

高等职业教育旅游系列教材
国内新创中高等职业教育衔接教材



前厅服务与管理

中国职教学会商业专业委员会(筹) 组编
全国商业中专教育研究会

◎主 编 郑宏博 付启敏
◎副主编 王 军 胡日查
程争艳 张重义
穆怀旗
◎主 审 侯生录



中国金融出版社

高等职业教育旅游系列教材

中国职教学会商业专业委员会(筹) 组编
全国商业中专教育研究会

前厅服务与管理

主 编 郑宏博 付启敏

副主编 王 军 胡日查

程争艳 张重义

穆怀旗

主 审 侯生录



中国金融出版社

责任编辑：毛春明 陈 旻 卿尚莲

责任校对：孙 蕊

责任印制：丁淮宾

图书在版编目 (CIP) 数据

前厅服务与管理 (Qianting Fuwu yu Guanli) / 郑宏博, 付启敏
主编. —北京: 中国金融出版社, 2006. 4

(高等职业教育旅游系列教材)

ISBN 7 - 5049 - 3993 - 5

I. 前… II. ①郑…②付… III. ①饭店—商业服务—高等学校:
技术学校—教材②饭店—商业管理—高等学校: 技术学校—
教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 025459 号

出版 **中国金融出版社**

发行

社址 北京市广安门外小红庙南里 3 号

市场开发部 (010)63272190, 66070804 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 82672183

邮编 100055

经销 新华书店

印刷 保利达印务有限公司

尺寸 148 毫米 × 210 毫米

印张 9.75

字数 290 千

版次 2006 年 6 月第 1 版

印次 2006 年 6 月第 1 次印刷

印数 1—4090

定价 20.00 元

如出现印装错误本社负责调换

《高等职业教育旅游系列教材》编委会

主 任：乔正康

副主任：（按姓氏笔画排序）

王金台	毛春明	平文英	杜明汉
何 英	张 峰	张大成	高国兴
曹仲平	程 思		

委 员：（按姓氏笔画排序）

王 蓓	甘小的	平文英	卢玉祥
孙金霞	刘顺喜	李志慧	杨凤珍
杨忠慧	邱丽云	何香凝	谷从举
汪贤武	张志宇	周 敏	郑宏博
蒋永忠			

策 划：凌代宏

内 容 提 要

本书是《高等职业教育旅游系列教材》之一。

全书共分8章，内容包括：前厅部组织与管理概述、前厅部预订接待服务与管理、前厅部系列服务与管理、前厅部公共关系与客房销售管理、前厅部的业务管理、前厅部现代化技术的应用、前厅部人力资源管理、国内外饭店服务与管理一览。每章、节前面均设有名人格言，章后则附加典型案例、阅读资料，并配置了多种类型的习题。习题涉及三个层面的内容：一是基本知识测试题，主要检测学生对基本理论、基本知识掌握的情况；二是基本技能训练题，检测学生运用基本理论分析思维的能力；三是社会实践题，要求学生深入企业，了解实际问题，培养学生关注社会的习惯，检测学生运用理论解决实际问题的能力。既便于教学，又扩大了学生的知识面。

全书结构严谨，叙述深刻，举例恰当，理论联系实际。既可供高职教育使用，也可作为饭店管理层人员的培训教材。

总 序

摆在读者面前的《中等职业教育财经类基础教材》、《高等职业教育财经类基础教材》和《中等职业教育旅游系列教材》、《高等职业教育旅游系列教材》这四套教材是中国职教学会商业专业委员会(筹)、全国商业中专教育研究会为中高职教育组织编写的,而且还是中国职教学会商业专业委员会(筹)、全国商业中专教育研究会“中高职教育衔接与分工教材新系”立项课题研究的成果之一。

在教育部2001年颁布中职《专业目录》并制定82个重点骨干专业的教学计划之后,中职教育逐渐走出了招生的低谷,办学规模获得长足发展。与此同时,高职院校也如同雨后春笋,迅速增加,许多原国家级重点中专升格或合并为高职院校。但是在中高职教育快速发展的同时,也出现了中高职相同专业的培养目标、教学内容既不利于知识的衔接和提高,也不能体现不同层次的岗位需求的问题。这种情况也表现在中高职教材的编写中:中职教材往往向专科教材靠拢,而高职教材多是在中职教材基础上提高或选用相同专业的专科学校教材。因此,教育部门有关领导提出了研究相同专业中高职培养目标、教学内容的分工和衔接问题。

针对中高职教育中存在的这些问题,我们组织一些学校的领导和学科带头人、专家、教授,成立了课题组,着重研究财经类中高职基础课、旅游服务与管理(酒店服务与管理)专业核心课的教学目标、教学内容的分工与衔接的问题。课题组成员进行了大量的调研,召开了多次研讨会,形成了如下的共识:确定中高职相同专业的培养目标和教学内容,不能简单地拿原中专教材或专科教材“切配”,而要重新对中高职毕业生就业的岗位群所需要的知识、能力要求进行调研,在综合大量调研材料的基础上确定中高职的专业培养目标,安排公共基础课、专业理论课、专业技能课的内容。而且,还要考虑到部分高

中生直接升入高职的情况，以及中高职不同教学方法的要求，特别要考虑初中、高中生源素质的现实。我们初步确定了这四套教材的编写原则：职业性原则、层次性原则、可衔接性原则、素质教育与能力培养相结合的原则。

中职教育和高职教育都是职业教育，它们不同于普通中学教育，也不同于普通高等教育。中高职教育主要以就业为目标，培养出来的毕业生要有专业技能。中职教育以培养技术工人为主，培养出来的毕业生一般不从事管理层工作。高职教育培养的应该是相当于专科层次的技能型和工艺型的技术员、管理员、中高级服务人员，既有较高服务技能和水平，又能从事中、初级管理工作。

反映在教学内容上，中高职教育也应有所区别。相同的概念、知识、技能要求，中职学生应是了解应知、掌握应会，即知道“做什么”、“怎么做”，“能够做”；熟悉以后，要求“做得好”。高职学生还要知道“为什么做”、“怎么做更好”，“能够做得更多”；熟悉以后，要求融会贯通，做得精。

由于中高职教育的不同，中高职教材的编写也要体现中高职教育的特点。中职教材只介绍基础知识、培训基本技能，要求学生确立基本劳动态度（职业道德、社会公德、吃苦耐劳、协作精神等）。如果让学生适当了解一些“为什么”、“会如何发展”，要“适当懂点管理知识”，也只需简单概括地介绍。高职教材是在中职教材基础上加深理论知识，增加管理内容。

概括地说，我们这套教材是以原中专教材为基础向两头延伸：中职教材减少理论知识、管理内容，突出技能和劳动态度。这样做，既能与生源的基础相适应，中高职之间也有了比较明显的分工和衔接。这四套教材较好地解决了中高职相同专业相同课程教学目标的定位，以及中高职教学内容的分工和衔接。从这个角度进行教材建设，是第一次探索，虽然未能解决这方面的所有问题，但取得了我国职教教材建设的新成果。

这四套教材与过去类似的教材相比具有以下特色。

第一，这四套教材在学术上有新意，把新的观点、新的材料吸收

进教材。例如中职的《餐饮旅游文学作品选读》和高职的《餐饮旅游文学作品精选》，舍弃了以往“以史为经，以作家作品为纬”的体例，大胆以我国的文学样式分类设章，章前有这种文学样式简介。选入了一些思想性、艺术性俱佳的辞赋作品，增加了楹联作品，对这两个中国传统的美体文学样式给予了公正的评价，为对学生进行传统文化教育和道德修养教育提供了一些新的素材。在其他各套教材中也都选用了有关的最新材料并适当介绍了国内外最新的理论、方法。

第二，这四套教材在文字的叙述和编排技巧上有新的突破。例如在有的教材中加入了“趣味阅读”，精选了古今中外有趣的管理小故事或资料，然后引出“管理启示”，就像经验丰富的老教师设计的好得导入新课的方法一样，引人入胜，大大地提高了学生的学习兴趣。各套中高职教材中都设计了“想一想”（或小思考）、“小看板”、“警示牌”等，尝试把多媒体课件的制作技术引进教材。另外，这四套教材简化了概念的文字叙述，尽可能设计图、表、例说明问题，图文并茂，令人耳目一新。这些做法使我们的教材在与国际接轨方面向前迈进了一大步。

第三，这四套教材案例、举例多，不但在章末或节末有复习总结性的案例或举例，在正文中也安排、设计了许多案例，使案例教学有了很多内容新颖、幽默有趣的好材料。而且这些案例切合实际，多数是作者参加实际工作或调研中得到的材料，可操作性强，对于培养学生的综合分析能力和工作能力，毕业后“零距离”上岗工作有很大帮助。

第四，这四套教材的职业性明显，技能培训方法独特。其实践实训内容除正文里的“小思考”、“想想看”、“小看板”、“警示牌”、举例、案例外，体现在每章后面的“思考与练习”中有“基本知识训练”、“观念运用”、“基本技能训练”、“社会实践”等。这四套教材文字简洁，启发性强，容易引起学生兴趣，有利于培养学生积极思维，好教好学。

这四套教材从策划、研讨到编写，得到很多学校领导和专业学科带头人、专家、教授的支持和中国金融出版社的帮助，在此向玉成此

事的所有同志表示诚挚的谢意。当然，我们的研究还不深，这四套教材仅仅是个试点，也一定存在不少问题，假以时间，在各方面领导和专家的指导下，我们会不断修订，使其日臻完善。

乔正康
2005 年 12 月

前 言

本书是《高等职业教育旅游系列教材》之一，也是中国职教学会商业专业委员会（筹）和全国商业中专教育研究会立项课题研究的成果——“中高职教育分工与衔接教材新系”中的一本。本书的编写原则是：职业性原则、层次性原则、可衔接性原则、素质教育与能力培养相结合的原则。本书在加强中职阶段技能的基础上，加深理论知识，增加相关管理内容，符合高职招收中职毕业生和高中毕业生的实际情况，既与中职教学有所衔接又有所深化、扩充、提高，是颇有特色的高职教材。

21 世纪是全球一体化的世纪，是人才竞争的世纪。随着旅游业的发展，从业人员日益增多，对员工素质的要求也越来越高。但是，目前饭店业的管理人员在知识结构、技能技巧、管理水平等方面与旅游业迅速发展的趋势难以匹配。虽然，近年来我国旅游教育取得了长足的发展，但是旅游专业是应用型专业，只有紧贴旅游业的实际，才会有生命力。目前我国高等职业院校的旅游专业在知识结构、课程设置、教材建设等方面仍然存在一些亟待解决的问题。本书旨在弥补我国高职大专旅游管理专业教材建设相对不足与滞后，特别是满足新时期国内高等职业技术教育对旅游管理专业新教材的需求，同时也满足课程改革及专业建设的需要。

本教材在编写过程中，坚持以适应高职大专院校教育改革和发展的需要，立足于提高学生的整体素质、技能技巧及综合能力，并进行了内容与形式的创新。吸取了国内前厅管理与服务的最新知识与技术，注重了知识的应用性和可操作性。侧重理论指导下的管理实务与运作，简化了知识重点的陈述，增加了图表、案例分析、阅读资料等内容的比例。顾及到了与国际市场接轨的要求，吸纳了国内外反映学科发展趋势的动态及新研究成果。此外，还注重突出与中等职业教育

教材和大学本科教材的过渡衔接的特征,体现了高职大专教育,以综合素质教育为基础,以能力为本位,以就业为导向的培养目标。力求使学生达到基础理论适度、知识范围宽泛、综合素质较高的目的。

本教材在编写中突出高职人才培养的专业技能性和岗位指向性,根据课程特点加大了课内、外实训的力度,尽力把握以满足旅游者个性化需求为导向的时代脉搏,尽力使内容具有超前的视野。

本教材的特点是深入浅出、难易适当、适用性强、富于趣味。既兼顾了学术性与普及性相结合,又体现了理论性与应用性并重,集知识性、科学性、实用性、创造性、超前性、国际性为一体。

本教材在编写过程中集中了大量人力,参阅、借鉴了国内外大量文献,结合我国高职大专教育的特点与实际,是一本适合我国国情、颇具特色、通俗易懂、专业对口的教材,为旅游教育事业的发展尽了一份绵薄之力。

本教材由郑宏博、付启敏任主编,由王军、胡日查、程争艳、张重义、穆怀旗担任副主编。参加编写的有:付启敏(第1章)、郑宏博(第2章)、张重义(第2章)、胡日查(第3章)、谢忠中(第4章)、程争艳(第5章)、范斌(第6章)、王爱兰(第7章)、王军(第8章)、穆怀旗(各章的情景英语会话)。全书由郑宏博总纂统稿,由侯生录主审,刘蕾主审校了全书英语部分。

本教材在编写过程中参阅了不少文献,得到了有关部门、学校领导、专家及教师的大力支持,在此一并致谢。

由于编写时间仓促,编写水平有限,书中疏漏在所难免,敬请广大读者不吝赐教,以便于修订,使之日臻完善。

编 者

2005年12月

目 录

第1章 前厅部组织与管理概述	1
1.1 前厅部的内涵	1
1.2 前厅部组织与管理	6
1.3 前厅部的环境	24
第2章 前厅部预订接待服务与管理	34
2.1 客房预订概述	34
2.2 接待服务	49
2.3 预订员、接待员职业技能资格等级鉴定概述(高级)	65
2.4 情景英语会话	68
第3章 前厅部系列服务与管理	83
3.1 系列服务与管理概述	83
3.2 礼宾服务与管理	85
3.3 问讯服务与管理	97
3.4 总机服务与管理	103
3.5 商务中心服务与管理	109
3.6 离店服务与管理	117
3.7 礼宾员、问讯员、话务员职业技能资格等级鉴定 概述(高级)	129
3.8 情景英语会话	131
第4章 前厅部公共关系与客房销售管理	146
4.1 前厅部公共关系	146
4.2 前厅部客房销售管理	148
4.3 前厅部房价管理	154

第5章 前厅部的业务管理	172
5.1 前厅部沟通与协调管理	172
5.2 客人投诉管理	183
5.3 前厅部服务质量管理	189
5.4 前厅部安全管理	195
第6章 前厅部现代化技术的应用	207
6.1 触摸屏的应用	207
6.2 电子门锁系统的应用	209
6.3 语音信箱的应用	213
6.4 迷你吧计算机控制系统的应用	215
6.5 视频点播系统的应用	216
6.6 多媒体系统的应用	218
6.7 电子通信与控制技术的应用	220
6.8 客史档案管理	221
第7章 前厅部人力资源管理	229
7.1 前厅部人力资源管理概述	229
7.2 前厅员工的素质与招聘	239
7.3 前厅员工的业务培训	245
7.4 前厅员工的评估与奖惩	250
第8章 国内外饭店服务与管理一览	269
8.1 国外饭店投资	269
8.2 饭店项目管理概述	272
8.3 国外饭店服务质量	278
8.4 我国饭店服务质量管理	282
附录 星级评定标准中对前厅的要求	295
参考文献	297

第1章 前厅部组织与管理概述



学习目标

- 了解前厅部在饭店经营管理中的特点、职能、地位及作用。
- 理解前厅部的范围、组织及机构。
- 掌握前厅部组织的管理与前厅环境。

在全球化的今天，杰出的管理者就是善于整合各国文化的人。

1.1 前厅部的内涵

1.1.1 前厅部的特点与职能

1.1.1.1 前厅部的特点

1) 接触面广，直接对客。前厅部地处饭店的前沿，当客人抵达饭店时，首先接触的是前厅部，因而会产生“首因效应”；客人离店时，前厅部又是他们留下“永久印象”的地方，这些印象常常决定客人对饭店的总体评价。在业务上它承担着客房销售、系列服务、开辟市场、确保客源、营销饭店其他产品等服务与经营责任。其工作效率与服务质量对客人在整个住店过程中的影响至关重要，且直接关系到其他部门的服务效果。

2) 处理客务，政策性强。前厅部在处理客房销售、接待规格、问讯、接转电话、解决投诉等问题时，既要维护饭店的利益，又要使客人满意，政策性强，稍有疏忽就可能造成失误。所以，前厅员工必须熟悉并熟练掌握对客服务中的各项政策与要求。

3) 业务繁杂, 专业性强。前厅部的工作范围广, 业务繁杂, 技术性强。包括礼宾组、问讯组、接待组、总机组、商务组、收银组等部门, 这些工作直接面对客人, 需求随机性强。因此, 要求前厅员工必须具备高效、准确、周密的工作素质, 较强的协调能力、应变能力及高超的服务技能技巧。

4) 信息量大, 关系全周。前厅部与客人接触时, 收集的信息量较大。客人的要求随时都会发生变化, 这就要求前厅部员工在收集、整理、传递信息时效率要高, 要有较强的信息观念、时间观念和对客服务观念。所掌握的信息必须及时传递给总经理及其他有关部门。

1.1.1.2 前厅部的职能

1) 经营职能。过去, 前厅部的经营职能包括市场的调查与预测、销售计划的制定、客房与餐饮的销售、会议安排等内容。随着饭店业市场化程度的提高, 前厅部的工作更加专业化, 上述工作已由“市场营销”部门负责, 前厅部的职能只局限于预订、接待及现场推销。上述职能的变化, 对于饭店的经营来说, 起到了积极的影响作用。

(1) 符合前厅部的工作承受能力, 有利于提高其专业化程度。

(2) 有利于饭店整体营销的管理与控制, 使饭店在激烈的市场竞争中更便于以整体方式进行规划, 有利于树立企业整体形象。

2) 管理职能。

(1) 客房状况管理。客房状况管理就是前厅员工及时把住客房、走客房、待修房、预订房等状况显示出来, 并将信息输送给市场营销部门, 提高客房出租率和使用率, 使饭店赢得最佳的经济效益。

(2) 账单管理。前厅结账处每日及时准确地将客人的消费账单汇集起来, 审核统计, 以便在客人离店结账时能够迅速、准确地为客人办理离店结账手续。

(3) 协调管理。前厅部应该与其他部门密切配合, 及时向各部门传递信息, 协调部门之间的有关事宜, 保证对客服务的准确、及时、有效, 保持协调渠道通畅, 共同提高饭店整体的管理水平。

(4) 物品管理。前厅部负责保管客人的邮件、留言、钥匙、行李、贵重物品等。因此,前厅员工必须认真严格地执行饭店的有关规定,准确无误地操作,确保万无一失。

3) 服务职能。服务职能主要指预订、接待、问讯、礼宾、商务、代办、结账等系列服务。系列服务项目的多寡,服务质量的好坏,服务水平的高低,服务内容的周到与否,直接标志着饭店的档次。所以,提倡超常服务、微笑服务及个性服务。

1.1.2 前厅部的地位和作用

1.1.2.1 前厅部的地位

1) 前厅部是饭店的经营橱窗。一家饭店服务质量的好坏和档次的高低,通过前厅部就可以表现出来。有一位客人曾经说:“当我们走进一家饭店,不用看它的星级铜牌,也不用问它的业主是谁,凭我们四海为家的经验,通常可以轻而易举地嗅出这家饭店是否是合资饭店,以及大致的星级水平。”所以,前厅部被誉为饭店的“窗口”,它的优劣不仅取决于大堂的设计、装潢、灯光、设施等硬件,更取决于前厅员工的精神风貌、办事效率、服务态度、礼节礼貌及操作技巧等。

2) 前厅部是饭店的服务中心。前厅部的服务贯穿于客人在饭店内活动的全过程,是服务的源头和终点,因此它是饭店的服务中心。就饭店内部来说,饭店的许多服务工作都要听从前厅部的计划安排。如:客源流量、接待规格、结算标准和付款方式等。前厅部的工作还涉及饭店的各个部门,前厅部必须经常联络并协调各个部门的工作,只有这样才能保证客人满意。如果前厅部的工作遵守了迅速、准确、周密三原则,就能带动其他部门的工作。

3) 前厅部是饭店组织客源、创造经济效益和社会效益的关键部门。饭店的基本功能是为客人提供食宿。客房又是饭店销售额最大、最主要的商品。据统计,目前国际上客房收入一般占饭店总营业收入的50%左右,在我国还要高于这个比例。前厅部的高效运转是提高

客房出租率、增加客房销售收入、提高饭店经济效益的关键环节之一。饭店组织客源时,及时处理好住店客人和前来就餐、开会、购物、参观游览、会客交谈、检查指导等各种客人的关系。热情地为每位来店客人服务,营造良好的社会人文环境是提高饭店社会效益的关键之一。

4) 前厅部是饭店的管理代表。前厅部在客人心目中是饭店的代表。客人在饭店住宿期间,有困难、有不满、有需要时都会直接找到前厅部,由前厅部出面予以解决。如果前厅员工能以彬彬有礼的态度对待客人,以娴熟高超的技巧服务客人,以妥善周到的方法处理投诉,以认真有效的措施答疑解惑,那么客人对饭店的服务就会感到满意、放心,感到“宾至如归”;反之,客人就会“扫兴而去”。

1.1.2.2 前厅部的作用

1) 经济作用。客房是饭店的主要产品,而客房的收入由前厅部直接收取。前厅部还通过提供邮政、电信、票务及出租车服务等,直接取得经济收入,其销售工作直接关系到饭店接待客人的数量。在日趋激烈的市场竞争中,前厅部应该积极主动地推销饭店产品,决不能被被动地等待客人询问。当客人抵店时,前厅员工可以抓住时机向客人推销饭店产品,使客人尽量在饭店内消费,增加饭店收入。

2) 协调作用。前厅部犹如饭店的大脑,在很大程度上控制和协调整个饭店的经营活动。由这里发出的每一项指令、每一条信息,都将直接影响饭店其他部门的对客服务质量。因此,前厅员工必须经常联络与协调其他部门的工作,保证饭店正常运转,提高饭店的服务质量。

3) 枢纽作用。前厅部是建立良好对客关系的重要环节。在市场经济条件下,客人就是“上帝”,饭店的服务质量最终由客人作出评价,评价的标准是客人的“满意度”。建立良好的对客关系有利于提高客人的满意度,争取更多的回头客,从而提高饭店的经济效益。

4) 决策作用。随着市场经济的发展,前厅部的决策作用日趋显露,饭店的经营在很大程度上取决于前厅部能否根据市场变化作出正确的预测和决策。