

NEW!

The
Professional Managers'
Training Series
of Hotel in 21st Century

21

世纪

酒店职业经理培训丛书

●丛书主编：蔡万坤

新编 酒店商品 和康乐设施管理

The Professional
Managers'
Training
Series of Hotel
in 21st Century

廣東旅遊出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS

The
Professional Managers'
Training Series
of Hotel in 21st Century

21世纪
酒店职业经理培训丛书

新编 酒店商品 和康乐设施管理

●丛书主编：蔡万坤

广东旅游出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

新编酒店商品和康乐设施管理/蔡万坤主编. —广州: 广东旅游出版社, 2005.11

(21 世纪酒店职业经理培训丛书)

ISBN 7-80653-642-6

I. 新... II. 蔡... III. ①饭店—商品—管理—技术培训—教材
②饭店—文娱活动—服务设施—管理—技术培训—教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 052059 号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路 30 号之一 邮编: 510600)

湛江日报社印刷厂印刷

(湛江市赤坎康宁路 17 号)

广东旅游出版社图书网

www.tourpress.cn

邮购地址: 广州市中山一路 30 号之一 邮编: 510600

联系电话: (020) 87348887

889 × 1240 毫米 32 开 16 印张 360 千字

2005 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

印数: 1~5000 册

定价: 28.00 元

版权所有 侵权必究!

本书如有错页倒装等质量问题, 请直接与印刷厂联系换书。



主编简介

蔡万坤 教授。男，1944年6月出生，四川渠县人，农工党员。1968年毕业于北京第二外国语学院。北京旅游学院教研室主任。1980年起从事旅游教育和科研工作，主要从事旅游战略、旅游经济和旅游管理研究，是中国旅游管理科学研究的开拓者和奠基人。曾完成《北京国际旅游市场战略规划和战略对策》等重要课题，1988年获北京市哲学社会科学和政策研究优秀成果一等奖，发表过几十篇有重要影响的论文，并先后主编了国家旅游局的研究课题《中国旅游企业管理大全》、质量研究课题《中国旅游质量等级全书》、大型工具书《中国旅游饭店业务管理实用经典全书》以及一系列饭店管理方面的教材。同时，先后在全国各地为众多旅游院校讲授“饭店管理”、“客房管理”、“饮食管理”、“质量管理”等多门专业课以及为各地区饭店经理培训班做过各种专题讲座，并为北京自学考试讲授旅游管理专业课，被誉为国内外著名旅游专家。

21世纪酒店职业经理培训丛书

新编酒店客房管理

新编现代酒店管理学

新编酒店餐饮管理

新编酒店财务管理

新编酒店优质服务专业知识

新编酒店商品和康乐设施管理

责任编辑：黄小彤

责任技编：许佳

封面设计：邓传志

ISBN 7-80653-642-6

F·99 定价：28.00元

ISBN 7-80653-642-6



9 787806 536421 >

丛书前言

21 世纪酒店职业经理培训丛书全套分为《新编现代酒店管理学》、《新编酒店客房管理》、《新编酒店餐饮管理》、《新编酒店财务管理》、《新编酒店优质服务专业知识》、《新编酒店商品和康乐设施管理》。这套丛书均以《新编酒店……》为书名，主要基于三个方面的原因：一是为适应酒店管理的新发展、新趋势，书稿内容体系新。和已经出版过的同类书籍比较，此丛书采用了大量新资料，形成了新的科学体系。二是书稿理论观点新。每本书的各章节都吸收了大量新知识，并经过实证分析、逻辑推演、案例分析等，从而得出了新观点、新思路，是酒店职业经理人员知识更新、求职升职的好教材。三是管理的方法技术新。现代酒店管理日新月异，出现了不少新方法、新技术，如网上预订、联网分房、电脑点菜与传菜、刷卡收款等，丛书中都作了详细介绍。

21 世纪的中国企业管理将是职业经理人员的天下。职业经理又称企业管理中的流动的白领阶层，一般指以企业总经理、董事长为首的企业主管和部门经理以上的各级管理人员。职业经理是国际经济一体化和市场经济广泛发展，人事用人制度深入改革，人才竞争、流动、竞聘和流动求职观念广泛形成的必然结果。进入 21 世纪以后的中国企业管理和人才竞争必然形成以全面奔小康为奋斗目标，以加入世贸后的国际经济一体化为背景，以市场经济的深入发展和人事用人制度的进一步深入改革为契机，以开展市场竞争、提高企业经济效益为宗旨的竞争格局和发展趋势。一个新兴的白领阶层——不断流动、求职，不断知识更新，然后再求职、求发展的职业经理人员队伍正在形成，必将将迅速发展起来。这种职业经理人员的队伍成熟程度和素质高低，事实上是未来一个国家、一个地区

的经济发展和企业管理水平高低的主要标志之一。所以 21 世纪的中国企业管理必将是职业经理人员的天下。

旅游业是一个新兴的朝阳产业，也是一个可持续发展、具有强烈关联带动作用的产业，因而也是职业经理队伍迅速发展的行业。酒店业作为旅游业的三大支柱之一，其员工队伍与管理人员的数量和规模都占行业总量的 2/3 左右。现阶段我国硬件设施已经达到星级酒店标准的酒店约有 1.2~1.5 万家，不申请星级的酒店宾馆、高级招待所有上万家。此外，各种酒店管理公司也有 500 家左右，其管理队伍的人员数量约为 18~20 万人。他们正在或将要在 21 世纪的上半期逐步转变为旅游企业管理中的流动的职业经理，即所谓企业管理的白领阶层。此外，每年全国还有上万人的旅游专业大专以上的毕业生和研究生，他们也将逐步加入到旅游企业职业经理人员的队伍之中。

本套面向酒店职业经理人员的系列教材重点考虑了两个方便：一是以“新”为特点，体例新、内容新、理论观点和方法技术新，以适应职业经理人员的业务培训和知识更新的需要。同时，适应高等院校旅游专业教材更新的需要。二是注重系统性和全面性，以形成逻辑清楚、重点突出、观点明确、内容全面的科学体系，并且十分重视防止整套丛书中的各单册之间内容重复，即使各章的标题名称如“原则”、“依据”、“程序”等相同，其具体内容和写法也是不同的。

本套丛书主要适用于全国酒店、宾馆、公寓、度假村等旅游企业主管以上的职业经理人员；同时可作高等院校旅游专业师生的教材或自学用书，也可作为各级各部门举办的酒店经理或部门经理培训班、自学考试、文凭考试等的教材。还是旅游专业研究和科研人员的参考用书。

本套丛书内容多，创作时间紧，缺点错误在所难免，欢迎广大读者批评指正。

丛书主编 蔡万坤

前 言

《新编酒店商品和康乐设施管理》是广东旅游出版社组织出版的 21 世纪酒店职业经理培训丛书之一,也是酒店宾馆商品部和康乐部门业务管理的专业用书和专业教材。

现代酒店是一个综合性强、横断面宽的服务行业。就其产品交换而产生经济收入的角度来看,除客房、餐饮外,商品和康体娱乐设施管理是其业务经营的两大重要部门,也是酒店宾馆综合性强、横断面宽的重要体现和经济收入的重要来源之一。

现代酒店商品部主要经营高中档工艺美术品、文物复制品、旅游纪念品、中成药、流行时装和日用百货等各种商品。它通过各种商品的“买进”和“卖出”过程中的进销差价来获得良好的经济效益。其商品种类有几百种,花色成千上万,因而其商品经营的综合性很强。现代酒店康乐部以为客人提供康乐、健身、娱乐、保健美容等各种康体娱乐设施来满足客人的消费需求,获得很好的经济效益。其康体娱乐项目有几十个种类,而酒店康乐部门却将它们组合在一起,形成规模效益,因而其综合性也很强。本书就是从现代酒店综合服务的角度来研究介绍其商品和康乐部门的业务管理的原理、技术方法和案例,是现代酒店商品和康乐部门,即酒店综合服务管理的一部创新性专著。

现阶段,专题研究酒店商品部和康乐部经营管理的专业性教材极少。就已经出版过的同类教材而言,虽然各有长处,但也有不尽如人意的地方。本书摒弃了从理论到理论的空泛论述和大量介绍各岗员工的岗位职责、工作程序的教材编写的两大弊端。与同类书籍比较,其创新性主要表现在三个方面:一是教材体系的创新性。首先介绍酒店商品和康乐设施的设置原则与依据、管理特点与任务,

人员编制与组织,计划原理与方法等基本原理和计划目标,然后分别阐述了酒店商品部、康乐部的业务管理的原理、技术、方法、案例,最终落实到商品和康乐部门管理的经营核算、经济活动分析和经济效益上。既建立了比较主流、科学的学科体系,又体现了以经济效益为中心的市场经济法则。二是教材内容的创新性。本书从酒店商品和康乐部门业务内容的综合性都很强的特点出发,在部门管理原理、人员编制和组织管理方法、部门业务的市场调查、商情预测、计划目标和指标确定,商品部和康乐部门的业务管理内容、特点、方法等方面都有不少新思路、新观念、新提法。三是方法技术的实用性和可操作性。全书在商品和康乐部门的人员编制、计划编制、商品采购、库房管理、销售业务管理方法和康乐部门各个项目的业务管理方法等方面都以部门业务经营过程为主线、以方法技术和案例为内容,具有较强的实用性和可操作性。因此,本书主要适用全国酒店宾馆主管和部门经理以上的职业经理人员、大专院校旅游专业师生(未来的职业经理)作培训和专业教材以及酒店商品与康乐部门、社会零售商业企业和康乐企业各级管理人员作业务指导用书,也可作为高等职业教育和自学考试的专业教材及旅游专业研究生和专业教师的参考用书。

参加本书编写的人员有:蔡万坤(第一至五章),刘宝民(第八至十二章),廉月娟(第六、七章和第十三、十四章)。此外,蔡华莹、刘胜玉也参加了部分章节的资料准备和初稿编写。最后由蔡万坤对全书进行了全面修改审定。对于参加本书编写的人员在此一并表示感谢。由于编者水平有限,难免有缺点错误,欢迎广大读者批评指正,以使本书不断完善和充实。

目 录

丛书前言	(1)
前言	(1)
第一章 酒店商品和康乐设施管理导论	(1)
第一节 酒店商品和康乐设施的经营性质及其在酒店中的地位 和作用	(2)
第二节 酒店商品经营和康乐设施的设置原则和依据	(9)
第三节 酒店商品和康乐设施的经营方式	(15)
第四节 酒店商品和康乐设施的管理特点和任务	(20)
第二章 酒店商品和康乐设施管理的人员编制和组织	(27)
第一节 酒店商品和康乐设施管理的组织机构	(28)
第二节 酒店商品和康乐部门管理的人员编制方法和 案例	(35)
第三节 酒店商品和康乐部门的人员组织管理方法	(44)
第三章 酒店商品和康乐部门的经营计划	(53)
第一节 酒店商品和康乐部门经营计划原理概述	(54)
第二节 酒店商品和康乐部门的市场调查	(61)
第三节 酒店商品和康乐部门的商情预测	(74)
第四节 酒店商品部经营计划的编制和执行	(85)
第五节 酒店康乐部门经营计划的编制和实施	(93)

第四章 酒店商品部的商场布局 and 商品陈列

管理..... (101)

第一节 酒店商场营业场所的设计与布局 (102)

第二节 酒店商品部橱窗商品陈列方法 (107)

第三节 酒店商品部柜台商品陈列设计与方法 (111)

第五章 酒店商品部采购库存的管理 (115)

第一节 酒店商品经营目录和采购计划编制 (116)

第二节 酒店商品部采购进货业务管理 (127)

第三节 酒店商品部库存业务管理 (135)

第四节 商品采购和库存业务管理控制 (147)

第六章 酒店商品部销售业务管理..... (161)

第一节 商品销售管理的工作方针和销售前的准备 工作 (162)

第二节 商品销售服务管理方法和操作规范 (167)

第三节 酒店商品售后业务管理 (173)

第七章 酒店商品部的价格管理 (177)

第一节 酒店商品价格管理的基本原理 (178)

第二节 酒店商品价格特点和价格形式 (189)

第三节 酒店商品价格制定与实施管理方法和案例 ... (196)

第八章 酒店康体娱乐设施项目设置 (205)

第一节 酒店运动类设施的项目设置 (206)

第二节 酒店娱乐类设施的项目设置 (237)

第三节 康体娱乐项目的配套设施设置 (248)

第九章 酒店康体设施的业务管理..... (257)

第一节 酒店游泳池接待业务管理 (258)

第二节 酒店健身房接待业务管理 (271)

第三节	酒店溜冰场接待业务管理	(283)
第十章 酒店球类运动设施业务管理 (297)		
第一节	酒店保龄球馆、台球厅业务管理	(298)
第二节	酒店壁球室业务管理	(312)
第三节	酒店网球场、乒乓球室业务管理	(322)
第十一章 酒店娱乐设施业务管理 (333)		
第一节	酒店夜总会业务管理	(334)
第二节	酒店卡拉 OK 歌厅业务管理	(353)
第三节	酒店电子游艺厅、棋牌室业务管理	(367)
第四节	酒店网吧业务管理	(374)
第五节	酒店艺术团业务管理	(388)
第十二章 酒店保健美容室业务管理 (399)		
第一节	酒店桑拿浴中心业务管理	(400)
第二节	酒店按摩室业务管理	(417)
第三节	酒店美容美发室业务管理	(428)
第十三章 酒店商品和康乐设施管理的经营核算 (443)		
第一节	酒店商品和康乐设施管理的经营核算	(444)
第二节	酒店商品部经营核算的内容和方法	(450)
第三节	酒店康体娱乐项目营业收入管理和经营核算的内容和方法	(460)
第十四章 酒店商品和康乐部门的经营活动分析和经济效益 (475)		
第一节	酒店商品和康乐部门经营活动分析概述	(476)
第二节	酒店商品和康乐部门经营活动分析方法和案例	(483)
第三节	酒店商品和康乐部门的经济效益	(494)

第一章

● 酒店商品和康乐设施管理导论 ●

酒店商品和康乐设施是指除食宿以外的满足客人购物和康体娱乐等需要的各种服务项目。做好商品和康乐设施管理,是提高酒店等级规格、广泛招徕客人、增加经济收入的重要途径。为此,本章主要介绍酒店商品和康乐设施的性质、特点、任务、经营方式和设置原则等综合性原理,以便为以后各章的研究与学习打下基础。

第一节

酒店商品和康乐设施的经营性质 及其在酒店中的地位和作用

一、酒店商品和康乐设施的经营性质

酒店商品和康乐设施是指在酒店内部所设置的商品购物场所和康体娱乐等服务设施的总称。它是一个经营范围和内容比较广泛的概念,主要包括商品经营类、运动类、娱乐类、康体类和保健美容类等各种服务设施。这些服务设施可以多达几十种,每一类服务设施在社会上都可以形成一个独立的行业如商店业、娱乐业、康体业、美容美发业等。酒店宾馆将这些服务设施组合起来,即可形成满足客人购物和康体娱乐需要的服务部门,使酒店宾馆成为综合性强、横断面宽、具有超前消费性的服务行业。就具体的酒店而言,其商品和康体设施的经营规模和具体服务项目的多少主要取决于酒店性质、投资规模、星级高低、接待能力等多种因素。因此,各酒店宾馆的商品和康体娱乐服务的规模大小及服务项目的多少是各不相同的,但就其经营性质而言,则是基本相同的。酒店商品和康乐设施的经营性质主要表现在四个方面:

(一) 经济属性

主要指酒店商品和康体娱乐设施的设置都是以盈利为目的的。在酒店内部,商品或康乐设施不管是分开设置业务部门还是综合形成一个部门,都必须按照经济规律和业务规律办事。要注重投入和产出的关系,要注重内部各服务项目的市场营销、客源组织、服务质量、经济效益。要牢牢把握酒店商品经营和各康体娱乐项目的资本运作的发展变化,始终把提高经济效益和服务质量放在其商品经营和康体娱乐服务项目管理的首位。

（二）文化属性

主要指酒店商品和康体娱乐设施的各个服务项目不仅设备先进、环境美观、布置典雅、服务周到，处处具有强烈的文化氛围。而且，大多数康体娱乐项目如夜总会、营业舞厅、卡拉 OK 歌厅、台球室、保龄球馆、健身房、电子游艺厅等等本身就属于文化娱乐服务的业务范围。为此，酒店商品和康体娱乐设施管理要充分体现其文化性质。其具体表现：一是要注重每个服务项目的环境设计、环境美化和布置，以充分反映其文化气氛和文化特色。二是要根据各个服务项目的经营内容、经营方式不同，充分体现每个服务项目的文化特色、艺术特点。如夜总会歌舞表演、营业舞厅的活动组织、OK 厅的歌曲选配、保龄球馆的环境布置、服务人员的着装仪表等都要充分体现出文明性、愉悦性和强烈的文化气氛。

（三）超前属性

主要指酒店商品和康体娱乐项目的经营内容、项目设置、顾客消费具有适当的超前性。如酒店商品的经营内容大多以中高档工艺美术品、文物复制品、古董、时装、中高档中成药等商品为主，具有超前性。康体娱乐设施中的夜总会、保龄球馆、游泳池、桑拿浴室、壁球室等的设置，大多环境优美、设备先进、服务优良，具有超前性。为此，酒店商品和康体娱乐设施的经营管理要认真研究其超前消费的客人需求、超前程度、项目要求、质量要求等，并据此做好商品经营的业务组织和康体娱乐项目的设置及其经营管理工作，才能适应客人市场需求变化，做好商品和康体娱乐设施管理。

（四）休闲属性

主要指酒店康体娱乐项目是为满足客人休闲健身、娱乐消遣、调节身心、愉悦精神等需求而设置的。为此，酒店商品和康体娱乐设施在其业务经营过程中的经营方式、经营时间、价格形式、业务组织等各个方面，都与酒店客房、餐饮经营有较大区别。只有针对客人休闲健身、娱乐消遣、购物、愉悦心情等各种具体需求来设置其服务项目，确定经营方式、经营时间、收费方式和价格水平，才能做好酒店商品经营和康体娱乐设施管理，获得良好经济效益。

二、酒店商品和康乐设施的分类构成

掌握酒店商品和康乐设施的分类构成有利于酒店经营者根据其分类构成和业务内容来选择其投资项目，作出投资决策。同时便于酒店经营者做好商品经营的商情预测，商品计划安排和康体娱乐项目的市场开发、客源组织和售后服务工作，确保酒店商品和康乐设施经营管理能够获得成功。

酒店商品和康乐设施根据其业务性质和服务项目不同，大致的分类见下页。

三、酒店商品和康乐设施的经营特征

酒店商品和康体娱乐设施和一般社会商店及单项康体娱乐项目比较，主要有五个经营特征：

（一）经营环境舒适典雅

酒店商品经营和康体娱乐项目都具有超前消费的性质。因而，其经营环境大都必须美观、典雅、舒适、整洁。如商品经营，其商场布局大都合理、层次分明。商场环境布置和商品陈列大多美观大方。既能形成形象吸引力，又能激发客人的购买欲望。再如酒店的游泳池、桑拿浴室、健身房、保龄球馆、夜总会等康体娱乐设施，每一项服务设施都是经精心设计。所以，其经营环境也都能做到美观、典雅、舒适、大方、整洁。对客人具有形象吸引力，同时又和酒店的星级档次相适应。便于满足客人消遣、娱乐、健身、美容等各种消费需求。

（二）经营方式灵活多样

酒店商品经营以柜台零售为主，同时还可根据客人需要和经营范围分别采用预购、预订、邮购、批发、送货上门等方式，甚至还可在楼层设小商品柜台，在客房、商务楼层接待室悬挂字画，将商品销售和室内装饰结合起来，经营方式比较灵活。至于酒店桑拿、健身、美容等康体娱乐项目，每一种项目的具体服务功能、康体健

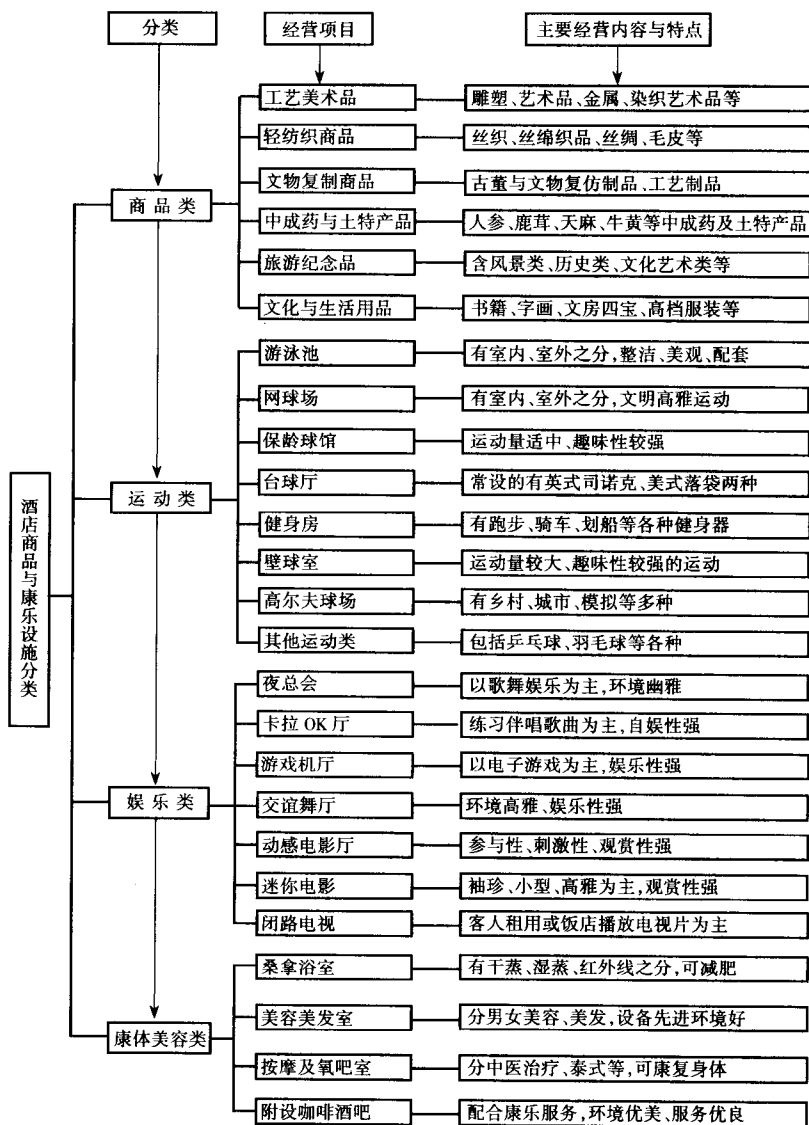


图 1-1 酒店商品和康乐设施的分类构成