



高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系

前厅客房服务与管理

Qianting Kefang Fuwu Yu Guanli

(第三版)

孟庆杰 唐飞 编著

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



© 孟庆杰 唐飞 2007

图书在版编目 (CIP) 数据

前厅客房服务与管理 / 孟庆杰, 唐飞编著. —3 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2007. 9

(高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 097 - 1

I. 前… II. ①孟…②唐… III. ①饭店 - 商业服务 - 高等学校: 技术学校 - 教材②饭店 - 商业管理 - 高等学校: 技术学校 - 教材
IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 124579 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连金华光彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm 字数: 330 千字 印张: 17

2007 年 9 月第 3 版 2007 年 9 月第 17 次印刷

责任编辑: 许景行 王纪鑫 责任校对: 那 欣

封面设计: 张智波 版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 097 - 1

定价: 26.00 元

编写委员会

顾 问

杜 江

主任委员

刘 住

副主任委员

谢彦君 许景行

委员（以下按姓氏笔画排列）

马 勇 孙子文 吕建中 杨哲昆 郑旭华

周振东 党金学 梁 智

总 序

如今，中国的旅游管理教育已经走过了二十年的历程。二十年，对于人生而言，可以说已经走近成熟了，然而，对于一个学科的发展来说，这么短的时间恐怕只能孕育学科的胚芽。万幸的是，这二十年不同于历史进程中的一般二十年。由于我们坚持了改革开放的政策，我们的视野由此而得到扩展，我们的信心由此而得到强化，我们的步伐也由此而得以加快，所以，虽然只有二十年，但在中国的教育园地和学科家族中，旅游管理经过有效的分化和发展，已经形成了学科体系的基本雏形。如今，旅游管理专业把中等职业教育作为起点，并有了高职高专、普通本科和研究生教育（包括硕士和博士研究生教育）。这样完整的教育层次系统，展示了旅游管理教育发展的历程和成果，同时也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题，其中最重要的一点，就是如何在不同的教育层次和不同的教育类型上对教育目标和教学模式进行准确定位。当旅游管理高等教育领域中开始出现职业教育这种新的教育类型时，这一点就尤其显得突出了。

在我国改革开放后得以重建的高等教育体系中，向来注重的是学科教育，一直没有给高等职业教育以足够的重视。困扰教育家们的问题似乎不是学科教育和职业教育的关系问题，而是在学科教育体系中如何区别普通专科与本科、研究生教育的层次和定位问题。二十多年的教育实践证明，人们在这三个层次上所作出的定位努力没有得到应有的效果；相反，在几乎所有的专业领域，都或多或少地存在着一种倾向，即专科教育仅仅是本科教育的简单压缩，而研究生教育仅仅是本科教育的有限延伸。这种状况导致了人才培养的低效率，也由于人才规格的错位而造成了人才使用上的浪费，甚至引起社会用人单位与教育机构之间在这个问题上的矛盾。

正是由于存在着这种带有普遍性的问题以及解决这种问题的动力，我国高等教育近年来的改革在这方面才有了比较大的突破：高等普通专科教育向高等职业教育转轨。这种转轨使高等职业教育在一定程度上提高了层次，引起了社会各方面的重视，从而使高等职业教育成为高等教育体系中的重要类型。高等职业教育的登堂入室，创造了一种有效的社会氛围，也反过来促使普通专科教育不得不重新审视自己所一贯坚持的教育思想和教学模式，正视自己所面临的问题，并抓住历史的机遇。换言之，普通专科改弦更张的内力和外力都已经具备了。这种转型，是一种全方位

的转换,而不是局部的调整,它涉及培养目标的重新定位、教学模式的重新选择和教学条件的有效变更。从培养目标上来看,高等职业教育将更加突出人才规格的专业技能性和岗位指向性;从教学模式上看,要着力体现专业设置的职业性、教学内容的实用性和教学过程的养成性;从教学条件上看,必须实现教学主体的双元化(即产业部门和教育部门的有效合作)、教师队伍的“双师身份”,并拥有完备的实训手段。只有在以上几个层面实现全面转型的基础上,高等职业教育才能培养出合格的人才。在这方面,德国的双元制教学模式、加拿大的以能力培养为中心的CBE教学模式、澳大利亚的TAFE职业教育模式及国际劳工组织的MES(职业技能模块组合)教学模式,都有值得我们借鉴的东西。

然而,比较发达国家的高等职业教育实践,我国的高等职业教育近几年来并没有完全摆脱传统的学科教育模式的束缚,有的专业领域的高等职业教育与原来的普通专科教育相比,可谓换汤不换药。目前的旅游管理专业高等职业教育在很大程度上就是这样一种情况。中国在旅游管理专业实行高等职业教育是在全国职业教育工作会议召开后,与其他一些专业同时步入职业教育领域的。由于中国旅游管理专业的普通高等教育二十年来所追寻的教育模式也一直是学科教育的模式,由于人们对旅游管理高等职业教育的性质认识不清,由于整个社会还不能建立起对旅游高等职业教育的有效支持机制,由于转型后的普通专科院校在实施职业教育时缺乏相应的软件和硬件条件,甚至由于一部分高等职业教育机构的办学动机错位等原因,脱胎于这种背景的职业教育,就自然难以脱离学科教育的定式,难免出现教育的低效率状况。其结果是导致这样一种局面:当前的旅游管理专业的高等职业教育不过是由一些“新生的”或“转型的”教育机构承办的传统的学科教育的翻版。这种翻版在教师的知识背景、教学设计的结构安排、教材的选择和使用及实验室建设等方面都有所体现。这种教育模式的后果,不仅仅是教育资源的浪费和学生受教育机会的丧失,而且也是旅游产业发展机会的丧失。

解决这个问题,实际上是一个系统性的工程,非一朝一夕所能奏效。高等职业教育思想的改变,教师的培养,尤其是全社会的职业教育体制和机制的建立和完善,都需要一个过程。但是,这里也有可以马上做起的工作,那就是教材的建设。

教材是教育实施过程的重要载体之一。尽管教材建设也同样需要有成果的积累,但在一定情况下,教材建设的先进性、前瞻性和科学性是可以实现的。尤其是第二次世界大战以后发达国家在旅游教育领域所积累的经验,如职业教育和普通学科教育间的差别以及实现这种差别教育的制度性建设,在职业教育领域已经取得的多方面成果,在职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面形成的认识,在教材建设中所探索出的先进经验等,这些都可以成为今天我国旅游专业高等教育发展的基本参照和经验宝库。东北财经大学出版社现在推出的这套旅游与饭店管理专业高职高专教材,正是在这种认识和思想主导下完成的一个大动作。这套教材的问世,其意义将不仅仅局限在高职教学过程本身,还会产生巨大的牵动和示范效应,

将对旅游管理专业高职教育的健康发展产生积极的推动作用。

东北财经大学出版社推出的这套“高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系”，是在原“高等专科旅游管理专业系列教材”的基础上改版形成的。原专科教材由于定位准确、风格明显、作者队伍精干，已得到全国各大专院校的普遍认可。而为了适应蓬勃兴起的高等职业教育的需要，改版教材无论是在指导思想上还是在内容的组织上，又都作了彻底的调整。这套改版教材的编写，充分体现了全体编者对旅游高等职业教育规律和特征的认识，对旅游与饭店管理专业高等职业教育的规格、层次和教育对象的特点的把握，对职业教育与普通学科教育的区别的理解，以及对发达国家职业教育的借鉴。同时，这套教材也体现了我国高校教师在感受 20 世纪 90 年代世界范围内兴起的以满足旅游者个性化需求为导向的“新旅游”这一时代脉搏之后所作出的积极反应，从而使这套教材的更新版有了更超前的视野。这种独特而新颖的教材编写思路，最终还通过在教材形式建设上颇具匠心的处理而进一步得以体现，使这套教材成为一种能打破传统学科教学模式、适合高职教育的目标和学生特点，同时反映教材编写样式之世界潮流的全新的“换代型”教材。凡此种种，都足以说明这是一套对旅游高等职业教育有特殊奉献的高质量教材。坦率地说，这套教材的问世，应该是目前旅游与饭店管理专业高等职业教育领域的一件幸事。

本“新系”作为中国高等职业教育教材改革与创新的阶段性成果，不可避免地有其局限性，恳请广大专家、教师和读者们提出宝贵意见，以便通过修订，使之不断完善。

“高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系”

编写委员会

第三版前言

作为旅游业的三大主体之一，我国的现代饭店业随着国民经济和旅游业的发展也取得了长足发展。据国家旅游局统计，到 2004 年年末，全国共有星级饭店 10 888 家，拥有客房 123.79 万间、员工 144.61 万人，全年营业收入总额达 1 238.67 亿元，上缴营业税 71.07 亿元。饭店业已经成为颇具规模和发展潜力的新兴产业，为我国的经济建设和旅游业的发展做出了令人瞩目的贡献。但是由于起步较晚，我国的饭店业在经营理念、管理水平以及服务质量上，都与国外成功的饭店集团存在一定的差距。

我国饭店业在开放的市场上要提高竞争力，实现全面协调可持续的健康发展，必须有人才支撑体系作保障，把重视人才培养作为根本大计。旅游与饭店的产业特征需要旅游职业教育，因此大力发展旅游与饭店管理高等职业教育，提高办学水平和质量，培养素质高、能力强、掌握职业技能的专门人才是十分重要的。那么，编写能够体现高职高专特色，符合其培养目标的教材是尤为关键的一环。

本书作为“高职高专教育旅游与饭店管理专业教材新系”中的教材之一，自 1999 年出版以来，已广泛应用于高职高专的旅游与饭店管理专业教学、自学考试以及饭店企业管理人员的培训，并受到了普遍认同和好评。本着前沿、实战和可操作的原则，为更好地反映我国饭店业发展的现状和趋势，以适应高职高专旅游与饭店管理专业的教学需要，我们在立足高职高专教学层次，保持第二版基本结构和框架的前提下，根据东北财经大学出版社对本套教材第三版的代型设计要求，再次对本书进行了修订。修订后的本书主要有以下特点：

第一，内容更新。随着形势的发展，本书有些内容已经过时，有必要进行更新。我们参考和吸取了国内外近几年的最新研究成果，对本书作了一定幅度的内容修订和补充，使其更加新颖、完整和系统，力求跟上饭店业发展的步伐。

第二，增加案例。本次修订增加了引例和文中的案例分析，以求理论联系实际，增强课程的启发性，便于举一反三，培养学生的分析问题和解决问题的能力。

第三，调整和增加了实训项目。设计章后实训和综合实训项目，简洁、清晰、可操作，目的在于提高学生的技能操作和动手能力。

第四，增加教学配套材料。本次修订，我们编制了与本书相配套的电子教案、

PPT 课件和“章后习题参考答案与提示”等课程教学资源，以强化教学的可操作性。使用本教材的任课教师可登录东北财经大学出版社网站（www.dufep.cn）查询或下载。

本书各章的编写分工如下：第 1、2、4、5、6、8、11 章由孟庆杰副教授编写，第 3、7、9、10、12 章由唐飞副教授编写。全书最后由孟庆杰总纂定稿。

在本书的编写和修订过程中，我们得到了许多饭店人士的支持和帮助，并参阅了大量专家学者的相关文献，在此一并向他们表示衷心的感谢！我们也由衷地感谢东北财经大学出版社许景行教授和他的同事们，正是在他们的大力支持和热心指导下，才使得本书第三版的编写工作得以顺利完成。

由于时间仓促和能力所限，书中难免还会有不妥和疏漏之处，敬请专家和广大读者批评指正，以便我们能不断完善。

编著者

2007 年 6 月于大连

第二版前言

21 世纪是全球一体化的世纪，是人才竞争的世纪。随着旅游饭店业的发展，饭店从业人员的需求量日益增多，对员工素质的要求越来越高。旅游高职高专学校的学生已成为旅游服务业从业大军中的主要力量。因此，深化职业教育教学改革，提高教学质量，就显得日益重要。近年来国内外一些介绍饭店管理理论、方法和经验的译著及教材在我国的陆续出版，也使我们能够在参阅、借鉴同行著作和资料的同时，结合我国高等职业教育的特点和实际情况编写这么一本适合我国国情的、颇具特色的、通俗易懂的专业教材，为饭店教育事业的发展尽绵薄之力。

本书立足于提高学生的专业知识和培养学生的综合能力，进行了内容与形式的创新。特别是书中案例与典型案例的编写为没有实践经验的在校生提供了很好的素材；每章的学习目标和小结也为学生明确了学习目的。本书系统地介绍了饭店前厅和客房管理的专业知识、服务知识和操作技能，既有饭店该部门员工必须遵守和掌握的基础知识，又有该部门新信息的介绍及案例、实训题的操练，既是一本饭店前厅与客房服务的教科书，也是酒店管理人员进行管理的参考书。

本书在修订编写过程中得到了许景行教授的指导，在此表示衷心的感谢。本书引用了大量的国内外研究成果和资料，对其作者也在此表示感谢。另外，东北财经大学的夏丽娜、朴松爱、黄洪珍、赵艳玲也在编写过程中给我们提供了宝贵的资料，在此一并表示感谢。

编 者
2002 年 1 月

目 录

第1章 前厅部的地位与任务	1
□ 学习目标	1
1.1 前厅部的地位与任务	2
1.2 前厅部的组织机构与管理岗位职责	5
1.3 前厅环境	10
1.4 前厅部人员素质要求	14
□ 本章小结	19
□ 主要概念和观念	19
□ 基本训练	19
□ 观念应用	20
第2章 客房预订	22
□ 学习目标	22
2.1 客房预订的意义和任务	23
2.2 客房预订的渠道、方式和种类	24
2.3 客房预订的程序	29
2.4 超额订房及订房纠纷处理	37
□ 本章小结	41
□ 主要概念和观念	42
□ 基本训练	42
□ 观念应用	43
第3章 前台接待	45
□ 学习目标	45
3.1 接待准备	46
3.2 入住登记	51
3.3 客房商品推销	56

□ 本章小结	59
□ 主要概念和观念	59
□ 基本训练	59
□ 观念应用	60
第4章 前厅系列服务	62
□ 学习目标	62
4.1 礼宾服务	63
4.2 问讯服务	74
4.3 总机服务	83
4.4 商务中心服务	87
4.5 前台收银服务	90
4.6 行政楼层服务	93
□ 本章小结	95
□ 主要概念和观念	96
□ 基本训练	96
□ 观念应用	97
第5章 房价管理与客房经营统计分析	99
□ 学习目标	99
5.1 房价管理	100
5.2 客房经营统计分析	111
□ 本章小结	118
□ 主要概念和观念	118
□ 基本训练	119
□ 观念应用	120
第6章 前厅部的沟通协调	122
□ 学习目标	122
6.1 沟通协调的基本原理	123
6.2 前厅部与其他部门的沟通协调	125
6.3 客人投诉处理	129
6.4 客史档案管理	134
□ 本章小结	137
□ 主要概念和观念	137
□ 基本训练	137

□ 观念应用	139
第7章 客房部概述	140
□ 学习目标	140
7.1 功能与地位	141
7.2 组织机构与岗位职责	143
7.3 客房部与其他部门的沟通	149
7.4 客房的类型和设备用品的配备	151
7.5 客房的装饰布置	154
□ 本章小结	160
□ 主要概念和观念	160
□ 基本训练	160
□ 观念应用	162
第8章 清洁卫生服务与管理	163
□ 学习目标	163
8.1 客房清洁整理与质量控制	164
8.2 公共区域的清洁卫生控制	178
□ 本章小结	181
□ 主要概念和观念	181
□ 基本训练	181
□ 观念应用	183
第9章 客房服务	184
□ 学习目标	184
9.1 服务内容	185
9.2 服务质量	191
9.3 优质服务	193
□ 本章小结	196
□ 主要概念和观念	196
□ 基本训练	196
□ 观念应用	198
第10章 客房安全管理	199
□ 学习目标	199
10.1 安全管理概述	200

10.2 防火与防盗工作·····	202
10.3 其他意外事故的防范·····	205
□ 本章小结·····	207
□ 主要概念和观念·····	207
□ 基本训练·····	208
□ 观念应用·····	209
第11章 客房部设备用品管理 ·····	210
□ 学习目标·····	210
11.1 任务和方法·····	211
11.2 客房设备的选择与保养·····	215
11.3 布件管理·····	220
11.4 日用品管理·····	225
□ 本章小结·····	232
□ 主要概念和观念·····	232
□ 基本训练·····	232
□ 观念应用·····	234
第12章 客房部人力资源管理 ·····	235
□ 学习目标·····	235
12.1 人员编制·····	236
12.2 员工的招聘与培训·····	239
12.3 员工的绩效评估与员工激励·····	243
□ 本章小结·····	247
□ 主要概念和观念·····	247
□ 基本训练·····	247
□ 观念应用·····	248
综合案例 ·····	250
综合实训 ·····	252
主要参考书目 ·····	254

第 1 章

1

前厅部的地位与任务

学习目标

通过本章学习，你应该达到以下目标。

知识目标：认识前厅部在现代饭店经营管理中的基本功能和重要地位；了解前厅部的组织机构设置与主要管理岗位的职责。

技能目标：熟悉饭店前厅环境设计与控制的基本要求。

能力目标：掌握前厅部人员素质的基本要求，培养自己的职业素养。



引例：

星级酒店的服务感觉真好

马先生和朋友乘坐的出租车刚刚停在酒店大堂门前，面带微笑的门童立刻迎上前去，并躬身拉门问候：“欢迎光临！”马先生和朋友谈笑风生地走下了出租车，门童扭头对正在准备进酒店的马先生说：“先生，您是否遗忘了公文包？”马先生一听，停止了说笑，忙说：“哎哟，是我的公文包，谢谢，谢谢。”门童将公文包递送给马先生，同时又写了一张小条子递了过去，这张小条上写着出租车的号码。然后，门童迅速引领客人进入酒店大堂。

马先生来到前厅接待处，接待员礼貌地问候：“你们好，欢迎光临。请问有没有预订？”马先生说：“我们已经预订了一个标准间。”接待员随即请马先生出示证件，并熟练地查阅预订，立即为客人填写了入住登记表上的相关内容，并请马先生预付押金和签名，最后说：“先生，你们住在1803房，这是你们的房卡和钥匙，祝你们入住愉快。”在马先生办理入住手续时，行李员始终恭立在他们的身边，为客人看护行李箱。

行李员带着客人来到1803房间门口，客房服务员便迅速走了过来，笑容可掬地躬身说：“你们好，欢迎光临，请出示房卡。”“请这边走。”服务员敲门并报：“Housekeeping、Housekeeping、Housekeeping。”马先生诧异地问：“不是没有人吗？”“这是我们的服务规范。”客房服务员打开房门后，开始介绍客房设施与服务；行李员将客人的行李放到了行李架上，同时发现客人将西装脱下随手扔在床上，便走过去将客人西装挂进了壁橱。客房服务员和行李员询问道：“马先生，还有什么需要帮忙？”马先生高兴地说：“不用了，谢谢你。”“祝你们在酒店居住愉快。”

快!”然后两个服务员告辞退出。

马先生和朋友经过了一天的旅行,已经非常疲惫了。当他们躺在柔软的床上,听着悠扬的音乐,欣赏着舒适豪华的室内装潢,回忆着进入酒店的整个过程时,马先生满意地对朋友说:“这真是星级酒店的服务啊!”

(资料来源 何丽芳:《酒店服务与管理案例分析》,广州,广东经济出版社,2005。)

上述案例告诉我们,前厅部在现代饭店经营管理与服务中占有非常重要的地位。前厅部员工是最先迎接客人、最先向客人提供服务的群体,他们主动、热情、周到、细致的服务会给客人留下美好而深刻的第一印象。前厅部的管理与服务水平直接影响整个饭店的经营效果和服务形象。本章将介绍前厅部在饭店中的地位与任务、前厅部的组织机构与主要职责以及前厅环境和人员素质要求。

1.1

前厅部的地位与任务

前厅部也称客务部、前台区、大堂部,是饭店组织客源,销售客房商品,沟通和协调各部门的对客服务,并为宾客提供前厅系列服务的综合性部门。

1.1.1 前厅部在饭店中的地位

前厅部是现代饭店的重要组成部分,在饭店经营管理中占有举足轻重的地位。前厅部的运转和管理水平,直接影响到整个饭店的经营效果和对外形象。前厅部在饭店中的重要地位,主要表现在以下几个方面:

1) 前厅部是饭店业务活动的中心

前厅部是一个综合性服务部门,服务项目多,服务时间长,饭店的任何一位客人,从抵店前的预订,到入住,直至离店结账,都需要前厅部提供服务,前厅是客人与饭店联系的纽带。前厅部通过客房商品的销售来带动饭店其他各部门的经营活动。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,共同协调整个饭店的对客服务工作,以确保服务工作的效率和质量。因此,前厅部通常被视为饭店的“神经中枢”,是整个饭店承上启下、联系内外、沟通左右的关键环节。无论饭店规模大小、档次如何,前厅部总是向客人提供服务的中心。

2) 前厅是饭店形象的代表

饭店形象是公众对于饭店的总体评价,是饭店的表现与特征在公众心目中的反映。饭店形象对现代饭店的生存和发展有着直接的影响。一个好的形象是饭店的巨大的精神财富。饭店前厅部的主要服务机构通常都设在客人来往最为频繁的大堂。任何客人一进店,就会对大堂的环境艺术、装饰布置、设备设施和前厅部员工仪容仪表、服务质量、工作效率等,产生深刻的“第一印象”。而这种第一印象在客人

对饭店的认知中会产生非常重要的作用，它产生于瞬间，但却会长时间保留在人们的记忆表象中。客人入住期满离店时，也要经由大堂，前厅服务人员在为客人办理结算手续、送别客人时的工作表现等都会给客人留下“最后印象”，优质的服务将使客人对饭店产生依恋之情。客人在饭店整个居留期间，前厅要提供各种有关服务，客人遇到困难要找前厅寻求帮助，客人感到不满时也要找前厅投诉。在客人的心目中，前厅便是饭店。而且，在大堂汇集的大量人流中，除住店客人外，还有许多前来就餐、开会、购物、参观游览、会客交谈、检查指导等各种各样客人。他们往往停留在大堂，对饭店的环境、设施、服务品头论足。因此说，前厅管理水平和服水准，往往直接反映整个饭店的管理水平、服务质量和服风格。前厅是饭店工作的“橱窗”，代表着饭店的对外形象。

3) 前厅部是饭店组织客源、创造经济收入的关键部门

为宾客提供食宿是饭店的基本功能，客房是饭店出售的最大、最主要的商品。通常在饭店的营业收入中，客房销售额要高于其他各项。据统计，目前国际上客房收入一般占饭店总营业收入的50%左右，而在我国还要高于这个比例。前厅部的有效运转是提高客房出租率，增加客房销售收入，从而提高饭店经济效益的关键之一。

4) 前厅部是饭店管理的参谋和助手

作为饭店业务活动的中心，前厅部直接面对市场，面对客人，是饭店中最敏感的部门。前厅部能收集到有关市场变化、客人需求和整个饭店对客服务、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，每日或定期向饭店提供真实反映饭店经营管理情况的数据报表和工作报告，并向饭店管理机构提供咨询意见，作为制定和调整饭店计划和经营策略的参考依据。

1.1.2 前厅部的工作任务

前厅部基本工作任务就是推销客房商品及饭店其他产品，协调饭店各部门向客人提供满意的优质服务，使饭店获得理想的经济效益和社会效益。具体来讲，前厅部主要有以下几项工作任务：

1) 销售客房商品

销售客房商品是前厅部的首要任务。如前所述，客房是饭店出售的最大、最主要的商品，客房收入是饭店经济收入的主要来源。同时，客房商品具有价值不可储存性的特征，是一种“极易腐烂”的商品。因此，前厅部的全体员工必须尽力组织客源，推销客房商品，提高客房出租率，以实现客房商品价值，增加饭店经济收入。前厅部销售客房的数量和达成的平均房价水平，是衡量其工作绩效的一项重要客观标准。

前厅部销售客房商品通常包括以下工作内容：

(1) 参与饭店的市场调研和房价及促销策划的制定，配合营销部、公关部进