

— 全国旅游专业规划教材 —

饭店 管理总论

FANDIAN GUANLI ZONGLUN

主 编 吴军卫

副主编 雷明化



旅游教育出版社

—— 全国旅游专业规划教材 ——

饭店 管理总论

FANDIAN GUANLI ZONGLUN

主 编 吴军卫

副主编 雷明化

编 者 吴军卫 雷明化 赵永红

旅游教育出版社

策划编辑:孙延旭

责任编辑:张毅

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理总论/吴军卫主编. —北京:旅游教育出版社,
2007. 10

(全国旅游专业规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1554 - 1

I. 饭… II. 吴… III. 饭店 - 经济管理 - 专业学校 - 教材 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 150799 号

全国旅游专业规划教材

饭店管理总论

主 编 吴军卫

副主编 雷明化

编 者 吴军卫 雷明化 赵永红

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@ 163. com
排版单位	首都经济贸易大学出版社激光照排部
印刷单位	北京晨光印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	16. 5
字 数	261 千字
版 次	2007 年 11 月第 1 版
印 次	2007 年 11 月第 1 次印刷
印 数	1—5000 册
定 价	25.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言

目前,我国各类旅游本科和高职高专院校中饭店管理、旅游管理或类似专业的在校生已超过30万人,作为饭店管理及旅游管理专业基础课的《饭店管理概论》教材也为数不少。本书作为浙江省高等教育重点建设教材,是专门针对高职高专饭店管理和旅游管理专业学生编写的,适用于三年制、二年制和五年制的学生,也可作为成人教育和本科院校的教材。本教材具有以下特色:

(1)构思独特。以往教材通常按饭店五大管理职能——计划、组织、指挥、协调、控制的线索来制定主要框架,而本教材从饭店的基本知识讲述开始,以饭店筹建作为饭店管理的起点,按业务部门管理至后勤管理,条理清晰、资料翔实、知识全面、通俗易懂、注重应用。

(2)体例新颖。本教材体例、结构严谨,设有课前导读、正文阐述、本章小结、案例分析、阅读材料思考与练习等模块,从基础专业知识介绍、实际分析能力的锻炼到知识点的巩固提高,形成了一个完整高效的教学体系。

(3)实操性强。本书全面介绍饭店相关知识及概念,力图通过教学,使学生牢固树立从事饭店管理与服务工作必备的正确观念与意识,培养学生具备从事饭店服务与基层管理工作、适应行业发展与职业变化的基本能力,使学生熟悉饭店业发展的概况及饭店管理的基本程序和方法,熟悉、热爱并胜任饭店工作,体现了较强的专业性和实操性。一改过去同类教材静态讲述知识,或侧重理论逻辑完整性的不适应培养高档次应用型人才的模式,培养学生放射型和多元化的思维方式,努力做到知识性、应用性与可读性的有机结合。

本教材在编写过程中参阅了大量国内外著作和文献,并得到了旅游教育出版社、浙江省教育厅、浙江旅游职业学院等单位领导和相关同志的大力支持,原杭州华辰国际大酒店质检培训部经理边烨丽女士为本教材提供了大量资料,在此一并表示感谢。

由于编者水平所限,也为使本书不断充实和完善,恳请读者和专家批评指正。

编者

2007年6月

目 录

第1章 饭店业概述	(1)
课前导读	(1)
学习目标	(1)
第一节 饭店发展史	(1)
节重点	(1)
一、饭店的概念、产业特点和作用	(1)
二、世界饭店业发展历史与现状	(4)
三、中国饭店业的发展历史与现状	(6)
第二节 旅游饭店的分类与等级制度	(10)
节重点	(10)
一、旅游饭店的分类	(10)
二、世界饭店的等级制度	(12)
三、中国旅游饭店的等级制度	(14)
第三节 现代饭店的新发展	(15)
节重点	(15)
一、饭店集团	(15)
二、经济型饭店	(19)
三、绿色饭店	(22)
第四节 现代管理思想与饭店管理职能	(28)
节重点	(28)
一、管理思想的发展与人性的假设	(28)
二、饭店的管理制度与管理层次	(31)
三、饭店管理的职能	(33)
本章小结	(39)
思考与练习	(39)
第2章 饭店投资策划与筹备管理	(40)
课前导读	(40)

学习目标	(40)
第一节 饭店投资策划的可行性论证	(40)
节重点	(40)
一、饭店投资环境分析	(40)
二、饭店投资回报分析	(44)
第二节 饭店筹建策划	(45)
节重点	(45)
一、饭店空间规划	(45)
二、饭店功能区域规划	(48)
三、饭店动力、水电系统设计	(52)
四、饭店环境氛围设计	(53)
第三节 饭店筹备管理	(55)
节重点	(55)
一、饭店筹备管理的基本原则	(55)
二、饭店筹备管理的基本内容	(56)
三、饭店筹备期的组织管理机构	(57)
本章小结	(58)
思考与练习	(58)
第3章 饭店接待部门管理	(59)
课前导读	(59)
学习目标	(59)
第一节 饭店前厅管理	(59)
节重点	(59)
一、前厅部的地位和作用	(59)
二、前厅部主要业务管理	(61)
三、前厅部的信息管理	(66)
第二节 饭店客房管理	(68)
节重点	(68)
一、客房部的地位和作用	(68)
二、客房清洁卫生管理	(69)
三、客房对客服务管理	(72)
第三节 饭店餐饮管理	(75)
节重点	(75)
一、饭店餐饮管理的任务	(75)
二、饭店餐饮服务管理	(76)

三、饭店餐厅的菜单管理	(78)
四、饭店餐厅的原材料管理	(83)
第四节 饭店康乐管理	(84)
节重点	(84)
一、饭店康乐概述	(84)
二、饭店康乐项目设计	(87)
三、饭店康乐服务管理	(90)
本章小结	(92)
思考与练习	(92)
第4章 饭店后勤保障管理	(93)
课前导读	(93)
学习目标	(93)
第一节 饭店物资管理	(93)
节重点	(93)
一、饭店物资管理的内容和目标	(93)
二、饭店物资采购管理	(94)
三、饭店物资验收管理	(96)
四、饭店物资仓储和发放管理	(98)
第二节 饭店设备管理	(104)
节重点	(104)
一、饭店设备资产概述	(104)
二、饭店设备的基础管理	(107)
三、饭店设备的使用、维护和保养	(109)
四、饭店能源管理	(110)
第三节 饭店安全管理	(112)
节重点	(112)
一、饭店安全管理的特点和内容	(113)
二、饭店治安管理	(114)
三、饭店消防管理	(116)
四、饭店卫生管理	(118)
第四节 饭店财务管理	(119)
节重点	(119)
一、饭店财务管理的目标	(119)
二、饭店财务管理的任务和内容	(122)
三、饭店财务管理的方法	(124)

本章小结	(126)
思考与练习	(126)
第5章 饭店人力资源管理	(127)
课前导读	(127)
学习目标	(127)
第一节 饭店人力资源管理的意义和目标	(127)
节重点	(127)
一、饭店人力资源管理的意义	(127)
二、饭店人力资源管理的目标	(130)
第二节 饭店人力资源的开发与利用	(131)
节重点	(131)
一、饭店员工的招用	(131)
二、饭店员工的培训	(138)
三、饭店员工的绩效考评	(143)
第三节 饭店人力资源的激励	(149)
节重点	(149)
一、饭店员工激励概述	(149)
二、饭店员工激励的基本形式	(150)
本章小结	(152)
思考与练习	(152)
第6章 饭店服务质量管理	(153)
课前导读	(153)
学习目标	(153)
第一节 饭店服务质量的含义、构成、特性与目标	(153)
节重点	(153)
一、饭店服务质量的含义	(153)
二、饭店服务质量的构成	(154)
三、饭店服务质量的特性	(155)
四、饭店服务质量管理的目标	(157)
第二节 饭店服务质量管理体系	(158)
节重点	(158)
一、饭店领导的质量管理责任	(158)
二、饭店服务质量管理的组织机构	(158)
三、饭店服务质量管理的责权分工	(159)
四、饭店服务质量标准的构成要素	(159)

五、饭店服务质量管理的制度建设	(160)
第三节 饭店服务质量管理的现场实施	(160)
节重点	(160)
一、饭店服务质量检查的实施	(160)
二、服务质量检查后的分析、反馈、落实	(165)
第四节 饭店服务质量管理的基本方法和常用图表	(167)
节重点	(167)
一、饭店服务质量管理的基本方法	(167)
二、饭店服务质量问题的分析方法	(171)
三、日常服务质量管理中的常用表单	(172)
四、饭店服务质量管理资料范本实例	(175)
本章小结	(188)
思考与练习	(188)
第7章 饭店市场营销管理	(190)
课前导读	(190)
学习目标	(190)
第一节 饭店市场营销管理概述	(190)
节重点	(190)
一、饭店市场营销管理的概念	(190)
二、饭店市场营销管理的作用	(191)
三、饭店市场营销管理的内容	(192)
第二节 饭店营销组合策略	(194)
节重点	(194)
一、饭店营销产品策略	(194)
二、饭店营销价格策略	(195)
三、饭店营销渠道策略	(198)
四、产品(服务)的促销策略	(199)
五、营销组合策略的新发展	(203)
第三节 饭店营销理念的创新	(204)
节重点	(204)
一、饭店绿色营销理念	(204)
二、饭店内部营销理念	(205)
三、饭店主题营销理念	(205)
四、饭店网络营销理念	(206)
五、饭店分时营销理念	(206)

第四节 饭店公共关系	(207)
节重点	(207)
一、饭店公共关系概念和特点	(207)
二、饭店公共关系的类型	(209)
三、饭店公共关系的工作程序	(210)
四、饭店形象(CIS)的构建	(213)
本章小结	(218)
思考与练习	(218)
第8章 饭店现代化信息管理	(219)
课前导读	(219)
学习目标	(219)
第一节 饭店信息管理概述	(219)
节重点	(219)
一、饭店信息的概念、属性和分类	(219)
二、饭店信息系统的概念、特征和功能	(221)
三、饭店信息系统管理的内容	(223)
四、饭店信息系统管理的意义	(224)
第二节 饭店管理信息系统的运用	(224)
节重点	(224)
一、饭店管理信息系统的概念	(225)
二、饭店管理信息系统的特征	(225)
三、饭店管理信息系统的结构	(226)
四、饭店管理信息系统的功能	(226)
第三节 饭店电子商务的应用	(229)
节重点	(229)
一、饭店电子商务概述	(229)
二、饭店电子商务的技术基础	(231)
三、饭店电子商务的发展趋势	(235)
本章小结	(237)
思考与练习	(237)
第9章 饭店企业文化建设	(238)
课前导读	(238)
学习目标	(238)
第一节 饭店企业文化的特点、功能与内容形式	(238)
节重点	(238)

一、饭店企业文化的概念	(238)
二、饭店企业文化的特点	(239)
三、饭店企业的功能	(240)
四、饭店企业文化的内容和形式	(241)
第二节 饭店的企业文化建设	(243)
节重点	(243)
一、饭店企业文化建设的原则和途径	(243)
二、饭店企业的特色文化建设	(244)
三、饭店企业文化的变革与实施	(246)
本章小结	(249)
思考与练习	(249)
主要参考书目	(250)

第1章

饭店业概述

饭店业概述

课前导读

本课程是饭店管理专业重要的专业基础课,本章是《饭店管理总论》课程的基础章。本章重点,是饭店基础知识和饭店管理基础理论;难点,是饭店的管理职能。

学习目标

通过学习,学生应掌握饭店基础知识,熟悉饭店的历史、等级和分类方法,为进入旅游饭店后能在1~4周内基本胜任各主要工种的工作,今后能逐步胜任各级管理工作打下良好的理论基础。

现代饭店,是在传统的旅馆基础上产生的。旅馆是一种比较复杂的经济实体,其产生需要一定的物质基础和社会基础,是人类社会经济活动的产物,伴随着人类社会经济活动而起源和发展的历史,由来已久。旅馆的出现,源于人类旅行的需要。人类社会最早的、与经济活动有关的旅行,出现在原始捕猎和采集的自然经济阶段。原始人的这种迁徙虽蕴涵着旅游意识的萌芽,但本质上仍是原始人生产意识和生存意识的延续。饭店业是第二次世界大战后迅速发展起来的一个庞大产业。目前,中国建造一家五星级饭店的投资约为10 000元人民币/平方米。饭店业已成为旅游业的核心部分,每年营业额高达约3000亿美元。

第一节 饭店发展史

节重点

饭店的概念、产业特点、作用等。

一、饭店的概念、产业特点和作用

饭店(hotel)一词,来源于法语,原指18世纪前后招待贵宾的法国乡间别墅,后来欧美国家沿用了这一名称。Hotel在中文里表达的意思很多,有酒店、宾馆、饭店、山庄等。为了接待日益增多的海外旅游者,适应他们现代旅游生活的需要,根据中国旅游饭店星级标准,我国把接待境外旅游者为主的现代化饭店习惯上称为旅游

饭店,以区别于国内的一般饭店。本书所讲的饭店,指的就是旅游饭店。

(一) 饭店的概念

饭店,是以建筑物及建筑物上的设施、设备为凭借,为旅游者的旅行提供住宿、饮食、娱乐、购物、公共信息和其他委托代办服务的综合性服务性企业。旅游饭店包括在中国境内开办的各种经济性质的饭店,含宾馆、酒店、度假村(以下简称为饭店)等。《大不列颠百科全书》称“饭店,是在商业性的基础上向公众提供住宿,也往往提供膳食的建筑物”。通常饭店应该具备以下四个条件:

(1)它是一个建筑物或由很多建筑物组成的接待设施。

(2)它必须是经政府批准的,能够提供住宿设施,也往往提供餐饮和其他高水平服务的设施。

(3)它的服务对象是公众,主要是外出的旅游者,也包括半永久性居住的人。

(4)在市场经济条件下,饭店是实行独立核算、自负盈亏的,商业性的,以营利为主要经营目的的企业。所以,使用者都要支付一定的费用。

(二) 旅游饭店业的产业特点

1. 劳动力密集型

旅游饭店业,是一个劳动力密集型行业,2005 年仅中国 11 828 家旅游星级饭店,就拥有 133.21 万间客房和员工 151.7 万人,行业准入的条件比较低。

2. 国际性

旅游饭店业,是一个开放度较高的行业,与国际饭店业的接轨程度较高,设置和使用国际上较常用的设施设备;管理和服务以国际水平为现行标准,超越国内的一般水平。饭店产品的质量要符合国际水准,打出国际品牌。目前,国际各知名酒店集团纷纷在中国投资管理酒店,带来了国际化的设计、国际化的管理理念、国际化的酒店用品和设施、国际化的管理制度和方法,使得中国旅游饭店的国际性更加明显。

3. 无形性

旅游饭店业产品特性明显。饭店产品,是有形的设施设备和无形的劳务服务态度的有机结合。其中,以劳务服务为主,设施设备为辅,客人得到的是对服务过程的评价和回味,主要是一种心理满足,对产品质量的评价没有严格统一的标准。而如果消费者购买了饭店产品,当他离开饭店时,他并没有带走一个实物产品。饭店产品被消费者在饭店就地消费了。实物产品的生产、交换、消费在时间和地点上都是分离的,而饭店产品的生产、交换、消费在时间上几乎是同时的或是间隔时间很短。

4. 资金密集型

饭店业,尤其是旅游饭店业,所需投入的资金数额巨大,是资金密集型行业。投资一家五星级旅游饭店通常超过 10 亿元人民币。目前,全行业平均利润率并不高,投资有一定风险。

5. 低污染性

与化学工业、重工业相比,旅游饭店业属于低污染行业。其经营产生的各类污染物不多,且少数污染物也比较容易处理。

6. 强文化性

旅游饭店业的文化性,由有形文化(建筑设计、功能设计、装饰风格、环境烘托等)和无形文化(企业文化中的服务理念等因素)所决定。

饭店是为满足居住需要而设的。特定地域的个体旅游饭店,有其特定的社会和文化背景,在这样背景下的饭店就会有特定的文化色彩。这里所说的文化,是通常所说的大文化,是由地域、民族、历史、政治所决定的人类知识、信仰和行为的整体。它包括语言、思想、信仰、风俗、习惯、禁忌、法规、制度、工具、技术、艺术、礼仪、仪式及其他有关成分。文化所包含的内容在饭店的各个方面都会充分地表现出来,进而使饭店具有了业务上的强文化性。

7. 综合性

饭店产品的综合性,是指饭店业务的多样性和独立使用价值形式上的多元性。饭店向宾客提供的是旅居生活各方面的满足,使宾客在食、住、行、游、购、娱、公务、休闲、社交等方面的需求都能得到满足而各得其所。饭店要在同一时间的不同空间满足宾客的各种不同需求,也就意味着饭店在同一时间能提供宾客在旅游和居住过程中不同需要的各种独立的产品使用价值。这些使用价值从形式上看都是由前台各部门独立生产的。如,客房部提供住宿服务;前厅部提供商务、通信、行李、总机、“金钥匙”服务;餐饮部提供饮食服务;康乐部提供休闲服务等。似乎前台各部门生产产品使用价值都是独立完成的,它们都能单独满足宾客对旅居生活某方面的需要。但前台各部门生产的产品使用价值只能满足宾客旅居生活某方面的需要,而不可能以一种产品使用价值去满足宾客全部的旅居需要。因此,饭店产品是各部门生产产品使用价值的总和。

8. 高敏感性

旅游饭店业的敏感性,由社会政治、文化、经济因素和本地区旅游资源吸引力和季节性等因素所决定,饭店业的经营环境比较容易变化,难于预先控制。

(三) 饭店业的作用

1. 可以解决大量劳动力的就业问题

2005年每间客房员工数平均为五星级1.77人;四星级1.63人;三星级1.41人。

2. 可以创造大量外汇

饭店业的创汇成本较低,可以避开贸易壁垒;2006年中国旅游业创汇339.5亿美元。其中,12 000多家旅游星级饭店发挥了很重要的作用。

3. 可以加强各国之间的文化交流

饭店业可以使不同民族文化互相传播、吸收、交融、欣赏,起到民间外交的作用。

4. 饭店建筑可提高当地的文化品位

一些具有民族风格、地方色彩、高档豪华而闻名于世的饭店,可以成为一个地区的标志性建筑,提高当地的文化品位。

5. 能促进社会消费方式和消费结构的变化发展

饭店业可以带动其他行业的发展,刺激投资,扩大消费需求。目前,我国旅游业和旅游饭店业的发展速度要高于国民经济的发展速度。

2006 年中国国际旅游(外汇)收入 339.49 亿美元,比上年增长 15.9%;国内旅游总收入为 6230 亿元人民币,比上年增长 17.9%。国际国内旅游总收入 8935 亿元人民币,比上年增长 16.3%,均远高于国民经济的发展速度。

6. 可以有效地回笼货币,促进国民经济发展,平衡国际收支

2005 年中国旅游饭店营业收入为 1346.69 亿元人民币,占旅游企业营业收入的约 42%;占旅游业总收入 7686 亿元的 17.52%。

7. 可以加强社会联系,繁荣社会物质文化生活

饭店与社会各界之间的联系主要有:饭店和客源单位的联系、饭店和投资业主的联系、饭店与上级主管部门的联系、饭店和政府各部门的联系、饭店和供应单位的联系、饭店和新闻宣传单位的联系等。

二、世界饭店业发展历史与现状

人类的旅行活动古已有之,为旅行者提供食宿的设施经历了漫长的历史,从古希腊和罗马时期至今,其发展进程大体经历了古代客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期和现代新型饭店时期四个发展阶段。

(一) 古代客栈时期

客栈,是现代意义上旅馆的雏形,主要是指 11~18 世纪之间的乡间或路边的小客栈、小旅馆,为过往的旅行者提供住宿。其中以 15~18 世纪较为盛行,并以英国和法国的客栈最为发达。客栈,英国称为 Inn,美国称为 Tavern,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,是现代旅游饭店产生的雏形。早期的客栈,从设施上看,规模小、设备简陋,一般是一幢大房子内设几个房间,内设大床铺,旅客往往挤在一起睡。从服务上看,客栈仅提供过往旅客吃饭和睡觉,价格十分低廉;从经营上看,客栈都是单家独户经营,客人住宿的房舍往往就是家庭住宅的一部分,也无需专门的管理和服务人员。

(二) 大饭店时期(18 世纪末至 19 世纪末)

18 世纪末至 19 世纪末是饭店业发展史上的大饭店时期,又称豪华饭店时期。18 世纪后半期,随着工业革命的到来,西欧、北美等一些国家相继进入工业化国家,现代旅游业也在英国以托马斯·库克组织的一次禁酒大会和包价旅游为标志而产生。于是,适应现代工业化发展和经济贸易发展的需要,饭店业发展从客栈时期过

渡到大饭店时期。这时的饭店主要分布在铁路沿线、海港附近,面向王公贵族、上层阶级、公务旅行者。大饭店时期的特点是:规模大、设施豪华、服务正规,具有一定接待仪式和礼貌礼节。这一时期的代表饭店有1794年开业的纽约都市饭店,1829年开业的波士顿特里蒙特大饭店,1832年开业的纽约阿斯特饭店等。其中,特里蒙特大饭店(Tremont),被称为第一座现代化饭店,为整个新兴的饭店行业确立了明确的标准。这一时期的代表人物是瑞士人里兹 CAESER RITZ(1850~1918),他首先提出“客人永远是对的”的经营理念。

(三) 商业饭店时期(20世纪初至40年代末)

商业饭店时期大约从20世纪初到40年代末,约50年的发展时期。这一时期的饭店主要布局在城市中心、公路边,面向公务旅行者。商业饭店时期的特点是:设施方便、舒适清洁、安全实用,不刻意追求豪华奢侈,服务简单、健全,讲究经营艺术、改善管理。注意质量标准化。这一阶段是饭店业发展的重要阶段。这一阶段从各方面奠定了现代饭店业的基础,使饭店业发展成为一个重要行业。该阶段具有代表性的饭店有1908年建造的斯塔特勒饭店(Statler)。这一时期的代表人物是美国人斯塔特勒(Eoosworth Statler 1863~1928)。他创造了“在一般公民所能负担的价格之内提供必要的舒适与方便、优质服务与清洁卫生”的“平民化、大众化”的饭店。

(四) 现代新型饭店时期

自20世纪50年代开始,饭店业进入现代新型饭店时期。第二次世界大战结束后,随着世界范围内的经济恢复和繁荣,随着人口的迅速增长,特别是现代科学技术的进步,交通条件大为改善,为外出旅游创造了条件;劳动生产率显著提高,又增加了人们的可支配收入,于是外出旅游和享受饭店服务的需求迅速扩大,从而推动了饭店业的大发展,成为饭店业发展的黄金时期。这一时期的饭店主要布局在城市中心、旅游胜地、公路边、机场附近,面向大众旅游市场。现代新型饭店时期的特点是:规模扩大、连锁经营和饭店集团占据了越来越大的市场;设施类型多样化、服务综合性强,可提供住宿、饮食、旅游、通讯、商务、康乐、购物等服务。

1. 饭店规模扩大,集团化管理占有日益重要的地位

尤其是20世纪50年代以来,一些大的饭店公司通过联号管理、特许经营等方式,逐渐形成了统一名称、统一标志、统一服务标准的饭店联号经营,促进了饭店的集团化发展。

2. 饭店服务的多样性和综合性促进了各种类型饭店的产生,并提供特殊服务

20世纪50年代以来,随着世界旅游业和饭店业的迅速发展,使饭店业竞争日益加剧。为了在竞争市场中占有一席之地,各饭店都十分重视扬长避短,发挥优势,通过提供多样性的服务、开发特殊的产品来吸引消费者,从而出现了各种提供特殊服务的饭店。如,残疾人饭店、太空饭店、洞穴饭店等,并力图为宾客提供综合

性的、周到满意的服务。

3. 饭店业与相关行业的合作日益密切和加强

随着饭店业竞争的加剧和旅游活动范围的扩展,促使现代饭店业不仅加强内部的合作与联号管理;同时也不断扩大与相关行业的合作与联合。如,饭店业与交通业、旅行社业、金融业、商业的合作更密切,已形成强大的力量,联合促销,共同争取客源,提高联合体的市场竞争能力。

表1-1 简要列出了世界饭店业从古代客栈时期发展到现代新型饭店时期所经历的四个阶段。

表 1-1 世界饭店业发展阶段

发展 阶段	市 场	交 通 方 式	地 点	特 点
古代客栈时期 (约 11 ~ 18 世纪)	传教士 信徒 外交 官吏 信使 商人	步行 骑马 驿车	古道边 车马道路边 驿站附近	设备简陋,仅提供基本食宿 服务项目少,质量差 声誉差,被认为是低级行业 不安全,常有抢劫发生
大饭店时期(18 世纪末至 19 世纪末)	贵族度假者 上层阶级 公务旅行者	火车 轮船	铁路沿线 海港附近	规模大、设施豪华 服务正规,具有一定接待仪式, 一定规格的礼貌礼节
商业饭店时期(20 世纪初到 40 年代末)	公务 旅行者	汽车 飞机 火车	城市中心、 公路边	设施方便、舒适、清洁、安全 服务健全但较简单 经营方向开始以顾客为中心 价格合理
现代新型饭店时期 (20 世纪 50 年代开始)	大众 旅游市场	汽车 飞机 火车	城市中心、 旅游胜地 公路边 机场附近	规模扩大,饭店集团占据着越来越大的市场 类型多样化,开发了各种类型的住宿设施 服务综合性,饭店提供住、食、旅游、通信、商务、康乐、购物等服务

三、中国饭店业的发展历史与现状

在中国,最早的饭店设施可追溯到春秋战国或更古远的时期。中国的唐、宋、明、清被认为是饭店业得到较大发展的时期。19 世纪末,中国饭店业进入近代饭店