

高等职业教育“十三五”创新型规划教材

前厅客房服务与管理

主 编 王秀红

副主编 张香荣 魏燕茹 闫静静

参 编 吴夏雯

内容简介

《前厅客房服务与管理》是国家骨干高职院校建设项目成果,适用于现代服务业技能型应用人才的培养。

本教材针对酒店前厅、客房服务与管理人员的实际工作需要,从提高酒店前厅、客房服务与管理人员的实践技能出发,结合酒店职业岗位实际工作任务,以职业能力培养为核心,以酒店前厅客房部业务运作过程为主线,从教材结构、内容编排、教学方式选择等方面做了大胆改革。

本教材未采用传统教材章、节的形式,而是以酒店前厅、客房部门的具体服务项目(技能)为单元编排为相对独立的六大模块,每一个模块根据工作内容设置了若干项目,每一项目的内容根据教学模式进行编排,内容包括“任务引入、学习目标、相关内容、项目小结、项目考核等”,增加了学生实践能力的训练,提高了学生的实操能力,有利于学生理论和实践的有机统一。全书的结构设置及内容编排不仅体现了酒店岗位工作的特点,而且便于教学的组织与实施,充分体现了项目课程教材实用性的特点。

本教材内容共分为六个模块,模块一至模块三为前厅篇,讲授前厅部基本情况以及预订服务、接待服务、前厅日常服务、前厅部管理等内容;模块四至模块六为客房篇,讲授了酒店客房部管理的基本程序和方法以及客房接待服务、客房清扫服务、客房人力资源管理、客房安全管理等各项客房部服务技能。每个项目从酒店岗位实际需要出发,按照服务的顺序又分解为各项学习任务,各任务间以学生必须掌握的服务与管理知识做链接,使学生的理论知识和实践做到有效的结合。

本教材可供高等职业院校酒店管理、旅游管理、餐饮管理、航空服务专业学生学习使用,也可作为酒店服务人员的培训教材。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

前厅客房服务与管理 / 王秀红主编. —北京:北京理工大学出版社, 2018. 1
(2018. 2 重印)

ISBN 978 - 7 - 5682 - 4607 - 1

I. ①前… II. ①王… III. ①饭店 - 商业服务 - 高等学校 - 教材②饭店 - 商业管理 - 高等学校 - 教材 IV. ①F719. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 196351 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市华骏印务包装有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 18.5

字 数 / 433 千字

版 次 / 2018 年 1 月第 1 版 2018 年 2 月第 2 次印刷

定 价 / 45.00 元

责任编辑 / 王晓莉

文案编辑 / 韩 泽

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

本书编写人员

主 编 王秀红

副主编 张香荣

魏燕茹

闫静静

参 编 吴夏雯

前 言

21 世纪,随着旅游业的发展,饭店从业人员的需求量日益增多,对高素质人才的需求也越来越紧迫。高职高专酒店专业的毕业生成为服务大军的主力。因此,深化职业教育教学改革,创新应用型人才培养模式是高职院校教学改革的重点。根据《教育部关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》(教高〔2006〕16 号),为培养学生应用型能力,以真实工作任务及其工作过程为依据,整合教学内容,科学设计学习型工作任务,教、学、做结合,理论与实践一体化的指示精神,按照学生毕业求职岗位所需技能为依据,对该教材进行了特别的设计与编排,特点如下:

1. 体现专业技能训练与管理能力培养相统一的教学理念。本书形式新颖,内容精练,针对性强,以岗位任务驱动法对高职高专院校饭店管理与服务专业的学生进行前厅、客房管理与服务技能的强化训练,具有一定的实用价值。

2. 强调动手能力与技能训练。每个模块均根据教学需要,设计出实训方案,强调实践能力的培养。既可帮助教师安排实训项目,又可使学生对操作程序与标准有清晰的掌握。教材的理论知识以够用为度,进一步加强了实践教学的内容,符合高职学生的特点。

3. 以“适用教学需要”为原则,对该教材结构体系进行了重新编排。每个模块都提供了引例和综合案例,帮助学生理解和掌握所学知识;而学习目标和小结可以帮助学生了解重点,融会贯通。

为此,我们组织了具有丰富教学实践与教学经验,并有在饭店从事过管理工作、具备实际经验的教师编写了本教材。本书由王秀红担任主编,负责全书的写作思路、写作体例和提纲的设计工作,张香荣、魏燕茹、闫静静任副主编。全书共分六个模块,各章的编写任务如下:模块一和模块二由王秀红(河南农业职业学院)编写,模块三由吴夏雯(河南农业职业学院)编写,模块四由闫静静编写(河南农业职业学院),模块五由魏燕茹(河南农业职业学院)编写,模块六由张香荣(河南农业职业学院)编写。

由于编者的水平和时间有限,书中难免存在不足之处,敬请广大专家和读者批评指正。

目 录

模块一 前厅部概述	(1)
学习任务1 认识酒店	(1)
学习任务2 认识前厅部	(9)
学习任务3 前厅部组织机构设置	(13)
学习任务4 前厅环境设计	(19)
模块二 前厅部综合服务	(25)
项目一 前厅部预订服务	(25)
学习任务1 客房预订概述	(25)
学习任务2 客房预订程序	(32)
学习任务3 超额预订	(38)
项目二 前厅部接待服务	(42)
学习任务1 前厅接待服务	(43)
学习任务2 前厅收银服务	(53)
项目三 前厅部其他服务	(59)
学习任务1 礼宾服务	(60)
学习任务2 总机服务	(65)
学习任务3 问讯与留言服务	(68)
学习任务4 商务中心服务	(73)
学习任务5 大堂副经理	(77)
模块三 前厅部管理	(86)
项目一 前厅销售管理	(86)
学习任务1 前厅销售产品分析	(86)
学习任务2 前厅销售价格的制定	(89)
学习任务3 前厅销售艺术与技巧	(97)
项目二 前厅部日常管理	(101)
学习任务1 前厅部沟通与协调	(102)

2 前厅客房服务与管理

学习任务2 客人投诉及其处理	(107)
学习任务3 客史档案管理	(113)
学习任务4 客户关系管理	(117)
模块四 客房部概述	(123)
学习任务1 认识客房部	(123)
学习任务2 客房部的组织机构及岗位设置	(129)
学习任务3 客房产品设计	(141)
学习任务4 客房部定员管理	(146)
模块五 客房部服务	(153)
项目一 客房接待服务	(153)
学习任务1 对客服务内容	(153)
学习任务2 客房优质服务	(161)
学习任务3 客房服务质量控制	(169)
项目二 客房清扫服务	(176)
学习任务1 客房常规清洁卫生	(177)
学习任务2 公共区域清洁保养与质量控制	(193)
学习任务3 创建“绿色客房”活动	(197)
模块六 客房部管理	(203)
项目一 客房部人力资源管理	(203)
学习任务1 客房员工的素质要求	(203)
学习任务2 客房员工的培训	(208)
学习任务3 客房员工的考核与评估工作	(215)
学习任务4 客房部员工激励	(220)
项目二 客房设备、用品使用与保养	(227)
学习任务1 客房设备管理	(227)
学习任务2 客房布件管理	(233)
学习任务3 客房用品管理	(239)
项目三 客房部安全管理	(241)
学习任务1 客房安全基础知识	(242)
学习任务2 客房部主要安全问题及其防范	(247)
学习任务3 客房部其他安全事故的处理	(256)
附录1 前厅服务员国家职业标准	(262)
附录2 客房服务员国家职业标准	(277)
参考文献	(288)

前厅部概述

学习目标

一、知识目标

- (1) 了解我国酒店业的发展及酒店的类型和等级。
- (2) 了解前厅部的地位及任务。
- (3) 熟悉前厅部的组织结构和岗位职责。
- (4) 熟悉前厅部人员的素质要求。
- (5) 了解前厅的环境布局及美化要求。

二、能力目标

- (1) 能够根据《中华人民共和国星级酒店评定标准》分析一家星级酒店是否符合标准。
- (2) 能够对一家酒店的大堂环境布局情况做出分析和评估。

三、实训目标

- (1) 学会观察、了解酒店前厅部的基本布局。
- (2) 掌握分析酒店前厅部的优势与不足。

学习任务1 认识酒店



任务引入

希尔顿酒店的微笑服务

一个人可以没有资产，没有后台，但只要有信心、有微笑，就有成功的希望。希尔顿于1887年生于美国新墨西哥州，其父去世时，只给年轻的希尔顿留下了2 000美元遗产。希尔顿拿上这2 000美元和自己存的3 000美元，只身去了得克萨斯州，他买下了自己的第一家旅馆。凭借着精确的眼光与良好的管理，很快地，希尔顿的资产就由5 000美元奇迹般地扩

增到 5 100 万美元，他欣喜而又自豪地把这个好消息告诉了自己的母亲，可是，他的母亲却意味深长地对希尔顿说：“照我看，你跟从前根本就没有什么两样，唯一的不同是你把领带弄脏了一些。事实上，你必须把握比 5 100 万美元更值钱的东西，除了对顾客诚实之外，还要想办法使每一个住进希尔顿旅馆的人住过了还想再来住。你要想这样一种简单、容易、不花本钱而行之久远的办法去吸引顾客。这样的旅馆才有前途！”母亲的话让希尔顿猛然醒悟，自己的旅店确实面临着这样的问题，那么如何才能想出既简单、容易，又不花钱且能行之久远的办法来吸引顾客呢？到底什么东西才比 5 100 万美元更值钱呢？希尔顿想了又想，始终没有想到一个好的答案。于是，他每天都到商店和旅店参观，以顾客的身份去感受一切。他终于得到一个答案：微笑服务，只有微笑具有简单、容易、不花本钱而行之久远这四个特征，也只有微笑才能发挥如此大的影响力。于是希尔顿定出他经营旅馆的四大信条：微笑、信心、辛勤、眼光，他要求员工照此信条实践，即使非常辛苦也必须对旅客保持微笑。从 1919 年到 1976 年，希尔顿旅馆从 1 家扩展到 70 家，遍布世界五大洲的各大城市，成为全球最大规模的旅馆之一。在美国经济危机爆发的几年中，有数不清的大旅馆倒闭，最后仅剩下 20% 的旅馆，即使在这种残酷的环境中，希尔顿旅馆的服务人员也依然保持着微笑。因此，经济危机引起的大萧条一过去，希尔顿旅馆就率先进入了黄金时代。希尔顿在这 50 年里，不断地到分设的各国的希尔顿旅馆视察业务。他每天至少与一家希尔顿旅馆的服务人员接触，向各级人员（从总经理到服务员）问得最多的一句话必定是：“你今天对客人微笑了没有？”

希尔顿旅馆生意如此之好，财富增加如此之快，其成功的秘诀之一就是服务人员“微笑的影响力”。微笑，是一个人内心真诚的外露，它具有难以估量的社会价值，它可以创造难以估量的财富。正如卡耐基说：“微笑，它不花费什么，却创造了许多成果。它丰富那些接受的人，而又不使给予的人变得贫瘠。它在一刹那间产生，却给人留下永恒的记忆。”

任务分析

在服务行业中，微笑服务是对从业者最基本的要求，微笑，已成为一种各国宾客都理解的世界性欢迎语言。世界各个著名的酒店管理集团，如万豪、希尔顿、假日等有一条共有的经验，即作为一切服务程序灵魂与指导的十把金钥匙中重要的一把就是微笑。微笑服务是酒店接待服务中永恒的主题，是酒店服务一刻不可放松的必修课，它包含着丰富的精神内涵和微妙的情感艺术：热忱、友谊、情义、信任、期望、诚挚、体谅、慰藉、祝福……

相关知识

酒店（Hotel）一词起源于法语，原意是指法国贵族在乡下招待贵宾的别墅。后来英、美等国沿用了这一名称，来泛指所有商业性的住宿设施。在中文里表示住宿设施的名称有很多，如宾馆、酒店、饭店、旅馆等。关于酒店国内外有许多定义，以下列出其中几种。

《大不列颠百科全书》将酒店定义为向公众提供住宿，往往也提供膳食的，以商业营利为目的的建筑物。

《牛津插图英语辞典》将酒店定义为提供住宿、膳食等，并收取费用的住所。

世界各国对酒店的定义基本相同。《中华人民共和国星级酒店评定标准》中对酒店的定义是：以夜为时间单位向客人提供配有餐饮及相关服务的住宿设施。按照不同的习惯，酒店也被称为宾馆、旅馆、旅社、宾舍、度假村、俱乐部、大厦等。

由此可以看出,酒店是一个以提供服务为主的综合性服务企业,是将有形的空间、设备产品和无形的服务效用投入旅游消费服务领域,具有一定独立性的经济实体。其特征有:提供食宿等服务,具有独立的法人地位。

一、世界酒店业的发展

人类的旅行活动古已有之,为旅行者提供住宿、餐饮的设施应运而生。相传欧洲最初的食宿设施始于古罗马时期,其发展进程大体经历了客栈时期、大酒店时期、商业酒店时期和现代新型酒店时期四个阶段。酒店发展的每一时期,都有与之形态相适应的市场、交通方式和相适应的酒店位置、经营特点等。其总体反映了人类社会进步与发展的一个侧面。

(一) 古代客栈时期

客栈时期是指11世纪到18世纪,其中以15世纪至18世纪较为典型,并以英国和法国的客栈最为发达,许多客栈所在地成为当地的社会、政治与商业活动中心,有些则演变为后来的大城市。

客栈一般是指位于乡间或路边的、主要供过往客人寄宿的小客店,是现代旅游酒店的雏形。早期的客栈,从设施上看,规模小,设备简陋;从服务上看,仅为过往旅客提供吃饭和睡觉等服务;从经营上看,客栈是单家独户经营,无须专门的管理和服务人员。

15世纪以后,随着商业和贸易活动的兴旺与发展,人们对客栈的需求增加,对客栈的服务要求也提高了。于是,客栈的规模开始扩大,设施也有所改善,备有专门的厨房、餐厅和酒窖,建有带壁炉的宴会厅和舞厅。客栈的环境也大为改善,有供客人休憩的花园、草坪等。而且客栈开始雇用专门的服务和管理人员,现代酒店也初具雏形。

到了客栈盛行的18世纪,英国等地的客栈除了为旅客提供食宿之外,还成为人们聚会、社交的场所。客栈往往坐落在乡镇人群活动的中心区域或公共马车站旁,成为当地社会政治与商业活动中心。英法古代乡村客栈如图1-1所示。

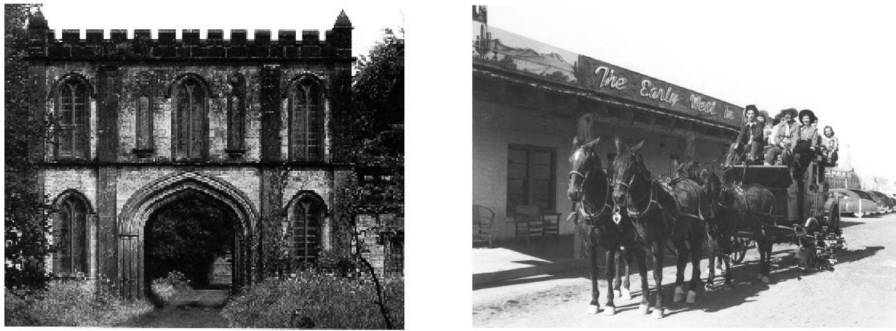


图1-1 英法古代乡村客栈

(二) 大酒店时期

18世纪末至19世纪末是酒店业发展的时期,也称大酒店时期。这一时期,美国和欧洲很多国家的酒店业发展迅速。

18世纪末,美国酒店业有了较快发展。1794年在纽约建成的都市酒店标志着酒店业进入了大酒店时期。都市酒店拥有73个房间,在当时不亚于一个大宫殿,很快成为纽约市的社交中心。1829年,在波士顿建成的特利里蒙特酒店(Tremont Hotel)开创了现代酒店业

的先河，推动了美国乃至欧洲酒店业的蓬勃发展。该酒店设有前厅，负责接待宾客；酒店内不仅有单间客房，而且客房里备有脸盆、水罐和肥皂。19 世纪末 20 世纪初，美国出现了一些豪华酒店，如纽约的广场酒店（Plaza），至今仍称得上是一流的酒店。这些酒店崇尚豪华、大气，供应精美的食物，布置有高档的家具。波士顿特里蒙特酒店和美国纽约广场酒店如图 1-2、图 1-3 所示。



图 1-2 波士顿特里蒙特酒店



图 1-3 美国纽约广场酒店

在美国酒店业迅速发展的同时，欧洲国家的酒店业也不甘示弱，19 世纪末欧洲一些国家相继建成了一些豪华大酒店，如 1874 年建成的柏林凯撒大酒店、1876 年开业的法兰克福大酒店、1880 年建成的巴黎大酒店、1885 年建成的罗浮宫大酒店以及 1889 年开业的伦敦萨伏依酒店等，这些都是规模宏大、设施豪华、装饰讲究、服务一流的酒店。

（三）商业酒店时期

商业酒店时期是指从 20 世纪初到 20 世纪 40 年代末的一段时期，这是酒店业发展的重要阶段，在各方面奠定了现代酒店业的基础。

美国的饭店大王埃尔斯沃恩·斯塔特勒（Ellsworth Milton Statler）被公认为商业饭店的创始人。他凭多年从事饭店经营的经验及对市场需求的了解，建筑了一种为一般公众能负担的价格之内提供必要的舒适与方便、优质的服务与清洁卫生的饭店——斯塔特勒饭店，使饭店走向平民化、大众化，如图 1-4 所示。



图 1-4 斯塔特勒饭店

商业酒店的服务对象主要是公众和商务旅行者,因而其设施与服务一改追求豪华与奢侈的做法,讲求舒适、方便、清洁、安全和适用,并考虑宾客的需求和承受能力,在收费方面也比较合理。这一阶段商业酒店的发展具有以下突出特点。

(1) 确定了酒店为公众和旅游者服务的基调,使酒店业的发展与经济发展和人们的生活水平相适应。

(2) 促进了酒店管理和服务的标准化与规范化,形成了行业规范和相应的管理机构,如酒店协会等。

(3) 逐步实现了酒店的现代化经营和管理,形成了所有者与经营者分离的体制,促进了酒店经营管理阶层的产生和发展。

(4) 出现了专门培养酒店经营管理人才的学校,如美国康奈尔大学等。

(四) 现代新型酒店时期

从20世纪50年代开始,酒店业进入了现代新型酒店时期。第二次世界大战以后,首先出现在北美洲的酒店集团得到了极大的发展,并逐步扩大到了世界其他地方,国际性酒店集团开始崛起,如美国洲际酒店(Inter-Continental Hotels Corporation)、希尔顿国际酒店公司(Hilton International)、喜来登酒店公司(Sheraton Corp.)、凯悦国际酒店公司(Hyatt International)、假日酒店公司(Holiday Inns Corp.)等。图1-5、图1-6所示为希尔顿酒店和喜来登酒店。



图1-5 希尔顿酒店



图1-6 喜来登酒店

现代新型酒店的功能日益多样化,除满足客人的吃、住、行、游、购、娱等一般要求外,酒店还是社交、会议、展览、表演等活动的场所。纵观这一时期酒店业的发展,具有以下几个方面的特点。

(1) 酒店规模扩大,集团化管理占有日益重要的地位。一些大的酒店公司通过委托管理、特许经营等方式逐渐形成了统一管理、统一服务标准的酒店联号经营方式,促进了酒店的集团化发展。

(2) 酒店服务的多样化和综合性促进了各种类型酒店的产生,满足了不同类型宾客的需求。

(3) 酒店业与相关行业的合作日益密切,如酒店业与交通业、旅游业、金融业、商业的合作广泛开展,联合促销,共同争取客源。

二、中国酒店业的发展

（一）中国古代酒店

中国古代酒店设施主要以官办驿站、迎客酒店和民间客栈为主。

1. 官办驿站

官办驿站是指专门用来接待往来信使和公差人员，并为其提供车、马交通工具的住宿设施。驿传制度始于商代中期，止于清光绪年间，世代沿袭三千余年，如图 1-7 所示。

2. 迎客酒店

迎客酒店是另一类官办的住宿设施，是官方用来接待外国使者和交往人员的，不仅满足了中国古代对外交往的客观需要，而且对促进中国古代政治、经济发展起到了重要作用。

3. 民间客栈

中国民间旅店业早在春秋战国时期就已产生，据文字记载，在商周时期就有专门为人们提供休息和食宿的“逆旅”场所。秦汉时期，由于商业和贸易活动的频繁，民间旅店业有了较快的发展。汉代以后，随着城市的发展，民间客栈广泛分布于城内繁华地带。除了一般提供食宿的客栈外，为适应中国封建科举制度的要求，在各省城和京城又出现了专门接待各地赴试学子的会馆，成为当时旅店业的重要组成部分，如图 1-8 所示。



图 1-7 官办驿站



图 1-8 民间客栈

（二）中国近代酒店业的发展

中国近代酒店业是在 19 世纪初随着外国资本的入侵而逐渐发展起来的。这一时期，中国的酒店设施大致可分为西式酒店、中西结合式酒店和民间旅店三种类型。

1. 西式酒店

1840 年鸦片战争以后，西方列强纷纷入侵中国，并在租界和势力范围内建立起大量的西式酒店。这些西式酒店把西方国家的酒店模式带入中国，尤其是受 19 世纪初西方国家商业酒店发展的影响。这些西式酒店一般都规模宏大、装饰华丽，拥有客房、餐厅、舞厅、酒吧、会客室等，备有电话、暖气及卫生间，采用标准化服务和规范化管理，以适应来华的外国人员及当时上流社会人物的需要。这对中国的当代酒店起到了一定的促进作用，尤其是把西方商业酒店的建设、经营、服务及管理方法带到中国，使中国的商业酒店也有了迅速的发展。

2. 中西结合式酒店

中西结合式酒店是指受西式酒店影响,由中国民族资本开办经营的酒店。这类酒店放弃了中国传统酒店的庭院或园林式建筑风格,在建筑设施上趋于西化,且多为高大的楼房建筑;店内设备和装潢则中西结合,在经营项目和经营方式上受西方酒店影响,不仅与交通、银行等行业联营,而且在服务和管理方面也接受国外商业酒店的方式,从而使中国近代酒店业的发展接近西方国家酒店业的发展水平。比较著名的有北京的六国饭店、上海的和平饭店、天津利顺德饭店等。图1-9、图1-10所示为北京的六国饭店和上海的和平饭店。



图1-9 北京的六国饭店



图1-10 上海的和平饭店

3. 民间旅店

这一时期中国民间旅店业也进一步发展与壮大,民间旅店不仅规模上有所扩大,在设施和装潢方面也较以往的旅店有了较大的改善。

(三) 中国现代酒店业的发展

中国酒店业在中华人民共和国成立之后,特别是改革开放以后得到了快速发展。这一时期中国的酒店业的发展大致分为如下三个阶段。

1. 事业型的招待所

实行改革开放之前,各地方、各部门建立了一批招待所。这些招待所是从事接待工作的事业单位,不要求自负盈亏、独立核算。这一时期的招待所的数量较少、设施相对陈旧、服务功能单一、入住条件简陋。

2. 管理型的酒店

改革开放初期,事业型的招待所向企业型转化。在这个阶段,酒店开始具有企业的性质,最重要的表现在于它不再是接待本部门、本系统的人员,而开始对外开放,接待旅客。但是,这一时期的酒店基本上还未将所有权与经营权分离,其经营管理仍处于各部门、各单位的行政管辖之下。

3. 相对独立经营的酒店

随着改革步伐的加快,我国的酒店业逐步实行所有权和经营权分离的制度。这一时期涌现出一大批独立经营或合资的酒店,酒店的所有制成分更加多样化。这类酒店在新的形势下,纷纷提高经营管理水平,向国外高水平看齐。

（四）酒店的等级

1. 国际酒店业等级制度

目前国际上有数十种酒店等级制度，有的是各国政府部门制定的，有的是各地酒店协会或相关协会制定的。有些国家强制性规定酒店必须参加评定等级，有的国家则是由酒店企业自愿申请参加评定。但无论是强制还是自愿，酒店等级制度除详细的等级标准外，还包括完备的申请、调查、批准、复查、暗查、抽查、降级、除名等程序。由于各国、各地区之间酒店业的发展程度不均衡及出发点的不同，各种等级制度所采用的标准也不尽相同。但是，各地酒店等级制定的依据和内容却十分相似，通常都从酒店的地理位置、环境条件、建筑设计布局、内部装潢、设备设施配置、维修保养状况、服务项目、清洁卫生、管理水平、服务水平等方面进行评价确定。

2. 中国酒店业等级制度

中国酒店业的等级制度采用国际上通行的星级制度，即按照一星级、二星级、三星级、四星级、五星级来对酒店进行分级评定，星级越高，表示酒店档次越高。星级用五角星表示，一颗五角星表示一星级酒店，其余依次类推，既巧妙地避开了各国语言文字的障碍，又可以使客人一目了然地对酒店的各方面有一个全面的了解。

（1）酒店星级评定的范围。

《中华人民共和国评定旅游（涉外）饭店星级的规定》明确了星级评定的范围：“凡在中国境内，正式开业一年以上的旅游（涉外）饭店，均可申请参加星级评定。”

（2）酒店星级评定的组织和权限。

国家旅游局是星级酒店评定的最高权力机关，负责全国旅游酒店星级评定的领导工作，并具体负责五星级酒店的评定；各省、自治区、直辖市旅游局设立酒店星级评定机构，负责本地区旅游酒店星级评定工作（四星以下），并向国家旅游局酒店星级评定机构推荐本地区的五星级酒店，最后由国家旅游局星级评定机构评定；副省级城市和优秀旅游城市旅游局设立的酒店星级评定机构可直接评定三星级以下的酒店；非副省级城市和非优秀旅游城市旅游局设立的酒店星级评定机构可直接评定二星级以下的酒店，并向上级主管部门推荐三星级酒店。

（3）酒店星级评定的依据和方法。

旅游酒店星级评定是以酒店的建筑、装饰、设施设备及管理、服务水平等为依据，具体的评定办法按照国家旅游局颁布的设施设备评定标准、设施设备的维修保养评定标准、清洁卫生评定标准、服务质量评定标准、宾客意见评定标准五项标准执行。

酒店星级评定的具体工作由检查者承担，检查者在各级星级评定机构的领导下对酒店进行检查。

（4）星级酒店的检查和监督。

如果酒店的经营管理和服务水平达不到既定星级标准，星级评定机构应根据具体情况对酒店做出相应的处分：口头提醒；书面警告；罚款；通报批评；暂时降低星级，限期整顿；降低星级；吊销星级，吊销旅游（涉外）营业许可证。

学习任务2 认识前厅部

任务引入

电话叫醒引发的投诉

909 房间客人昨晚 11:00 左右致电前台要设置叫醒服务,据当班接待员反映,客人当时需要一个明天 12:50 的叫醒,接待员还重复了一句:“是明天吗?”客人答复:“是。”但今日一早客人到前台称他要的是凌晨 12:50 的叫醒服务,且他称在讲完后补充了是凌晨叫醒服务。客人买了长沙到西安的火车票,票价是 490 元,但由于没有叫醒,所以他们睡过了头,耽误了赶火车。

任务分析

很多时候,客人在要求叫醒服务时都会选择前台。不管是选择前台还是总机,我们在接受客人叫醒服务的要求时,要注意以下几点:

(1) 可能客人会记错当天的日期,在服务人员与其确认时可能会出现时间上的误差,因此服务人员在向客人确认时间时要加上“今天是×月×日,您是需要明天也就是×月×日吗”之类时间确认的话,以提醒客人。

(2) 在晚上或凌晨客人提出叫醒服务要求时,服务人员需注意理解上的差别。如客人在晚上 10:00 通知第二天 2:00 叫醒,我们在确认时间时要注意是凌晨 2 点还是下午 2 点等。

(3) 要记录好客人打电话和要求叫醒的具体时间,便于进行核对。

相关知识

酒店前厅部又称为总服务台,或称为总台、前台等,是饭店联系宾客的“桥梁和纽带”,是饭店经营管理的“窗口”。前厅部通常是设在酒店的大堂,负责推销酒店产品与服务、组织接待工作、业务调度的一个综合性服务部门。前厅在酒店管理中具有全面性、综合性和协调性的特征,是酒店的神经中枢。酒店前厅具体负责的工作主要有客人订房,客人登记,客房状况控制,客人账务的结算与审核以及前厅综合性业务管理。前厅部的运转状况,将直接反映酒店的服务质量和管理水平,影响饭店的经济效益和市场形象。

一、前厅部的地位和作用

酒店前厅部是酒店宾客踏入酒店首先接触的部门,也是宾客离店时迈出的最后场所,更是形成宾客对酒店“第一印象”和“最后印象”的地方,因此前厅部的工作人员贯穿于宾客与酒店接触及交易往来的全过程。现代酒店对前厅部管理经营与服务的要求越来越高,前厅部的地位和作用更不容忽视。

(一) 前厅部是酒店业务活动的中心

前厅部是一个综合性服务部门,自始至终是为客人服务的中心,从客人抵店前的预订、入住,直至客人离店结账,建立客史档案,始终贯穿于客人与酒店交易往来的全过程。而客房是酒店最主要的组成部分。前厅部通过客房的销售来带动酒店其他各部门的经营活动。为

此,前厅部应积极开展客房预订业务,为抵店的客人办理登记入住手续及安排住房,积极宣传和推销酒店的各种产品。同时,前厅部还要及时将客源、客情、客人需求及投诉等各种信息通报有关部门,共同协调全店的对客的服务工作,以确保服务工作的效率和质量。任何一家酒店前厅部都是向客人提供服务的中心。酒店前厅如图 1-11 所示。



图 1-11 酒店前厅

(二) 前厅部是酒店管理机构的形象窗口

前厅部通过客房预订、入住登记、问询、委托代办、电话、结账等岗位为客人提供服务,与客人保持密切的联系。当客人遇到困难寻求帮助时需要找前厅,客人感到不满意要投诉时也找前厅,前厅工作人员的言语举止将会给客人留下深刻的第一印象,最初的印象极为重要。所以,在客人心目中,前厅部是酒店服务与管理的代表机构。在客人眼中,前厅部员工就是酒店的代表,是酒店的门面,是酒店整体形象的重要体现。前厅部的工作直接反映了酒店的工作效率、服务质量和管理水平,直接影响酒店的总体形象。

(三) 前厅部是酒店决策机构的参谋,市场营销的助手

作为酒店业务活动的中心,前厅部及时收集客人对酒店管理和服务的意见及反映,并反馈到酒店质检部门,进行针对性分析,这有助于制定改进管理和提高服务的措施。前厅部的实时经营管理数据和报表,可定期或不定期地按日、月、年提供给酒店决策和营销机构,以此作为制订和调整酒店计划及经营策略的重要依据。前厅部还会同销售部、财务部制订年度客房营销预算计划,发挥着重要的参谋和助手作用。

(四) 前厅收入是酒店收入的重要来源

客房在绝大部分酒店都是收入的主体,客房营业收入在全酒店营业收入中所占比例往往最高,创利润最高,对全酒店的营业带动性最强,而正是前厅部按规定的服务程序与宾客直接或间接接触,形成了酒店最主要的经营活动部门,可以说没有任何一家酒店不重视前厅部销售客房的经营活动。在一般酒店,客房的经济收入要占酒店总收入的 50% 以上,最高的可达到 80% 以上。宾客入住以后,还要进行饮食、购物、娱乐、洗衣等方面的消费,所以重视前厅部的管理,提高前厅部的服务水平,不仅会增加客房的经济收入,还可以增加其他服务设施的收入,进而提高整个酒店的经济效益。

(五) 前厅部是建立良好宾客关系的重要环节

酒店服务质量的高低最终是由宾客做出评价的,评价的标准是宾客的满意度。建立良好

的宾客关系有利于提高宾客的满意度,赢得更多的回头客,从而提高酒店的经济效益。而前厅部是宾客接触最多的部门,其员工与宾客接触频繁,最易获知宾客的需求。因此,应尽可能提高宾客对酒店的满意度,以建立良好的宾客关系。随着酒店的市场逐渐从卖方市场转入买方市场,酒店业的竞争日趋激烈,酒店越来越重视宾客的需求以及酒店与宾客之间的关系。在这种情况下,前厅部工作显得尤其重要。

二、前厅部的任务

(一) 销售客房

销售客房是前厅部的首要任务。客房是酒店出售的最主要的商品,客房收入是酒店收入的主要来源。客房商品又具有价值不可储存性的特征。因此,能否有效地争取客源是酒店生存的关键。前厅部推销客房数量的多少、达成价格的高低,不仅直接影响饭店的收入,而且也间接影响饭店餐厅、酒吧、舞厅等其他业务收入。所以,前厅部要积极参与饭店的市场预测和调研活动,制定合理科学的价格策略和促销策略,配合营销部进行促销活动。

前厅客房销售的任务由以下四个方面工作完成:订房推销;接待无预订客人;办理入住登记;排房、确认房价。总之,客房销售是前厅部的首要功能。前厅部全体管理者及员工应全力以赴按确定的价格政策推销出去尽量多的客房,积极发挥销售客房这一职能。

(二) 前厅服务

作为直接向客人提供各类相关服务的前台部门,前厅服务范围涉及机场和车站接送服务、儿童行李服务、钥匙问讯服务、票务代办服务、邮件报刊服务、电话通信服务、商务文秘服务等,有着“大前厅服务”理念。这种服务理念的核心思想是:在完成前厅各项服务的过程中,要促使前厅服务与酒店其他服务,诸如客房服务、餐饮服务、安全服务等共同构成酒店的整体服务,这表现为服务链条的紧密衔接,避免推诿、扯皮或踢皮球等现象,强调“服务到位”,使客人对酒店留下满意、深刻的印象。

(三) 提供信息

前厅部是与客人接触最多的部门,又是与客人的第一接触点。前厅部每天需要提供大量的信息来回答客人关心的问题。因此,前厅部必须掌握大量的酒店情况,备有各种有关资料,以便提供给客人。同时,前厅部要收集市场信息和客人需求信息,并对其进行加工、整理,传递到客房、餐饮等酒店经营部门和管理部门,为其做出决策提供依据。前厅部员工应充分掌握和及时更新各种信息,以亲切耐心的态度,熟练地提供准确无误的信息。

(四) 协调沟通

前厅部根据客人需求和酒店营销部门的销售计划衔接前、后台业务以及与客人之间的联络、沟通工作,达到使客人满意以及内部业务运作顺畅的目的。例如,客人向前厅服务人员反映房间温度问题,前厅服务人员就应立即通过管理渠道向设备维护部门反映客人意见,并给予客人满意的答复。

(五) 控制房况

前厅部一方面要协调客房销售与客房管理工作,另一方面要能够在任何时候正确地反映客房状况。在协调客房销售与客房管理方面,前厅部应向销售部提供准确的客房信息,防止超额预订,避免工作被动。另外,前厅部应及时向客房部通报实时及未来的预订情况,便于