,为了满足宾客的需要,饭店必须雇用很多员工以保证每天24小时运转。国外有关研究表明,近年来新增的劳动就业人口中,每25个人中就有1人就职于饭店。目前,全球饭店客房数与员工人数的比率大约为1:1,这一比率表明了饭店行业在提供就业机会方面所起的重要作用。

(四) 饭店业是一个国家和地区旅游接待能力的重要标志

饭店的发展水平,标志着接待国旅游事业的发展水平,也反映了一个国家国民经济的发展水平及其社会的文明程度。饭店的实施完善与否、设备水平的高低和服务质量的优劣,不仅影响着旅游者的旅游经历和体验,而且还影响着它对一个城市、一个地区,乃至一个国家的总体形象的评判。与此同时,饭店也是当地居民、政府机关、企事业单位举行各种活动的重要场所,通常还成为一个城市、地区的对外窗口,是反映一个国家和地区旅游接待能力的重要标志。

(五) 饭店业在带动相关行业发展方面具有相当大的“乘数效应”

饭店业的发展必然会直接和间接地拉动和促进国民经济其他部门的发展。饭店在营运的过程能够带动一系列行业共同发展,如通讯、水电、交通、食品、商业、金融、建筑等,从而间接地提供大量就业机会,使相关行业获得收入,具有相当大的“乘数效应”。

(六) 饭店业是改革开放的先导及各地经济发展的窗口

中国饭店业的形成和发展本身就是改革开放的产物,而饭店业的发展不仅带来了新的文化和新的生活方式,而且带来了新的管理观念和管理制度,所有这些对各地改革开放又都起到了重要的推动作用。一个地区、一个城市的饭店业构成了当地投资环境的重要组成部分,其发展水平在一定程度上标志着该地改革开放的水平,直接影响客商对当地投资环境的认可程度,因而也是各地经济发展的窗口。

毋庸置疑,饭店不仅在旅游业中起着举足轻重的作用,而且在整个国民经济中占有越来越重要的地位。

三、饭店产品及其特点

饭店是饭店产品生产和交换的基本单位。

(一) 饭店产品的含义及构成

1. 饭店产品的含义。产品一般是指用来交换的劳动产品。尽管饭店生产也采用原材料—产品—销售这一基本模式,但饭店产品的主要内容是服务,这就使饭店产品与一般产品相比具有自己的特殊性。

饭店产品是指宾客或社会大众所感受到的、饭店提供的能够满足其需要的场所、设施、有形产品和无形服务的使用价值的总和。即饭店产品由实物产品(各种有形实物及设备设施、环境等)和劳务服务(服务态度、技术技能等)组成,不仅能满足宾客物质方面的需求,而且能满足宾客精神享受方面的需求,其中实物产品起着劳动服务销售的载体作用,劳动服务通过实物产品得到充分发挥并实现其价值。

2. 饭店产品的构成。饭店产品的构成可以从宾客的角度和饭店的角度两方面来进行认识。

一方面,从宾客的角度讲,饭店产品是一段住宿经历,它由三部分构成:

(1) 物质产品:宾客实际消耗的物质产品、饮料等。

(2) 感觉上的享受:它是通过住宿设施的建筑物、家具、用具等来传递的。宾客通过视觉、听觉、嗅觉领略物质享受。

(3) 心理上的感觉:宾客在心理上所感觉到的利益,例如地位感、舒适感、满意程度、享受程度等。

宾客在饭店这段住宿经历质量的好坏,主要取决于饭店产品的物质形态,如建筑物、家具、部件、食品、饮料以及其无形形态,即提供的各种服务,也取决于宾客主观的经历和看法。

另一方面,从饭店的角度讲,饭店产品是饭店有形设施 and 无形服务的综合,其构成主要有:

(1) 饭店的位置。饭店所处的位置,指它与机场、车站的距离,周围的风景环境,距游览景点和商业中心的远近等。这些都是宾客选择饭店的重要因素。饭店只要能充分利用现有的优势向宾客推销,往往就能吸引宾客,取得较佳效果。饭店的位置没有绝对性,但不能忽视的一个问题是位置的好坏还与经营成本密切相关。

(2) 饭店的设施。饭店设施指饭店的建筑规模,如饭店的各类客房;各类别具特点的餐厅;娱乐中心,包括保龄球、歌舞厅、卡拉OK厅、游泳池、桑拿浴室、健身房等以及公共的休息场所、卫生间等。还包括饭店提供服务与管理所必要的其他设施设备,如必要的电梯、自动消防系统、闭路监控系统、停车场等。齐全的设施也是推销饭店产品的重要条件。

(3) 饭店的服务。服务是饭店产品中最重要的组成部分之一,也是宾客选择饭店的主要依据。饭店的服务包括训练有素、端庄大方、懂得礼仪、恭敬待客的服务员,操作熟练、动作轻盈利落、主动热情、善为宾客处理意外情况的现场管理员,以及能够提供讲标准、流

利的国际语言,不厌其烦地解答宾客的问讯,千方百计为宾客排忧解难,使宾客感到安全可靠的服务。良好的服务,应该说是饭店产品中量为重要的部分。

(4) 饭店气氛。气氛是宾客对饭店的一种感受。气氛取决于饭店设施设备条件,更取决于饭店员工的服务态度与行为。现代化装饰的豪华设施,中国民族风格的(古色古香、园林风格)饭店建筑,配上不同格调、不同档次的壁画、艺术品,错落有致花草布置,以及与这些相适应的服务员的传统服饰打扮,对各国宾客都将有特殊的吸引力。

(5) 饭店的形象。饭店的形象是社会及其大众对饭店的一种评价或看法。饭店通过销售与公关活动在公众中所形成的良好形象,涉及饭店的历史、知名度、经营思想、经营作风、产品质量与信誉度等诸多因素,是最有影响的活广告。

(6) 饭店的价格。价格也是饭店产品的组成部分之一,是宾客选择饭店的重要标准之一。饭店的价格不仅体现饭店产品的价值与真实水平,也是饭店形象与产品质量的客观反映。

(二) 饭店产品的特点

饭店和其他各类企业一样是一个独立的营利性经济组织,除了具备经营上的自立性、组织上的完整性、经济上的独立性及对外关系上的法人地位等基本条件之外,饭店还有着与其他企业不同的特点。

1. 饭店产品的综合性。住宿服务是饭店产品的基本形态,但随着行业规模的扩大和市场需求的多样化,饭店还同时提供饮食、娱乐、购物、交通、商务、会议、休闲度假等一系列服务,饭店产品的综合性的特点表现在饭店既可满足宾客对物质的需要,也能满足宾客对精神的需要,更能满足他们对社交的需要。

2. 饭店产品的享受性。饭店是借助服务设施向旅游者提供服务为主的劳动密集型企业,无论饭店的设施有多么先进,其功能的传递都必须经过服务人员来完成,许多服务是无法用机械化或半自动化替代的。宾客的享受需求是现代需求的主要表现,饭店产品的享受服务特点是其与一般商品和服务之间的主要区别所在。游客对饭店的需求不仅仅是简单的物质需要,更主要的是对饭店产品的精神享受需求,这种享受在满足游客多方面需要和追求的同时,也充分表现了饭店产品和服务人员的高水平技能。

3. 饭店产品的文化性。在世界经济一体化的同时,文化日益显示出其地方化和特色化的特征。饭店既是一个企业物质文化、精神文化和制度文化的体现,也是一个国家或者地区、城市文化的浓缩和载体。饭店产品的文化性是建立在饭店外在形象与内在机制有机统一的基础上的,体现在饭店经营管理和服务的方方面面,饭店服务的各个细节都蕴涵着自身的文化内涵。在饭店中,游客可以体验和领略到不同的文化精华。如具有东方特征的住宿设施和文化就会对国外游客产生极大的吸引力;而地方性的餐饮则会引起国内外游客的关注,等等。

4. 饭店产品的无形性。饭店的产品主要以出售服务为主。例如宾客入住了饭店,他所购买的并非是房间,而是依托房间所提供的一系列的客房服务。因此,饭店是通过有形的实物产品为基础来提供优质、完善的服务以实现产品的核心价值的。而服务是看不见、摸不到的,是无形的。这一特点致使饭店产品在销售前是很难让宾客检验到产品的特点和质量,那

么宾客在选择饭店时,就主要是以饭店的声誉为依据。所以饭店必须重视维护饭店的信誉和品牌,尽可能让饭店无形性有形化。

5. 饭店产品的不可储存性。饭店不可能像商场那样把当日未能销售完的商品放入仓库里等到以后销售出去,因为饭店的客房当天未能销售出去,其这一天的客房价值就未能实现,也就意味着饭店丧失了一天的客房收入,并且永远不能得到补偿。饭店产品的这一特点造成了饭店应付需求波动的局限性和被动性。所以饭店,特别是淡、旺季明显的饭店必须制定完善的市场销售计划来开辟饭店的客源。

6. 饭店产品生产和消费的同步性。一般产品的生产、销售和消费过程是分离的,生产者和消费者不直接接触,而饭店产品的生产、销售和消费过程则是同时或几乎同时进行的,并且不可分离。也就是说,饭店提供的服务性产品,这一产品不可能先生产出来,再通过销售渠道送出销售和消费,相反饭店的产品的生产销售和消费过程是通过服务员在与宾客面对面的交往中完成的。所以,饭店服务人员不仅要掌握生产产品的熟练技能,还应该具备一定的推销技能。

7. 饭店产品的无专利性。饭店能够申请专利的只是饭店的名称及标志,饭店无法为创新的客房、餐饮以及服务方式申请专利,因此,新产品或新服务方式容易被模仿,使创新失去优势,出现各饭店产品雷同。这样,一般宾客缺乏固定在一家饭店消费的动力,大多数饭店产品的品牌忠诚度较低。这一特点要求饭店管理者要充分理解宾客需求,在饭店管理过程中能够不断创新,保持饭店产品的竞争优势,提高宾客的品牌忠诚度。

8. 饭店产品质量评定的困难性。饭店的服务产品的好坏不能简单得像其他实物商品一样用机械或物理性能指标来衡量,因为饭店服务受人的因素影响较大。首先是宾客,由于宾客个人背景和特点不同,那么他们对服务的要求也就不尽相同,所以,宾客对服务质量感受往往带有较大的个人色彩;另外一个原因就是来自于服务人员本身。由于生产和消费的同步性,这就造成了服务人员在提供服务时,很容易受到服务人员内心情绪的影响;而且服务人员对一些无法量化或标准化的服务理解是不一样的,如常说的“体贴入微”的服务。所以饭店为了保证饭店产品的质量,饭店应在充分了解饭店宾客的要求时,加强提高饭店从业人员的文化修养和职业技能。

饭店产品的这些特点,给饭店的经营管理带来了特殊性,从而决定了饭店管理必须有一套科学的、系统的、独特的管理方法。

四、饭店的分类

饭店分类有两大目的:一是有利于营销,能使饭店明确所处市场的推销对象,也能使宾客在选择饭店时有明确的目标;二是便于比较,一家饭店经营结果的好坏,要与同一类型的饭店相比才显得有意义。

(一) 按饭店客源市场分类

1. 综合型饭店。综合型饭店是指同时接待观光游览、商务、会议、度假等宾客的饭店。

为适应各种类型宾客的需要,综合型饭店一般功能齐全并能提供全方位的服务。在中国,这类饭店大多数是旅游业发展过程中较早出现的饭店,通常在当地承担主要接待任务。目前中国各地中小城市中以此类饭店为主。

2. 商务型饭店。商务型饭店是指主要为从事商贸活动的宾客提供住宿、餐饮及商务服务的饭店。这类饭店大多位于城市中心或商业区,宾客以商务旅行者为主,住宿时间相对较长。为了适应商务宾客的需要,商务饭店不仅要求设施富丽堂皇,而且要求服务水平高、服务质量好、设备设施先进完备,特别是商务所需的设备设施必须一应俱全。

3. 休闲度假型饭店。休闲度假型饭店主要以接待休闲、度假及娱乐的旅游者为主,大多数位于海滨、山区、温泉、森林、湖岸等自然环境优美、气候宜人的地区,开辟各种娱乐体育项目如滑雪、骑马、狩猎、垂钓、划船、潜水、冲浪、高尔夫球、网球等等活动来吸引游客,这些活动的质量往往是一个度假型饭店成功的关键。

4. 会议展览型饭店。会议展览型饭店主要是为各种展销会、大型博览会、国际会议、经贸洽谈会等提供会议展览场所、住宿及餐饮等综合服务的饭店。会议型饭店一般设在大都市和政治、经济中心或交通方便的游览胜地,不仅要求舒适方便,而且要有各种必须配备的会议设备,接待国际会议的饭店还要求具备同声传译装置等,同时还要求有良好的会议服务。

5. 观光游览型饭店。观光游览型饭店是指以接待旅游团体游客为主的饭店。这类饭店主要分布于旅游城市,以旅游团体为主要客源对象。观光游览型饭店的管理和服务相对来说比较规范,但这类饭店受客源的制约较大。随着客源市场的变化,此类饭店逐步向综合型饭店过渡,纯粹的观光游览型饭店目前已不多见。

6. 康复疗养型饭店。康复疗养型饭店是指以提供康复疗养服务为主的饭店,通常多以疗养院、干休所等形式出现。目前一些大中型城市的边缘地区也出现了现代康复疗养型饭店,这些饭店集康复疗养和休闲健身于一体,充分注重人们的疗养与健身,使人们在繁重的工作之余得以修身养性。

(二) 根据饭店规模分类

按照饭店规模大小,国际上通常将饭店划分大型饭店、中型饭店和小型饭店三类。

1. 大型饭店。一般指拥有500间以上标准客房,服务项目较齐全,设施比较豪华的饭店。通常大型饭店都是豪华饭店,随着世界旅游业的快速发展,许多中小型饭店也不断扩大规模而成为大型饭店。

2. 中型饭店。一般指拥有300~500间标准客房的饭店。这类饭店设施齐备、精良,服务项目齐全,价格适中合理,是一般旅游者较喜欢选择的饭店。

3. 小型饭店。通常指拥有标准客房数在300间以下的饭店。但不同地区、国家也常有不同标准。

(三) 根据饭店等级分类

全世界有近100种等级评定系统,不同的国家和地区采用的等级标准不同,用以表示级别的标志与名称也不一样。目前,世界上通用的饭店等级制定与表示方法大致有以下几种。

1. 星级制。把饭店根据一定的标准分成的等级分别用星号“★”表示出来,以区别其等级的制度。比较流行的是五星,星级越高,设施和服务越好。

2. 字母表示法。许多国家将饭店的等级用英文字母表示,即A、B、C、D、E五级,A为最高级,E为最低级。有的国家采用五级制,但用A₁、A、B、C、D五个字母表示,A₁为最高级。

3. 数字表示法。用数字表示饭店等级的方法,最高级一般采用豪华表示,继豪华之后由高到低依次为1、2、3、4,数字越大,档次越低。

(四) 根据饭店计价方式分类

1. 欧式计价饭店。欧式计价饭店指饭店客房价格仅包括房租,不含食品、饮料等其他费用。世界各地绝大多数饭店均属此类。

2. 美式计价饭店。美式计价饭店的客房价格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仍属此类。

3. 修正美式计价饭店。此类饭店的客房价格包括房租和早餐以及午餐或晚餐的费用,以使宾客有较大的自由安排白天活动。

4. 欧陆式计价饭店。欧陆式计价饭店的房价包括房租及一份简单的欧陆式早餐即咖啡、面包和果汁。此类饭店一般不设餐厅。

5. 百慕大计价饭店。此类饭店的房价包括房租及美式早餐的费用。

(五) 根据饭店企业形式分类

1. 独立经营饭店。独立经营饭店指由个人或企业、组织独立拥有并经营的单个饭店企业。其特点是单独、分散地存在于各个城市和地区,独立进行营销活动和管理活动,不以任何形式加入任何经营管理联盟,也不属于任何饭店集团。独立饭店的经营管理相对较为简单,协调容易。但在饭店行业竞争激烈的今天,独立经营饭店在与规模庞大的饭店集团的竞争中日益显得势单力薄。

2. 饭店集团。饭店集团,又称为联号或连锁饭店,是指拥有或管理两家以上的饭店,这些饭店使用统一的店名、店标,统一的管理模式和服务标准,进行联合经营的企业。简单地说,饭店集团是指以经营饭店为主的联合的经济实体。饭店集团的经营方式一般有:直接经营,指饭店集团直接投资建造饭店或购买、兼并饭店,然后由饭店集团经营管理。饭店集团既是经营者,又是管理者;委托经营是饭店集团或管理公司,依据与饭店所有者签订的委托管理合同对饭店进行经营管理并负全部责任;租赁经营是饭店集团通过签订租约、缴纳固定租金的形式,租赁业主的饭店,然后由饭店集团作为法人对其进行经营管理;特许经营是以特定的形式将出让方含有知识产权性质的名称、商标、技术和系统支持等转让给受让方,使受让方迅速获得较高的知名度和一定的经济效益。出让方只提供饭店经营所需的品牌、设备设施标准、服务标准、销售网络和开拓方面的帮助,不负责受让饭店日常业务的具体操作,从而保持受让饭店经营管理和财务的独立性。

3. 饭店自联组织。饭店自联组织指由大批独立拥有、独立经营的饭店企业出于营销等

共同目的自愿参加组成的饭店联合组织，目的是对抗大饭店公司的竞争。自联组织的饭店在保持各饭店产权独立、自主经营基础上，实行统一订房、质量标准 and 公认的标识，并进行联合宣传、促销和互送客源。

4. 饭店企业集团。饭店企业集团指同时经营本公司品牌饭店及其他品牌饭店并从事其他行业经营的公司，实际上是一种联合大公司或多种经营公司。此类公司近年来通过收购兼并规模迅速扩张，改变了国际饭店业的面貌。

为了迎合大众旅游的需要，在许多旅游业发达的国家还出现了各种各样的辅助旅游住宿设施。这些辅助设施包括露宿营地、度假村、共管公寓、活动预制住宅等。其中有些在中国已经使用，有的尚待开发。

共管公寓就是由多人共享产权的一种住宿设施，即某投资者建造一所住宅后将其按公寓单元出售给个人，购买了公寓产权的个人可以自己使用，或委托共管公寓的管理者出租给他人，产权人分享利润。共管公寓通常配有整套生活设施及公用的娱乐、健身设施，适宜家庭使用，因此常常是产权人的第二住宅。共管公寓的另一种经营方式称为分时多产权或时间分享法，即投资者出资兴建后，其他人可按时段购买其中若干公寓的产权，时间可以为一周、一月、一年、五年或更长时间，允许本人不使用时出租给他人。

第二节 饭店业发展的历史沿革

一、世界饭店业发展历史与现状

食宿设施是人类旅行活动的产物，相传欧洲最初的食宿设施始于古罗马时期，其发展进程经历了所谓古代客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期等阶段，其间几经起落，几经荣衰。第二次世界大战以后，欧美各地旅游业迅速发展，饭店业进入了现代新型饭店时期，至20世纪60年代，已出现了不少在世界各地拥有数十家甚至上百家企业的大饭店公司，形成了庞大独立的饭店行业。

（一）古代客栈（11世纪~18世纪）

客栈时期是指从11世纪到18世纪之间的时期，其中以15世纪至18世纪较为盛行，并以英国和法国的客栈最为发达，许多客栈所在地成为当地的社会、政治与商业活动的中心，有些则演变为后来的大城市。

客栈，英国称 inn，美国称为 tavern，一般是指位于乡间或路边的、主要供过往宾客寄宿的小客店，是现代旅游饭店的雏形。早期的客栈，从设施上看，规模小，设备简陋，一般是一幢大房子内设几间房间和床铺，旅客往往挤在一起睡；从服务上看，客栈仅提供过往旅客的吃饭和住宿服务，并且价格也十分低廉；从经营上看，客栈都是单家独户经营，宾客住宿的房舍往往就是家庭住宅的一部分，也无需专门的管理和服务人员。