

高等院校旅游教材

GAODENG YUANXIAO LUYOU JIAOCAI

饭店 服务教程

刘启亮 / 主编

A COURSE IN HOTEL
SERVICE



中国旅游出版社

饭店服务教程

主 编 刘启亮

副主编 王金茹 张永林

中国旅游出版社

责任编辑：殷 钰 郭海燕

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店服务教程/刘启亮主编. —北京: 中国旅游出版社, 2004.2 (2007.7 重印)

ISBN 978-7-5032-2291-7

I. 饭… II. 刘… III. 饭店—商业服务—教材
IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 006031 号

书 名: 饭店服务教程

作 者: 刘启亮

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编: 100005)

http: //www. cttp. net. cn E-mail: cttp@cnta. gov. cn

发行部电话: 010-85166507 85166517

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 河北三河市灵山红旗印刷厂

版 次: 2004 年 2 月第 1 版 2007 年 7 月第 3 次印刷

开 本: 850 毫米×1168 毫米 1/32

印 张: 8

印 数: 10001—13000 册

字 数: 200 千

定 价: 20.00 元

I S B N 978-7-5032-2291-7

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与发行部联系调换



编写说明

自改革开放以来,我国的饭店业发展迅速,目前已有旅游饭店一万多家,成为旅游业中发展最迅速、国际化程度最高的现代朝阳产业。而且,国内相当一部分饭店无论从建筑设计、设备设施还是在配套装潢上,均达到或接近国际现代饭店水平。其管理水平也有很大提高。然而,从总体上来讲,国内饭店业仍然存在管理水平不平衡、服务水平不稳定、缺乏现代管理方法等问题。与日益发展的饭店业相呼应,国内的旅游教育也呈现出繁荣的景象。饭店管理与服务已成为各办学单位争相开办的热门专业。此前出版的饭店服务类教材,大多为中等职业教育教材或饭店员工岗位培训教材,且大多以部门服务内容作为单行本出版,极不适应高等院校饭店服务课程的教学需要。从教学实际出发,我们在多年从事饭店服务教学的基础上,组织教师编写了《饭店服务教程》一书。

本书从介绍饭店概况入手,全面系统地介绍了饭店各部门应达到的服务水平和各岗位应具备的服务技能。在编写过程中,本书既参照了国家旅游局有关饭店岗位培训教材,又借鉴了国外饭店管理与服务的先进经验,同时还汲取了国内一些饭店具有中国特色的成功之道。内容规范简洁,既便于教学,又利于学生对理论的理解和对服务技能的掌握。有较强的针对性、实用性和可操作性。本教材既可作为高等院校旅游与酒店管理专业的专业课教材,也可成为饭店星级评定、优质服务检



查的依据和饭店员工培训的教材和自学的读物。

本书由承德民族职业技术学院旅游系主任刘启亮同志组织编写。具体编写情况如下：刘启亮同志负责全书框架的构建和内容的统筹；第一、第二、第八和第十章由王金茹同志负责编写；第三章由赵旭东同志负责编写；第四章由何升华同志负责编写；第五章由王丽华同志负责编写；第六章由芬幸娟同志负责编写；第七章由张秀君同志负责编写；第九章由王金同志编写；石家庄铁道学院的张永林同志对初稿进行了修改。最后全书由刘启亮同志统稿。本书在编写过程中参考了此前出版的饭店管理和饭店服务的大量书籍和文献，在此，我们一并表示感谢。由于水平有限，加之饭店业的不断发展，书中错误和缺陷在所难免，恳请专家、读者对本书提出批评意见，以便使其不断完善。

编 者

2003 年 6 月



目 录

编写说明.....	(1)
第一章 饭店概述.....	(1)
第一节 饭店的性质和作用.....	(1)
一、饭店的含义.....	(2)
二、饭店的性质.....	(3)
三、饭店的作用.....	(5)
第二节 饭店的类型和等级.....	(6)
一、饭店的类型.....	(7)
二、饭店的等级.....	(10)
第三节 饭店的基本管理制度.....	(12)
一、总经理负责制.....	(12)
二、经济责任制.....	(13)
三、岗位责任制.....	(15)
四、职工代表大会制.....	(15)
五、员工手册.....	(16)
第二章 饭店服务概述.....	(18)
第一节 饭店服务的含义和特点.....	(18)
一、饭店服务的含义.....	(18)
二、饭店服务的特点.....	(21)



第二节 饭店服务的质量标准	(23)
一、饭店服务质量的含义和内容	(23)
二、饭店服务的质量标准	(27)
三、提高饭店服务质量的途径	(28)
第三章 饭店服务心理	(34)
第一节 服务心理概述	(34)
一、心理的实质	(34)
二、心理现象	(35)
第二节 宾客心理需求	(39)
一、宾客对前厅服务的心理需求	(39)
二、宾客对客房服务的心理需求	(40)
三、宾客对餐厅服务的心理需求	(42)
四、宾客对饭店商品服务的心理需求	(43)
第三节 饭店服务人员应具备的职业心理素质	(45)
一、良好的性格	(45)
二、积极的情感	(46)
三、坚强的意志	(47)
四、出色的能力	(48)
第四章 服务美与礼貌服务	(49)
第一节 服务美概述	(49)
一、饭店服务美的概念	(49)
二、饭店服务美的要素	(49)
三、饭店服务美的特性	(54)
第二节 饭店的礼貌服务	(57)
一、礼貌、礼节和礼仪	(57)
二、讲究礼貌礼节的意义	(57)



三、饭店礼貌服务的主要内容	(58)
四、饭店礼貌服务中的注意事项	(59)
第三节 饭店礼貌服务的基本要求	(60)
一、良好的仪表仪容	(60)
二、规范的服务仪态	(62)
 第五章 前厅服务	(65)
第一节 前厅部概述	(65)
一、前厅部的工作任务与地位	(65)
二、前厅部的组织机构及职责	(67)
第二节 客房预订服务	(69)
一、预订的目的和任务	(69)
二、预订的渠道、方式和类别	(70)
三、预订的程序及客情信息预报	(74)
四、客房预订中的失约行为及处理	(75)
五、建立客史档案	(78)
第三节 大厅服务	(80)
一、应接服务	(80)
二、行李服务	(82)
三、礼宾服务	(84)
四、大堂副理 (Assistant Manager)	(86)
五、其他服务	(86)
第四节 前厅接待及账务服务	(89)
一、前厅接待服务	(89)
二、账务服务	(92)
第五节 总机服务和商务中心服务	(94)
一、总机服务	(94)
二、商务中心服务	(95)



第六节 前厅部的沟通与协调	(96)
一、前厅部沟通与协调的目的、原则和方法	(96)
二、前厅部内部及与其他部门的沟通与协调	(97)
三、宾客投诉处理	(98)

第六章 客房服务	(100)
----------------	-------

第一节 客房部概述	(100)
-----------------	-------

一、客房部的地位与作用	(100)
二、客房部的主要任务	(101)
三、客房部的组织结构及与其他部门的关系	(103)
四、客房的基本设备和布局	(105)

第二节 客房清洁整理工作	(109)
--------------------	-------

一、客房清扫的规定	(110)
二、不同类型房间的清扫顺序	(111)
三、客房清扫的基本方法	(111)
四、客房清扫前准备工作	(112)
五、客房清扫程序	(113)
六、客房部的计划卫生	(119)

第三节 公共区域清洁服务	(121)
--------------------	-------

一、公共区域的基本范围	(121)
二、公共区域的清洁内容及要求	(121)

第四节 客房服务	(123)
----------------	-------

一、对客服务的两种模式	(123)
二、客房服务中心	(124)

第五节 洗衣房服务	(128)
-----------------	-------

一、洗衣房的任务	(128)
二、洗衣房工作人员的职责及服务质量标准	(128)

第六节 客房服务的注意事项	(132)
---------------------	-------



一、房间清扫时的注意事项·····	(132)
二、客房服务中应注意的问题·····	(133)
第七章 餐饮服务·····	(135)
第一节 餐饮部概述·····	(135)
一、餐饮部的地位和作用·····	(136)
二、餐饮部的任务·····	(136)
三、餐饮服务的特点·····	(138)
四、餐饮部的组织机构·····	(139)
五、餐饮部的人员素质要求·····	(140)
第二节 餐饮服务的基本技能·····	(142)
一、托盘·····	(143)
二、斟酒·····	(144)
三、摆台·····	(146)
四、餐巾折花·····	(151)
五、上菜·····	(152)
六、分菜·····	(153)
七、其他技能·····	(154)
第三节 中餐服务·····	(156)
一、中餐零点服务·····	(156)
二、中餐宴会的服务·····	(160)
三、团体(会议)餐服务·····	(164)
四、自助餐的服务程序和客房送餐服务·····	(166)
第四节 西餐服务·····	(170)
一、西餐早餐服务·····	(170)
二、西餐正餐服务·····	(170)
三、西餐宴会服务·····	(171)
第五节 酒吧服务·····	(175)



一、酒吧概述·····	(175)
二、酒吧服务·····	(177)
第八章 会议服务·····	(184)
第一节 普通会议和保密会议的服务·····	(184)
一、普通会议的服务·····	(184)
二、保密会议的服务·····	(186)
第二节 会见、会谈及签字仪式服务·····	(187)
一、会见服务·····	(187)
二、会谈服务·····	(190)
三、签字仪式服务·····	(192)
第三节 国际会议服务·····	(194)
一、准备工作·····	(194)
二、服务规范·····	(196)
第四节 新闻发布会、茶话会及文艺晚会服务·····	(198)
一、新闻发布会服务·····	(198)
二、茶话会服务·····	(199)
三、文艺晚会服务·····	(199)
第九章 康乐服务·····	(201)
第一节 康乐部概述·····	(202)
一、康乐部在饭店中的地位 and 作用·····	(202)
二、康乐部经营管理的特点·····	(203)
三、康乐部设施的类型·····	(204)
第二节 康乐服务·····	(205)
一、娱乐类项目服务·····	(205)
二、运动类项目服务·····	(207)
三、健身与美容服务·····	(216)



第十章 购物服务·····	(226)
第一节 购物服务概述·····	(226)
一、购物服务在饭店中的地位 and 作用·····	(226)
二、客人购物的一般要求及特点·····	(228)
三、旅游商品的一般要求和主要品种·····	(230)
第二节 购物服务的一般程序及注意事项·····	(233)
一、购物服务的一般程序·····	(233)
二、购物服务应注意的事项·····	(239)
主要参考书目·····	(241)



第一章 饭店概述

饭店是伴随着人类旅行活动的开展而出现的。它最初的基本功能是为在旅途中的人们提供过夜住宿服务。随着人类社会的发展和经济的发达，在现代社会中，饭店已成为具有向客人提供住宿、餐饮、购物、娱乐、健身、商务等诸多功能的综合性服务企业，并已形成由拥有各种不同等级、类型、规模、经营方式的众多饭店组成的饭店业。饭店已成为一个城市、地区乃至一个国家的市政建设、社会公共设施中必不可少的组成部分，是当地对外交往、社会交际活动的中心。饭店业的发展为当地社会的政治、经济、文化等方面的发展带来了重要影响，刺激和促进了当地社会的对外交往、经济发展和文化交流，提高了社会的文明程度。本章我们从认识饭店的含义和性质入手，对饭店的类型、等级、基本管理制度等作一下全面的介绍。

第一节 饭店的性质和作用

饭店（HOTEL）一词源于法语，原指富贵门第或官宦之家所拥有的宏伟而豪华的宅邸，是主人们款待宾朋的地方，也是一般人赞赏和向往的去处。后来，英美国家沿用这一名称来指所有商业性的住宿设施。在我国，表示住宿设施的名词有很多，如旅馆、宾馆和饭店等，还有从香港、新加坡等地引进的



“酒店”名称。由于我国国家旅游局将现代宾馆统称为旅游饭店，所以本书就选用了“饭店”一词。

一、饭店的含义

随着社会的进步以及旅游业的发展，各种类型的饭店应运而生。无论一个饭店的设施是简单还是豪华，它都必须具备提供住宿的能力，否则就不能称之为饭店。现代饭店由客房、餐厅、酒吧、商场以及宴会、会议、通讯、娱乐、健身等设施组成，能够满足客人在旅行目的地的吃、住、行、游、购、娱、通讯、商务、健身等各种需求，服务和设施都趋向于多功能和多样化。

综合国外的一些权威辞典对饭店下的定义，可以发现作为一个饭店，必须具备以下四个条件：

第一，它是由一个建筑物或诸多建筑物组成的接待设施。

第二，它必须是经政府批准的，能够提供住宿设施，也能提供餐饮和其他高水平服务的设施。

第三，它的服务对象是公众，主要是外出的旅游者，也包括半永久居住的人。

第四，它是商业性的，以盈利为目的，所以使用者要支付一定的费用。

由此，我们可以总结饭店的定义：饭店是一个以提供服务为主的综合性服务企业，它利用多种生产要素（土地、资金、设备、劳动力等），在创造利润的动机和承担风险的情况下，为旅行者提供住宿、饮食、购物、娱乐和其他服务。

任何一个企业都有其产品，饭店也不例外。饭店的产品是由满足客人物质享受的各类设施、物品等有形产品和满足客人精神享受的服务所形成的无形产品所组成。以物质形式出现的有形产品是饭店产品的基础，而体现无形产品的服务则是一种



直接提供客人享受的活动。服务是一种特殊的产品，有别于其他看得见、摸得着的具有一定几何形状的物质产品，饭店就是以提供具有特殊使用价值的无形产品为主的企业。

饭店作为一个企业，在法律上具有“法人”地位，由饭店的经营管理负责人或者授权的代表执行它的权利、义务和行

为。

二、饭店的性质

(一) 涉外性

饭店的涉外性在于它能够接待境外宾客，这是饭店的基本特征。就饭店本身来说，这是由饭店的档次、功能、服务水平等条件所决定的；从社会原因来说，则是由我国的生产力水平与国外较发达国家水平的差异而引起的。进入我国的境外宾客大致有两类：一类是有较高的社会地位或政治地位的知名人士；另一类是具有较高消费能力的旅行者。他们来我国旅行，要求旅居接待设施能达到和他们生活水平相适应的程度。由此，就出现了适应国际旅游市场需求的饭店，并以满足涉外宾客旅居生活为基准。饭店在设备设施、服务水平、人员素质、管理水平等方面以国际市场标准为依据，从饭店的档次和水准上体现旅游饭店的涉外性。

(二) 服务性

饭店凭借设备设施，通过服务员的服务劳动向宾客提供旅居生活所需的使用价值，所以饭店是一种服务性企业。

作为服务性企业，饭店业务存在着业务内容主体的确定性和具体业务细节上的不确定性。根据市场情况、饭店决策、宾客的旅居规律，饭店业务的主体内容基本上是确定的。也就是说，根据大多数宾客的共同需求，饭店提供的旅居功能、服务内容、运转秩序有一个常规，对此饭店有明文规定，它形成了



饭店业务内容的主体。宾客旅居的基本需求是一致的，于是就决定了饭店服务内容主体的确定性。由于宾客情况有诸多差异，宾客对旅居生活的需求也因个性差异而呈多样性和随机性，并经常发生变化。适应这种变化，服务也会随之发生变化。宾客对服务需求的差异主要表现在服务的具体内容上，因此服务的变化主要表现在具体业务细节上。于是就形成了具体业务细节的不确定性。饭店业务不像实物产品生产企业那样有较强的机械性和规律性。饭店强调规范，但也因宾客的不同而制宜；强调标准，也因宾客不同的需求而变通。为了保证业务主体的确定性和一贯性，同时保证基本的服务质量水准，饭店都制定有一套规范化的服务规程。同时根据每个宾客的情况，饭店培训并鼓励员工做好适合宾客个性需要的超规程服务，最大限度地满足市场和宾客的要求。

作为服务性企业，决定了饭店是一个礼貌行业。饭店的特点是服务员的劳动服务作为一种使用价值直接供宾客使用。饭店提供服务的对象和提供者都是人。因为人有思想有感情有复杂的心理过程，所以，饭店在服务过程中要努力营造宾至如归的氛围。在饭店为宾客提供直接服务的过程中，主客双方互相沟通和交流，希望在交往过程中从陌生走向融合和一致。在这个过程中，礼节礼貌是最好的融合剂。通过礼节礼貌服务，饭店向宾客表达一种良好的态度和意愿，从而达到宾至如归的境界。

（三）企业性

饭店从事旅居接待服务活动，为宾客提供综合性服务的、依法自主经营、自负盈亏、独立核算的经济组织。所以，饭店是一个企业。

首先，饭店要有法律地位。它是指法律赋予饭店独立参与生产经营活动、享受权利、承担义务的主体资格，并成为相对



独立的经济实体，具有自我改造和自我发展的能力，也就是具有一定权利和义务的法人。

其次，饭店要“独立核算，自负盈亏”。饭店是一个独立的经济组织，它以独立法人的资格和社会发生交换关系，通过独立核算，完整准确地反映一个饭店经营运转的实际情况。饭店在经营中遵循等价交换的原则，以经营的全部收入抵补全部支出，从而取得经营利润。在等价交换原则下，饭店不可能从非经营的渠道得到让渡利润，也不会无故向他方让渡利润，因而只能自负盈亏。这就要求饭店独立经营，积极参与市场经营活动，从而增强活力。

第三，饭店要有自主经营权。它包括自主决定经营决策的权利、自主支配财产的权利、自主决定机构设置和人员任免的权利、自行确定分配制度的权利和依法拒绝摊派的权利。

第四，饭店要建立和健全内部的管理体制。饭店要建立以总经理为中心的经营管理和行政指挥系统，同时建立职工代表大会制，保证职工的各项权利得到实现。

三、饭店的作用

饭店业是国民经济中的新兴行业，是旅游业的重要组成部分。饭店在社会经济中处于重要的地位，发挥着很重要的经济、文化和社会作用。

1. 饭店是所在城市、地区对外交往、社会交际活动的中心。饭店业的发展会给当地社会的政治、经济、文化等诸方面的发展带来重要影响，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。

2. 饭店作为旅游业经营活动的基本必备设施，是创造旅游收入尤其是外汇收入的重要部门，对国家外汇收入、平衡国际收支有着重要的意义。