

教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会规划教材

酒店前厅管理

JIUDIAN QIANTING GUANLI

◎ 刘 伟 著



重庆大学出版社

内 容 提 要

《酒店前厅管理》是一本全面介绍酒店前厅运营与管理的教材,内容涉及前厅部人力资源管理、预订管理、礼宾服务管理、酒店总机与商务中心管理、总台接待管理、总台销售管理、收银业务管理、总台信息沟通、宾客关系管理、房价管理、收益管理以及酒店前厅经营管理的发展趋势等。

本书内容全面系统,管理理念和管理方法先进科学,理论和实践紧密结合,案例丰富新颖,体例创新,编写形式生动活泼。针对酒店前厅管理中的热点问题,每章设有“经理的困惑”,并针对这些困惑向国内外酒店及酒店集团总经理等职业经理人征集答案,将这些业界经理们的答复以文字、视频的形式,通过二维码呈现给读者,使读者可以零距离地与业界经理们接触,聆听他们在管理中的困惑以及对这些困惑的解答,从而使本书通过“互联网+”变得更加生动,实现立体化教材的编写目标,以顺应时代潮流,增强教学效果。

图书在版编目(CIP)数据

酒店前厅管理/刘伟著.--重庆:重庆大学出版社,2018.1

教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会规划教材

ISBN 978-7-5689-0812-2

I.①酒… II.①刘… III.①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234772号

教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会规划教材

酒店前厅管理

刘伟著

策划编辑:范莹

责任编辑:陈力 薛婧媛 版式设计:范莹

责任校对:贾梅 责任印制:赵晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:易树平

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路21号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆市正前方彩色印务有限公司印刷

*

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:27.25 字数:627千

2018年1月第1版 2018年1月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5689-0812-2 定价:59.50元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究



编 委 会

主 任 田 里

副主任 马 勇 高 峻 易树平

委 员 (以姓氏笔画为序)

王天星	王承云	瓦哈甫·哈力克
卢 晓	任国岩	光映炯 刘 伟
江金波	江燕玲	吴国清 何建民
张广海	张玉均	张河清 张健康
张朝枝	李云鹏	李伟清 李勇平
李 海	李 雯	林德荣 周 杰
周 毅	赵书虹	钟永德 梁增贤
黄立萍	程瑞芳	舒伯阳 蔡清毅



一、出版背景

教材出版肩负着吸纳时代精神、传承知识体系、展望发展趋势的重任。本套旅游教材出版依托当今发展的时代背景。

一是坚持立德树人,着力培养德智体美全面发展的中国特色社会主义事业合格建设者和可靠接班人。深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想,以理想信念教育为核心,以社会主义核心价值观为引领,以全面提高学生综合能力为关键,努力提升教材思想性、科学性、时代性,让教材体现国家意志。

二是世界旅游产业发展强劲。旅游业已经发展成为全球经济中产业规模最大、发展势头最强劲的产业,其产业的关联带动作用受到全球众多国家或地区的高度重视,促使众多国家或地区将旅游业作为当地经济的支柱产业、先导产业、龙头产业,展示出充满活力的发展前景。

三是我国旅游教育日趋成熟。2012年教育部将旅游管理类本科专业列为独立一级专业目录,下设旅游管理、酒店管理、会展经济与管理、旅游管理与服务教育4个二级专业。截至2016年年底,全国开设旅游管理类本科的院校已达604所,其中,旅游管理专业526所,酒店管理专业229所,会展经济与管理专业106所,旅游管理与服务教育31所。旅游管理类教育的蓬勃发展,对旅游教材提出了新要求。

四是创新创业成为时代的主旋律。创新创业成为当今社会经济发展的新动力,以思想观念更新、制度体制优化、技术方法创新、管理模式变革、资源重组整合、内外兼收并蓄等为特征的时代发展,需要旅游教材不断体现社会经济发展的轨迹,不断吸纳时代进步的智慧精华。

二、知识体系

本套旅游教材作为教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会(以下简称“教指委”)的规划教材,体现并反映了本届“教指委”的责任和使命。

一是反映旅游管理知识体系渐趋独立的趋势。经过近30年来的发展积累,旅游管理学科在依托地理学、经济学、管理学、历史学、文化学等学科发展基础上,其知识的宽度与厚度在不断增加,旅游管理知识逐渐摆脱早期依附其他学科而不断显示其知识体系成长的独

立性。

二是构筑旅游管理核心知识体系。旅游活动无论其作为空间上的运行体系,还是经济上的产业体系,抑或是社会生活的组成部分,其本质都是旅游者、旅游目的地、旅游接待业三者的交互活动,旅游知识体系应该而且必须反映这种活动的性质与特征,这是建立旅游知识体系的根基。

三是构建旅游管理类专业核心课程。作为高等院校的一个专业类别,旅游管理类专业需要有自身的核心课程,以旅游学概论、旅游目的地管理、旅游消费者行为、旅游接待业作为旅游管理类专业核心课程,旅游管理、酒店管理、会展经济与管理、旅游管理与服务教育4个专业再确立3门核心课程,由此构成旅游管理类“4+3”的核心课程体系。确定专业核心课程,既是其他管理类专业成功且可行的做法,也是旅游管理类专业走向成熟的标志。

三、教材特点

本套教材由教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会组织策划和编写出版,自2015年启动至今历时3年,汇聚了全国一批知名旅游院校的专家教授。本套教材体现出以下特点:

一是准确反映国家教学质量标准的要求。《旅游管理类本科专业教学质量国家标准》既是旅游管理类本科专业的设置标准,也是旅游管理类本科专业的建设标准,还是旅游管理类本科专业的评估标准,其重点内容是确立了旅游管理类专业“4+3”核心课程体系。“4”即旅游学概论、旅游目的地管理、旅游消费者行为、旅游接待业;“3”即旅游管理专业(旅游经济学、旅游规划与开发、旅游法)、酒店管理专业(酒店管理概论、酒店运营管理、酒店客户管理)、会展经济与管理专业(会展概论、会展策划与管理、会展营销)的核心课程。

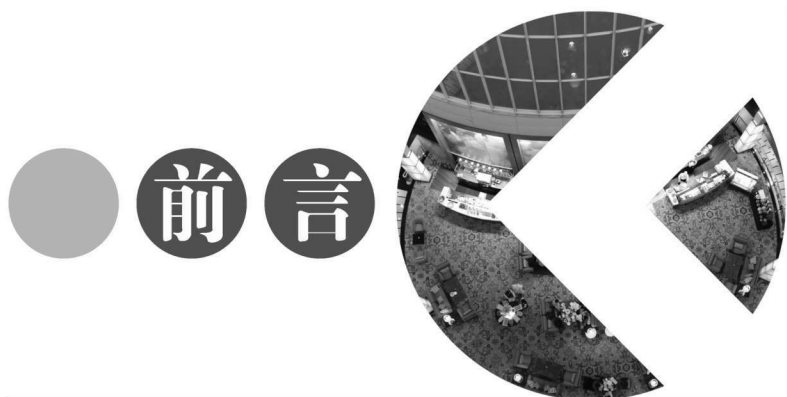
二是汇聚全国知名旅游院校的专家教授。本套教材作者由“教指委”近20名委员牵头,全国旅游教育界知名专家和教授,以及旅游业界专业人士合力编写。作者队伍专业背景深厚,教学经验丰富,研究成果丰硕,教材编写质量可靠,通过邀请优秀知名专家和教授担纲编写,以保证教材的水平和质量。

三是“互联网+”的技术支撑。本套教材依托“互联网+”,采用线上线下两个层面,在内容中广泛应用二维码技术关联扩展教学资源,如导入知识拓展、听力音频、视频、案例等内容,以弥补教材固化的缺陷。同时也启动了将各门课程搬到数字资源教学平台的工作,实现网上备课与教学、在线即测即评,以及配套老师上课所需的教学计划书、教学PPT、案例、试题、实训实践题,以及教学串讲视频等,以增强教材的生动性和立体性。

本套教材在组织策划和编写出版过程中,得到了教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会各位委员、业内专家、业界精英以及重庆大学出版社的广泛支持与积极参与,在此一并表示衷心的感谢!希望本套教材能够满足旅游管理教育发展新形势下的新要求,能够为中国旅游教育及教材建设开拓创新贡献力量。

教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会

2017年11月



一、酒店前厅管理与酒店客房管理:酒店管理专业的核心课程

《酒店前厅管理》和《酒店客房管理》两本教材是应教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会的委托而编写的。在此首先感谢教指委主任委员田里教授、副主任委员马勇教授等领导的信任。

笔者一直认为,酒店前厅管理与酒店客房管理是酒店管理专业的核心课程。根据经营的需要,酒店可以不设餐饮部,但不可以没有前厅部和客房部。前厅和客房,一个被誉为酒店的“大脑”,一个被称为酒店的“身躯”,前厅是整个酒店的指挥中心,而客房则是酒店的利润中心,是满足客人需求核心的部门。

2012年,旅游管理类专业与工商管理类专业并列进入一级专业目录,酒店管理随之也从旅游管理专业的一个方向升级为专业。在这种背景下,原有的旅游管理课程体系需要作重大的调整,酒店管理专业需要有自己独立的、能够适应教学改革和人才培养目标的课程体系,因此,本人建议将原有的很多院校开设的酒店前厅与客房管理课程细化为酒店前厅管理及酒店客房管理两门课程,以适应专业化人才培养的需要。

二、本书写作的“指导思想”和“特色”

多年来,本人一直从事旅游与酒店管理的教学和科研工作,先后在高等教育出版社、中国旅游出版社、中国人民大学出版社以及商务印书馆等出版专著、教材40余部,发行量50多万册,受到业界和旅游院校的好评,其间也去五星级酒店担任副总经理,积累了酒店管理的实践经验,这些都为编写本教材打下了良好基础。

新版《酒店前厅管理》写作的指导思想是:坚持立德树人,定位国内旅游院校酒店管理专业精品教材,着眼于旅游与酒店管理专业人才培养目标,扎根行业,以先进的理念、实用的方法、丰富的内容、创新的形式、精美的印刷,力争成为本专业的精品教材。

总体而言,《酒店前厅管理》具有下述特点。

1. 图文并茂:为了增强内容的丰富性、可读性以及拉近读者与现代化酒店的距离,书中

每章都有开章导读。书中部分图片也由本人拍摄,以期为读者提供更多身临其境之感。

2.理念先进:把握国内外未来酒店管理的发展趋势,引入先进的酒店管理理念。先进的酒店房务管理理念和方法,决定了本套书将成为酒店经营管理潮流的引导者。

3.内容科学:本书增加了很多计算机管理的内容,以充分体现内容的先进性和科学性。

4.形式鲜活:在每章“经理的困惑”板块,师生们不仅可以以文字的形式读到酒店行业的经理人对当前酒店行业经营管理的热点问题的看法和答复,还可以通过扫描二维码,以视频的形式观看这些经理的风采,面对面聆听他们对酒店管理热点问题的观点和认识。这是本教材一大亮点。

5.方法实用:书中很多管理方法和理论为世界著名酒店管理集团所采用,对其他酒店具有较强的指导意义。

6.“困惑”导入:为了增强可读性,每章都以酒店前厅管理人员在实际工作中遇到的困惑,以“经理的困惑”的形式,引入本章内容。并在该章末尾附上国内其他酒店经理人对此困惑的答复。

7.案例搭桥:书中引入大量前厅管理的案例,以加深学生对教材内容的理解,通过案例,搭起理论与实践之间的桥梁。

8.信息丰富:除了书中正文丰富的内容以外,还在附录中为读者提供了管理表格、程序和标准(SOP)等大量实用的资料。

9.突出管理:本书既不同于一般只强调理论而忽视实践的空洞教科书,也不同于只有实操而没有理论的枯燥的培训资料,而是在两者之间找到了一个最佳平衡点,主要研究酒店房务的运营与管理问题,既有理论高度和前瞻性,又有很强的实操性。

10.突出中国特色:中国酒店业经过近40年的高速发展以及对于国际酒店业的学习、消化、吸收等几个阶段,现在已经进入创新发展和弯道超越阶段。在借鉴美国的制度化管理、欧洲酒店业的文化特色以外,逐步形成了自身以亲情化为特色、以广州从化碧水湾度假村为代表的“中国服务”和中国式管理理念和管理模式,并取得了巨大成功。

本书作者在浙江大学饭店管理研究所、浙江大学旅游学院、广州市旅游局以及广东省旅游局等单位的支持下,已连续成功举办9期“碧水湾现象研讨会”,在国内酒店业界以及旅游院校受到广泛好评。本书突出了碧水湾温泉度假村以及众多国内成功的酒店和度假村企业的经验,选取了他们的大量服务和管理案例,并组织碧水湾度假村等先进旅游酒店和度假村企业拍摄了酒店管理视频,供旅游院校的师生们学习和研究。

在此,要特别感谢广州从化碧水湾温泉度假村、广州南沙大酒店、西安古都文化大酒店,它们专门组织力量,为这套教材拍摄了专业的二维码,同时,还要感谢来自洲际酒店集团、香格里拉酒店集团、恒大酒店集团、华美达酒店集团、凯莱酒店集团、美豪酒店集团等酒店及酒店集团的房务经理和总经理们,他们将自己的知识和经验无私地奉献给各位读者。

三、丰富的教学配套资源

本书配套有教学 PPT、教学案例、教学图片、知识拓展视频、测试卷等电子教学资源。选用本教材的老师如有需要,请向作者或出版社索取,也可以登录课程教学网站“刘伟酒店网”获取。

四、一点期望

借此机会,我还想对广大学习酒店管理专业的大学生们说几句话。

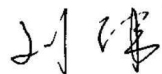
很多人认为,学酒店管理专业没有前途,工作辛苦、待遇低。是的,作为一线服务人员,薪酬也许不高,工作确实辛苦,但大学酒店管理专业的人才培养目标是酒店高级管理者。而酒店服务的经历和经验又是作为管理者必不可少的,是走向目标不可逾越的起点。当代中国酒店业急速发展,不仅需要服务人员,更需要大量既掌握现代酒店管理知识,又具有酒店实践经验的高水平管理人才,所以你们未来从事酒店管理工作,成为高级酒店职业经理人这一过程比在世界上任何国家、任何时候都要快、要短!就从事酒店工作的薪酬而言,到总监、总经理层次,年薪数十万,甚至上百万,是一般企业白领阶层难以企及的。有报告显示:酒店本科毕业生3年薪酬增长110%以上,高职高专毕业生薪酬增长90%以上。

因此,学习酒店管理专业,一定要沉得住气,要有长远的职业生涯规划,具有企业家精神和战略思维,目光往前看、往上看!

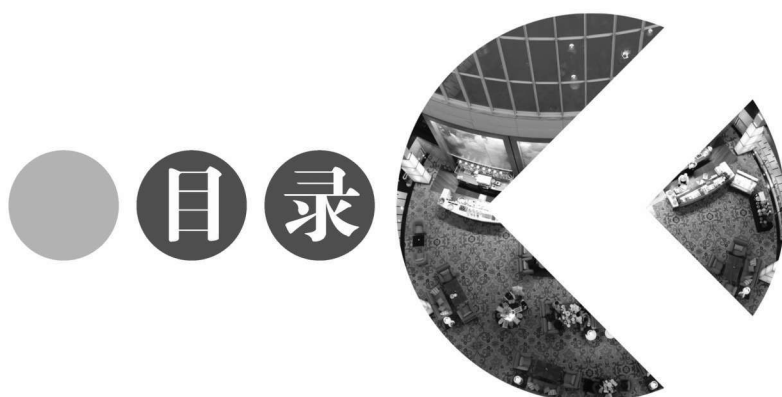
五、鸣谢

感谢广东金融学院葛朝蕾老师和温嘉颖同学,她们为本教材准备了电子教案、PPT及配套试题。另外,以下人士参与了本书资料搜集工作:张谦、刘方际远、郭淑梅、陈浩、许雁醒、刘江、刘浩、梁峻峰、段晓、刘蓉娜、胡伟国、卢合洪、曾晓峰、冯郑凭、苏英、吴南、陈木丰、曹艳爱、石飞、章寇球、周成、宋健等。

最后,还要特别感谢深圳市捷信达电子有限公司,他们为本书的编写特别提供了行业领先的酒店管理信息系统(PMS):“捷信达 GSHIS-PMS 酒店管理软件”,从而使本书更加先进、科学,实用性更强(如需要这套教学软件和教材配套教学资源,请发邮件至:1821942859@qq.com)。



广东金融学院教授
2017年11月9日于广州



第1章 前厅部概述	1
1.1 前厅部的地位作用及主要任务	2
1.2 前厅部的组织架构	5
1.3 大堂与总台	9
本章小结	13
思考题	13
案例分析	14
补充与提高	14
第2章 前厅部人力资源管理	16
2.1 前厅部管理人员:岗位职责与素质要求	17
2.2 前厅部员工的招聘	22
2.3 前厅部员工的培训	34
2.4 前厅部管理人员的管理方法和技巧	46
2.5 前厅部排班方法	55
2.6 前厅部领班的管理艺术	57
2.7 前厅部员工的激励	59
本章小结	64
思考题	64
案例分析	65
补充与提高	66
第3章 预订管理	69
3.1 预订的方式与种类	70

3.2 预订渠道与酒店计价方式	76
3.3 预订业务管理	78
3.4 “失约”的预防与管理	86
本章小结	88
思考题	89
案例分析	89
补充与提高	90
第4章 礼宾服务管理	93
4.1 酒店“金钥匙”	94
4.2 门童:岗位职责与素质要求	99
4.3 行李服务管理	103
本章小结	109
思考题	109
案例分析	109
补充与提高	110
第5章 酒店总机与商务中心管理	112
5.1 总机房管理	113
5.2 商务中心管理	119
本章小结	123
思考题	123
案例分析	123
补充与提高	124
第6章 总台接待管理	126
6.1 总台接待业务流程	127
6.2 入住登记管理	132
6.3 问讯业务管理	137
6.4 行政楼层管理	139
6.5 提高前厅服务质量的途径	144
本章小结	154
思考题	155
案例分析	155
补充与提高	156

第7章 总台销售管理	158
7.1 客房状态的控制	159
7.2 总台销售艺术与技巧	166
7.3 客房分配	171
本章小结	173
思考题	174
案例分析	174
补充与提高	175
第8章 收银业务管理	180
8.1 总台收银业务	181
8.2 结账业务管理	187
8.3 防止客人逃账技术	195
8.4 夜间稽核	197
8.5 贵重物品保管	204
8.6 收银人员管理	208
本章小结	210
思考题	210
案例分析	211
补充与提高	213
第9章 总台信息沟通	218
9.1 客情沟通	219
9.2 总台常用表格及其设计	222
9.3 前厅部与其他部门的信息沟通	224
9.4 前厅部文档管理	230
本章小结	232
思考题	232
案例分析	232
补充与提高	233
第10章 宾客关系管理	236
10.1 大堂副理	237
10.2 宾客关系主任	242
10.3 宾客关系主任日常工作流程	245

10.4 客人投诉及其处理	251
10.5 客历档案的建立	260
10.6 与客人的沟通技巧	264
本章小结	270
思考题	270
案例分析	271
补充与提高	275
第 11 章 房价管理	277
11.1 影响客房定价的因素	278
11.2 客房定价目标	280
11.3 客房定价法与价格策略	282
11.4 房价体系与平均房价	284
本章小结	286
思考题	287
案例分析	287
补充与提高	288
第 12 章 收益管理	290
12.1 收益管理的原理与实施方法	291
12.2 “收益管理法”在酒店的应用	295
12.3 收益管理法对传统酒店定价机制的冲击	298
12.4 互联网时代的酒店收益管理法	301
12.5 酒店收益管理的应用现状与前景展望	304
本章小结	305
思考题	306
案例分析	306
补充与提高	307
第 13 章 酒店前厅经营管理的发展趋势	310
13.1 21 世纪前厅服务的发展趋势	311
13.2 21 世纪前厅部经营管理的发展趋势	314
本章小结	317
思考题	317
案例分析	317
补充与提高	319

附 录	322
附录 1 前厅部常用术语英汉对照	322
附录 2 前厅部:岗位说明书(部分岗位)	331
附录 3 前厅部:“政策与程序”	341
附录 4 前厅部岗位培训任务分析表	356
附录 5 前厅部新员工培训检查表	396
附录 6 前厅部员工工作考核表	411
参考文献	417

第 1 章

前厅部概述



前厅部是酒店对客服务的“前台”，既是酒店的接待部门，又是销售部门（销售以客房为主的酒店产品）。它与客房部一起构成酒店的房务部门（Rooms Division）。

通过本章的学习，读者应该：

- 了解前厅部的地位、作用及主要任务。
- 了解和掌握前厅部组织机构及其设置的原则。
- 了解前厅部各班级的基本职能。
- 对酒店大堂与总台有个基本的认识。

关键词：前厅部；组织机构；作用；任务；大堂；总台

Keywords: Front Office / F. O.; Organization Chart; Roles; Tasks; Lobby; General Service Desk

经理的困惑

——总台员工不微笑该怎么办？



谁都知道,酒店要提高效益必须提高服务质量,而要提高服务质量,员工在对客服务中需要提供微笑服务,但要做到这一点实在太难了,特别是在中国。你不能打他,也不能骂他,更不能惩罚他。提醒他,他会很快忘记;警告他,他不当回事;惩罚他,他一生气,更没有了笑脸!我真不知该怎么办?

1.1 前厅部的地位作用及主要任务

1.1.1 前厅部的地位和作用

前厅部(Front Office)是招徕并接待客人、推销客房及餐饮等酒店服务,同时为客人提供各种综合服务的部门。前厅部的工作对酒店市场形象、服务质量乃至管理水平和经济效益有至关重要的影响。

第一,前厅部是酒店的营业橱窗,反映酒店的整体服务质量。一家酒店服务质量和档次的高低,从前厅部就可以反映出来,有一位顾客曾经说道:“每当我们走进一家旅游酒店,不用看它的星级铜牌,也不用问它的业主是谁,凭我们‘四海为家’的经验,通常就可以轻而易举地‘嗅’出这家酒店是否合资酒店、是否外方管理以及大致星级水平……”正是从这个意义上讲,有人把前厅誉为酒店的“脸面”,这张脸是否“漂亮”,不仅取决于大堂的设计、布置、装饰、灯光等硬件设施的豪华程度,更取决于前厅部员工的精神面貌、办事效率、服务态度、服务技巧、礼貌礼节以及组织纪律性。

第二,前厅部是给客人留下第一印象和最后印象的地方。前厅部是客人抵店后首先接触的部门,是给客人留下第一印象的地方。从心理学上讲,第一印象非常重要,客人总是带着这种第一印象来评价一个酒店的服务质量。如果第一印象好,那么即使在住宿期间遇到不如意的地方,他也会认为这是偶尔发生的,可以原谅;反之,如果第一印象不好,那么,他就认为这家酒店出现这类服务质量差的事是必然的,酒店在他心目中的不良形象就很难改变,而且他还会对酒店服务横挑鼻子竖挑眼。此外,客人离开酒店时也是从前厅部离开的,因此,这里也是给客人留下最后印象的地方,而最后印象在客人脑海里停留的时间最长。最后印象的好坏,在很大程度上取决于前厅部服务员的礼貌礼节和服务质量,如果服务员态度不好,办事效率不高,就会给客人留下不良的最后印象,使其在客人住店期间为客人所提供的良好服务“前功尽弃”。

第三,前厅部具有一定的经济作用。前厅部员工的服务质量、工作效率和销售技巧,直接影响到酒店接待客人的数量和客人的回头率。

第四,前厅部的协调作用。前厅部犹如酒店的大脑,在很大程度上控制和协调着整个酒店的经营活动。由这里发出的每一项指令、每一条信息,都将直接影响酒店其他部门对客人的服务质量。因此,前厅部员工,尤其是接待员工作必须认真负责,一丝不苟,并经常联络和协调其他部门的工作,以保证酒店这部机器正常运转,提高酒店对客人的整体服务质量。

第五,前厅部的工作有利于提高酒店决策的科学性。前厅部是酒店的信息中心,它所收集、加工和传递的信息是酒店管理者进行科学决策的依据,很多酒店管理者就是根据前厅部所提供的客人的预订信息来决定未来一个时期内房价的高低。

第六,前厅部是建立良好宾客关系的重要环节。酒店服务质量好坏最终是由客人作出评价的,评价的标准就是客人的“满意程度”,建立良好的宾客关系有利于提高客人的满足度,争取更多的回头客,从而提高酒店的经济效益,因此,世界各国的酒店都非常重视改善宾客关系。而前厅部是客人接触最多的部门,是建立良好宾客关系的重要环节。

1.1.2 前厅部的主要任务

1) 客房预订

接受客人预订是前厅部的主要任务之一。

2) 入住登记

总台不仅要接待住店客人,为他们办理住店手续、分配房间等,还要接待其他消费客人以及来访客人等。

3) 礼宾服务

礼宾服务包括在机场和车站接送客人、门口迎宾、为客人提供行李搬运、出租车服务、问讯服务等。

4) 房态控制

酒店客房的使用状况是由总台控制的。准确、有效的房态控制有利于提高客房利用率及对客人的服务质量。

5) 账务管理

财务管理包括建立客人账户、登账和结账等工作。

6) 信息管理

前厅部要负责收集、加工、处理和传递有关经营信息,包括酒店经营的外部市场信息和内部管理信息(如开房率、营业收入及客人的投诉、表扬、客人的住店、离店、预订以及在有关部门的消费情况等)。前厅部不仅要收集这类信息,而且要对其加工、整理,并将其传递到客房、餐饮等酒店经营部门和管理部门。

7) 推销客房

除了酒店营销部以外,前厅部的预订处和总台接待也要负责推销客房的工作。受理客人预订,并随时向没有预订的零散客人(Walk-in Guests)推销客房等酒店产品和服务,如图1-1所示。

房价表

房间类别	人民币/元
海宇楼—行政楼宇	
商务房	1828
行政房	2488
豪华套房	3158
行政套房	3568
贵宾套房	3988
天丰楼	
豪华房	1498
高级套房	2988
豪华别墅	4818
贵宾楼	24900
贵宾楼总统别墅	99600

- ◆ 以上房价须另收15%服务费和4%政府税
- ◆ 办理入住时间为下午2点后,退房时间为中午12点前。
- ◆ 若无预付定金保证订房或告知明确航班时间,订房仅保留至当晚6点。
- ◆ 12岁以下与父母同住而不需要加床的儿童可免费住宿。
- ◆ 房价如有变动,恕不另行通知。

【重点推介】

- ◆ 厦门唯一花园别墅式顶级商务会议酒店
- ◆ 厦门都市绿洲——70000平方米私密的生态花园、空气质量最优
- ◆ 顶级行政楼宇 ◆ 500人国际会议厅、大型户外宴会活动场所
- ◆ 会议专家服务 ◆ 旅游及票务代理 ◆ 钻石级金钥匙服务
- ◆ 经典悦华宴会菜、国宾菜系列 ◆ 闽南第一名菜——悦华佛跳墙
- ◆ 室内恒温水疗游泳馆、网球场、1690米花园跑道

【订房】

请联系悦华酒店客房预订中心或各大旅行社
 电话: 0086-592-602 3333 传真: 0086-592-602 1035
 电子邮件: reservation@xmmandarin.com
 网址http://www.xmmandarin.com

A member of
SUPRANATI NAL
HOTELS
 GDS Codes

Sabre SX 60454. Amadeus SX XMNMAN

Galileo /Apollo SX 13500. Worldspan SX XMNMAN. Worldres SX 85856

Instant Internet online booking confirmation can be secured through our home page

厦门市物价局价格监督检查分局监制 投诉电话: 12358

图 1-1 供总台销售用的房价表