

大学旅游教材 ● 沈祖祥 主编



饭店经营管理

吴 本 主 编

程蜀浩 副主编
王永忠

福建人民出版社

F719
N527

饭店经营管理

吴 本 主 编
程 爵 浩
王 永 忠 副 主 编



福建人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店经营管理/沈祖祥主编. —福州: 福建人民出版社,
1999. 11

大学旅游教材

ISBN 7-211-03569-2

I. 饭… I. 沈… III. 饭店—经济管理—高等学校—教材
N. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 65547 号

大学旅游教材

饭店经营管理

FANDIAN JINGYING GUANLI

吴 本 主编

程爵浩 王永忠 副主编

*

福建人民出版社出版发行

(福州东水路 76 号 邮编: 350001)

福建地质印刷厂印刷

(福州塔头路 2 号 邮编: 350011)

开本 850 毫米×1168 毫米 1/32 10 印张 2 插页 240 千字

1999 年 10 月第 1 版

1999 年 10 月第 1 次印刷

印数: 1—3000

ISBN 7-211-03569-2

F·185 定价: 16.50 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换。

总 序

国家旅游局局长 何光晔

在 21 世纪向我们走来之际，中国旅游业迎来了又一个春天。根据世界旅游组织 1997 年统计：旅游目的地的市场份额，我国名列世界第五；旅游收入市场份额，我国位居世界第八。我国已经跻身于世界旅游大国之列。但是，我们也应该清醒地看到，我国旅游界的现状与新世纪旅游业发展的需要还有相当的差距。以旅游企业管理人员而言，相当一部分的知识结构、技能水平、策划能力、管理水平，还难以与迅速发展的旅游业相适应。

市场的竞争，归根到底是人才资源的竞争；旅游业的发展，关键在于人才。培养适应新世纪旅游业发展需要的管理人才，已经成为一个十分紧迫的问题，提到了各级领导部门的面前。作为人才培养基地的旅游院校（专业），任重而道远。

旅游专业是应用型专业，只有紧贴旅游行业的实际，才有生命力。改革开放 20 年来，我国的旅游教育从无到有，迅速发展，成绩有目共睹。目前我国高校的旅游专业在专业结构、办学特色、课程设置、实践环节等方面，还有不少亟待研究解决的问题。教材建设是旅游专业的一项基本建设，也是旅游教育的当务之急。我们既要有一支具有相当学术水平的师资队伍，又要有几套有所创新、有所超前，体现时代特色的教材，才能培养出为社会所欢迎的人才。现在，复旦大学旅游学系的同志组织各地旅游院校的部

分专家学者，充分发挥高校教学科研的整体优势，群策群力，编写了一套旅游管理专业的基础教材，在这方面进行了有益的探索。希望理论界、教育界的专家学者都来关注旅游专业教材的编写工作，我们期待着更多的理论联系实际而又风格各异的教材出版。

主 编 献 辞

沈祖祥

月落日升，星移斗转，春去冬来，四季递嬗。就在这年复一年的流淌中，不知不觉，时间老人已悄悄地把我们领到了 21 世纪的面前。

世界旅游组织预言：21 世纪是世界旅游的世纪！且不说这种预言最终能否成为现实，但是至少有一点，我们可以满怀激情并理直气壮地坚信：旅游正以一种全新的生活方式，在经意和不经意之间，主宰着我们这个时代的时尚和潮流，而且在今后相当长的一段时期内，旅游将始终是人类共同关注的话题和焦点。这对我们这些从事旅游教学工作的同仁来说，不啻是一种鼓励，而且更是一种动力和鞭策。

我们从历史中走来。复旦历史系设立旅游专业以来，迄今已历经五年艰辛而又坎坷的历程。在这不算太长也不算太短的岁月间，尽管我们步履蹒跚，但是，我们始终饱满和旺盛的斗志，进行着艰苦卓绝的努力。

我们感慨过，我们思索过。当 21 世纪的帷幕就要拉开的时候，我们衷心希望，能尽我们自己的所能，为即将建造的光辉灿烂的 21 世纪大厦添砖加瓦，贡献自己的一份绵薄之力。我们终于萌发了将这五年来，我们在旅游教学和研究中各自的所思、所想，整理爬梳，编辑出版一套“大学旅游教材”丛书的构想，并且迅速

付诸实施。

我们不想误人子弟。所以，我们写作并出版这套“大学旅游教材”丛书，力求尽可能地形成自己的风格、自己的特色，做到理论性与应用性并重，学术性与普及性兼顾，稳定性与适应性结合，论点新颖，材料新鲜，信息准确，文字流畅，语言简洁，体现时代的特点。

我们不敢奢谈，也不敢狂谈，这套丛书一定就是一套高层次、高水平的著作。但是，我们愿竭尽全力，努力避免那种低水平、低层次的运作。

我们的优势在于历史和文化，而且，我们认为，目前我们国家的旅游教学、研究和出版，最显底气不足的也正是文化。所以，我们将尽可能地发挥自己的优势和特长，扬长避短，在编辑出版《旅游学概论》、《旅游经济》和《旅游心理学》等等这些旅游经济和旅游管理专业必修课程教材的同时，重点和特色将放在《旅游文化概论》、《宗教旅游导论》、《中国旅游史》、《世界旅游史》、《旅游文选》、《旅游要籍解题》、《娱乐休闲旅游概论》等等这样一批具有较高文化含量和文化品味，而且又具有一定开拓性质的教材的编写和出版上。

我们坚信，学术性是一切著作的生命。如果离开了学术这一衡量的标准和基础，那么它离粗制滥造、胡编乱造，误人子弟，也就不甚太远了。所以，我们将紧紧把握学术性这一基石，在整体上和局部上保持这套教材的旺盛生命力。

我们并不保守，也并不固步自封。所以，这套教材，虽然以复旦大学同仁为骨干，但是，也相当多地接纳了兄弟院校志同道合者前来加盟。因为我们相信，学问无界限，各有短长，只有优势互补，才能从整体上保证这套丛书的高起点、高质量。所以，我们热忱希望，能有更多兄弟院校的同仁继续加盟到我们的行列。

我们还没想并且希望,这套丛书能够跳出现有丛书的框框,打破现有丛书的传统,变封闭式为开放式。也就是说,这套丛书只有第一本的开始,而没有最后一本的结束。因为,我们始终认为,旅游教学、旅游研究和旅游教材的出版,本身就是一项永无止境的事业!

但愿我们的这些看法和希望,能够得到朋友们的认同!

1999 年 6 月



作者简介

吴本，1973年7月出生，浙江人。1997年毕业于杭州大学旅游学院，获经济学硕士学位。现任教于复旦大学旅游学系。研究领域主要是旅游经济学和饭店管理理论。曾参加“杭州市跨世纪旅游业发展战略研究”等省市级重点课题的研究，并在旅游研究杂志及相关刊物上发表《论国际风景旅游城市的建设》等论文多篇。

责任编辑：何海勤

封面设计：白玫

作者简介

程爵浩，1970年9月出生，江西九江人。1998年毕业于杭州大学旅游学院，获经济学硕士学位。现任教于上海海运学院旅游管理系，并兼任中国交通部企业管理协会水路客运旅游管理委员会副秘书长。曾在旅游研究杂志及相关刊物上发表论文十余篇。

王永忠，1969年出生，江苏南京人。1998年毕业于杭州大学旅游学院，获经济学硕士学位。现任教于东南大学旅游学系。发表《旅游企业人本主义管理》、《旅游企业长期交易关系》、《理论的传统与创新》等论文，参加编写《旅行社经营管理》（高等教育出版社）和《旅游文化概论》（福建人民出版社）。

目 录

第一章 饭店概论 (上)	(1)
第一节 饭店的含义	(1)
一、现代饭店的要素	(1)
二、中国旅游涉外饭店的特征	(3)
第二节 饭店业的历史与现状	(5)
一、世界饭店业的历史与现状	(5)
二、中国饭店业的历史与现状	(12)
第三节 饭店的类型与等级	(16)
一、饭店的类型	(17)
二、饭店的等级	(25)
三、中国饭店的星级评定	(26)
四、世界最佳饭店的评定	(30)
第二章 饭店概论 (下)	(32)
第一节 饭店的结构布局	(32)
一、饭店结构布局的设计原则	(32)
二、前台部分的结构布局	(33)
三、后台部分的结构布局	(38)
四、美国饭店设计十大时尚	(41)
第二节 前厅部	(42)
一、前厅部基本工作职能	(43)
二、前厅部组织机构设置	(44)

三、前厅部预订工作	(45)
四、前厅部接待工作	(47)
五、前厅服务工作	(49)
六、前厅部客账管理	(51)
七、前厅部商务服务	(53)
第三节 客房部	(54)
一、客房部基本工作职能	(54)
二、客房部组织机构设置	(56)
三、客房部清洁卫生工作	(57)
四、客房部对客服务工作	(60)
五、客房设备物品管理	(61)
第四节 餐饮部	(63)
一、餐饮部基本工作职能	(63)
二、餐饮部组织机构设置	(65)
三、散客餐饮接待服务	(68)
四、宴会服务	(72)
第五节 饭店产品	(75)
一、饭店产品的定义	(76)
二、饭店产品的构成	(77)
三、饭店产品的特点	(80)
四、饭店从业人员的观念	(85)
附录 Concierge——金钥匙服务	(91)
第三章 饭店经营理论	(93)
第一节 饭店产业结构	(93)
一、饭店产业与产业组织	(94)
二、影响饭店产业竞争的因素	(95)
第二节 饭店竞争形态	(104)

一、产业内的竞争活动	(104)
二、博弈论与竞争对手	(107)
三、分析竞争对手的方法	(111)
四、企业竞争能力分析	(114)
第三节 饭店经营战略	(116)
一、成本领先战略	(117)
二、差别化战略	(117)
三、专一化战略	(118)
四、多元化战略	(119)
五、长期化战略	(120)
第四章 饭店经营管理形式	(123)
第一节 现代企业理论	(123)
一、什么是企业	(123)
二、产权理论	(124)
三、企业产权交易体系	(126)
四、饭店集团化的扩张模式	(128)
第二节 饭店管理形式	(131)
一、管理合同	(131)
二、特许经营	(133)
三、联号转让	(135)
四、租赁经营	(135)
五、饭店联合组织	(136)
第三节 饭店集团化经营管理	(139)
一、饭店集团化经营的优势	(139)
二、中国饭店业的集团化之路	(142)

第五章 饭店组织管理	(149)
第一节 饭店组织概述	(149)
一、饭店组织的含义	(149)
二、饭店组织管理的含义	(150)
三、饭店组织设计原则	(151)
四、饭店组织效能评价	(155)
第二节 饭店组织结构	(156)
一、饭店组织结构形式	(156)
二、饭店部门分工种类	(160)
三、饭店组织结构图	(162)
第三节 饭店组织管理体制	(164)
一、经济责任制	(165)
二、岗位责任制	(165)
三、员工手册	(167)
四、工作制度	(169)
第四节 饭店非正式组织的管理	(169)
一、饭店非正式组织的特点	(170)
二、饭店非正式组织的识别	(171)
三、饭店非正式组织的管理	(172)
第六章 饭店营销管理	(176)
第一节 饭店营销管理概述	(176)
一、饭店市场营销	(176)
二、饭店营销管理的任务	(178)
三、饭店营销管理的组织机构	(180)
第二节 饭店营销管理的过程	(181)
一、营销环境和消费者行为分析	(182)

二、目标市场研究和选择	(183)
三、营销计划的制订	(187)
四、营销策略的规划	(187)
五、营销活动的实施与控制	(188)
第三节 饭店营销策略	(188)
一、饭店产品策略	(189)
二、饭店定价策略	(193)
三、饭店分销策略	(198)
四、饭店促销策略	(202)
第七章 饭店质量管理	(207)
第一节 饭店产品质量	(207)
一、饭店产品质量的概念	(207)
二、饭店产品质量的标准	(209)
第二节 饭店全面质量管理	(214)
一、饭店全面质量管理的含义	(214)
二、饭店全面质量管理的任务	(216)
三、实施全面质量管理的方法	(217)
第三节 实施质量管理的措施	(221)
一、采用量化标准	(221)
二、建立岗位责任制	(222)
三、重视宾客意见反馈	(222)
第四节 饭店质量管理案例点评	(225)
一、帝国饭店集团	(225)
二、南京玄武饭店	(226)
三、广州三寓宾馆	(228)

第八章 饭店人力资源管理	(230)
第一节 人力资源概述	(230)
一、人力资源与人力资源管理	(230)
二、人力资源管理的目标	(231)
三、饭店人力资源管理的意义	(232)
第二节 饭店人力资源管理计划	(232)
一、人力资源管理的环境分析	(232)
二、人力资源管理的工作分析	(234)
三、制订人力资源管理计划	(236)
第三节 饭店人力资源的挑选与任用	(237)
一、员工的招聘	(238)
二、员工的初选、考试与评估	(239)
三、员工的挑选与任用	(240)
第四节 绩效评估与激励	(241)
一、什么是绩效评估	(241)
二、绩效评估的目的、程序和方法	(242)
三、动机理论	(243)
四、激励理论	(245)
第五节 员工的培训与发展	(248)
一、培训的对象和内容	(248)
二、培训的方法	(249)
第九章 国际饭店业经营管理经验	(251)
第一节 学习型组织的兴起	(251)
一、饭店组织的创新能力	(252)
二、过程创新	(254)
三、员工满意	(256)

四、组织发展	(257)
第二节 个性化服务的强化	(258)
一、宾客服务档案系统	(260)
二、宾客预期管理	(261)
三、跨文化的饭店服务	(263)
第三节 成功饭店的经营哲学和管理经验	(265)
一、里兹·卡尔顿的黄金标准	(265)
二、希尔顿的信条和使命书	(268)
三、喜来登十戒和经营哲学	(270)
四、假日的成功之道	(271)
附录	
旅游涉外饭店星级的划分与评定	(274)
主要参考引用书目	(302)
后记	(304)