

崔 库 / 总主编



21 世纪职业教育系列教材

ERSHIYI SHIJI ZHIYE JIAOYU XILIE JIAOCAI

现代饭店管理

XIANDAI FANDIAN
GUANLI

张立峰 潘素华 / 主 编



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS
WWW.NENUP.COM

东北师范大学出版社

崔 庠 / 总主编



21 世纪职业教育系列教材

ERSHIYI SHIJI ZHIYE JIAOYU XILIE JIAOCAI

现代饭店管理

XIANDAI FANDIAN
GUANLI

张立峰 潘素华 / 主 编



NORTHEAST NORMAL UNIVERSITY PRESS
WWW.NENUP.COM

东北师范大学出版社 长春

□责任编辑：鞠玉丽
□责任校对：田 革
□封面设计：宋 超
□责任印制：张允豪

图书在版编目 (CIP) 数据

现代饭店管理/张立峰, 潘素华主编. —长春: 东北师范大学出版社, 2006. 12
ISBN 978 - 7 - 5602 - 4636 - 9

I. 现... II. ①张...②潘... III. ①饮食业—商业—服务②饮食业—企业管理 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 136901 号

东北师范大学出版社出版发行
长春市人民大街 5268 号 (130024)
电话: 0431—85687213
传真: 0431—85691969
网址: <http://www.nenup.com>
电子函件: sdcbs@mail.jl.cn

东北师范大学出版社激光照排中心制版
吉林省吉育印业有限公司印刷
长春市经济技术开发区深圳街 935 号 (130033)
2006 年 12 月第 1 版 2006 年 12 月第 1 次印刷

幅面尺寸: 185 mm×260 mm 印张: 13.75 字数: 310 千
印数: 0 001 -- 3 000 册

定价: 18.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 可直接与承印厂联系调换

本书编委会

主 任：崔 庠

副 主 任：（以姓名笔画为序）

马 林 马中华 杨令宾

编 委：（以姓名笔画为序）

祁洪玲 李 辉 李志民 李绍刚

李国茹 吴宝宏 张立峰 赵丽光

徐淑梅 董姝娜

本书作者

主 编：张立峰 潘素华

副 主 编：祁 丽 李晓鹏

编 写：（以姓名笔画为序）

马冲亚 王 宠 甘 竞 孙滢悦

祁 丽 李晓鹏 张立峰 邵兰霞

杨 宏 杨素梅 赵 明 陈 鹏

潘素华 董阿丹

总 序

旅游业作为新兴产业自改革开放后在我国迅速发展,据世界旅游组织专家预测,到2020年全世界入境旅游者可达16亿人次,我国将接待3.7亿人次,成为世界第一旅游接待大国。同时,随着我国经济的发展,人们收入水平的提高,国内旅游和出境旅游形成庞大的市场,我国将成为世界第四大旅游输出大国。迅速发展的旅游业急需大量的旅游人才,旅游教育成为培养旅游人才的摇篮。

目前,为适应我国旅游业的发展,全国各高等院校纷纷设立旅游专业,旅游专业的教材、书籍也大量出版。智者见智,仁者见仁,其版本比比皆是,呈现出百花齐放的可喜局面。但是,由于旅游学科本身发展历史较短,学科体系尚未建立,所以各种版本的教材雷同现象颇多,特色不鲜明,针对性不强,内容上重复成为某些教材的通病。鉴于上述情况,为突出培养应用型旅游人才,本套教材力求突出以下特点:一是突出应用性和针对性。为适应旅游专业培养应用型人才的需要,本套教材结合学生学习特点,突出应用性和针对性,力求做到理论阐述精确,文字表达简洁,内容通俗易懂。二是在体例和结构上力求创新。根据旅游专业各课程特点,本套教材设有学习提示、内容提要、正文、案例、复习思考题等,并附有主要参考文献,便于学生在学习过程中掌握各章的主要内容及检索。在内容选择、难易程度等方面尽量符合学生的接受水平。三是注重案例教学。对学科理论阐述以合理、适度为宜,内容注重实用性,突出案例教学,各章中均有针对性的最新案例,并进行详尽分析,用案例培养学生的实践能力。

尽管我们力求通过努力达到上述目的,但由于水平和经验有限,书中不足与疏漏之处在所难免。为使本套教材更具科学性、创新性、特色性和实用性,敬请旅游界同仁不吝赐教,以便对教材不断修改完善,提高教材质量。

承蒙东北师范大学出版社的信任,委托我组织编写本套旅游学科的系列教材。本人虽从事旅游教育和科研二十余年,其间也曾编写过多部教材,但编写旅游专业系列教材尚属首次,深感责任之重大。为此,我们组织了东北地区有关高等院校旅游管理专业的专家、学者成立了教材编撰委员会,同时组织了东北地区部分高等院校旅游专业的教师参与编写工作,其目的是凝聚集体之智慧,发挥各自之所长,编写出特色鲜明、高质量的旅游系列教材。令人欣慰的是,首批七部教材已陆续出版,与读者见面,这是编者辛勤劳动的成果,是集体智慧的结晶。在此,向为本套教材付出辛勤劳动的各位专家、学者表示感谢!

另外,我们在本套教材编写过程中,参考了大量的国内外有关论著,还得到了许多业内人士的帮助,十分感谢!

崔 庠

2006年9月20日于长春东北师范大学

前 言

现代饭店业是一个集食、宿、行、娱、购、游为一体的综合性服务企业，在旅游业中占有举足轻重的地位。随着我国旅游事业的蓬勃发展，中国饭店业以饱满的热情进入了21世纪。2008年申奥的成功、2010年在上海举办世界博览会等契机的出现，给中国各行各业带来了发展的商机和活力。在这种情况下，饭店业人才的培养已成为我国旅游事业发展过程中的关键，为此，我国各旅游院校从不同程度相继开设了相关的饭店管理课程。对于旅游管理专业的学生来说，“饭店管理”是一门涉及内容广泛、理论性与实践性较强的专业课程。目前关于饭店管理的教材很多，也各有特色，本书在参阅大量国内外相关资料的基础上采用了大量实例，使教材既要强调学科的理论性和科学性，又要注重实践应用的实用性和操作性，使学生既能得到系统的理论知识与方法，又能了解现代饭店管理实践运作的实际。

本教材面向旅游管理酒店管理专业高职高专学生。在教材的内容上，注重教材实际操作性的同时，将一些新的理论和方法引入教材，目的是开拓学生的视野；在教材的形式上，力求方便学生阅读。本教材不仅适合做旅游管理专业高职高专教材，也可作为本科生、饭店岗位培训班辅助教材。

本教材由张立峰、潘素华担任主编，由祁丽、李晓鹏担任副主编，由张立峰初始统稿，最后由李国茹统稿并审理。

教材编写分别是：第一章——张立峰、潘素华；第二章——祁丽、李晓鹏；第三章——赵明、王宠；第四章——董阿丹；第五章——董阿丹、杨素梅、邵兰霞；第六章——马冲亚；第七章——杨宏；第八章——孙滢悦；第十章——甘竞；第十三章——陈鹏。

本书编写过程中，参考了大量国内外同行们的有关教材和报刊文献，借鉴了国内外业界专家的研究成果和经验，在此谨向各位专家、学者表示诚挚的感谢。本书的编写与出版得到了东北师范大学出版社的大力支持与帮助，在此一并致谢。

原青岛大学旅游系主任孙文昌教授为本书提出了中肯意见，同时也得到了吉林师范大学旅游与地理科学学院梁雨华院长、卢万合老师和于洋老师的支持和帮助，在此一并表示感谢。

本书在编写中由于时间紧，加之作者学识有限，难免有不足和疏漏之处，敬请读者不吝赐教，以便再版时修改。

目 录

第一章 饭店概述	1
第一节 饭店的含义、功能和特点.....	1
第二节 饭店的分类与饭店等级制度.....	5
第三节 饭店业发展溯源.....	9
第四节 饭店的集团化经营	14
第二章 饭店管理基础理论	21
第一节 饭店管理的含义与内容	21
第二节 饭店管理职能和基础理论	25
第三节 饭店管理的新理念	31
第三章 饭店从业人员的职业道德与沟通技巧	37
第一节 饭店职业道德	37
第二节 饭店沟通技巧	45
第四章 饭店组织管理	59
第一节 饭店的组织结构设计	59
第二节 饭店的组织制度	65
第五章 饭店服务质量管理	73
第一节 饭店服务质量概述	73
第二节 饭店服务质量管理体系	77
第三节 饭店服务优势的建立	86
第六章 饭店人力资源管理	96
第一节 饭店人力资源管理概述	96
第二节 饭店人力资源的开发与利用.....	100

第三节 饭店人力资源的激励·····	108
第七章 饭店营销管理·····	116
第一节 饭店市场营销管理概述·····	116
第二节 饭店营销组合策略·····	120
第三节 饭店营销的新理念与新方式·····	124
第八章 饭店公共关系管理·····	137
第一节 饭店公共关系的含义与特点·····	137
第二节 饭店公共关系活动分析·····	142
第三节 饭店企业 CIS ·····	151
第九章 饭店设备与安全管理·····	157
第一节 饭店设备管理·····	157
第二节 饭店安全管理·····	163
第十章 饭店管理信息系统·····	174
第一节 饭店计算机管理概述·····	175
第二节 因特网在饭店企业中的应用·····	179
第三节 饭店计算机管理展望·····	183
第十一章 饭店财务管理·····	189
第一节 饭店财务管理·····	189
第二节 饭店筹资管理·····	191
第三节 饭店投资管理·····	196
第四节 饭店营运资本管理·····	199
第五节 饭店营业收入及利润分配管理·····	202
参考文献·····	207

第一章

饭店概述

【学习提示】

学习目的

饭店是旅游业的重要组成部分，是一个国家发展旅游业的物质基础，是获得旅游经济收入的重要来源。饭店作为旅游业重要服务设施之一，与旅行社、旅游交通一起，被称为旅游业的三大支柱。本章介绍饭店的含义、功能和特点，饭店的发展历史，饭店的分类与等级制度，以及饭店集团化经营等，为进一步学习饭店管理知识奠定基础。

学习要点

1. 掌握饭店的含义、功能和特点；
2. 了解饭店的分类和等级制度；
3. 了解饭店的发展历史；
4. 掌握饭店的集团经营。

第一节 饭店的含义、功能和特点

一、饭店的含义

饭店（Hotel）一词源于法语，原意是指用于接待贵宾的乡间别墅，后来在欧美国家得到广泛使用，其含义也发生了深刻的变化。目前，我国对饭店的称谓也有很多，例如宾馆、酒店、旅馆、山庄、度假村、大厦、会馆等等。这些不同的称谓往往反映了各自的特色，但是为了发展饭店业，对其本质内容进行科学的概括，同时为了叙述的方便也须要有一个代表性的称呼。中国国家旅游局制订的《中国旅游涉外饭店星级的划分与评定》中，使用了“饭店”一词来概括以上各种称谓。因此，我们应把“饭店”作为标准概念予以使用。至于饭店的定义，不同国家、不同学者从饭店不同的功能角度出发所作出的皆有不同：

1. 饭店是给公众提供住宿、膳食和服务的建筑与机构。——《科利尔·百科全书》
2. 饭店是提供住宿、膳食而收取费用的住所。——《牛津插图英语辞典》
3. 饭店是在商业性的基础上向公众提供住宿也往往提供膳食的建筑物。——《大不列颠百科全书》

4. 饭店是设备良好的公共住宿设施,它一般都提供膳食、酒类与饮料以及其他人们所需要的服务。——《美利坚百科全书》

5. 饭店是旅行者在他们旅行期间付费可以居住、进餐和娱乐的一种设施。——(法国)《国际旅游词典》

从以上定义我们可以看出,作为一个饭店应具备以下四个基本条件:

1. 它是由建筑及装备好的设施组成的接待场所。

2. 它必须提供住宿、餐饮及其他服务。

3. 它的服务对象是公众,主要是外地旅游者,同时也包括本地居民,既包括某些特殊身份或阶层的人,也包括广大的普通消费者。

4. 它是商业性的服务企业,以盈利为目的,所以其使用者要支付一定的费用。

此外,饭店作为一种服务企业,它的建造、经营必须经政府有关部门批准。综合以上阐述,我们采纳国家旅游局对饭店所作的定义: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的服务企业。

二、饭店的功能

饭店的功能是指饭店为满足宾客的需求而提供的服务所发挥的效用。饭店最基本、最传统的功能就是住宿和餐饮功能。随着客源及需求的变化,现代饭店的功能已发生很大变化,其功能日益多样化,归纳起来饭店的功能主要有:

(一) 住宿功能

这是饭店最基本的功能之一,饭店作为服务企业为游客提供多种客房(标准房、单人房、套房等),包括床位、卫生间和其他生活设施,以清洁、舒适的环境和热情周到的服务,使游客在旅途中得到便利和休息。

(二) 餐饮功能

这也是饭店的最基本的功能之一。饭店一般设有不同的餐厅(中餐厅、西餐厅、风味餐厅等),以精美的菜肴、优雅的环境、周到的服务和值得信赖的产品,向旅游者提供包餐、风味餐、自助餐以及酒席、宴会等多种形式的餐饮服务。

(三) 商务功能

商务功能是传统饭店根据顾客的需要逐渐发展完善的一种辅助功能,主要是为商务旅行者从事商务活动提供各种方便快捷的服务。饭店设置商务中心、商务楼层、商务会议室、洽谈室,提供传真、国际及国内直拨电话、互联网等现代通讯设施,有的甚至设立产品展厅,为商务旅行者进行各种商务活动提供最大的便利条件。

(四) 家居功能

许多饭店在为客人营造“家”的氛围,使人住饭店的客人感到像家里一样的方便、温馨、亲切、舒适,尤其是近来兴起的公寓式饭店,无论从管理模式、服务项目、服务设施等都使客人有“家”的感觉,客人可以签订合同长期居住,商饭店充当“管家”的角色,更使客人感到饭店就是他们的家。

（五）度假功能

随着自驾车旅游市场的繁荣和发展,越来越多的大众型旅游者定期外出度假,因此对度假型饭店的需求日益增长。尤其位于景区附近的饭店,有的只是季节性营业,面对的客人也主要是度假休闲疗养型。饭店拥有丰富的娱乐设施和服务项目,让客人到此观光浏览的同时也能享受到饭店的温馨、舒适、周到的服务。

（六）会议功能

现代饭店的一个主要功能是接待各种会议团体。因此,饭店除了为参加会议的人员提供食宿外,还配有其他相关的设施与服务,例如饭店内设有大小规格不等的会议室、演讲厅、展览厅,配备完美的音响设备、同声传译设备、大型演示屏等,甚至为组织会议者提供相应的专业组织管理人员。

饭店还具有其他诸多功能,如娱乐健身功能。许多饭店拥有室内滑冰馆、游泳馆、保龄球馆、健身俱乐部等相应的娱乐设施,这些娱乐设施不仅对住宿客人也对外开放,成为当地娱乐、健身的理想场所。此外饭店还有商业购物服务功能、通讯和信息集散功能、导游服务功能等。

三、饭店在社会经济中的作用

（一）饭店为经济活动和社会生活提供了方便

在大多数城市中,饭店是人们洽谈业务、举行会议、开展文化娱乐活动等社会经济活动的重要场所,会刺激、促进和活跃当地社会的对外交往、经济发展和文化交流,提高社会的文明程度。因此,许多国家在考虑旅游业乃至整个国民经济的发展规划时,都把饭店的建设放在重要的地位。

（二）饭店促进了当地经济的发展,为社会创造了更多的就业机会

饭店业为当地居民提供了社会交往的活动场所,促进了当地社会消费方式和消费结构的发展变化,利于社会经济的发展。饭店业的发展也带动了其他行业的发展,例如:从饭店的建设到饭店的正常运营涉及建筑行业、家具制造、水暖电器、食品、饮料、日常用品以及煤、水、电等企业。因此,饭店除了创造大量的直接就业机会外,还为与其相关的其他行业带来了许多间接的就业机会,促进了当地经济的发展。

（三）饭店是旅游创收的重要企业

对于旅游接待国来说,饭店是该国外汇收入的主要来源,对平衡国际收支有着重要的意义。2003年虽然我国旅游业受到“非典”的严重影响,但仅住宿一项,我国国际旅游外汇收入为21.64亿美元,占旅游外汇总收入的12.4%。

（四）饭店是旅游和社交活动的重要场所

在一些地区,特别是在一些著名的风景名胜、疗养胜地,饭店在一定程度上甚至成了吸引游客的重要旅游因素。饭店的许多设施如餐厅、舞厅、酒吧、健身娱乐设施等不仅为住宿客人提供服务,而且吸引着大量的当地顾客,因而许多饭店也成了当地的社交中心。

四、饭店的产业特点

(一) 地域集中和集团化、跨国发展特点

1. 地域集中

无论是在全球范围还是一国一地或一个城市之内,饭店业表现出明显的地域集中的特点。根据国际饭店与餐馆协会(International Hotel)统计,全球饭店绝大部分集中在欧洲和北美,其中欧洲约占全球饭店总数的55%,北美为20%左右;就客房数而言,欧洲约占全球饭店客房数的45%,北美为30%左右,两地共占全球饭店和客房数总数的75%。亚太地区约占全球饭店总数的15%,其余10%则分布在非洲、拉美、加勒比等地区。在一国之内,饭店往往集中在大都市和经济发达地区;在一个城市中,饭店通常城区连片,相对集中。

2. 集团化及跨国经营

集团化和跨国经营是20世纪末国际饭店业发展的显著特点之一。随着全球经济一体化进程的加快,饭店市场的竞争日趋激烈,饭店企业的经营风险也越来越大,为增强抵御风险的能力,饭店企业在发展中不断扩大企业规模,以获取规模经济效益,重视向海外扩展,进一步占领国外具有潜力的市场。国际饭店与餐饮协会统计集团化和跨国经营发展迅速的饭店公司都获得了比较大的市场份额,世界发展最快的25家饭店公司全部是集团化饭店公司。据统计,全球前200家大饭店集团拥有的客房数占全球客房总数的35%,其客房数增长率高于全球饭店客房数增长率。

(二) 生产要素方面的特点

1. 饭店业是资金密集型行业

饭店业是比较典型的资金密集型行业。据统计,国际上建造一间饭店客房通常需投资15 000美元至300 000美元不等,以此估算全球饭店业资产总价值为1700亿美元至128万亿美元。尽管饭店资产价值可用几种不同方式计算,全球各地饭店也往往以不同方法评估其资产总值,但此数据至少反映了全球饭店业规模之大,表明饭店业是一个资金高度密集性的行业。

2. 饭店业人才密集,专业化程度高

全球饭店业就业人数超过1200万人,相当于全球旅游业总员工人数的5%,可见饭店业是劳动密集型行业。与此同时,由于饭店经营管理专业性强,饭店企业所有权与经营权分离较为普遍和彻底,同时形成了比较成熟的饭店职业人才市场。这两者相互制约,相互补充,使饭店经营者的个人市场评价与企业经营情况紧密相连。国际上许多国家的饭店业都有内部的“人才库”,就是这一市场运作机制的表现。中国饭店业人才市场虽尚不成熟,但发展很快,是最早接受并适应大幅度人才流动的行业。

3. 饭店经营管理市场化

经营管理市场化是饭店业突出特点之一。饭店经营管理市场化运作中,产品形态是特有的管理模式,其实质是知识产权,承载主体是大型饭店集团或专业化饭店管理公司,运作方式是管理输出和特许经营权让渡等,由此促进了饭店行业的系统化管理和标准化服务的普遍化。

4. 饭店业房地产要素运用

房地产要素的运用是饭店经营的深层次基础,也是饭店投资回报的最终途径。斯塔特勒(E. M. Statler)名言“饭店经营第一是地点,第二是地点,第三还是地点”,不仅是指地点优势所产生的经营上的竞争力,深层次含义包括房地产要素的运用。地点越好,经营便越好,饭店地产升值潜力越大,最终的投资回报也越容易体现。

5. 饭店业产权市场发展

房地产要素的运用促进了饭店产权市场的形成和发展,使饭店经营回报似乎成了次要目的,主要目的变成了饭店产权交易。近20年来,国际饭店产权交易十分活跃,不仅交易数额巨大,而且相当频繁。从20世纪80年代末开始,大企业集团为了拓展品牌和跨国经营,完善和调整经营结构,纷纷进行大规模的兼并收购,如日本的Seibu/Saison Group收购洲际饭店公司(Inter-Continental Hotels),英国的巴斯公司(Bass PLC)收购假日饭店集团,莱德布洛克公司(Ladbroke Group PLC)收购国际希尔顿(Hilton International),法国雅高公司(Accor)收购红屋顶饭店公司(Red Roof Inns Inc.)等,金额均达数十亿美元,而喜达屋公司(Starwood Lodging Trust)兼并拥有喜来登饭店公司(Sheraton Corp.)的国际电话电报公司(ITT Corp.),交易额高达102亿美元。在中国,饭店产权交易也成为近年来的热点,具体交易方式大体有三种:一是整体交易;二是出让部分股权,实行有限责任公司改组;三是股票上市,实行股份有限公司改组。

第二节 饭店的分类与饭店等级制度

一、饭店的分类

(一) 饭店分类的目的和意义

饭店分类的目的包括三个方面:一是有利于企业的营销。饭店分类能使饭店明确自己所处市场的推销对象,从而有效地制定营销计划,集中使用广告费用。二是有利于宾客的选择。饭店分类能使宾客在选择饭店时拥有明确的目标。三是便于比较。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。特别是当饭店运用饭店业各种统计资料分析市场动向,研究竞争对策和制定经营方针时,同类相比显得格外重要。因此,饭店分类对饭店经营者选定自己的目标市场,旅游行政管理部门规范饭店业市场,避免不良竞争,均具有十分重要的意义。

(二) 饭店的类型

目前,国际上对饭店的分类尚无统一的标准,综合人们对饭店的不同称谓,常用的有以下几种划分标准:

1. 根据饭店客源市场分类

(1) 综合型饭店

综合型饭店是指同时接待观光旅游、商务会议、展览、度假等客人的饭店。这种类型的饭店为适应不同类型宾客的需要,功能齐全、设备完善。综合型饭店在旅游业发展起步

较晚的国家和地区出现较多,用以承接当地各类宾客。这种类型的饭店随着当地旅游业发展的越来越成熟而趋于向其他类型转变,目前我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。此类饭店多位于城市的中心地区,交通便利、适应性广,在饭店业中所占比例最大。为了适应市场的需求,商务型饭店也分有各种等级,其中,等级较高以接待商务客人为主的饭店一般比较豪华舒适,服务设施齐备,并设有商务中心、各类会议厅室、宴会厅、商务套房、行政楼等设施。商务型饭店服务水平高,能提供高质量的服务,来此居住的客人大都居住时间较短,所以有人又把商务型饭店称做“暂住型饭店”。

(3) 长住型饭店

长住型饭店主要是指宾客通常长期或永久居住的饭店,其主要市场是那些住宿期较长的在当地短期工作或度假的客人。饭店通常与客人签订一个租约。长住型饭店的客房通常采用家庭式布局,以套房为主,配备适合宾客长住的家具和电气设备,并设有厨房设备以供客人自理饮食。饭店的服务讲究营造家庭式的气氛,服务人员的服务也讲究家庭服务员式或管家式服务,让客人感觉到自己是饭店的主人。这种类型的饭店在我国越来越多,尤其一些新建的高级酒店中,此类饭店占有一定比例,例如我国深圳迈豪酒店集团下属的酒店大都属于此类。

(4) 休闲度假型饭店

休闲度假型饭店主要是指以接待休闲度假及娱乐的旅游者为主的饭店。这类饭店大都位于海滨、山区、温泉、海岛、森林、湖岸等自然环境优美、气候宜人的旅游景区附近。此类酒店主要靠所在地的旅游资源来吸引客人,同时酒店本身也要努力创建各种娱乐设施以吸引更多的客人。这类酒店在经营中更须要注意的是与所在景区的和谐,这种和谐包括建筑美学上的和谐、生态上的环境保护的和谐,以及人与自然的和谐等等,这种和谐是此类酒店生存和发展的关键。

(5) 会议展览型饭店

会议展览型饭店主要是指为各种展销会、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。此类饭店的主要接待对象是各种会议团体,会议宾客的平均每天消费额一般高于度假客人。饭店通常设在大都市和政治、经济中心,或交通方便的游览胜地,不仅要求舒适方便,而且要有各种类型的会议室、展厅、陈列室、报告厅及洽谈室等。同时应备有各种会议展览设备,如大型投影仪、影像设备、扩音设备、通讯设备等。通常附近要有大型停车场。饭店通常都要配备工作人员帮助会议组织者协调和组织会议的各项事务,要求饭店提供高效率的接待服务。

(6) 汽车饭店

汽车饭店是以接待自驾车旅游者为主的饭店,常见于欧美国家的公路干线上。早期此类饭店设施简单,规模较小,只有简单的住宿服务,甚至没有正规的餐厅和酒吧,服务的对象以自驾车旅游者和从事长途贩运的卡车司机为主。现在的汽车饭店已发生很大变化,房间装修豪华,设施完善,可提供现代化的综合服务。世界上著名的饭店集团,如假日集团、霍华德·约翰逊集团等,也均拥有大量的汽车饭店,世界知名饭店集团对汽车饭店的经营极大地提高了汽车饭店的档次。在我国,随着经济的发展,私人汽车的逐渐增多,驾

车旅行成为时尚,从而也出现一批汽车饭店,如上海青浦县 318 国道的爱车族服务中心等。

2. 根据饭店规模分类

(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。目前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。这类饭店设施完备,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。这类饭店的设施和服务能满足客人的基本需要,一般价格也较为便宜,多为经济型饭店。

3. 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饭店仍属此类。

(3) 修正美式计价饭店

修正美式计价饭店的客房价格,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

百慕大计价饭店的房价包括房租及一份美式早餐,即牛奶、果汁或咖啡、火腿、面包色拉等食品。

4. 根据其他标准分类

(1) 根据饭店的坐落地点,可划分为城市饭店、度假地饭店、海滨饭店等等。

(2) 根据同交通工具或交通设施的关系,可划分为汽车旅馆、铁路饭店、机场饭店、港口饭店等等。

(3) 根据饭店的等级,可分为豪华饭店、高档、中档、低档饭店,一至五星级饭店等等。

(4) 根据经营管理方式,可划分为独立饭店、连锁饭店等。

(5) 根据营业时间,可划分为全年性营业饭店、季节性营业饭店等。

(6) 根据饭店的所有制形式,可划分为全民(国有)饭店、集体所有制饭店、合资饭店、外资饭店、饭店联合体、个体饭店(私有饭店)。

二、饭店的等级制度

饭店的等级是指一家饭店的豪华程度、设施水平、服务范围、服务质量等方面所反映出的级制与水准。

（一）实行饭店等级制度的目的

1. 确立饭店产品和服务标准

实行饭店等级制度可以使旅游行政部门或相关行业组织根据具体划分的若干级别，制定每一级别具体的产品和服务质量标准，建立有序合理的饭店产品销售系统。

2. 便于经营管理和监督

政府机构和行业组织把颁布和实施饭店分级制度作为饭店行业管理和规范饭店行为的一种手段。通过对饭店定级，一方面有利于饭店企业根据所定等级要求进行经营管理；另一方面便于政府有关部门和行业组织对饭店的经营行为进行监督，使之提供与饭店等级相符的产品和服务。

3. 维护消费者利益

饭店的等级标志本身是对饭店设施与服务质量的一种鉴定与保证，对饭店进行分级，可使客人在预定或使用之前对饭店有一定的了解，并根据自己的要求和消费能力有目的地选择适合自己的饭店。

4. 维护饭店企业的利益

饭店分等定级有利于饭店企业的市场定位和目标市场选择，并为饭店定价提供依据，饭店根据等级制定营销计划和开展促销活动，同时也有利于饭店同行之间的平等、公平竞争，促进饭店服务水平的改善和提高。

（二）饭店的分级方法

目前国际上有数十种饭店等级制，有的是各国政府部门制定，有的是各地饭店协会或相关协会制定。不同国家和地区采用的分级制度各不相同，用以表示级别的标志与名称也不一样，归纳起来主要有以下几种：

（1）星级制

星级制是根据一定的标准把饭店分成不同的等级，分别用星号表示出来，比较流行的是五星级别，星越多等级越高。这种星级制在世界上，尤其是在欧洲采用最为广泛，我国也采用此种分级方法。

（2）字母表示法

有许多国家，如奥地利、希腊等，将饭店的等级用英文字母表示，即 A、B、C、D、E，A 为最高级，E 为最低级。或用 A、B、C、D 表示，最高级别用 A 或豪华饭来表示。

（3）数字表示法

意大利等国家采用 1、2、3、4 等数字来表示饭店的等级。最高级别用“豪华”，第二至五级依次为 1、2、3、4，数字越大级别越低。

此外，例如有的国家（如瑞士）依据价格将饭店划分为 1—5 等；有的用文字来表示，例如挪威和加蓬。

等级制度的评定是一项十分严肃的工作，涉及一个国家和地区饭店产品的质量以及对外形象等问题，因此各国都十分重视此项工作。一些发达国家由饭店行业组织或由消费者

代表进行评定,有的国家(尤其是发展中国家)多由国家旅游组织负责饭店的等级评定工作。

表 1-1 世界部分国家饭店等级制度

国 家	饭店等级所用名称标志	制订执行机构
法国	五星、四星、三星、二星、一星	政府部门
法国	五层、四屋、三屋、二屋、一屋	米哲林轮胎公司
意大利	豪华、第一、第二、第三、第四	政府部门
奥地利	A1、A、B、C、D	饭店协会
瑞士	按价格 1—5 等	饭店协会
英国	五皇冠、四皇冠、三皇冠、二皇冠、一皇冠、列名	政府部门
英国	五星、四星、三星、二星、一星、三玫瑰、二玫瑰、一玫瑰	英国汽车协会
西班牙	五星、四星、三星、二星、一星	政府部门
爱尔兰	A+星、A、B+星、B、C+星	政府部门
希腊	A、B、C、D、E	政府部门
挪威	乡村、城市、山区、观光	政府部门
葡萄牙	观光、商业	政府部门
加蓬	豪华、舒适、现代	饭店协会
以色列	五星豪华、五星、四星、三星、二星、一星	政府部门
美国	五星、四星、三星、二星、一星	美国汽车石油公司
美国	五钻、四钻、三钻、二钻、一钻	美国汽车协会

第三节 饭店业发展溯源

一、世界饭店业发展溯源

随着人类旅行活动的开始,为旅行者提供饮食和住宿的设施逐渐产生,这就形成了最原始的饭店业。这种传统的饭店早在古希腊和古罗马时期便已经出现,历经漫长的历史时期逐渐形成了今天的拥有住宿、饮食、商务、会议、展览、康乐等一系列设施和服务的现代饭店。归纳起来,世界饭店业的发展进程大体经历了客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期和现代新型饭店时期等主要阶段。

(一) 客栈时期

客栈时期是指从住宿业产生到 18 世纪,在西方主要是指 11—18 世纪之间的时期,其中以 15—18 世纪较为盛行。客栈,英国称为 inn,美国称为 tavern,是现代意义上旅馆的雏形,主要是指乡间或路边的小客栈、小旅店,供过往旅行者寄宿之用。早期客栈的特点