

酒店人职必读

(第二版)

陈文生 著

◎本书介绍酒店的概念性质和类型等级，酒店产品和工作特点，酒店机构和各部门任务，酒店组织架构和管理层次，从业者的必备行业意识和礼貌规范，员工素质要求和岗位职责，员工守则和奖惩条例，主要服务流程和服务规范，常见问题处理规则和突发事件应急预案等。

陈文生
酒店管理
书系

著名酒店管理专家、《饭店世界》主编王大悟倾情推荐



海峡出版发行集团

HAI XIA PUBLISHING & DISTRIBUTION GROUP

福建人民出版社

FUJIAN PEOPLE'S PRESS

酒店人职必读

(第二版)



陈文生 著



海峡出版发行集团 | 福建人民出版社
THE STRAITS PUBLISHING & DISTRIBUTING GROUP | FUJIAN PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店入职必读/陈文生著. —2 版. —福州: 福建人民出版社, 2014. 6
(酒店管理系列)
ISBN 978-7-211-06921-7

I. ①酒… II. ①陈… III. ①饭店—商业服务 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 077888 号

酒店入职必读

JIUDIAN RUZHI BIDU

作 者: 陈文生

责任编辑: 满 艺

出版发行: 海峡出版发行集团

福建人民出版社

网 址: <http://www.fjpph.com>

地 址: 福州市东水路 76 号

经 销: 福建新华发行(集团)有限责任公司

印 刷: 福建省地质印刷厂

地 址: 福州塔头路 2 号

开 本: 700 毫米×1000 毫米 1/16

印 张: 13

字 数: 198 千字

版 次: 2014 年 6 月第 2 版

书 号: ISBN 978-7-211-06921-7

定 价: 30.00 元

封面设计: 林 玲

电 话: 0591-87533169(发行部)

电子邮箱: fjpph7211@126.com

邮政编码: 350001

邮政编码: 350011

2014 年 6 月第 1 次印刷

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换

版权所有, 翻印必究

序

酒店由硬件和软件构成。经常有人说，我国酒店与发达国家酒店相比，似乎在软件方面差了人家一大截，也就是说，在服务质量、管理水平和员工素质等方面还有待提高。

酒店是劳动密集型企业，酒店软件的优劣，说到底还是取决于人员素质的高低，而人员素质的提高则又有赖于入职培训和在岗期间的继续学习。

由于工作关系，我经常深入酒店接受咨询或为员工培训。在与酒店人员的接触中，我深深感到，不论是管理者还是操作者，有的虽然从事酒店工作多年，对个人岗位工作尚能应付，但对酒店整体的认识还存在这样那样的不足。譬如，对酒店工作性质、特点认识不清；对应具有的酒店意识、态度掌握有限；对酒店组织关系的处理原则把握模糊；对不同星级酒店必备的设施条件不甚清楚；对自身岗位或相关岗位的工作职责并非完全明确；对酒店各项服务内容、各部门业务以及常见问题处理方法等也不一定了解得十分完整，如此等等。这些无疑都会制约到他们自身工作能力的提高和与之相关岗位合作的协调程度，从而影响酒店的整体服务质量。

我发现，产生这些问题的原因，在于酒店对零星应聘入职员工的培训往往只限于本岗位所需的专业内容，而忽略或忽视了酒店基本知识的学习。尤其在酒店人力资源紧张、员工流动性大、新手仓促上阵的情况下更是如此。入职必备知识知之甚少的情況在普通酒店更是常见。只要求新员工“简装”上岗，能应付现有工作就行的想法，不但普通员工有，即使管理人员也存在。

我还发现，相当一部分中、高层管理者未必都是科班出身，也未必都是从基层做起。他们中不少人是从其他行业转入酒店业的，因工作繁忙，

无法系统学习酒店理论知识，对本岗位工作有直接关系的知识学习还算用心，而对整体必备知识的学习就不是很重视了。

基于以上原因，我写了这本酒店员工入职必读的书。本书内容简明扼要、通俗易懂，不须花太多时间就能大体掌握酒店员工必备的基本知识。这本书既可作为新入职员工培训的教材，也可作为老员工乃至管理人员继续学习的有益读物。

笔者曾在几年前出版过《酒店入职9节课》一书，现在读者看到的这本书，就是在《酒店入职9节课》基础上，根据酒店发展变化的新情况、新理念、新要求修改补充而成。当时，我国著名酒店专家、上海社科院旅游研究中心主任、《饭店世界》主编王大悟对《酒店入职9节课》一书，以《简单读书，读书简单》一文在报刊上给予褒扬，在业界产生了良好影响。王大悟先生对我的鼓励，为这本书的修订再版无疑给予了很大动力，在此再次向王大悟先生致以诚挚的谢意。

本书插图由福州长乐豪生长山湖国际酒店陈天寿拍摄，有关人员给予协助，在此一并向他们表示感谢。

陈文生

于福州长乐豪生长山湖国际酒店

目 录

第一章 酒店概述 / 1

第一节 酒店的知识构成 / 1

一、基本知识 / 3

二、服务知识 / 4

三、管理知识 / 4

四、营销知识 / 5

第二节 酒店的类型和等级 / 5

一、酒店的类型 / 5

二、酒店的等级 / 12

第三节 酒店组织 / 16

一、酒店组织机构的设置 / 16

二、酒店组织的结构形式 / 18

三、酒店管理层次 / 20

四、组织关系原则 / 21

第四节 现代酒店集团 / 23

一、现代酒店集团产生的原因 / 23

二、酒店集团的优势 / 24

三、酒店集团的组合形式 / 24

四、我国连锁品牌酒店现况 / 27

第二章 酒店的特点 / 28

第一节 酒店产品的特点 / 28

一、酒店产品是有形和无形产品的结合体 / 28

二、酒店产品由物质产品与精神产品组成 / 29

三、酒店的生产与消费几乎同时进行 / 29

四、服务标准既有共性，又有个性 / 30

五、客人对酒店服务的时间性要求比较强 / 30

六、客人对酒店服务的评价是综合作出的 / 30

第二节 酒店经营特点 / 31

一、酒店经营项目多 / 31

二、酒店投资大而回报慢 / 31

三、酒店固定成本比例高，风险也大 / 31

四、酒店销售水平不是很稳定 / 32

五、酒店产品不可转移 / 32

六、酒店产品不可储存 / 32

第三节 酒店管理特点 / 33

一、酒店是一个人造系统 / 33

二、酒店是一个劳动密集型企业 / 33

三、酒店生产主要靠手工操作 / 33

四、酒店岗位既相对独立，又具协作性 / 34

第四节 酒店发展走向 / 34

一、酒店品牌化蔚然成风 / 34

二、主题性、特色化、精品类酒店方兴未艾 / 35

三、利用现代科技成果渐成方向 / 35

四、倡导节能减排、绿色设计和绿色消费 / 35

五、组织结构扁平化 / 36

六、以企业文化引导员工的思想和行为 / 36

第三章 酒店行业意识 / 38

第一节 宾客意识 / 38

一、客人是财源，客人地位第一 / 38

二、客人是“上帝”——客人总是对的 / 38

三、客人投诉是财富 / 40

四、迅速解决纠纷，做到店客双赢 / 40

五、消费者既是酒店的客人，又是酒店的主人 / 41

第二节 服务意识 / 42

- 一、设身处地的服务意识 / 42
- 二、超前、超常和超值服务意识 / 42
- 三、规范化和个性化服务意识 / 44
- 四、延伸和跟进服务意识 / 44
- 五、细微化和感情化服务意识 / 45
- 六、无干扰服务意识 / 45
- 七、快捷服务意识 / 46
- 八、服务链和一站式服务意识 / 46

第三节 产品质量意识 / 47

- 一、酒店产品的硬件和软件 / 47
- 二、确立酒店产品质量意识 / 53

第四节 员工从业意识 / 54

- 一、服务角色意识 / 54
- 二、市场导向意识 / 54
- 三、团队协作意识 / 55
- 四、全员促销意识 / 55
- 五、管理与被管理意识 / 56
- 六、酒店企业精神和口号摘录 / 56

第四章 酒店礼貌规范 / 59

第一节 酒店员工的礼貌用语 / 59

- 一、欢迎、问候和祝愿 / 59
- 二、征询、答应和指向 / 60
- 三、道谢、道歉和道别 / 61
- 四、电话、婉拒和称谓 / 61

第二节 酒店员工的仪容仪表 / 62

- 一、女员工仪容仪表要求 / 62
- 二、男员工仪容仪表要求 / 63

第三节 酒店员工的行为举止 / 64

- 一、站、走和坐 / 64
- 二、迎宾和引领 / 66

三、交接物品和交谈 / 68

四、进门和致礼 / 68

五、宴席座次 / 70

六、轿车座次 / 71

第五章 员工守则、奖惩与生活管理 / 73

第一节 员工守则 / 73

一、总则、服从管理和合作态度 / 73

二、仪容仪表和礼节礼貌 / 75

三、人事资料、工作证件、制服和更衣柜 / 75

四、员工出入通道、当值时间表和打卡签到 / 76

五、告示牌、包裹物件和拾遗 / 77

六、电话、电脑、电梯和卫生间等设施设备的使用 / 77

七、环保节能和爱护节约公物 / 78

八、投诉处理、提案和举报制度 / 78

九、对外纪律和安全守则 / 79

第二节 奖惩条例 / 80

一、奖励 / 80

二、处罚 / 81

第三节 员工生活管理制度 / 84

一、员工宿舍管理条例 / 84

二、员工食堂管理条例 / 85

三、员工更衣室管理条例 / 85

第六章 酒店各部门组织概况 / 87

第一节 业务部门组织概况 / 87

一、前厅部 / 87

二、客房部 / 89

三、餐饮部 / 90

四、康乐部 / 91

五、商场部 / 92

第二节 职能部门组织概况 / 92

一、总经理办公室 / 93

二、人力资源部 / 93

三、财务部 / 95

第三节 后勤部门组织概况 / 96

一、公关销售部 / 96

二、采购部 / 97

三、工程维修部 / 98

四、保安部 / 99

第七章 基层员工素质要求与岗位职责 / 101

第一节 前台部门员工素质要求与岗位职责 / 101

一、前厅部岗位 / 101

二、客房部岗位 / 104

三、餐饮部岗位 / 108

四、康乐部岗位 / 112

五、收银员岗位 / 113

第二节 后台部门员工素质要求与岗位职责 / 114

一、仓库岗位 / 114

二、电脑房岗位——电脑操作员 / 116

三、部门文员岗位 / 116

四、司机岗位 / 117

五、公关销售部岗位 / 117

六、采购部岗位 / 119

七、保安部岗位 / 121

八、工程部岗位——工程部运行、维修工 / 123

第八章 前台部门主要服务流程 / 125

第一节 前厅部主要服务流程 / 125

一、总台接待散客入住流程 / 125

二、换房流程 / 127

三、散客离店结账流程 / 128

四、接受散客预订流程 / 129

五、散客抵店行李服务流程 / 130

六、行李寄存服务流程 / 131

七、行李提取服务流程 / 131

八、商务中心打字服务流程 / 132

九、票务服务流程 / 132

第二节 客房部主要服务工作流程 / 133

一、客房“大整理”流程 / 133

二、住客房“开夜床”流程 / 136

三、“脏空房”清洁流程 / 138

四、会议服务流程 / 139

五、会议厅房布置图 / 141

第三节 餐饮部主要服务流程 / 143

一、中餐零点服务流程 / 143

二、中餐宴会服务流程 / 146

三、中餐宴会摆台图 / 148

四、西餐早餐服务流程 / 149

五、西餐正餐服务流程 / 150

六、西餐宴会服务流程 / 151

七、西餐席面摆台图 / 153

第四节 康乐部主要服务工作流程 / 155

一、桑拿服务流程 / 155

二、夜总会服务流程 / 158

第五节 商场部主要服务操作流程 / 159

第九章 常见问题处理 / 161

第一节 公共常见问题处理 / 161

一、对客人不守规定的处理 / 161

二、对客人不礼貌的处理 / 162

三、对客人有损酒店利益行为的处理 / 164

四、对客人“出格”要求的处理 / 165

五、对客人严重醉酒的处理 / 166

六、对客人的提问、异议、争执、批评、投诉和赠送的处理 / 166

七、其他公共问题处理 / 169

第二节 前厅部常见问题处理 / 170

一、总台问题处理 / 170	
二、行李组问题处理 / 171	
三、总机问题处理 / 172	
第三节 客房部常见问题处理 / 172	
一、对出现意外情况的处理 / 172	
二、对发生疑难问题的处理 / 174	
三、对“麻烦”客人问题的处理 / 175	
第四节 餐饮部常见问题处理 / 177	
一、对客人催菜、改菜、取消菜的处理 / 177	
二、对投诉菜肴或服务质量问题的处理 / 178	
三、对发生疑难问题的处理 / 179	
第十章 突发事件应急预案 / 181	
第一节 酒店灭火和疏散应急预案 / 181	
一、组织机构、领导及职责 / 181	
二、报警程序 / 182	
三、接警处理程序 / 182	
四、灭火行动组的行动 / 183	
五、全面疏散 / 184	
六、与专业消防队的配合 / 185	
七、善后处理工作 / 186	
八、灭火疏散过程的注意事项 / 186	
第二节 其他突发事件应急预案 / 187	
一、抢劫案件应急预案 / 187	
二、绑架人质案件应急预案 / 188	
三、斗殴案件应急预案 / 188	
四、食物中毒事件应急预案 / 189	
五、台风应急预案 / 189	
六、接到爆炸恐吓电话应急预案 / 190	
七、客人意外受伤应急预案 / 191	
八、客人意外身亡应急预案 / 191	
九、客人报失应急预案 / 192	

附录 1 主要国家或地区中英文名称、简写、电话代码以及与北京
时间的时差列表 / 194

附录 2 中外主要节日英汉对照表 / 196

第一章

酒店概述

本章阐明酒店的概念、性质和酒店知识构成；介绍酒店类型和不同星级酒店必备条件；着重阐述了酒店作为一个经济组织，其机构设置、组织结构和处理上下左右关系的原则；同时简要介绍了现代酒店集团化的基本情况。

第一节 酒店的知识构成

酒店在我国有多种称谓，除了酒店这一称呼外，还有宾馆、旅馆和饭店等，有的酒店为强调其特点，又称山庄、别墅、客栈、会所或度假村，有的甚至还保留过去政府为接待而设的招待所名称等等。这里既有传统的称呼，也有不同地域习惯的称呼。如，北方多称饭店，而南方多叫酒店。酒店的英文 HOTEL 一词源于法语，意为贵族在乡下招待宾客的别墅，后来欧美的酒店业就沿用了这一名词。别墅是指人们的“第二个家”，我们常说酒店是客人的“家外之家”，应给客人宾至如归之感，可见 HOTEL 一词作为酒店称呼是何等地贴切。

酒店的简单定义是指为旅客提供住宿、饮食的场所。随着时代的进步，现代酒店的功能较早期酒店大大地增多了，因而现代酒店除了满足旅客住宿、饮食的基本需要外，还提供娱乐、购物、交通、游览、健身、美容、通讯、金融、商务、会议等各种设施和服务，使旅客更觉方便、周到、舒适，旅客几乎所有的生活需要在酒店都可以得到满足，所以酒店又有“城中之城”之称。早期酒店本是为出门旅客所建，故将之作为旅游业支柱之一，而现代的酒店不仅能满足外地旅客出门在外的多种需要，同时也能为

当地消费者提供多种服务。可以这样说，现代酒店是指可以向宾客提供吃、住、行、游、购、娱以及商务、会议、健身、美容、通讯、金融和委托代办等综合性服务的企业。

由于酒店投资者所具备的投资条件如拥有资金、店址地理位置或旧有建筑状况等不同，其建成的酒店市场定位和功能设计也有差别，于是产生了有限服务酒店和完全服务酒店。但无论如何，为宾客提供住宿和饮食，是任何酒店都必须具备的基本功能，否则就不能称其为酒店了。也正由于这一特征，酒店也就有别于“酒楼”“娱乐城”“夜总会”“休闲中心”乃至“美容院”等只提供单一服务的企业。

酒店从本质上讲是属于以服务性为特征的第三产业中的一个行业。酒店与其他产业一样也提供产品，只不过酒店提供的产品是由生产直接进入消费的，这种产品就是服务。客人几乎在酒店提供服务的同时消费服务。服务是无形产品，尽管酒店为客人提供的服务大都借助于有形的物质产品，但主要的产品内容仍是服务。例如，酒店为客人提供了客房，内有家具、卧具、洁具和电器等物质产品，但如果没有酒店员工为之提供卫生整理、维护保养以及其他辅助性服务如叫醒、洗衣、刷鞋、借物等，客人就不可能正常或如意地生活。客人离开酒店并未带走家具等物质产品，因此酒店向客人提供的主要产品就是服务。

客人在酒店的生活需要是多方面的，酒店也需要多部门、多岗位合作为之服务，所以酒店为客人提供的服务具有综合性的特点。

酒店的服务既然是能满足人们所需的产品，因而也成了有价值的消费品。酒店有投入，也要有产出，也要产生应有的经济效益，因而酒店又是一个企业。

简言之，酒店是一个综合性服务的企业。具体地说，酒店的性质可归纳为三点：第一，酒店提供的主要产品是服务；第二，酒店提供的服务具有很强的综合性；第三，酒店是一个经济实体，其最终目的是通过为客人提供服务而获取经济效益。新入职员工了解这三点，对端正其工作态度大有裨益。比如，知道了服务是产品，就明白提高服务技能水平的必要性；知道了服务具有综合性特点，就明白加强团队协作的重要性；知道了酒店是企业，就明白控制成本、增长利润的必然性。

在许多人眼里，酒店工作无非就是为客人端茶送菜、抹桌折被之类，

其实不是这么简单。如何为客人提供全面的满意的服务，如何使各项服务有条不紊地进行，如何使你的酒店成为客人的首选去处，如何使客人成为回头客并吸引更多潜在的客人，如何在一定的投入下使得服务产品质量不下降，而又能取得更多的利润，要做到这些就不是一件容易的事了。这就必须学习酒店经营管理知识。那么，酒店知识究竟包含哪些内容呢？归其大类，一般说来有四大方面：基本知识、服务知识、管理知识和营销知识。

一、基本知识

酒店基本知识，也是所有员工从事酒店工作的入门知识。上至总经理甚至董事长，下到普通员工都必须学习这一方面的知识。它告诉我们酒店是做什么的，有哪些类型、等级和部门，各部门任务是什么，酒店特点怎么样，有哪些礼貌规范、纪律守则等要求，酒店员工必须具备哪些酒店行业意识，怎么样处理好各种关系和常见问题等等。

在基本知识中最为重要的要算酒店行业意识了，这是因为意识决定一个人的言行，没有正确的酒店行业意识，就很难干好酒店工作，甚至对自己的言行正确与否都会感到茫然。例如，酒店大堂的公共卫生间，员工能不能使用？服务员能不能使用客房电话？为什么员工不能乘坐客人使用的电梯上下班？明明是客人忘了买单，为什么我们还要对客人说“对不起，我忘了请你买单”？

基本知识还向员工介绍了酒店组织结构和组织关系原则，不了解它们，员工有可能在处理上下左右关系时会感到无所适从。比如，总经理批评服务员对客人态度不好，是不是属于越级指挥，服务员是否可以不予理睬？服务员是否可以越过领班直接向部门经理请示工作？人事部是否可以不经总经理同意，直接向其他部门调动人员，临时性地帮助客房部“抢房”（尽快整理出房间）？

基本知识中还有一个常识必须要了解，即公共常见问题的处理方法。比如，遇到客人向你打听其他营业部门的服务内容，你不是很熟悉，你是请客人自己去那个部门询问呢，还是自己打听后再告诉客人？再如，酒店突发大火，你的第一反应是拨打 119 还是向安保部门反映？遇到同事与客人发生争执时又该如何处理？

基本知识可以说是常识性的知识，每位员工都必须了解和掌握。

二、服务知识

服务知识即直接对客服务的知识，其操作性比较强。这方面知识包括服务岗位的职责、工作流程、操作规程、服务规范和服务标准等，当然，还包括具有各业务部门特点的常见问题处理方法。

服务人员固然必须学习服务知识，管理人员是否也要学习呢？应当说，管理人员不但要学习，而且还要不断研究它。虽然一般认为管理人员主要是管人、管财、管物，但其最终目的还是为了要能够出高质量产品——服务，很难想象，不知如何服务的人会管好服务。事实上，管理人员管理的对象不仅仅是管理人力、财力、物力，还要管理时间、信息和声誉，而声誉是建立在高水平的服务质量基础之上的。换言之，管理人员管理的对象之一就是服务。所以说，要想成为一名优秀管理者，不能不了解这一方面的知识。

酒店历来提倡“一岗多职，一专多能”，这不仅方便了酒店人力调整的需要，也有利于员工个人素质的提高。因此酒店会经常组织员工进行“交叉培训”，即在岗进修非本职的业务知识。即便管理人员也同样有扩大知识面的需求，这对增强自身的管理能力和提升管理层次无疑都有很大益处。

三、管理知识

管理知识具体说还分为管理原理和各有关部门的专业管理知识。

管理原理包括管理的概念（管什么、怎么管、管的目的是什么），管理基础理论（含管理理念和原则），管理职能（职业技能，包括决策、计划、组织、指挥、协调、控制、评估、激励、沟通、指导和培训）以及管理的基本制度、手段和方法。其中，正确的管理理念是管理成功的必备条件，而管理职能是管理者安身立命之本。

专业管理知识内容，包括各部门的工作任务、组织架构、岗位设置及其职责、规章制度和工作表单等。各类管理人员在精通本部门专业管理知识的同时，也要对其他部门的专业管理知识有所了解，这不但有利于眼前工作的协调配合，也能为将来轮岗工作、充实自我并向更高一个层次的发展打下基础。