21世纪高职高专服务类系列教材

饭店管理概论

RESTAURANT management

主编　初晓恒　章平　何君杰

2
38

上海财经大学出版社

21世纪高职高专服务类系列教材

饭店管理概论

宁波城市职业技术学院旅游学院

初晓恒
章　平　主编
何君杰

上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理概论/初晓恒,章平,何君杰主编. —上海:上海财经大学出版社,2006.10
21世纪高职高专服务类系列教材
ISBN 7-81098-746-1/F·692

Ⅰ.饭… Ⅱ.①初… ②章… ③何… Ⅲ.饭店-企业管理-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(2006)第124159号

□ 责任编辑 张美芳
□ 封面设计 包晨晖
□ 投稿热线 apin001@163.com
021—65904700
□ 订购电话 021—65904705

FANDIAN GUANLI GAILUN

饭店管理概论

初晓恒 章平 何君杰 主编

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路321号乙 邮编200434)
网 址:http://www.sufep.com
电子邮箱:webmaster@sufep.com
全国新华书店经销
上海崇明裕安印刷厂印刷装订
2006年10月第1版 2006年10月第1次印刷

787mm×1092mm 1/16 17.75印张 272千字
印数:0 001—4 000 定价:22.00元

前言

《饭店管理概论》是旅游管理和饭店管理专业的基础理论课之一。我们在多年教学实践的基础上，参考了近几年出版的一些教材和有关最新理论和实践研究成果，针对高职高专院校教学的特点，同时也考虑到社会人员自学的需要，编写了这本《饭店管理概论》教材。

本教材理论充实，观点新颖，内容丰富，体系完整，教材的文字叙述深入浅出、通俗易懂。

可作为普通高职高专院校旅游专业及饭店管理专业的必读教材，也可作为饭店从业人员的培训教材，或作为旅游及饭店行业管理人员参考。全书共分八章，分别介绍了饭店概述、饭店管理概述、饭店计划与决策管理、饭店组织管理、饭店管理者、饭店服务质量管理、饭店管理控制、饭店集团等内容。每章根据状况配有学习目的、思考题、链接、案例和提示等，以启迪学生思考和提升学生的视野。

本书的特点有：

1. 将管理学理论与饭店管理理论有机地融合在一起。在《饭店管理概论》教材中突出地体现了关键和核心的管理学理论，同时也进一步诠释和分析了饭店管理理论如何在实践中应用的问题和方法，使学生能更好地掌握相关理论及加强对专业知识的理解。

2. 具有系统性和前瞻性。高职酒店管理专业强调理论够用，以及实践应用型人才的培养，教材在遵循上述指导思想的基础上，一方面保持和

丰富了相关饭店管理关键理论的系统性，另一方面也着力把饭店管理理论与饭店实践在新世纪的最新成果，使学生对饭店行业实践发展与应用的认识有一定的前瞻性。

3. 理论联系实际。饭店管理是一门实践性很强的应用学科，因而本书的许多理论观点直接将来源于对实践规律的总结和升华。同时，在教材编写的过程中，也将编写与本教材相配套的案例教材，以进一步强化教学的实践性和可操作性，使学生能通过学习对饭店工作有深入的了解和认识。

4. 突出饭店管理中观理论核心内容。本书主要着眼于饭店中观管理的核心管理理论和理念，而传统的饭店管理概论和饭店管理学教材中所涉及的饭店运营管理部分并未包含在本书之中，这主要考虑到这些运营管理理论和实践在学生未来的学习阶段将有具体的教材和课程讲授，如果本书过多地涉及，则会既不深入也不能和其他专业课程很好地衔接，反而会因内容多于庞杂而使学生不能将注意力集中到饭店管理理论的中观部分，也会使刚接触饭店专业基础课程的学生不能清晰地了解饭店理论和实践的具体学习层次和思路。

感谢上海财经大学出版社张美芳老师在出版过程中给予的热情帮助和指导！也感谢该社给予的大力支持和协助！

感谢宁波城市职业技术学院给予的良好的科研环境，以及旅游学院领导给予的关心和指导！

感谢我所有任教过的班级和学生，是他们积极而认真的探究精神，给予了我无限思想的源泉！

本书还有不足之处，会在以后的科研和教学之中不断地完善和丰富。

初晓恒

2006年9月于宁波

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

目录

前言 …… 1

第一章　饭店概述 …… 1

第 1 节　饭店的含义 …… 2

第 2 节　饭店的性质和作用 …… 5

第 3 节　饭店业发展的历史、现状与趋势 …… 8

第 4 节　饭店类型 …… 29

第 5 节　饭店等级 …… 46

第 6 节　饭店产品 …… 50

第二章　饭店管理概述 …… 65

第 1 节　饭店管理的内涵、内容和特征 …… 65

第 2 节　饭店管理的作用与职能 …… 73

第 3 节　饭店业务 …… 83

第三章　饭店计划与决策管理 …… 100

第 1 节　饭店计划管理 …… 101

第 2 节　饭店决策管理 …… 115

第四章 饭店组织管理 …… 127
第 1 节 饭店组织的内涵与设计原则 …… 128
第 2 节 饭店组织效能 …… 132
第 3 节 饭店组织结构 …… 138
第 4 节 饭店非正式组织 …… 145
第 5 节 饭店组织变革 …… 150

第五章 饭店管理者 …… 158
第 1 节 饭店管理者概述 …… 158
第 2 节 饭店管理者的类型及素质 …… 167

第六章 饭店服务质量管理 …… 177
第 1 节 饭店服务质量 …… 178
第 2 节 饭店服务质量管理理论 …… 190
第 3 节 饭店服务规程 …… 195
第 4 节 饭店服务质量的分析方法与管理体系 …… 207
第 5 节 完善饭店服务质量的重要方法和途径 …… 210

第七章 饭店管理控制 …… 225
第 1 节 饭店管理控制的内涵、特点与类型 …… 226
第 2 节 饭店管理控制的步骤与要求 …… 231

第八章 饭店集团 …… 240
第 1 节 饭店集团概述 …… 241
第 2 节 饭店集团的扩张 …… 246
第 3 节 饭店集团的发展现状与趋势 …… 251
第 4 节 饭店集团集锦 …… 261

参考文献 …… 274

第一章

饭店概述

□ 学习目的

- 了解饭店的含义、性质和作用
- 掌握饭店发展的基本历史
- 从整体上明确饭店经营管理的基本理念和本质
- 了解饭店等级和类型
- 掌握饭店产品的内涵、特点及开发步骤
- 对如何在未来饭店市场竞争中开发不同类型和等级的饭店产品有清晰的认识

饭店业是旅游业的一个重要组成部分，现代饭店也是现代企业的一个重要组成部分。现代饭店的发展是随着国家或地区经济、社会和文化的发展而发展的。现代饭店经营与管理有其特殊的内涵，同时也构筑在一定的现代企业运行规律和理念基础之上。饭店业是既古老而又新兴的行业，在饭店业竞争逐渐激烈的今天，饭店管理作为一门学科也日益受到重视，并成为饭店未来从业人员和管理者必须掌握的知识。

第1节 饭店的含义

饭店的含义

"Hotel"是国际上对多功能旅馆、饭店、宾馆、酒店等的通称。该词源于法语，原指富商、官宦及其他知名人士在城里款待宾朋的豪宅。法国大革命时期，许多私人住宅改成了商业性的食宿设施，"Hotel"便成了饭店的代名词，这一说法在18世纪末19世纪初被英美国家普遍接受并沿用至今。在我国，各地对"Hotel"的表述有所不同。比如，港澳和广东一带习惯以"酒店"称呼，江浙沪一带常常以"宾馆"表示高级饭店，一些地域则习惯把"旅馆"、"旅店"看成档次比较低一些的住宿场所。

2002年以前，我国Hotel主要分为两种：一种是旅游涉外饭店，一种是国内旅馆、旅店。二者的主要区别是它接待对象的涉外性。旅游涉外饭店根据国家有关规定是可以接待境外宾客的，而一般的旅馆、旅店不能接待境外宾客，只能接待国内的宾客。可以说我国饭店的发展是伴随着对外开放和经济发展而发展的，旅游涉外饭店也是由于我国饭店发展初期为确保一部分有一定硬件和软件基础的住宿接待设施能尽可能满足国际客人的需要而应运产生的。这些最初发展的旅游涉外饭店成为中国饭店业发展的基础，为中国饭店业培养了很多优秀的服务人员和管理人员。自20世纪80年代至今二十多年的饭店业发展历程里，业界人士和相关学者积累了丰富的理论和经验，在学习和模仿国际饭店管理集团先进管理理念和方法的时候，自身也积累和形成了独特的风格和科学认识。在中国饭店业逐渐理解和认识到饭店管理理论和规律的时候，2002年国家旅游局颁布的中华人民共和国国家标准对饭店星级的划分与评定正式规定：用"饭店"取代"旅游涉外饭店"。依照这个标准，我国饭店跟国外饭店的划分基本趋同，即饭店划分为两种类型，一种是星级饭店，另一类是未评为星级或参与星级评定的普通饭店，这两种类型的饭店都可以接待境内外宾客。本书所

说的饭店涵盖所有的饭店，但以星级饭店为主。

尽管饭店可以有各种称谓和划分，但它们具有基本一致的功能，即服务于旅居者的住、食及可能的其他综合服务，这就是饭店的共性。具体表现为：

◆ 饭店都必须以房屋建筑和相关的设备设施为依托向宾客提供旅居中的服务，所依托的物质状况也构成了宾客对其评价的一部分，从而也演变成饭店宾客所获利益的一个组成部分，最终成为饭店产品的一个组成部分。

◆ 饭店都必须具有住宿功能，这也是饭店业区别于其他行业的一个最主要的特征。围绕着饭店的住宿功能，不同档次的饭店也可以选择性地提供与之相配备的餐饮以及其他服务。饭店住宿功能以及其他功能的组合和表现也在一定程度上形成了饭店的不同类型。

◆ 饭店业属于第三产业的范畴，饭店产品的利益是通过服务传递给宾客的，或者也可以认为饭店产品的价值在相当大的程度上是通过服务的形式表达出来的，因此服务构成了饭店宾客感知消费状况的一个重要方面，同时也构成了饭店产品的一个组成部分。

◆ 饭店业存在和发展的基础是满足旅居者在目的地逗留期间的生活、兴趣以及商务等方面的需要。因此，饭店不仅应为宾客创造良好和舒适的生活环境，也应为客人创造“温馨与友善”的精神与商务等环境。饭店满足宾客的情况也在一定程度上形成了饭店产品类型、档次和风格的基础。

◆ 在市场经济运行环境下，饭店和饭店产品价值的实现是通过客源市场的认同和与客源市场的资源交换来实现的。饭店业是企业的一个组成部分，必须按照市场规律进行运作，并要创造出一定的经济利益。

通过以上的阐述，饭店的含义可以表述为：

饭店是凭借一定的建筑物及必要的设施设备，借助服务人员的劳务活动，向宾客提供住宿功能以及其他可能包括餐饮、娱乐、购物、康体等延伸功能的现代企业。

链接

饭店应有的运营理念

从上述饭店的内涵可以归纳出其应有的运营理念：

1. 饭店作为经济组织，其活动的本质是通过商品交换关系而形成的饭店消费者与相关从业人员之间诸多关系的总和。它是以营利为目的的经营实体。因而，从饭店的选址、建造到经营都必须符合服务业、旅游业和饭店业的规律和特点。

2. 饭店的建筑标准、设施设备等均需要符合主要目标市场顾客的需求，要抓住不同类型饭店宾客的需要来提供相适应的饭店产品，通过市场上的价值交换实现包括经济目标在内的一系列目标体系。

3. 饭店产品是有形物质和无形劳务的有机结合体，在经营管理过程中应同时注意饭店硬件和软件两方面的建设，二者在一定程度上可以互相弥补，但这种弥补是有一定限度和尺度的。从长远的角度看，应保持二者发展的均衡和协调。

4. 饭店主要是为宾客提供住宿功能，但也要适当满足宾客潜在的多重需要。在注重客人生理需要的同时，精神需要满足程度的提高可以增加其满足度。虽然饭店宾客的消费动机不尽相同，但了解异地文化的动机却是共同的，且这种文化动机目前有愈加突出的趋势。因此，饭店作为旅游者在旅行时的居留点，不仅应满足其物质方面的需要，还应尽力满足其精神上对文化的需求。在塑造饭店文化方面，要兼容并包主流文化、健康文化、民族文化及特色文化，以满足客人多层次和多方面的需要。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

第2节 饭店的性质和作用

饭店的性质

对饭店性质的理解是掌握饭店管理理念和思想的基础，因为它构筑了饭店管理的基本内容，也指明了饭店在经营管理过程中进一步提升和发展的方向。饭店的性质可以界定为：

以满足宾客住宿需求为主，附带满足宾客其他社会、经济、文化活动需求的服务性企业。

饭店是一个公共场所，它以场地空间供宾客使用为基本形式向宾客提供各种服务。饭店的存在和发展使外交和地域交流成为可能，饭店能够接待境外宾客，世界各国、各地区的旅行者都会成为饭店的宾客，饭店接待的内宾也是来自全国各地、各民族、各阶层。各路宾客来到一个城市或地区，他们对该城市和地区最初的印象和最初深切的感受往往是他们所下榻的饭店。一般说，宾客最初接触的是饭店，在一个城市逗留时间最长的也是饭店。饭店向宾客提供的服务又是和他们的食宿起居密切相关的旅居生活服务，因而，宾客进入饭店后会产生此站旅行的第一印象。通过旅居，宾客会对该饭店有一种细致入微的全面的感受，这种感受就成了宾客评价这个城市、这个国家的一个组成部分。于是，饭店就成为一个对外的窗口，通过这个窗口从一个侧面使人们看到和体会到一个国家、一个地区、一个城市的精神面貌、民族文化、文明程度、经济发展水平和生活水平。因此，从这个意义上也可以认为，饭店往往成为社会动向的风向标之一，饭店的一举一动以及饭店的业务会对社会有广泛的影响，这就是饭店的社会价值。

饭店也是商旅和文化传播者的主要聚集地。随着一个国家和地区的发展，每一年都有大量的会议和展览等经济活动在饭店举行，也有大量的文化活动和文化交流在饭店举行。比如，上海作为我国重要的经济中心城

市，自然对国际商家们有着巨大的诱惑力，近几年来，上海的会展市场“火爆”，以2003年前8个月为例，上海共举办了大型国际展览会71场，平均不到3天就有一场，共接待外国展商1 432家，如果没有“非典”事件，在上海举办的会展数量会更多。在这众多的会展活动中，有相当数量的会展便是在饭店举办的，饭店在会展、商务交流与谈判中所充当的角色越来越重要，几乎所有的饭店都提供会议和谈判的场所，甚至目前也出现了专门满足某一经济活动的饭店，如上海光大酒店和上海东方滨江饭店就是专业的会议饭店。饭店也经常举办一些时装发布会、娱乐发布会、歌迷见面会等文化活动，美国拉斯维加斯的饭店可以说是在这个方面达到了极致，完美地将娱乐、文化和饭店业融合在一起。从这个角度看，饭店尤其是高星级饭店是一个地区经济文化发展程度的标志，高星级饭店建设和发展往往相对于地区消费具有适度超前性，通过饭店业发展趋势和动向可以透视一个国家和地区的国情和生产力状况。

现在，饭店作为一个企业，具有独立的法人资格后即成为一个独立的经济组织，自主经营、自负盈亏并独立核算，这就区别于我国20世纪80年代以前以完成政治接待任务为主要经营目的的国宾馆和招待所。饭店不再是政府的附属物而开始以获取经济效益为主要经营目标。饭店一方面要不断开辟市场、广招客源和增加收入；另一方面也要严格经济核算，努力降低成本，扩大利润范围和合理分配经营成果。在市场经济运行环境下，评价一个饭店的状况一定不能忽视其达到的经济目标的程度，饭店的运营和发展一定要建立在科学的管理基础之上，并遵循企业的标准和规范。

■ 饭店的作用

饭店的发展往往会得到该国家和地区的支持，因为它们在社会经济文化发展中具有一些非常重要的作用。

□ 饭店是旅游业的重要支柱

饭店是旅游者在旅游目的地开展活动的基地，是旅游经营活动必不可

少的物质条件。饭店与旅行社、旅游景区等是旅游供给的重要构成要素。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务者，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。

□ 饭店是对外交往的中心和经济发展的窗口

饭店已成为一个城市、地区乃至一个国家市政建设、社会公共设施必不可少的组成部分，也是当地对外交往的中心。饭店业的发展对当地政治、经济和文化等方面的发展有重要影响，刺激和促进了对外开放，提高了社会文明程度。饭店业的发展不仅带来了新的文化和新的生活方式，而且饭店在经营过程中的创新和发展更带来了新的管理观念和管理制度。一个地区和一个城市的饭店业构成了当地投资环境的重要组成部分，直接影响着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。

□ 饭店是创造旅游收入和外汇收入的重要部门

饭店业的收入往往占旅游业总收入的一半以上，因此，饭店业的发展水平往往标志着接待国家或地区旅游业的发展水平。它更是创造外汇收入的重要部门。饭店提供的服务具有就地劳务出口的性质，其创汇率比一般外贸出口要高，对于平衡国际收支有着良好的作用。我国把旅游业作为三大外汇来源之一，饭店外汇收入占了其中相当大的一部分。

□ 饭店为社会创造直接和间接就业机会

按目前我国饭店的人员配备状况，平均每间客房配备 1.5～2 人，其他相关行业如饭店设备和物品的生产和提供行业，也相应带动了大量人员就业。根据国际统计资料和我国近年来的实践经验，高档饭店每增加一间客房，可以直接和间接为 5～7 人提供就业机会。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 个人就职于饭店。因此，饭店建设是扩大社会就业的重要途径之一。

□ 饭店为所在地区带来巨大的经济效益

饭店具有联动效应，其建设和经营为当地的农副产品业、轻工业以及建筑业等带来了巨大的商机，客人住店期间在店内消费的物品也大多由社会其他行业提供，饭店收入的乘数效应对所在地区国民经济的影响十分巨大。

第3节 饭店业发展的历史、现状与趋势

饭店业是一个古老而传统的产业，在发展过程中经历了起起伏伏。在这个过程中，有很多影响因素在左右着饭店业的发展进程。了解和掌握饭店业发展的历史、现状和趋势，有助于了解饭店业发展的宏观影响环境，从而使饭店的经营管理发展始终能与外部宏观环境的状况相适应。

■ 世界饭店业的发展历史

□ 古代客栈时期

由于社会的需要，千百年前就出现了客栈。

埃及古墓的图画中描绘了将游客安顿在现代称之为饭店和宾馆的客栈里的情景。在意大利南部旅游胜地庞贝和黑古拉丁，还留存着几千年前的客栈遗迹，使人们对古罗马时期客栈的面貌有一个大概的了解，并且也由此得知，当时的客栈往往是由奴隶或战俘从事经营和劳作的。历史学家还发现，巴比伦国王汉穆拉比(Hammurabi)对当时巴比伦客栈的质量和管理十分关注，在古老的巴比伦法典中，可以找到禁止客栈主在饮料中掺水的严格规定。

古代经商者一般都组成商队，他们沿途住在各地的商队客栈里。在古罗马和古代中国，沿路还设有驿站以供皇家使者往来住宿。中世纪初，贸易很不发达，因而很少有人出行，如果要旅行，人们或在野外露营或寄宿贵

族城堡，教堂和寺庙也常以低廉价格向旅行者提供膳宿服务。1095 年开始的历时两百余年的“十字军东征”带来了巨大的社会变革，加强了东西方文化和技术交流，促进了商业活动的发展，为古代客栈的发展带来了契机。意大利北部最早感受到了“十字军东征”所带来的影响，客栈业在那里成为一个颇有实力的行业。至中世纪后期，随着商业的发展，旅行和贸易兴起，对客栈的需求大增，沿途有的住户就向旅行者敞开了家门，导致了客栈业的迅速发展。

15～18 世纪客栈较为盛行，并以英国和法国最为发达。许多客栈所在地成为当地的社会、政治和商业活动的中心，有些演变成后来的大城市。

15 世纪时，有些客栈已拥有二三十间客房及其他设施，如当时有名的乔治旅店，除了客房外，还有酒窖、食品室、厨房以及供店主和管马人用的房间。随着商业和贸易活动的兴旺和发展，人们对客栈的需求和服务要求都有了进一步的提高。于是客栈的规模随之扩大，有的发展到拥有 30～40 间客房，设施设备进一步改善，例如建有带壁炉的宴会厅和舞厅，有供客人休憩的花园草坪等。并且开始雇佣专门的服务人员和管理人员，形成了现代饭店的雏形。18 世纪，客栈开始逐步盛行，尤以英国客栈为典型代表。在这个时期，英国的习惯法已宣布客栈是一种公共设施，客栈主负有保证旅客健康的社会责任。客栈主不仅有接待旅客的权利，同时也有接待旅客的义务。

客栈时期经历的时间最长，这一时期的饭店主要有以下几个特点：

◆ 独立经营。一般由家庭经营，规模小，有一种家庭式的温馨气氛。

◆ 设施简陋。通常供过往旅行者寄宿之用，除提供基本的睡眠设施和饮食外，对舒适度不予考虑。

◆ 接待对象较为单一。以商人和宗教徒为主，房租低廉。

◆ 选址明确。一般坐落在市镇中心和马车站、道路边。

◆ 具有一定的社会功能。除了为过往旅客提供食宿外，还成为人们聚会、交往和交流信息的场所。

□ 大饭店时期

18 世纪末到 19 世纪末是饭店业发展史上的大饭店时期，也被称为豪

华饭店时期。这个时期的饭店主要接待王公、贵族、官宦和社会名流。18世纪后半期，随着工业革命的到来，西欧和北美等一些国家相继进入工业化国家的行列，并形成了群众性的消费社会。首先，火车和轮船的普及方便了远行，贵族等上层人物度假旅游和公务旅行日益增多；其次，产业革命带来的一系列技术革命为饭店设施的革新创造了良好的条件，饭店开始了装备现代化的第一步。于是，适应现代工业化和经济贸易发展的需要，饭店业发展从客栈时期过渡到大饭店时期。

18世纪末，美国饭店业有了较快的发展，以1794年在美国纽约建成的第一座饭店——都市饭店为标志，进入了大饭店时期。都市饭店拥有73个房间，在当时不啻为一座大宫殿，很快就成为拥有30万人口的纽约市的社交中心。波士顿、费城和巴尔的摩等城市也不甘落后，纷纷建造和开办了类似的大饭店。1829年，在波士顿落成了一座现代化的大饭店——特莱门饭店(Tremont，也被译为特里蒙特饭店)，该饭店的建成在世界饭店业发展历程中具有里程碑的意义，它开创了现代饭店业的先河，推动了美国和欧洲饭店业的蓬勃发展。

特莱门饭店拥有170套客房，是当时美国有史以来规模最大、造价最高的大楼。该饭店第一个设有前台，由门厅服务员负责接待客人并把钥匙交给客人(为提醒客人离店时把钥匙交给前台服务员，每把钥匙上拴有一小块铁片)，宾客不再在酒吧柜台上登记入住；饭店第一次把客房分为单人间和双人间，而且房门可以加锁；客房内第一次备有脸盆、水罐和免费肥皂，旅客再也不必到饭店后院从水泵里接水洗澡；饭店开设了有200个餐位的餐厅，提供法式菜肴并第一次使用了菜单；饭店还对服务人员进行培训，使他们能训练有素并礼貌热情地接待宾客。

在特莱门饭店之后，美国相继出现了许多有名的饭店，如纽约的阿斯特饭店、芝加哥的太平洋饭店和希尔曼饭店、圣路易的普朗特饭店、奥马哈的帕克斯顿饭店、旧金山的宫殿饭店等。19世纪末至20世纪初，美国出现的一些豪华饭店，如纽约的广场饭店(Plaza)，至今仍称得上美国的一流饭店。

在美国饭店业迅速发展的同时，欧洲国家的饭店业也得到了迅猛的发展。如1874年在柏林建成的恺撒大饭店、1876年开业的法兰克福大饭

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com