



21 CENTURY
五规划

21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材

饭店管理概论

张利民 王素珍 主编



中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

F719.2

Z134.1

8

国高等院校旅游管理系列实用规划教材

饭店管理概论

张利民 王素珍 主编

中国林业出版社
China Forestry Publishing House



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内容简介

本书是高等院校旅游管理专业系列教材之一。全书共分9章,分别介绍了饭店概述;饭店管理者;饭店管理理论基础;饭店营销管理;饭店人力资源管理;饭店服务质量管理;饭店设备与物质管理;饭店收益管理与成本控制;饭店信息管理等内容。每章都设置本章概要、关键性术语、章首案例、思考题、经验性训练、案例分析、本章推荐阅读书目等栏目。本书的最大特色是案例,大大小小的几十个经典案例穿插在各个章节中,帮助读者理解有关理论和观点。本书既可作为高等学校旅游管理专业教材,也可作为旅游饭店管理人员的培训教材,还可以作为其他相关业务人员、科研人员和有关企业经营管理者们的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理概论/张利民,王素珍主编. —北京:中国林业出版社;北京大学出版社,2007.12
(21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材)
ISBN 978-7-5038-4996-1

I. 饭… II. ①张…②王… III. 饭店-企业管理-高等学校-教材 IV. F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第154194号

书 名: 饭店管理概论
著作责任人: 张利民 王素珍 主编
总 策 划: 牛玉莲 林章波
执行策划: 郑铁志 李 虎
责任编辑: 郑铁志 刘 丽

出 版 者: 中国林业出版社(地址:北京市西城区德内大街刘海胡同7号 邮编:100009)
网址: <http://www.cfph.com.cn> E-mail: cfph@public.bta.net.cn
电话: 编辑部 66170109 营销中心: 66187711
北京大学出版社(地址:北京市海淀区成府路205号 邮编:100871)
网址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.cn> E-mail: pup_6@163.com
电话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部: 62754962

印 刷 者: 北京市昌平百善印刷厂
发 行 者: 中国林业出版社 北京大学出版社
经 销 者: 新华书店
版次印次: 2008年1月第1版 2008年1月第1次
开 本: 850mm×1168mm 16开本 21.5印张 498千字
定 价: 35.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有 侵权必究

21 世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材 编写指导委员会

顾问：吴必虎（北京大学）
马波（青岛大学旅游学院）

主任：程道品（桂林工学院旅游学院）

副主任：王明星（肇庆学院旅游学院）
曹诗图（武汉科技大学管理学院）
赵恒德（渤海大学旅游学院）
黄远水（华侨大学旅游学院）
吴忠军（桂林工学院旅游学院）

委员：（按姓氏笔画排序）

尹华光（吉首大学旅游学院）
龙京红（郑州大学旅游管理学院）
叶文（西南林学院旅游学院）
朱孔山（山东临沂师范学院环境与旅游学院）
孙丽坤（大连民族学院旅游管理系）
李珍刚（广西民族大学管理学院）
张利民（渤海大学旅游学院）
张淑贤（长春师范学院历史学院）
郑耀星（福建师范大学旅游学院）
胡碧芳（重庆三峡学院工商管理系）
钟永德（中南林业科技大学旅游学院）
耿莉萍（河南理工大学经济管理学院）
郭淑梅（湖州师范学院法商学院旅游管理系）
黄羊山（东南大学旅游学系）
黄解宇（山西运城学院经济管理系）
蒋长春（福建莆田学院旅游学院）
曾明华（福建漳州师范学院管理科学系）
潘贤丽（海南大学应用科技学院）

秘书长：吴忠军（桂林工学院旅游学院）
牛玉莲（中国林业出版社教材中心）
林章波（北京大学出版社第6事业部）

编写人员名单

主 编：张利民

王素珍

副主编：刘长运

单铭磊

边世平

编 委：(按姓氏笔画排序)

王素珍 (渤海大学)

边世平 (青海大学)

刘长运 (河南省南阳师范学院)

张利民 (渤海大学)

张洪双 (黑龙江大学)

金 利 (平顶山工学院)

单铭磊 (山东省青年管理干部学院)

序

1845年,托马斯·库克成立世界上第一家旅行社,标志着世界旅游业的出现。但是作为真正意义上的现代旅游业,则始于20世纪50年代的欧美。从那时至今,旅游从少数上层阶层所能享受的活动发展到现今大众旅游和社会旅游时代,仅经历了50多年的时间。在这短短50多年的历程中,世界旅游业发展大大超出世界经济总体发展速度,成为世界上最大的产业之一。世界旅游组织的统计数字显示,2005年国际旅游人数首次突破8亿人次,全球平均增长率高达5.5%;2006年国际旅游人数达到8.42亿万人次,同比增长4.5%,超出了旅游业的预期。世界旅游组织预测,到2010年,全世界每年将有10亿多人出国旅游。旅游不仅对世界各国的经济发展产生积极而深远的影响,同时它已成为人们生活中的一部分,还是影响人们生活方式和生活观念的一个重要因子。

中国是一个旅游资源大国,有着得天独厚的自然旅游资源和人文景观优势。上下几千年的文明沉淀,方圆960 km²的国土,使中国的旅游资源在世界上无与伦比。尽管我国旅游业起步于20世纪80年代初,但经过30余年的发展,中国正从一个旅游资源大国走向旅游接待大国,旅游业在国民经济中的地位和作用日益凸显,其强劲的发展势头受世界关注。2006年,我国国内旅游人数13.94亿人次,入境旅游人数12494万人次,全国旅游外汇收入339.49亿美元,出境旅游总人数为3452.36万人次。世界旅游组织预测,到2015年中国将成为世界上第一大入境旅游接待国和第四大出境旅游客源国。届时中国入境旅游人数可达2亿人次,国内旅游人数可达26亿人次以上,出境旅游人数可达1亿人次左右,游客市场总量可达30亿人次左右,居民人均出游可达2次,旅游业总收入可达2万亿元人民币左右。“十一五”期间中国旅游业将每年新增直接就业70万人、带动间接就业350万人。到2015年,中国旅游直接拉动和间接就业总量将达1亿人左右。

蓬勃发展、无限生机的旅游业,给旅游教育,尤其是高等旅游教育带来了巨大的机遇和挑战。旅游管理是工商管理下面的一个小学科,却面向的是大产业,如何使旅游学科做大做强,更好地为旅游产业服务,为21世纪旅游业发展培养所需各类人才,是每一个旅游教育工作者所要思考的问题。做大做强旅游学科,使旅游教育要与旅游产业的发展同步,就必须加大旅游学科建设的力度,其中之一就是要搞好旅游教材的建设,因为,教材是体现教学内容和教学方法的知识载体,是进行教学的基本工具,也是深化教育教学改革,全面推进素质教育,培养创新人才的重要保证。中国林业出版社、北京大学出版社组织全国部分高校编写“21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材”就是推动旅游教学改革与教材建设的重要举措。

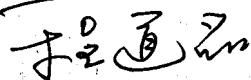
在本套教材的编写过程中,我们力求系统地、科学地介绍旅游管理专业的基本理论,基本知识和基本技能(“三基”),同时也力求将以下理念融入到教材的编写中:一是教育创新理念。

即以培养创新意识,创新精神、创新思维、创造力或创新人格等创新素质以及创新人才为目的的教育活动融入其中。二是现代教材观理念。传统的教材观以师、生对教材的“服从”为特征,由此而生成的对教学矛盾的解决方式表现为“灌输式”的教学关系。现代教材观是以教材“服务”师生,即将教材定义为“文本”和“材料”,提供了编者、教师、学生与真理之间的跨越时空的对话,为师生创新提供了舞台。三是培养大学生“四种能力”的理念。教材的编写充分体现强化学生的实践能力、创造能力和就业能力、创业能力的建设需要,以适应旅游业的快速发展对旅游人才的新要求。四是教材建设服从于精品课程建设的理念。精品课程是具有一流教师队伍、一流教学内容、一流教学方法、一流教材、一流教学管理等特点的示范性课程。精品课程建设是高等学校教学质量与教学改革工程的重要组成部分。本套教材的编写力求为精品课程建设服务,能够催生出一批旅游精品课程。

本套教材不仅是全国高等院校旅游管理专业教育教学的专业教材,而且也可作为旅游管理部门、旅游企业专业人员培训及参考用书。我们希望本套教材能够为培养 21 世纪旅游创新人才做出贡献。

最后,借此机会感谢北京大学吴必虎教授、青岛大学旅游学院马波教授对本套教材的指导,感谢中国林业出版社和北京大学出版社对本套教材所付出的辛勤劳动以及各位参与编写的专家和学者对本套教材所付出的心血!

编委会



2007 年 10 月

前言

现代饭店业是一个综合性的服务行业。现代意义上的饭店是为消费者提供住宿、膳食、康乐、购物、商务以及社交活动等综合性的建筑设施与机构，具有较强的专业技术性，并拥有本身特殊的产品、市场、活动规律与经营方法。随着中国经济繁荣、国际化趋势明显、老龄化国家雏形的呈现等一系列大势所趋，而造成的人们价值观、生活方式、工作意识与态度的改变，迫使饭店企业更重视市场操作能力的加强、合理成本的控制、人才的有效利用以及服务质量的提高这四大课题的研究，本书即以此而出发，用9章篇幅分别介绍了饭店概述、饭店管理者、饭店管理理论基础、饭店营销管理、饭店人力资源管理、饭店服务质量管理、饭店设备与物质管理、饭店收益管理与成本控制、饭店信息管理等内容。

为便于学习者、管理者和培训者使用，本书在编写体例上做了一定的创新，每一章以章首案例作为开篇，诠释基础理论的案例一部分取材于我们在多年的专业教学与管理过程中得到的真实资料的积累，一部分取材于国内外学者、专家撰写的精彩案例。每一章节后面除了复习题外，还增加了经验性练习栏目，这是目前已出版的饭店管理概论教材所没有的环节。因此形成了本书的特色，即① 内容先进性：注意用新观点、新思想来审视、阐述饭店管理的经典内容，适应经济社会发展和科技进步的需要，及时更新教学内容，与社会发展同步，具有鲜明的时代特色。② 教学适用性：教材内容符合旅游管理专业学生培养目标和课程教学基本要求，结合饭店管理实际构思教材内容，思路连贯有序，一气呵成，有别于其他已经出版的此类教材。③ 知识实用性：体现以职业能力为本位，以应用为核心，紧密联系饭店企业的实际；针对饭店企业的特点进行基础知识的传授，并力争与相应的饭店企业从业人员的职业资格标准相一致。④ 结构合理性：考虑学习者的心理特征和认知、技能养成规律，本教材的知识结构设计采取先理论讲授，后操作实践的编写体例，体系完整，内容翔实。⑤ 案例针对性：编写中每一章都引用了数个国内外饭店企业有关管理的案例，案例的题材和范围广泛，案例写作规范，具有较强的实践性，并体现了饭店行业的特色，具有针对性。

本书由张利民、王素珍主编，负责设计编写教材大纲和全书的修订与统稿工作。各章执笔人员如下：第1章，张洪双（黑龙江大学）；第2章、第3章，王素珍（渤海大学）；第4章，第5章，刘长运（河南省南阳师范学院）；第6章，张利民（渤海大学）；第7章，金利（平顶山工学院）；第8章，边世平（青海大学）；第9章，单铭磊（山东省青年管理干部学院）。本书在编写过程中参阅了大量的国内外书刊资料，谨此一并致谢。

由于编者水平有限，书中浅陋与错误之处在所难免，敬请专家学者和广大读者批评指正。

编者

2007年8月

目 录

前 言

第1章 饭店概述 (1)

1.1 饭店的含义与功能 (2)

1.1.1 饭店的含义 (2)

1.1.2 饭店的定义 (3)

1.1.3 饭店的称谓 (4)

1.1.4 饭店的功能 (4)

1.1.5 饭店的特点 (5)

1.2 饭店的类型与等级 (6)

1.2.1 饭店的类型 (6)

1.2.2 饭店的等级划分 (9)

1.3 饭店发展溯源 (12)

1.3.1 世界饭店业发展简史 (12)

1.3.2 中国饭店业发展简史 (16)

1.4 饭店集团 (18)

1.4.1 饭店集团的类别 (18)

1.4.2 饭店集团的隶属关系 (19)

1.4.3 饭店集团的形式 (20)

1.4.4 饭店集团的优势 (23)

1.5 饭店发展现状与趋势 (25)

1.5.1 国际饭店业现状与发展趋势 (25)

1.5.2 中国饭店业现状及发展趋势 (28)

第2章 饭店管理者 (35)

2.1 饭店管理者的基本素质 (36)

2.1.1 知识素质 (36)

2.1.2 个人素养 (36)

2.2 饭店管理者的能力提升 (38)

2.2.1 组织能力 (38)

2.2.2 决策能力 (45)

2.2.3 沟通协调能力 (48)

2.2.4 社交能力 (54)

2.2.5 语言能力 (56)

2.2.6 创新能力 (59)

2.2.7 自我管理能力 (64)

第3章 饭店管理理论基础 (70)

3.1 饭店管理的基础理论 (72)

3.1.1 古典管理理论 (72)

3.1.2 行为科学理论 (74)

3.1.3 现代管理理论 (78)

3.2 饭店管理的基本职能 (81)

3.2.1 计划职能 (82)

3.2.2 组织职能 (82)

3.2.3 领导职能 (82)

3.2.4 控制职能 (82)

3.3 饭店计划管理 (83)

3.3.1 计划管理概述 (83)

3.3.2 计划工作的程序 (85)

3.3.3 饭店计划的类型 (87)

3.3.4 饭店计划的指标 (92)

3.3.5 饭店管理中的决策 (96)

3.4 饭店组织管理 (99)

3.4.1 饭店组织管理的主要内容 (99)

3.4.2 饭店组织结构设计的原则 (99)

3.4.3 饭店组织结构形式 (101)

3.4.4 饭店的组织制度 (105)

3.5 饭店企业文化 (112)

3.5.1 饭店企业文化的含义和特征 (112)

3.5.2 饭店企业文化的结构 (113)

3.5.3 饭店企业文化的功能 (114)

3.5.4 饭店企业文化的建设	(115)	5.2.1 员工招聘	(168)
第4章 饭店营销管理	(120)	5.2.2 员工招聘的原则	(168)
4.1 饭店市场营销管理概述	(122)	5.2.3 员工招聘的程序	(169)
4.1.1 饭店营销的概念	(122)	5.3 饭店培训过程管理	(174)
4.1.2 饭店营销的特殊性	(123)	5.3.1 员工培训的含义与特点	(175)
4.1.3 饭店营销管理的任务	(125)	5.3.2 员工培训程序	(175)
4.1.4 饭店市场营销管理的基本内容	(126)	5.4 饭店工作绩效管理	(182)
4.2 饭店市场营销分析	(127)	5.4.1 员工的考核评估	(182)
4.2.1 饭店市场营销调研	(127)	5.4.2 工资等级评估方法	(183)
4.2.2 饭店市场营销分析	(128)	5.4.3 员工工作实绩考核方法	(184)
4.3 饭店市场营销计划	(133)	5.5 饭店员工工资制度设计	(184)
4.3.1 饭店市场营销计划及其主要内容	(133)	5.5.1 工资制度的设计原理	(184)
4.3.2 饭店市场营销计划的制定	(134)	5.5.2 工资制度的设计方法与内容	(185)
4.3.3 饭店市场营销计划的实施	(136)	5.5.3 对不同收入形式的政策	(185)
4.4 饭店市场营销组织与执行	(137)	5.6 员工流动的因素与控制	(187)
4.4.1 饭店市场营销组合	(137)	5.6.1 饭店员工流动原因与控制	(187)
4.4.2 产品策略	(138)	5.6.2 员工过度流失导致饭店经营管理面临风险	(188)
4.4.3 价格策略	(140)	5.6.3 员工流失问题管理策略	(188)
4.4.4 营销渠道策略	(142)	第6章 饭店服务质量管理	(193)
4.4.5 促销策略	(144)	6.1 饭店服务的性质	(194)
4.5 饭店市场营销控制	(147)	6.1.1 饭店服务的含义	(194)
4.5.1 饭店营销控制的形式	(148)	6.1.2 优质服务的含义	(195)
4.5.2 饭店营销控制的一般程序	(148)	6.1.3 饭店服务的特点	(196)
4.6 饭店营销新理念	(148)	6.1.4 饭店服务质量的内容	(197)
4.6.1 主题营销	(148)	6.1.5 饭店服务质量的特点	(198)
4.6.2 分时营销	(151)	6.2 饭店服务设计与服务质量管理规划	(199)
4.6.3 绿色营销	(154)	6.2.1 服务体系设计	(199)
4.6.4 体验营销	(156)	6.2.2 饭店服务设计与开发	(201)
第5章 饭店人力资源管理	(161)	6.2.3 服务质量管理规划	(205)
5.1 饭店人力资源的配备与储备	(162)	6.3 饭店服务质量管理与控制	(209)
5.1.1 饭店人力资源的含义	(162)	6.3.1 饭店服务质量的检查	(209)
5.1.2 饭店员工的配备与储备原则	(163)	6.3.2 饭店服务质量的分析与控制	(211)
5.1.3 员工配备准则	(163)	6.4 提高饭店服务质量的途径	(214)
5.1.4 劳动定额与编制定员	(165)	6.4.1 树立正确的服务观念	(214)
5.1.5 饭店员工的储备方法	(167)	6.4.2 了解客人的需求	(217)
5.2 饭店员工的招聘过程管理	(168)	6.4.3 强化培训,提高员工素质	(219)
		6.4.4 推行标准化服务	(220)

6.4.5 坚持多样化与个性化服务	(220)	8.1.4 收益管理方法	(266)
第7章 饭店设备与物质管理	(225)	8.2 饭店货币资金和结算业务控制 ...	(267)
7.1 饭店的建筑与结构布局	(226)	8.2.1 饭店收银工作流程	(267)
7.1.1 饭店建筑的选址	(226)	8.2.2 出纳员的工作及程序	(276)
7.1.2 饭店建筑的造型的特点	(227)	8.3 饭店的成本控制	(278)
7.1.3 饭店建筑的结构布局	(228)	8.3.1 饭店成本的概念与构成	(278)
7.2 饭店设备系统	(232)	8.3.2 饭店成本控制方法	(283)
7.2.1 供、配电系统	(232)	8.3.3 饭店主要业务部门成本控制 ...	(292)
7.2.2 给水、排水系统	(233)	第9章 饭店信息管理	(300)
7.2.3 供热系统	(233)	9.1 饭店信息系统概述	(300)
7.2.4 中央空调系统	(233)	9.1.1 饭店信息	(301)
7.2.5 通讯系统及音像系统	(234)	9.1.2 饭店信息管理的特点	(303)
7.2.6 计算机管理系统	(234)	9.1.3 饭店信息处理流程	(304)
7.2.7 安全防护系统	(234)	9.1.4 饭店信息化与信息化饭店	(307)
7.2.8 电梯运送系统	(235)	9.1.5 饭店管理信息系统应用的优势	(310)
7.3 饭店设备管理	(235)	9.2 饭店管理信息系统简介	(311)
7.3.1 饭店设备管理概述	(236)	9.2.1 饭店管理信息系统	(311)
7.3.2 饭店设备前期管理	(237)	9.2.2 饭店管理信息系统的扩展	(314)
7.3.3 设备运行期管理	(240)	9.2.3 饭店网上预订系统	(316)
7.3.4 饭店设备的信息管理	(246)	9.2.4 信息技术在饭店管理中的其他应用	(320)
7.4 饭店物资管理	(249)	9.3 饭店管理信息系统的发展趋势 ...	(321)
7.4.1 饭店物资管理的特点	(249)	9.3.1 单向软件向集成软件发展	(321)
7.4.2 饭店物资分类	(249)	9.3.2 软件由管理型向决策型发展 ...	(321)
7.4.3 饭店物资定额管理的原则	(250)	9.3.3 软件由 DOS 型向 Windows 型和 C/S 结构发展	(323)
7.4.4 确定饭店物资消耗定额工作程序	(250)	9.3.4 软件由技术型向信息资源管理型发展	(323)
7.4.5 饭店物资储备定额	(251)	9.3.5 商品化软件与专用化软件并存	(323)
7.4.6 物资采购管理	(252)	9.3.6 与饭店自动化设备相结合	(324)
7.4.7 饭店物资验收管理	(254)	9.3.7 饭店管理信息系统软件正在向基于 Web 技术的方向发展	(325)
7.4.8 饭店物资储存与发放管理	(254)	参考文献	(328)
7.4.9 物资的发放管理	(255)		
第8章 饭店收益管理与成本控制	(259)		
8.1 饭店收益管理	(260)		
8.1.1 收益管理概述	(260)		
8.1.2 饭店收益的衡量	(261)		
8.1.3 饭店收益管理工作流程	(263)		

第 1 章

饭店概述

【本章概要】

本章主要对饭店定义、功能、特点进行了详细的介绍，并对饭店类型与等级进行阐述、就饭店的发展史做了简单讲解、对饭店业发展现状与趋势做了详细说明。

【学习目标】

- 掌握饭店的含义；
- 了解饭店的功能及特点；
- 了解饭店的类型；
- 掌握饭店等级、种类及划分；
- 掌握饭店集团的形式；
- 掌握饭店集团的优势；
- 了解世界饭店发展史；
- 了解中国饭店业发展史；
- 了解国际饭店业的现状与发展趋势；
- 了解中国饭店业的现状与发展趋势。

【关键性术语】

饭店、饭店的功能、商务型饭店、长住型饭店、度假饭店、会议型饭店、欧式计价方式、美式计价方式、欧陆式计价方式、百慕大计价方式、星级制、饭店集团。

【章首案例】

世界上最豪华的七星级饭店

伯瓷是世界上唯一的建筑高度最高的七星级饭店（因为饭店设备实在太高级，远远超过五星的标准，只好破例称它为七星级），开业于1999年12月，它建在离海岸线280m处的人工岛Jumeirah Beach Resort上。伯瓷糅合了最新的建筑及工程科技，迷人的景致及造型，使它看上去仿佛和天空融为一体。伯瓷的工程花了5年的时间，使用了9000t钢铁，并把250根基建桩柱打在40m的深海底。饭店由英国设计师W. S. Atkins设计，外观如同一张鼓满了风的帆，一共有56层、321m高，是全球最高的饭店，比法国艾菲尔铁塔还高一截。

伯瓷是阿拉伯人奢侈的象征，亦是迪拜的新标志。走进这个世界上最高的酒店就似走进了阿拉丁的洞穴，豪华的佐证非笔墨可言喻，从带你走进海鲜餐馆的小型潜艇，到每个房间的17个电话筒，再到用作机场巴士的8辆劳斯莱斯都可略见些许。你甚至可以要求直升机接送，在15min的航程里，率先从高空鸟瞰迪拜的市容，欣赏壮丽的景观后，才徐徐降落在28楼的直升机场。

伯瓷饭店内部更是极尽奢华之能事,触目皆金,连门把、厕所的水管,甚至是一张便条纸都“爬”满黄金。虽然是镀金,但要所有细节都优雅不俗地以金装饰,则是对设计师的品位与功力的考验。由于是以水上的帆为外观造型,饭店到处都是与水有关的主题(也许在沙漠国家,水比金更彰显财力)。像是一进饭店门的两大喷水池,不时有不同的喷水方式,每一种皆经过精心设计,约15~20min就换一种喷法,跟水舞没什么两样,搭着电梯还可以欣赏高达十几米的水族箱,很难相信外头就是炎热高温的阿拉伯沙漠。而金碧辉煌的酒店套房,则让你感受到阿拉伯油王般的奢华。所有的202间客房皆为2层楼的套房,最小面积的房间170m²;而最大面积的皇家套房有780m²之大。而且全部是落地玻璃窗,随时可以面对着一望无际的阿拉伯海。最令人吃惊的是一进房间,居然有一个管家等着跟你解释房内各项高科技设施如何使用,因为酒店豪华尊贵的服务宗旨就是务必让房客有阿拉伯油王的感觉,以最普通的豪华套房为例,还包括窗帘和电灯的开关,办公桌上有东芝笔记本电脑,随时可以上网;墙上挂的画则全是真迹。

最令人叹为观止的是雄霸25楼及以上楼层的皇家套房,装饰典雅辉煌,顶极装修和搜罗自世界各地的摆设,如同皇宫一样气派,家具是镀金的,有私家电梯、私家电影院、旋转睡床、阿拉伯式会客室,甚至衣帽间的面积都比一般饭店的房间大。已故顶极时装设计师范思哲曾对此赞不绝口。最特别的是睡房的天花板上有一面与床一样大的镜子,和自己面对面睡觉的感觉会不会很奇怪?浴室里的所有卫浴用具都是爱马仕的牌子,包括香皂、古龙香水等。当然淋浴设备也不同凡响,除上头的莲蓬头之外,还可选择上中下三段式喷水,旁边则是马赛克壁画陪衬下的按摩浴池,浴室门口还有皮质躺椅,让客人休息。

房间的奢华还没来得及回味,餐厅更是让人觉得匪夷所思:饭店内的AI-Mahara海鲜餐厅仿佛是在深海里为客人捕捉最新鲜的海鲜。在这里进膳的确是难忘的经历——要动用潜水艇接送。从饭店大堂出发直达AI-Mahara海鲜餐厅,虽然航程短短3min,可是已经进入一个神奇的海底世界,沿途有鲜艳夺目的热带鱼在潜水艇两旁游来游去,美不胜收。安坐在舒适的餐厅椅上,环顾四周的玻璃窗外,珊瑚、海鱼所构成的流动景象,伴随客人享受整顿写意般的晚餐。

海里有餐厅,空中也有餐厅,客人只需搭乘快速电梯,33s内便可直达屹立于阿拉伯海湾上200m高空的AI-Mahara餐厅。进入太空设计的餐厅,以蓝绿为主的柔和灯光,再加上波浪设计的衬托,就仿佛进入另一世界。这餐厅可容纳140名客人,晚餐之际,夜空璀璨,环观迪拜的天空和海湾,享受地中海风味的高级厨艺,应该是人生至高的享受了。而仅供应美味的Mediterranean(地中海餐),则是该餐厅的一大特色。

由于伯瓷这家超级豪华饭店实在是太特别了,很多外来访客只想来参观一下(对绝大多数人而言,也只能是这样饱饱眼福),不过请注意,踏进这家饭店可是要付参观费的,平日100Dhs、假日200Dhs(1Dhs约等于2.25元人民币),不过可抵作餐厅消费。

饭店的豪华程度令人叹为观止,评论家们都不知道该给它定为几星:是五星,六星,还是七星?

1.1 饭店的含义与功能

1.1.1 饭店的含义

在中文里表示住宿设施的名词很多,旅店、旅舍、旅馆、饭店、宾馆、招待所等都可以明确说明住宿的含义,20世纪80年代末,又引进了中国香港和新加坡等地的“酒店”,但最正统的词是旅馆,而饭店是目前普遍被业内人士和专家学者认可的表述住宿设施的词汇。在英文中,表示饭店意思的词也颇多,其中最为重要的有2个,一个是Hotel,另一个是Inn。英文词Hotel源于拉丁文的Hospes,意为接待客人的人或主人,由它派生出来的另一个词Hospice(或Hospital),意为主人接待客人的地方,或主人向客人奉献热情和殷勤的处所。后来,拉丁文表示主

人的词 Hospes 引入到古法文时变成 Hoste, 到现代法文里又变成 Hôte。引进到英文时则为 Host。而表示主人招待客人住所的 Hospice 则变成了英文的 Hotel 或者 Hostel。但早在现代饭店在世界范围内普及之前, 在法国, Hotel 这个字眼的本意指的是那些富贵门第或官宦之家所拥有的宏伟而豪华的宅邸。即主人们款待宾朋, 为之炫耀的地方, 也是一般人赞赏和向往的去处。Hotel 真正成为现在饭店的含义在英国应该是 18 世纪后期的事。在当时的法国称之为 Hotel garni, 是指一幢大房子; 其中的房间按天、周或月向客人出租。因此, 英文中的 Hotel 最初之意, 仅仅指那些特别大而异乎寻常的客店, 以示与传统的家庭式的客店区别。

1.1.2 饭店的定义

一般来说, 饭店是客人暂时居住的处所。当然, 这种饭店的定义过于简单, 只阐述饭店的最基本的功能, 并未包含饭店的全部含义。

国外一些权威的辞典, 曾对饭店下过以下定义:

饭店一般来说是为公众提供住宿、膳食和服务的建筑与机构。

——《科利尔百科全书》

饭店是装备好的公共住宿设施, 它一般都提供膳食、酒类与饮料以及其他人的服务。

——《美利坚百科全书》

饭店是既向公众提供膳食又提供住宿的设施。

——《新哥伦比亚百科全书》

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。

——《大不列颠百科全书》

饭店是提供住宿, 也经常提供膳食与某些其他服务的设施, 以接待外出旅游者 and 半永久性居住的人。

——《韦伯斯特美国英语新世界辞典》

饭店是提供住宿、膳食等而收取费用的住所。

——《牛津插图英语辞典》

饭店是向旅游者与过路的人出租睡觉设施的地方。

——《旅游辞典》

为公众提供住宿设施与膳食的商业性的建筑设施。

——《简明不列颠百科全书》

从上述诸多定义来看, 作为一个饭店, 应具备以下 4 个条件:

- 它是一个建筑物或由诸多建筑物组成的接待设施;
- 它必须提供住宿设施, 也往往提供餐饮和其他服务设施;
- 它的服务对象是公众, 主要是外出旅行的人, 也包括半永久居住的人, 但不应当是永久居住的人;
- 它是商业性的, 使用者要交付一定的费用。

总之, 饭店的定义可以限定为: 为公众提供住宿与其他服务的商业性的建筑设施与机构。

1.1.3 饭店的称谓

饭店可以是所有商业性的住宿设施的统称。由于时代不同, 所处地理位置不

同,功能不同以及经营、管理方式不同,饭店又有各自的特点,其名称又是各种各样、千奇百怪。在中国历史上,就有“逆旅”“客舍”“客馆”“邸店”“客店”“番馆”“鸡毛小店”等不同的称谓。今天,又有“旅店”“旅舍”“大车店”“旅社”“旅馆”“宾馆”“饭店”以及“酒店”等不同的叫法。而在国外,饭店的名称更是五花八门,有的则无法找到一个相对应的汉语词汇来准确地表述其原来的意思。或者说,根据其汉语译名难以想象出这个饭店应当是个什么样子。除了饭店“Hotel”这个通用词之外,英语中用的比较多的是 Inn (客栈)、House (公寓),Lodge (客店)、Grand hotel (大旅馆或大饭店) 及 Motel (汽车饭店)、Airport hotel (机场饭店)、Resort (休养地饭店) 等。这里将英文中一些关于饭店设施的名称作简要介绍(表1-1)。当然,有一些也并非是英语词汇,但由于使用得多了,也逐渐被吸收到英语中去了。

表 1-1 “饭店”一词汉英对照举例

Hotel	饭店、旅馆
Inn	饭店、旅馆、客栈
Tavern	客栈、小旅馆、小饭店
Ordinary	小旅馆(美)、小饭店
Lodge	小旅馆、小饭店
Apartment hotel	公寓旅馆、公寓饭店
Condominium hotel	共管旅馆、共管饭店
Tourist hotel	旅游旅馆、旅游饭店
Resort (Hotel)	休养地旅馆、休养地饭店
Airport hotel	机场旅馆、机场饭店
Motel	汽车旅馆、汽车饭店
Motor court	汽车大院、汽车旅馆、汽车饭店
Motor home	汽车旅馆、汽车饭店
Guesthouse	小旅馆、招待所、小饭店
Hostel	招待所
Youth hostel	青年旅舍

1.1.4 饭店的功能

饭店的功能是指,饭店为满足客人的需求而提供的服务所发挥的效用。饭店传统的、也是最基本的功能就是向客人提供住宿和餐饮。由于客源市场及客人需求的不断变化,现代饭店的功能已较传统的饭店时期有了很大的发展,其功能日益多样化。现代饭店主要有以下功能。

(1) 住宿功能

饭店为客人提供多种客房(标准间、单人间和套间等),包括床位、盥洗室和其他生活设施。以舒适、清洁的环境和周到、热情的服务,使客人在旅途中得到充分的休息,获得“家”的感受。

(2) 餐饮功能

为客人提供餐饮服务。饭店一般设有不同的餐厅,如中餐厅、西餐厅、多功能厅以及各种特色餐厅,以精美的菜肴、温馨的环境、安全的卫生条件和规范的服务,向客人提供包餐、风味餐、自助餐、点菜、小吃、饮料,以及酒席、宴会等多种形式的餐饮服务。



(3) 商务功能

商务型饭店为住店客人从事商务活动提供各种方便快捷的服务。饭店设置商务中心、商务楼层、商务会议室与商务洽谈室,提供传真和国际、国内直拨电话等现代通讯设施。有些饭店设置商务客房,安装传真机、2条以上的电话线、与电话连接的打印机、互联网接口。有的饭店还在发展电子会议设备,设有为各种联络所需要的终端,通过高科技手段使饭店智能化、信息化,从而满足商务客人的需求。

(4) 家居功能

饭店是客人的“家外之家”,努力营造“家”的氛围是饭店经营管理的宗旨,使入住饭店的客人感到像在家里一样亲切、温馨、舒适、方便。尤其是公寓饭店,一般带有生活住宿性质,主要为长住客服务,价格便宜,自助服务设施齐全(如自助厨房、自助洗衣等),客人方便自由。

(5) 度假功能

度假饭店一般位于风景区内或附近,通常注重提供家庭式环境,客房能适应家庭度假、几代人度假以及独身度假的需要,娱乐设施先进、齐备。

(6) 会议功能

饭店可为各种从事商业活动、贸易展览、科学讲座等客人提供会议、住宿、膳食和其他相关的设施与服务。饭店内一般设有大小规格不等的会议室、谈判室、演讲厅、展览厅。会议室、谈判室都有良好的隔板装置和隔音装置,并能提供多国语言的同声翻译,有的饭店还可以举行电视会议。

此外,饭店还具有娱乐健身、通讯和信息集散、文化服务、商业购物服务等功能。

1.1.5 饭店的特点

饭店是一个独立的盈利性经济组织,除了具备经营上的自主性、组织上的完整性、经济上的独立性及对外关系上的法人地位等基本条件之外,饭店还有着与其他企业不同的特点。

(1) 服务性

饭店是以提供劳务为主的服务性企业。通常所说的饭店产品,是饭店有形的设施设备与无形的劳务服务的有机结合,其中以劳务服务为主,设施设备为辅。饭店的经营活动是以租让饭店设施的使用权的形式进行的,消费者只是在一定的时间和空间内购得有形设施的临时使用权,却不能购得有形设施产品的所有权。饭店产品中的实物部分,实际上只起着促进服务销售的作用,习惯上被看作“助销产品”。因此,从本质上讲,饭店生产和销售的主要是无形的服务产品。服务产品所具备的无形性、生产与消费的同时性、价值不可储存性、质量的不稳定性等特征。这些因素决定了饭店与其他工商企业有着不同的特点。

(2) 综合性

饭店是一个具有综合功能的企业。现代饭店不仅要满足客人的住宿和饮食等基本需求,还要同时满足客人的多种消费需求。所以,饭店必须配备相关的设施并提供相应的服务。综合服务已成为饭店竞争的重要手段,一家饭店的功能越是完备,就越能满足客人的多样化的需求,获得更多的客源。

(3) 享受性

饭店所能满足客人的不只是简单的物质需要,而是享受性产品,这是现代消费的必然需求,也是与一般商品和服务的主要区别。

(4) 文化性

探求异地文化是旅游者的一项共同需求。旅游饭店作为旅游者在旅游过程中的居留场所,不仅是客人的物质消费场所,而且是客人感受异地文化的精神消费场所。饭店应积极营造良好的文化氛围。要倡导主流文化、健康文化、民族文化、特色文化。通过外在的、有形的店景文化和内在的企业文化的建设,丰富饭店的文化内涵,使饭店劳务活动升华为一门服务艺术,把饭店服务产品中的使用功能价值,推进到具有文化附加值的新境界,使客人在丰富多彩的饭店文化氛围中,感受到精神的享受和愉悦。

1.2 饭店的类型与等级

1.2.1 饭店的类型

饭店作为住宿设施的统称,绝对是个“大家族”。世界饭店业发展到今天,可谓名目繁多,应有尽有。由于历史的演变,传统的沿袭,地理位置与气候条件的差异,饭店用途、功能、设施的不同,世界各地的饭店千奇百怪,实难分类。不过,为了比较、研究及其他目的,人们对饭店也有一些大致的分类方法,有的比较通用,也有一些仅限于某些地区或国家。

1.2.1.1 国外学者的几种分类

(1) 英国旅游学家迈德利克的分类方法

迈德利克教授在他的《饭店业》一书中,曾列举出以下10种对饭店分类的方法。

- 根据饭店所处地区分类,可以分成城市饭店、城镇饭店、内地饭店、沿海饭店、山地饭店或乡村饭店等;
- 根据饭店所在的具体位置分类,可以分为城(镇)中心饭店、郊区饭店、海滨饭店、公路沿线饭店等;
- 根据饭店与某种交通工具的密切关系分类,可以分为汽车饭店、火车饭店、机场饭店、码头饭店、船坞饭店等;
- 根据主要客人下榻饭店的目的分类,可以分为商务饭店、度假饭店、会议饭店、赌博饭店与旅游饭店等;
- 根据住宿者在饭店内逗留的时间分类,可以分为过路客人饭店、公寓饭店等;
- 根据饭店的设施与服务方式分类,可以分为旅游饭店、公寓饭店、自我餐饮服务服务的饭店等;
- 根据饭店有无出售含酒精类饮料的执照分类,可以分为持照饭店与非持照饭店等;
- 根据饭店的规模分类,可以分为大饭店、中等饭店、小饭店,这主要以饭店的客房间数或床位数为根据,而大、中、小饭店客房数目的多少,又因其地区