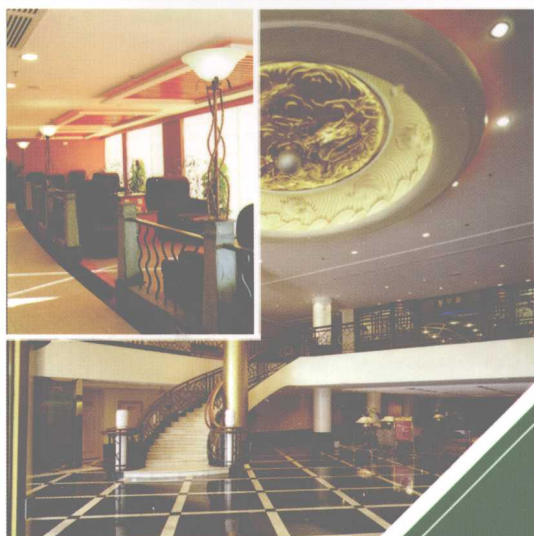


中等职业教育课改项目成果教材
“任务引领型”规划教材·饭店服务与管理系列

饭店文化 概论

◎ 主编 陈乾康



中等职业教育课改项目成果教材

“任务引领型”规划教材·饭店服务与管理系列

饭店文化概论

主编 陈乾康

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店文化概论 / 陈乾康主编

北京: 中国人民大学出版社, 2007

中等职业教育课改项目成果教材

“任务引领型”规划教材·饭店服务与管理系列

ISBN 978-7-300-08710-8

I. 饭…

II. 陈…

III. 饭店-企业文化-专业学校-教材

IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 171677 号

中等职业教育课改项目成果教材

“任务引领型”规划教材·饭店服务与管理系列

饭店文化概论

主编 陈乾康

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2007 年 11 月第 1 版

印 张 6

印 次 2007 年 11 月第 1 次印刷

字 数 104 000

定 价 12.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

“任务引领型”规划教材·饭店服务与管理系列 丛书编委会

编委会主任 魏小安 中国社会科学院旅游研究中心 研究员、教授、博士生导师

编委会副主任 戴斌 北京第二外国语学院 校长助理、科研处处长、教授

谷慧敏 北京第二外国语学院 副院长、教授

编委 (按姓氏笔画为序)

石应平 四川大学旅游学院 副院长、副教授、四川省星级评委

伍晓晴 保定学院资源与环境系 副教授

张杨莉 上海市现代职业技术学校 高级教师

上海市旅游大类教研组成员

李树民 西北大学经济管理学院旅游管理系 主任、教授、博士生导师

邵峰 上海银河宾馆 质检培训部经理

陈乾康 四川大学旅游学院 副院长、教授

李琦 保定学院资源与环境系 副主任、副教授

何强 香格里拉大酒店 驻店经理

李嘉珊 北京第二外国语学院国际传播学院 副院长、副教授

中国人民大学人文奥运研究中心 研究员

唐莉 四川大学旅游学院 讲师

四川省导游资格考试评委

黄泮光 河北省旅游教育培训中心 主任

韩国梁 上海西郊宾馆 副总经理

阙敏 四川大学旅游学院 副教授

出版说明

当前,我国中等职业教育发展形势好、速度快,但人才培养与社会发展、企业要求有一定差距,其中重要一点是教材开发滞后,课程与就业关联不够,学用不一致比较明显,学校的专业教学还没有完全结合企业的实际需要。因此,中国人民大学出版社组织有关专家与一线老师,着力解决目前中等职业教育教材中比较突出的问题,形成新的职业教育课程理念,按实际工作任务、工作过程和工作情境组织课程,形成以任务引领型课程为主体的、具有特色的中等职业教育教材。

本套饭店服务与管理专业教材以先进的研发理念为指导,以上海市中等职业教育专业课程标准改革项目成果为主要依据,以就业为导向,以能力为本位,以饭店岗位需要和饭店从业人员职业标准为依据,能够满足饭店专业学生职业生涯发展的需求。具体来讲有以下特色:

1. 任务引领。以工作任务引领知识、技能和态度,让学生在完成工作任务的过程中学习相关知识,发展学生的综合职业能力。
2. 结果驱动。把焦点放在通过完成工作任务所获得的成果,以激发学生的成就动机,通过完成工作任务来提升工作智慧。
3. 突出能力。课程定位与目标、课程内容与要求、教学过程与评价等都突出学生职业能力的培养,体现职业教育课程的本质特征。
4. 内容实用。围绕工作任务完成的需要来选择课程内容,不过分强调知识的系统性,而注重内容的实用性和针对性。
5. 做学一体。打破长期以来教学的理论与实践二元分离的局面,以工作任务为中心,实现理论与实践的一体化教学。

在本套教材的研发与编写过程中,首先要感谢上海市教委的诸多专家、领导,感谢他们对中职课程改革项目投入的大量人力、财力和时间,同时要感谢关注中等职业教育、参加本套教材研发与编写的各位老师,我们希望能够得到大家一如既往的支持。

中国人民大学出版社

2007年9月

前 言

饭店业是中国旅游市场国际化程度最高的行业之一，也是市场竞争最激烈的行业之一。当今旅游市场上，外资饭店、合资饭店、国资饭店和民资饭店济济一堂，高档酒店、中档酒店和经济性酒店相互竞争。为了在纷繁复杂的市场竞争中立足，价格策略、品牌策略、营销策略、质量策略被饭店管理者反复使用，而策略越透明，其作用也越有限。未来饭店市场的竞争将在什么领域展开？饭店企业如何才能在残酷竞争中再操胜券呢？企业文化无疑是应该重点关注的领域。

饭店文化建设是现代饭店管理的前沿阵地，也是国内饭店业普遍忽视的问题。它通过创建优秀的饭店企业文化，增强饭店的文化特色和内部凝聚力，达到提高饭店市场竞争力的目的。因此，它是最需要引起饭店管理者关注的问题。由于饭店文化建设不是可以一蹴而就的事，必须经过几代人辛勤努力，不断培育健康向上的企业文化，才能达到强势企业文化的境界，因而抓饭店文化建设宜早不宜迟，谁走在前面，谁就获得了主动权，就可能赢得先机。

本教材是关于饭店文化的概要介绍，内容包括饭店文化及饭店文化建设的基本理论，以及饭店文化鉴赏。本教材采用全新的编写体例，每章下设“学习任务”、“知识讲解”、“知识扩展”、“复习思考题”四个板块，并在“知识讲解”板块中根据知识点讲解的需要设有“小思考”、“小案例”、“小贴士”、“实践环节”等栏目，以求内容精当、形式活泼。

全书由陈乾康任主编，毛丽娅任副主编。编写分工如下：第一、二章由陈乾康编写；第三章由闫淑玲、杨小乐编写；第四章由陈乾康、张燕、陈琪瑶编写；第五章由毛丽娅编写。

由于相关的参考书籍较少，作者的水平有限，本书可能存在不少错漏，敬请读者批评指正。

本书曾先后得到四川省教育厅和四川省教育厅人文社科重点研究基地乐山师范学院四川旅游发展研究中心课题资助，谨致谢意！

陈乾康

2007年6月

目 录

第一章 饭店文化	1
第一节 饭店文化的含义	1
第二节 饭店文化的特性	4
第二章 饭店文化建设	8
第一节 饭店文化建设的意义	8
第二节 饭店文化建设的途径	10
第三节 饭店文化建设的方法	16
第三章 饭店文化鉴赏(上)——饭店物质文化	21
第一节 饭店建筑风格	21
第二节 饭店内部环境布置与装饰	25
第三节 饭店建筑文化经典范例	31
第四节 饭店背景音乐赏析	36
第四章 饭店文化鉴赏(中)——品牌文化与特色饭店	45
第一节 饭店品牌文化	45
第二节 主题饭店——饭店文化竞争的强者	52
第三节 绿色饭店——创造人与自然完美结合的新境界	54
第五章 饭店文化鉴赏(下)——饮食文化	58
第一节 饮食文化的内涵	58
第二节 中餐文化	61
第三节 西餐文化	67
第四节 酒水文化	73
第五节 餐饮经营文化	80
参考文献	86

第一章 饭店文化

■ 学习任务

饭店文化是在企业文化建设的大潮中产生的，它既是现代企业管理制度发展的必然结果，也是饭店企业参与市场竞争的大势所趋。认识饭店文化发生发展的历史，领悟饭店文化的内涵，认同并自觉融入饭店文化中，并创新饭店文化，是饭店服务和管理人员应尽的责任。

通过本章学习，你应该掌握饭店文化的含义、饭店文化的主要内涵和饭店文化的特性，领悟饭店文化建设的重要意义，自觉融入饭店文化中，成为合格的饭店员工。

■ 知识讲解

第一节 饭店文化的含义

顾名思义，“饭店文化”就是饭店企业（含宾馆、饭店）的企业文化。要解释“饭店文化”，我们不能不先了解“文化”这个词的准确含义。

据考证，国内外关于“文化”的定义不下 200 种，总体来讲可以归纳为广义和狭义两大类。

广义的“文化”是指人类长时间生产和生活中不断创造和积累并不断发展的物质财富和精神财富的总和。它包括三个层面的内容：物质文化（包括物质产品）；制度文化（包括各种规范和约束）；精神文化（包括价值观念、情绪、理念和道德观念、政治法律制度和宗教哲学文化艺术等）。

狭义的“文化”仅指人类生产生活中所创造的精神财富，体现为各种制度文化、价值观念、思维模式、宗教哲学以及文学艺术等。

本书倾向于狭义的“文化”定义，认为“文化”是人们生产生活中所创造的精神财富的统称。在这种解释的基础上，我们认为，所谓“饭店文化”其实



就是凝聚在饭店中的精神文化和制度文化的总和，它包括饭店物质文化、饭店制度文化和企业精神文化三个层面。

一、饭店物质文化

为什么将饭店外观建筑和装饰装修等物质内容纳入饭店文化的范畴呢？这是因为外观建筑和装饰装修既是住店客人审美的对象，也代表了饭店的文化品位，构成了饭店重要的文化元素。

饭店物质文化包括饭店的自然环境、建筑风格、绿化美化、局部装饰等内容；可以反映饭店的民族文化和饭店设计者、管理者的文化品位。一座好的饭店，应该是周边环境秀美、宁静；外观独特有魅力，有强烈的视觉震撼感；内饰精美，富有民族、地域、历史文化等特色；整个饭店的造型和内饰能给人以新颖别致、精细大气之感。身处这样的环境中，无论客人还是饭店员工，都能获得极大的心理愉悦，得到文化的享受。



实践环节

请组成小组分别考察当地的饭店，看一看哪个饭店的建筑装饰风格最有特色和魅力；也可以设计一些调查问卷，对住店客人进行随机调查，了解客人对饭店物质文化（包括周边环境及绿化、饭店建筑风格、饭店装饰特色、背景音乐等）的满意度，分析其受欢迎的原因，从而获得较多感性的认识，以加深对饭店物质文化的价值和地位的了解。

二、饭店制度文化

饭店制度文化体现饭店的组织形式和管理者的意志，包含饭店产权制度、饭店组织制度、饭店各部门各岗位的管理制度、饭店安全制度、饭店员工手册、饭店服务的程序和标准等内容。它是饭店正常运行的基础，也是饭店服务质量最基本的保证。

饭店制度的完整性和连续性，不仅能为饭店经营管理提供规范的标准，也有利于奠定饭店可持续发展的基础。自觉遵守饭店的管理制度，是每一位饭店员工应尽的责任，也是饭店员工合格的标尺。



小案例

王权是某中等职业院校旅游管理专业的学生，根据学校安排到一家四星级



饭店实习客房服务员。客房工作又脏又累，王权极为反感，工作态度较马虎。有一天王权在做卫生时，客人拿出一套西服请他帮忙送洗。王权一边请客人登记，一边翻看西服口袋，确定没有客人私人物品后，便将西服送往洗衣房。次日洗衣房将衣服送回客房，客人检查后声称西服右袖有油渍，是洗衣中造成的污损，要求饭店赔偿。饭店怀疑油渍是客人送洗前的旧污渍，但由于王权在登记时未检查到此污渍，送洗单上无记录，饭店只好跟客人协商，最后以部分赔偿的方式了结此事。王权为此受到饭店的通报批评。

其实饭店对洗衣服务有严格的检查登记程序，王权因工作马虎，未严格按照程序操作，导致不必要的损失。这个案例说明：饭店制度文化不是单纯的条款，而是长期经验的总结，只有严格遵守，才能保证服务的规范，减少不必要的纠纷。

三、饭店精神文化

这是饭店在长期生存与发展过程中形成的一种团体精神和群体意识，包括饭店的价值观念、思维方式、员工的文化心态和精神面貌。它是饭店文化的核心内容，也是饭店物质文化和制度文化的制约因素。它包括如下内容。

（一）饭店价值观

饭店价值观是饭店文化的基础，它反映的是饭店经营的目的、饭店追求的目标、饭店经营管理的指导思想等全局性、根本性的问题。饭店价值观不仅左右着饭店的经营理念，也是饭店评判是非的标准，决定着饭店的一切行为和活动。

作为饭店员工，不仅应该熟悉饭店的价值观，而且应该将自己的人生价值观与饭店价值观相契合，把实现饭店的价值观当作实现自己人生价值的终极体现，这样下去，饭店内部的凝聚力会大大增强，员工工作的积极性也会大大提高。

（二）饭店道德观

道德是社会公认的行为规范。做人有人的道德，经营企业同样必须遵守企业经营的道德规范。如果说饭店价值观是要解决“值不值得做”的问题，那么饭店道德观则是要回答“应不应该做”的问题。

饭店道德观同样有员工职业道德和饭店经营道德两个层面。员工职业道德要求饭店员工树立正确的职业观和服务意识，爱岗敬业；而饭店经营道德要求饭店诚实守信，恪守“宾客至上”的原则。人们常说：“只有诚信的企业，才能造就诚信的员工。”这说明二者是互相影响、互相促进的。



(三) 饭店风气

这是饭店管理风气和员工服务风气的外在展示。饭店的管理是否民主,饭店管理者是否真正“以员工为本”,员工能否做到“以顾客为本”,在很大程度上体现了饭店文化建设的水平。一般来讲,饭店管理者对员工的态度必然影响员工工作的情绪,而员工的情绪又会直接传导给住店客人,带给客人不同的感受。所以,建设良好的店风,是饭店文化建设的重要环节。



小思考

为什么说现代饭店离不开文化型员工?

一家经营管理较好的饭店,往往有一支文化水平较高、彬彬有礼、训练有素的员工队伍,他们衣着得体,待人亲切诚恳,具有高超的服务技巧和高效率服务的意识,对客人的一个嘱托甚至一点暗示都会立即给予令其满意的回复。通过文化型员工,饭店提供给客人的是如家般的温馨和惬意。

饭店文化的三个层面是相互渗透、相互包容的。以价值观为核心的饭店精神文化决定着饭店制度文化的内涵,而饭店制度文化和物质文化又是饭店精神文化的外在表现,强化了饭店精神文化,三者的和谐统一对于饭店文化建设来讲无疑是一种最佳的状态。

第二节 饭店文化的特性

饭店文化是凝聚在饭店建设和经营管理中的企业文化,这种文化具有下述三大特性。

一、服务性

对客服务是饭店的基本职能,饭店文化建设无论目的还是途径,都离不开“服务”二字。

第一,饭店文化建设的目的,是满足住店客人的基本文化需求。由于饭店提供的产品是服务,因此饭店文化也必然顺应饭店的经营主旨,以满足客人基本的文化需求为前提。譬如,星级饭店气派别致的建筑和豪华典雅的装饰是住店客人永远带不走的,但其建设和维护成本却要分摊到饭店客房、餐饮之中,



这便抬高了饭店产品的直观价格，可为什么客人仍络绎不绝呢？因为饭店文化在提升饭店档次的同时也提高了服务的水准，满足了高端客人求新、求奇、求美的文化需求和追求高档、体现人生价值的消费心理。

第二，饭店文化建设的核心是培育良好的市场形象，而良好的市场形象只有通过优质服务来体现。服务是饭店所提供的核心产品，饭店的一切经营和管理都是围绕着如何为住店客人提供服务这个主题展开的。在市场竞争几乎进入白热化的今天，饭店服务早已不是简单地提供方便的吃住，而是渗入了更多文化的内涵。可以说，客人在自己所能承受的价位内选择入住哪一家饭店时，他们往往最看重的还是饭店的声誉和品牌。而声誉和品牌的形成，无疑是饭店既往优质服务的结果，是饭店文化建设的结晶。

二、整体性

饭店文化的整体性首先体现为饭店文化内涵的协调统一。饭店文化包括物质文化、制度文化和精神文化三大领域，它们是相互协调、相互补充的关系，通过统一的文化主题构成完整的企业文化链。

譬如，饭店建筑和装饰的风格应契合，体现出饭店内外风格的和谐统一，原则上不宜出现中式建筑西式内饰、民族建筑非民族风格装修的矛盾；再如，饭店价值观念和饭店管理制度也应保持统一，管理制度应充分贯彻和体现饭店管理者经营管理的理念；饭店员工的服务水平也应与饭店管理制度保持一致，使饭店管理文化与服务文化形成有机的互动关系。

饭店文化的整体性还体现为饭店各个部门之间文化建设的一致性，既重视前台窗口部门，也重视非窗口的后勤工程等部门；既重视普通员工，也重视管理层。各部门上下齐心，实现文化的整体推进，使企业文化深入到饭店每一个部门、每一个岗位及每一位员工。

三、独特性

现代企业管理制度是没有国界的，但企业文化却存在着较强烈的个性化色彩。由于饭店的装潢布置及经营容易受地区、民族文化的影响，同时容易受最高决策集团或决策者个人的影响，而饭店管理者和员工个人容易受传统习俗和思维定式的影响，因此饭店文化往往会在价值观念、思维模式和工作作风方面烙上深深的个性化印迹，形成难以完全模仿的企业文化现象。

饭店文化的独特性提示我们，学习他人的企业文化一定要与自身企业文化相融合，学习的关键是其价值观念和思维模式，是创造有利于饭店文化生



长发育的企业机制，而不是简单模仿别人的一些做法。饭店企业文化应该是多元的，文化只有个性，没有优劣。

知识扩展

企业价值观的四个层面

饭店价值观包括四个层面，即顾客价值、员工价值、社区价值和企业利润，它们的关系如图 1—1 所示。^①

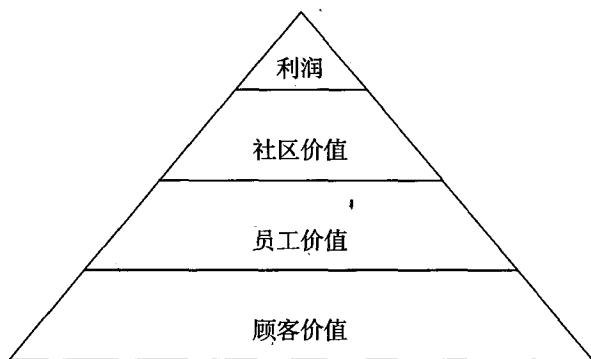


图 1—1 饭店价值观的四个层面

饭店首要的价值观是顾客的价值，或者说顾客的价值胜于一切，饭店只有满足客人的服务需求，实现客人的价值，才能在市场竞争中立足，获得经济利益。

员工是饭店价值的创造者，饭店的对客服务离不开员工，员工的素质决定着饭店服务质量，因此，员工价值的实现是饭店工作最好的原动力。饭店企业应将员工价值作为饭店价值的主体，大力倡导“员工服务客人，管理层服务员工”的价值观，通过对员工的人文关怀和员工价值的实现，达到员工与饭店共同发展的目的。

社区价值是饭店对周边居民的社会责任，如果饭店价值影响社区价值，甚至以牺牲社区价值为代价，那么饭店的发展必须受到社区的钳制。

饭店利润位于饭店价值观的顶端，是以上述所有价值为基础的。我们不可否认饭店应以赢利为目的，但如果没有顾客、员工和社区价值的实现，单纯追求经济利润的饭店企业是不可能长久获利的。

^① 林壁属、郭艺勋编著：《饭店企业文化塑造》，73 页，北京，旅游教育出版社，2007。



复习思考题

1. 人们常说：“国内饭店硬件硬，软件软，设施设备一流，就是经营管理跟不上。”结合本章对饭店文化的介绍，分析国内饭店“软件软”的主要原因和表现。
2. 调研三四家不同星级的饭店，分析其在饭店文化方面的主要得失，尤其要留意这些饭店的管理层对于“饭店文化”概念的理解和重视的程度。

第二章 饭店文化建设

■ 学习任务

饭店文化建设作为饭店经营管理的核心，既是饭店管理者重点关注的内容，也是饭店员工必须身体力行的职责。

通过本章学习，你将进一步认识饭店文化，成为自觉融入饭店文化，积极参与建设饭店文化，与饭店同荣共耻、同甘共苦的优秀员工。

■ 知识讲解

第一节 饭店文化建设的意义

一、“文化”成为饭店业竞争的新平台

现代饭店产生于19世纪的欧洲。“饭店(hotel)”一词原为法语，本意是指法国贵族招待贵宾的乡村别墅，后来被沿用指称欧美相继兴建的大饭店。

现代饭店长期以来都以提供服务产品作为主营业务。在长期的经验式管理过程中，人们不自觉地发现了文化在吸引住店客人方面具有超乎寻常的魔力，各国饭店竞相以优美的环境、华丽的外观、特色的餐饮、精美的内饰，甚至在客房里悬挂高档的名人字画等方式，满足住店客人精神文化方面的需求，争取顾客的再次光顾。遗憾的是，人们只是隐约感受到了文化力的强大能量，并没有对其进行系统地归纳整理，没有给予足够的重视。

第二次世界大战以后，世界经济高速增长，旅游业获得了良好的发展机遇，但随之而来的是市场竞争的日趋激烈，人们开始寻找克敌制胜的“法宝”。这时，企业文化力被发现了，假日、雅高等欧美饭店集团先后投身于饭店文化建设之中。人们终于意识到，制度和规范对于饭店管理固然重要，但并不能收到令人满意的效果，而一个融建筑美、装饰美和文化美于一体的饭店，才是顾客



的最爱。于是，为了在竞争中立足，饭店业更加注重对顾客的人文关怀，更加注重顾客的文化体验。饭店文化塑造成为饭店业发展的方向，一座座富含民族文化特色的主题饭店拔地而起，一个个先进的饭店管理集团应运而生，饭店文化得到了空前张扬，以关注顾客和员工文化需求为宗旨的现代饭店管理理念深入人心，培育健康的企业文化成为了现代饭店市场竞争力的终极体现。

二、饭店文化建设在应对竞争上的现实意义

饭店文化被喻为“饭店生命的常青藤”，它为饭店企业注入了活力，是饭店经营管理的核心要素，可以强化饭店内部管理，稳定员工队伍，使饭店在纷繁复杂的市场竞争中取得良好的口碑和经营业绩。可以说，饭店经营成功与否，很大程度上取决于自身的文化建设水平。

（一）饭店文化建设有助于提高饭店的经营能力

饭店文化的核心是饭店经营哲学和饭店价值观念，它决定着饭店企业经营的目标和宗旨。饭店企业是注重眼前利益还是注重长远利益，是规范经营还是投机取巧，是合作竞争还是恶性竞争，这在很大程度上影响着饭店的口碑和市场形象。此外，饭店文化是否具有创新能力，是否具有与时俱进的精神，能否适应市场的多变性，都不仅关系到饭店经营的业绩，而且在某种程度上决定着饭店企业的生死存亡。

（二）饭店文化建设有助于提高饭店的管理水平

良好的饭店文化建设在促进饭店管理水平的提高方面发挥着下述三大作用。

1. 更加强调人性化管理

饭店文化赋予饭店管理更多的理性，使饭店管理更具人情味和人文关怀，可以改善饭店“半军事化”管理带来的“冷酷”感，激发员工工作积极性，加强员工的自律，增强饭店内部的凝聚力。

2. 更能激发员工工作的自觉性

引导员工参与制定各种规章制度，并进一步通过制度进行强制性、规范化管理，是饭店最基本的管理原则和必不可少的管理措施。由于饭店的规章制度是员工参与制定的，员工便能够意识到这种做法的原因以及违反规章制度所可能造成的影响和导致的后果，这样对于员工来讲，遵守饭店的规章制度便不再是被动的接受，而成为了主动的自觉行为。

3. 更能引导员工关注饭店发展

饭店文化通过正确引导，把饭店员工的注意力引导到饭店经营发展和服务管理目标上来，形成饭店发展让员工受益、员工共同关心饭店发展的良好氛围。



（三）饭店文化建设有助于增强饭店的凝聚力

饭店通过共同的价值观和员工认可的共同信念，尤其通过对员工的人文关怀和正确的激励，形成管理层处处为员工服务、员工精心为顾客服务的管理机制，上下同心协力，产生强大的凝聚力；浓厚的饭店文化氛围可以形成积极进取的饭店精神，让员工通过学习或潜移默化，自觉或不自觉地融入饭店文化中，树立起饭店文化的正气。

总之，只要饭店重视文化建设，以人为本，重视对管理者和服务人员进行饭店文化的教育，重视饭店价值观念的灌输，就能在很大程度上促进饭店经营和管理工作的进一步发展。

第二节 饭店文化建设的途径

饭店文化建设的途径由饭店文化的内涵所决定。由于饭店文化包含物质文化、制度文化和精神文化三个层面，因此也决定了饭店文化建设必须通过物质文化建设、制度文化建设和精神文化建设三个层面来实现。但需要注意的是，饭店文化的三个层面是一个有机统一的文化主体，互相包容、互相补充、互相彰显，共同形成饭店深刻的文化内涵。

一、饭店物质文化建设

饭店物质文化主要是指饭店的建筑装饰文化，即饭店通过建筑造型、功能布局、设计装饰、环境烘托、灯饰小品和装饰挂件等物态元素所表现出的文化主题和艺术气息。建筑装饰文化是饭店物质文化主要的表现方式，可使住店客人感受到饭店的历史传统、文化背景、民族思想和人文风貌，获得精神上和文化上的满足。

在饭店的所有经营特色中，饭店建筑所体现的文化特征是最具魅力与持久力的，它在某种程度上反映出饭店的经营理念与管理水平，体现饭店的档次与服务意识，是饭店文化不可或缺的内容之一。

饭店建筑装饰文化建设应从以下方面入手。

（一）体现个性化设计

饭店的主要功能是为客人提供舒适、便捷、周到的服务。成功的饭店设计已经不仅仅是宾客所能见到的建筑本身。每一位客人来到饭店之前，心里都会对饭店怀有一种潜在的期待，渴望这个饭店给他留下深刻印象，最好有点惊喜，