

466

现代 旅游饭店 管理

国家旅游局人事教育司编
吕震宇/主编

中国旅游出版社

责任编辑：王建华

封面设计：缪 惟

责任印制：李崇宝

图书在版编目 (CIP) 数据

现代旅游饭店管理/国家旅游局人事劳动教育司编 .3 版 .—北京：中国旅游出版社，2002.5

ISBN 7 - 5032 - 1977 - 7

I . 现... II . 国... III . 旅游饭店—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 (2002) 第 016539 号

书 名：现代旅游饭店管理

作 者：国家旅游局人事劳动教育司

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

经 销：新华书店北京发行所

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2002 年 5 月第 1 版

2002 年 5 月第 1 次印刷

开 本：850 毫米 × 1168 毫米 1/32

印 张：17.25

印 数：1—10000 册

字 数：480 千

定 价：24.00 元

版权所有 翻印必究

第三版出版说明

1993年，国家旅游局组织力量编写了《现代旅游饭店管理》，作为全国旅游院校统编参考教材，在全国旅游院校中推荐使用，受到广大师生的好评，其后多次印刷，并进行过修订。

随着中国旅游饭店业的发展，《现代旅游饭店管理》一书原有内容已显得不适应旅游饭店业发展和旅游专业教学的需要，因此，我社受国家旅游局人事劳动教育司委托，组织力量对本书进行了修订。此次修订，在保持原书体例不变的前提下，根据我国旅游饭店业的现状和发展规划，对这本书进行了改写，取消了饭店组织、饭店计划管理、工程维修管理等章，新增章节有饭店娱乐服务管理、饭店安全和卫生管理、饭店质量管理、饭店信息管理与计算机应用、饭店设备管理等，原书保留下来的各章节，内容也作了全面的修订和补充，增加了大量新观点、新知识、新材料，使本书的内容尽可能跟上新世纪旅游饭店业前进的步伐，从而满足我国旅游专业教学的需要。

本书前两版由吕建中主编、蒋丁新副主编，具体由吕建中、蒋丁新、余炳炎、邹益民、施涵蕴撰写各章内容。此次修订第三版，继续由吕建中担任主编，组织有关作者并进行最后的统稿工作。各章作者：王建平撰写第一章“饭店概述”，郭毅撰写第二章“饭店管理基础理论”，黄浏英、张全岳撰写第三章“饭店营销管理”，张世琪撰写第四章“饭店前厅与客房管理”，吕建中撰写第五章“饭店餐饮管理”，梁颖撰写第六章“饭店娱乐服务管理”，李仲芳、张世琪撰写第七章“饭店安全和卫生管理”，杜觉祥撰写第八章“饭店质量管理”，邹益民撰写第九章“饭店人力资源管理”，张宏坤撰写第十章“饭店财务管理”，陆均良撰写第十一章“饭店信息管理”。

与计算机应用”，陈天来撰写第十二章“饭店设备管理”。

这次修订，前后历时近两年，经过本书主编和作者的辛勤劳动，终于使本书以崭新的面貌与广大读者见面。对先后参加本书撰写的作者和审稿人员，在此表示衷心的感谢。由于水平有限，书中难免有不足之处，敬请读者指正。

中国旅游出版社

2002年5月

目 录

第一章 饭店概述	(1)
第一节 饭店的概念及其产业特点及分类	(2)
一、饭店的概念	(2)
二、饭店的产业地位	(3)
三、饭店的产业特点	(4)
四、饭店的分类	(7)
第二节 饭店业发展历史与现状	(14)
一、世界饭店业发展历史与现状	(14)
二、中国饭店业发展历史与现状	(20)
第三节 饭店等级制度	(28)
一、实行饭店等级制度的目的	(28)
二、国际饭店业等级制度	(29)
三、中国饭店业星级制度	(30)
第二章 饭店管理基础理论	(37)
第一节 饭店管理概述	(38)
一、饭店管理的含义	(38)
二、饭店管理的基本内容	(38)
三、饭店管理的特点	(42)
第二节 饭店经营管理的理念	(47)
一、市场理念	(47)
二、法制理念	(48)
三、人本理念	(48)
四、服务理念	(49)
五、战略理念	(50)
第三节 饭店管理的基本职能	(52)

一、决策与计划	(52)
二、组织与人事	(58)
三、指挥与督导	(64)
四、协调与沟通	(68)
五、信息与控制	(71)
第四节 饭店的管理体系	(75)
一、饭店管理制度的作用	(75)
二、饭店管理制度	(76)
三、饭店管理机构	(78)
第三章 饭店营销管理	(80)
第一节 饭店营销概述	(81)
一、饭店营销的含义	(81)
二、饭店营销活动的特点	(82)
第二节 饭店营销基本任务	(86)
一、市场调研	(86)
二、市场细分	(89)
三、市场选择	(92)
四、市场定位	(95)
第三节 饭店营销组合策略	(98)
一、营销组合概念	(98)
二、产品策略	(99)
三、价格策略	(102)
四、营销渠道策略	(108)
五、促销策略	(111)
第四节 饭店营销新理念	(115)
一、绿色营销	(115)
二、内部营销	(124)
三、宾客满意营销	(133)
四、关系营销	(136)
五、品牌营销	(139)

第四章 饭店前厅与客房管理	(147)
第一节 前厅管理概述	(148)
一、前厅部的地位和作用	(148)
二、前厅部的主要功能	(151)
三、前厅部的组织结构	(152)
第二节 前厅部业务管理	(153)
一、预订业务管理	(153)
二、接待业务管理	(157)
三、前厅日常服务管理	(161)
四、前厅客账管理	(168)
五、前厅信息管理	(172)
第三节 客房管理概述	(175)
一、客房部的功能及组织结构	(175)
二、客房部的业务分工	(179)
第四节 客房部业务管理	(181)
一、客房清洁卫生管理	(181)
二、客房服务管理	(183)
三、客房安全管理	(186)
四、客房设备物品管理	(189)
五、主题客房的开发与设计	(190)
第五章 饭店餐饮管理	(195)
第一节 餐饮服务概述	(195)
一、餐饮服务的意义和作用	(195)
二、餐饮服务的基本特点	(198)
第二节 餐饮服务组织形式和管理内容	(204)
一、餐饮服务组织形式	(204)
二、餐饮服务管理内容	(205)
三、餐饮部主要岗位职责	(207)
第三节 菜单设计	(212)
一、菜单的种类	(212)

二、菜单设计的依据	(216)
三、科学合理的菜单	(221)
第四节 原料采购、验收、储藏、发放	(223)
一、原料采购管理	(223)
二、原料验收管理	(225)
三、原料储藏管理	(226)
四、原料发放管理	(229)
第五节 专业化餐厅服务	(231)
一、饭店餐厅的类型	(231)
二、餐厅业务组织形式	(234)
三、专业化餐厅服务	(235)
第六节 食品成本控制	(253)
一、采购控制	(253)
二、验收控制	(254)
三、储藏控制	(255)
四、发料控制	(255)
五、加工烹调控制	(256)
第六章 饭店娱乐服务管理	(258)
第一节 现代休闲娱乐概述	(259)
一、基本概念	(259)
二、休闲娱乐活动的发展趋势	(261)
三、娱乐设施的特点	(263)
第二节 饭店娱乐服务经营决策	(265)
一、饭店娱乐项目选项原则	(266)
二、饭店娱乐项目选项依据	(267)
三、娱乐服务市场定位	(268)
四、娱乐产品促销策略	(271)
第三节 饭店娱乐项目设计	(277)
一、饭店娱乐服务组织机构设置	(277)
二、饭店娱乐设施从业人员素质	(278)

三、娱乐服务流程设计	(279)
第四节 饭店娱乐服务管理	(285)
一、娱乐服务质量管理	(286)
二、娱乐设施财务控制	(290)
第七章 饭店安全和卫生管理	(298)
第一节 饭店的安全管理概述	(299)
一、饭店安全范围	(299)
二、饭店安全管理的重要性	(299)
三、饭店安全管理的工作任务及机构设置	(300)
四、安全保卫部与其他部门的关系	(303)
第二节 饭店安全管理主要内容	(305)
一、饭店安全管理计划	(305)
二、饭店的治安管理	(314)
三、饭店的消防管理	(316)
第三节 饭店公共卫生管理	(319)
一、公共区域的概念和特点	(319)
二、公共区域卫生管理范围	(320)
三、公共区域卫生质量控制环节	(321)
四、公共区域卫生管理制度及标准	(321)
第四节 饭店餐饮卫生管理	(322)
一、食品卫生管理	(322)
二、员工个人卫生管理	(323)
三、环境卫生管理	(325)
四、设备、餐具卫生管理	(327)
第八章 饭店质量管理	(330)
第一节 服务质量概述	(331)
一、服务质量的定义和特性	(331)
二、饭店服务质量的内涵	(333)
第二节 饭店服务质量体系	(337)
一、饭店服务质量体系的构成	(337)

二、服务质量体系运作过程与要素	(340)
三、饭店质量体系实施步骤	(348)
第三节 饭店服务全面质量管理	(352)
一、全面质量管理的含义	(352)
二、QC 小组的组织和活动	(355)
第九章 饭店人力资源管理	(361)
第一节 饭店人力资源管理概述	(362)
一、人力资源管理的意义	(362)
二、饭店人力资源管理的目标	(365)
三、饭店人力资源管理的基础工作	(366)
第二节 饭店员工的组织	(371)
一、饭店员工的招用	(371)
二、编制定员	(380)
三、饭店员工的使用	(382)
四、饭店员工的流动管理	(384)
五、饭店员工行为控制	(385)
六、饭店员工的绩效考评	(386)
第三节 饭店员工的培训	(389)
一、饭店培训的功能	(389)
二、饭店培训的指导思想	(390)
三、饭店培训的方法	(391)
四、饭店培训效果的评估	(393)
第四节 饭店员工的激励	(393)
一、激励概述	(393)
二、激励的起点	(396)
三、激励的基本措施	(397)
第十章 饭店财务管理	(402)
第一节 饭店财务管理概述	(404)
一、饭店财务管理的意义	(404)
二、饭店财务管理的任务	(406)

第二节 饭店资金管理	(408)
一、资金概述	(408)
二、固定资金管理	(413)
三、流动资金管理	(421)
第三节 成本费用管理	(424)
一、饭店成本费用的含义和构成	(424)
二、饭店成本费用的核算与控制	(426)
三、量一本一利分析	(427)
第四节 营业收入和利润管理	(429)
一、营业收入管理	(429)
二、利润管理	(432)
第五节 饭店财务分析	(434)
一、分析的步骤	(434)
二、分析的方法	(435)
三、财务分析指标	(437)
第十一章 饭店信息管理与计算机应用	(441)
第一节 饭店管理信息系统基本概念	(443)
一、饭店管理信息系统的特点	(443)
二、饭店管理信息系统的作用	(444)
三、饭店管理信息系统的结构	(446)
四、饭店管理信息系统的发展与展望	(453)
第二节 饭店决策支持系统	(457)
一、决策支持系统的概念	(457)
二、饭店决策支持系统 (HDSS) 的实现结构	(462)
第三节 饭店办公自动化系统	(465)
一、办公自动化概述	(465)
二、饭店办公自动化系统的主要功能	(466)
第四节 Internet 互联网在饭店中的应用	(470)
一、Internet 简介	(470)
二、Internet 的功能和作用	(472)

三、Internet 在饭店中的应用	(474)
四、Intranet 介绍	(475)
第十二章 饭店设备管理	(482)
第一节 饭店设备与设备管理	(484)
一、饭店设备概述	(484)
二、饭店设备管理	(488)
第二节 饭店设备基础管理	(494)
一、饭店设备分类编号	(494)
二、饭店设备基础资料	(495)
三、饭店设备动态管理	(510)
第三节 饭店设备使用和维护	(515)
一、设备技术状态完好标准	(515)
二、饭店设备的使用	(517)
三、饭店设备维护保养	(519)
四、饭店设备使用维护制度	(522)
第四节 饭店设备维修	(524)
一、设备磨损与故障	(524)
二、设备的维修策略	(531)
三、饭店设备维修管理	(533)
参考文献	(538)

第一章 饭店概述

〔本章内容提要〕 旅游业是以旅游资源为凭借、旅游服务设施为条件，向旅游者提供一系列旅游服务的行业。饭店是旅游供给的基本构成因素，是旅游业经营活动必不可少的物质条件，因而是旅游业的重要组成部分。饭店作为旅游业重要服务设施之一，与旅行社、旅游交通一起，被称为旅游业的三大支柱。

饭店是旅游者在旅游目的地一切活动的基地，饭店不啻为旅游者的“家外之家”。饭店是创造旅游收入，尤其是外汇收入的重要部门，饭店业营业收入可占旅游业总收入相当高的比例。饭店建设是创造社会就业的重要途径，世界各地靠兴建饭店设施以提供就业机会，减少失业人口的例子屡见不鲜。饭店业的发展必然会刺激和促进国民经济其他部门的发展，饭店业的发展水平，标志着接待国旅游业的发展水平，也反映了一个国家国民经济发展水平及其社会的文明程度。饭店设施完善与否、设备水平的高低和服务质量的优劣，不仅影响旅游者的旅游经历，同时还影响旅游者对一个城市、一个地区，乃至一个国家总的形象的评判。毋庸置疑，饭店不仅在旅游业中起着举足轻重的作用，而且在整个国民经济中占有越来越重要的地位。

〔本章学习要点〕

- 饭店的产业地位和特点
- 世界饭店业发展历史和现状
- 中国饭店业发展历史和现状
- 饭店类型
- 饭店等级制度
- 中国饭店星级标准体系

〔思考题〕

1. 饭店业具有哪些产业特点？
2. 饭店分类有哪些标准？简述各种类型饭店的基本特征。
3. 简述世界饭店业发展历史以及各阶段的特点。
4. 中国现代饭店业经历了哪些发展阶段？中国饭店业的发展有哪些特点？
5. 实行饭店等级制度的目的和作用是什么？
6. 简述我国饭店星级标准体系的基本框架。

第一节 饭店的特点及分类

一、饭店的概念

饭店是指经政府部门批准，通过运用土地、资金、设备、技术、劳动力等生产要素，从事饭店服务产品的生产和销售活动，满足宾客旅居生活和社交活动的各种需要，以获取社会效益和经济效益为目的的服务企业。我国目前对这一类企业尚无统一称谓，作为行业类别名称，可有饭店业、酒店业、宾馆业、旅馆业、涉外旅游饭店业等；作为企业名称，则常有饭店、宾馆、酒店、旅馆、山庄、度假村、大厦等等。尽管称谓各异，但它们的基本功能相同。事实上，饭店首先是一种住宿服务设施，即饭店无论简陋奢华，必须具有住宿服务功能，否则便不能称为饭店。具备住宿服务功能是饭店区别于其他类型服务企业的主要特点。饭店可以是仅提供住宿服务的简易设施，也可以是豪华高档、功能齐全，具有住宿、餐饮、娱乐、购物、商务、休闲等服务功能的大型综合设施。而形形色色的各种不同规模、类型、等级，不同经济成分、不同经营形式的饭店企业组成了一国一地的饭店业。

饭店作为一种服务企业，应具备以下基本条件：（1）饭店是由一座或一群建筑物组成的旅游服务接待设施，具有为宾客和社会各界提供住宿、餐饮、娱乐等服务的综合服务功能；（2）饭店建造、经营须经政府有关部门批准；（3）饭店是以获取社会效益和经济效益为目标的经济实体，具有法人地位，自主经营，自负盈亏。

饭店是饭店产品生产和交换的基本单位。尽管饭店生产也采用原材料—产品—销售这一基本模式，但饭店产品的主要内容是服务。饭店产品由实物产品（各种有形实物及设备设施、环境等）和劳务服务（服务态度、技术技能等）组成，不仅能满足宾客物质方

面的需求,而且能满足宾客精神享受方面的需求,其中实物产品起着劳务服务销售的载体作用,劳务服务通过实物产品得到充分发挥并实现其价值。

二、饭店的产业地位

(一) 饭店是旅游者的活动基地

饭店是旅游者食宿等基本生活的物质承担者。旅游者外出旅游,其基本生活条件——食宿等通常都由饭店提供,饭店是旅游者游览观光或商务活动的生活基地,是旅游者旅游活动能够持续进行的物质保证。与此同时,饭店也是当地居民、政府机关、企事业单位举行各种活动的重要场所,通常还成为一个城市、地区的对外窗口,是反映一个国家和地区旅游接待能力的重要标志。

(二) 饭店是旅游服务体系的重要环节

从社会再生产过程产、供、销之间的联系来看,饭店业处于消费环节,属于第三产业。

在旅游服务体系中,饭店业是构成旅游业的基本要素之一,与旅游景区、旅行社、交通等组成旅游服务体系。一个国家或地区只有拥有丰富的旅游资源才能吸引旅游者,旅行社是旅游者从出发地到旅游目的地的组织者和服務者,交通是实现旅游活动的重要工具和手段,饭店则是向旅游者提供基本生活服务的重要环节,各个要素既互相联系,又互相促进,缺一不可。

发展旅游业首先要考虑饭店业的设施条件,新中国饭店业 20 多年发展的经验表明,饭店业的建设应适度超前,否则就难以适应市场需求的发展和起伏变化。有了相对宽松的饭店供应空间,就能吸引更多的游客,延长游客的逗留期和增加旧地重游的机会,因此可以说,饭店业的发展水平是影响一国一地客源量多少的重要因素之一。

(三) 饭店业是创造旅游收入的重要行业

饭店业是创造旅游收入的重要来源。国内外统计资料表明,饭店业收入一般都占旅游业总收入相当大的比例。1998 年,全球饭店业的年营业收入超过 2500 亿美元。中国 1992 年至 1997 年,饭店营

业收入达 350 亿元以上人民币，利润总额累计达 170 亿元人民币，1994 年至 1997 年上交营业税累计达 133 亿元人民币。国外旅游者不仅食宿在饭店，而且还在饭店内购买旅游产品和进行其他消费，为饭店带来大量的外汇收入。饭店在营运的过程中还使许多相关行业获得收入，带动了一系列行业共同发展，具有相当大的“乘数效应”。

（四）饭店业是创造就业机会的重要部门

饭店业是提供服务为主的行业，是一种劳动密集型的行业，为了满足宾客的需要，饭店必须雇用很多员工以保证每天 24 小时运转。随着饭店业的发展，将为社会提供更多的就业岗位，吸纳大量的劳动力。国外有关研究表明，近年来新增的劳动就业人口中，每 25 个人中就有 1 人就职于饭店。据统计，全球饭店业就业人数超过 1200 万人，相当于全球旅游业总员工人数的 5%。目前，全球饭店客房数与员工人数的比率大约为 1 比 1，这一比率表明了饭店行业在提供就业机会方面所起的重要作用。同时，饭店还带动相关行业的发展，如通讯、水电、交通、食品、商业、金融、建筑等，从而间接地提供大量就业机会。

（五）饭店业是改革开放的先导及各地经济发展的窗口

中国饭店业的形成和发展本身就是改革开放的产物，而饭店业的发展对我国的改革开放又起到了十分重要的推动作用。饭店业的发展不仅带来了新的文化和新的生活方式，饭店在经营过程中的创新和发展更带来了新的管理观念和管理制度，所有这些对各地改革开放都起到了重要的推动作用。一个地区、一个城市的饭店业构成了当地投资环境的重要组成部分，其发展水平在一定程度上标志着该地改革开放的水平，直接影响客商对当地投资环境的认可程度，因而也是各地经济发展的窗口。

三、饭店的产业特点

（一）饭店产品的综合性、享受性、文化性特点

1. 综合性

住宿服务是饭店产品的基本形态，但随着行业规模的扩大和市

场需求的多样化,饭店同时提供饮食、娱乐、购物、交通、商务、会议、休闲度假等一系列服务,甚至包括管家服务、托儿服务等,形成了饭店产品综合性的特点。

2. 享受性

饭店所能满足宾客的不仅是简单的物质需要,更主要是能满足宾客各种享受需求。宾客的享受需求是现代需求的主要表现,饭店产品的享受服务特点是其与一般商品和服务之间的主要区别所在。

3. 文化性

文化性是享受性的高层次发展,也即通常所说的“饭店气氛”、“饭店氛围”。饭店产品的文化性建立在饭店外在形象与内在机制有机统一的基础上,体现在饭店经营管理和服务的方方面面,饭店服务的各个细节都蕴含着自身的文化内涵。

(二) 地域集中和集团化、跨国发展特点

1. 地域集中

无论是在全球范围内还是一国一地或一个城市之内,饭店业表现出明显的地域集中的特点。据 1998 年国际饭店协会(International Hotel Association)统计,全球约 32 万余家饭店大部分集中在欧洲和北美,其中欧洲约有 15.2 万家,北美 6.7 万家;全球饭店客房约 1100 万间,欧洲占其中 45%,北美占 30%。在一国之内饭店往往集中在大都市和经济文化发达地区,在一个城市中饭店通常成区连片、相对集中,这在某种意义上来说是放大了的规模效益,起到降低成本的作用。

2. 集团化及跨国经营

集团化和跨国经营是 20 世纪末国际饭店业发展的显著特点之一。随着全球经济一体化进程的加快,饭店市场的竞争日趋激烈,饭店企业的经营风险也越来越大,为增强抵御风险的能力,饭店企业在发展中不断扩大企业规模,以获取规模经济效益,重视向海外扩张,进一步占领国外具有潜力的市场。2000 年《Hotel》资料表明,集团化和跨国经营发展迅速的饭店公司都获得了比较大的市场份额,世界上发展最快的 25 家饭店公司全都是集团化饭店公司。