

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

酒店优质服务专业知识

廣東旅游出版社
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

酒店优质服务专业知识

●丛书主编：蔡万坤

廣東旅遊出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

新编酒店优质服务专业知识/蔡万坤主编. —广州: 广东旅游出版社, 2004.7

(21 世纪酒店职业经理培训丛书)

ISBN 7 - 80653 - 531 - 4

I. 新... II. 蔡... III. 饭店 - 商业服务 - 技术培训 - 教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 041968 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)

广东省肇庆新华印刷有限公司印刷

(肇庆市郊狮岗)

广东旅游出版社图书网

www.travel-publishing.com

邮购地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 116 室

邮编: 510100 电话: 020 - 83791927

联系人: 周向辰 邹亚洲

889 × 1240 毫米 32 开 12.5 印张 250 千字

2004 年第 1 版第 1 次印刷

印数: 1 - 7000 册

定价: 22.00 元

本书如有错页倒装等质量问题, 请直接与印刷厂联系换书。

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》。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，并必将迅速发展起来。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、高级招待所还有上万家。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，每年全国还有上万户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

《新编酒店优质服务专业知识》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。同时也是酒店行业服务质量的专业用书和培训教材。

酒店业是旅游业的三大支柱之一。现代酒店业是通过提供社会化接待服务来满足客人住宿、饮食、购物和康乐娱乐需求的服务行业。服务质量是酒店业的生命。在现代市场经济条件下和酒店行业的激烈的市场竞争中,酒店所提供的产品就是服务。谁能始终提供优质服务,谁就能兴旺发达;谁要提供劣等服务,谁就必然被淘汰出局。因此,经营管理和优质服务是现代酒店业生存和发展的两大车轮。酒店员工要提供优质服务,提高服务质量,就必须具有强烈的服务意识,就必须掌握广泛而丰富的专业服务知识和质量标准。这就需要提供系统性、专业性和实用操作性较强的专业用书和培训教材。本书较好地适应了这方面的需要。本书是原畅销书《饭店宾馆优质服务知识》的重新编著。它在原书内容的基础上,经过修改、补充,增加了优质服务标准的内容,主要从服务操作的角度介绍了酒店优质服务的专业知识和标准。为酒店宾馆和大专院校提供了一本实用性较强的员工培训和职业教育的专业教材和业务用书。

参加本书编写的人员有:原北京西苑饭店总经理 李通

(第四章), 副总经理、高级服务技师卢焕青 (第三章), 北京饭店、北京民族饭店、原北辰集团汇园公寓刘伟、王支书 (第五章)、刘宝民 (第八章)、蔡万坤 (第一、二、六、七、九章)。由于作者水平有限, 谬误在所难免。敬请广大读者指正。

编者

2004年6月

21世纪酒店职业经理培训 编委会

主编：蔡万坤

编委：（以姓氏笔画为序）

王支书	田 彤	卢焕青
刘 伟	刘宝民	刘 捷
李 进	张文书	陈 军
章晓盛	廉月娟	黄丽丽

蔡华程 蔡万坤

编著：蔡万坤 张文书 李 通

刘宝民 王支书 刘 伟

卢焕青

目 录

丛书前言	1
前言(代序)	3
第一章 酒店优质服务基本原理概述	1
第一节 酒店优质服务的构成要素和基本特征	2
第二节 酒店优质服务的价值观念和基本原则	14
第三节 酒店优质服务的基本条件和要求	18
第四节 酒店优质服务的基础工作	27
第五节 酒店优质服务成功标志	34
第二章 酒店优质服务基本知识和运用标准	39
第一节 酒店优质服务的职业道德知识	40
第二节 酒店优质服务语言艺术知识	49
第三节 酒店优质服务的形体语言知识	62
第四节 酒店优质服务的礼节礼貌知识	70
第五节 酒店优质服务通用质量标准	76
第三章 前厅优质服务知识与标准	89
第一节 前厅优质服务的作用与环境质量标准	90
第二节 前厅预订优质服务知识与标准	95
第三节 前厅接待优质服务知识与标准	105
第四节 前厅礼宾部优质服务知识与标准	113

第五节	前厅商务中心优质服务知识与标准·····	122
第六节	电话总机优质服务知识与标准·····	125
第七节	前厅收款处优质服务知识·····	128
第八节	大堂副理优质服务知识·····	133
第四章	客房优质服务知识与标准·····	143
第一节	客人来、住、走优质服务规律·····	144
第二节	客房优质服务的“四化” 要求和设备用品标准·····	149
第三节	客房清洁优质服务知识与房间卫生标准·····	156
第四节	客房日常优质服务操作方法·····	164
第五节	客房安全优质服务知识·····	174
第六节	客衣送洗优质服务知识·····	179
第五章	餐饮优质服务知识与标准·····	183
第一节	餐厅优质服务的基本 要求和环境卫生标准·····	184
第二节	中餐优质服务知识与标准·····	191
第三节	西餐优质服务知识与标准·····	202
第四节	宴会优质服务知识与标准·····	209
第五节	自助、咖啡和酒吧优质服务知识与标准·····	224
第六节	客房用餐优质服务知识与标准·····	234
第七节	餐厅优质服务中的特殊情况处理·····	238
第六章	康乐娱乐设施优质服务知识与标准·····	245
第一节	康乐娱乐设施的项目设置标准·····	246
第二节	游泳池优质服务知识与标准·····	255
第三节	健身房优质服务质量标准·····	258
第四节	保龄球场优质服务与标准·····	260
第五节	桑拿按摩室优质服务知识与标准·····	262

第六节	高尔夫和网球场优质服务知识与标准·····	266
第七节	台球室与壁球室优质服务知识与标准·····	269
第八节	OK 厅和夜总会优质服务知识与标准 ·····	271
第九节	游艺室与棋牌室优质服务知识与标准·····	274
第十节	美容美发室优质服务知识与标准·····	276
第七章	商品部优质服务知识与标准 ·····	281
第一节	酒店商场设置及其优质服务的技术要求·····	282
第二节	商品优质服务销售方式·····	286
第三节	商场营业场所设计和商品陈列知识·····	289
第四节	商品销售优质服务方法与规范·····	296
第五节	商品部优质服务的质量标准·····	305
第八章	酒店优质服务的公共卫生和安全知识	
	与标准 ·····	313
第一节	优质服务的公共卫生知识与标准·····	314
第二节	优质服务食品卫生知识·····	318
第三节	优质服务的个人卫生与消毒除害知识·····	327
第四节	优质服务的地毯与地面保养知识·····	335
第五节	酒店优质服务安全知识·····	341
第九章	酒店优质服务环境艺术知识 ·····	357
第一节	环境艺术的重要性及其原则·····	358
第二节	客房室内环境艺术知识·····	363
第三节	厅堂室内环境艺术知识·····	376
第四节	内庭花园艺术知识·····	383

第一章

酒店优质服务基本原理概述

服务质量是酒店业的生命，也是衡量企业管理水平和竞争能力的重要标志。酒店优质服务是以企业员工具有广泛而丰富的服务知识为基础的。只有掌握酒店优质服务的基本原理，才能提高广大员工对酒店服务工作的认识，为客人提供高质量、高效率的服务。

第一节

酒店优质服务的构成要素和基本特征

一、酒店优质服务的概念

服务是以劳动的直接形式创造使用价值,满足他人需要的一种特殊劳动方式。服务以一定物质条件为凭借,以活动本身为主要消费对象。它是社会发展和人类生活中的一种特殊劳动。

人类的劳动主要有三大领域,即物质生产劳动、精神生产劳动和服务性质的劳动。物质生产的劳动是人们运用劳动工具作用于一定的劳动对象,改变其形态和性能,创造出新的实物产品,满足人们的物质需要。精神生产劳动是人们运用大脑思维,对客观事实及其联系进行思考、分析、综合、加工、提炼,创造出精神产品。如科学著作、文学作品、理论、艺术作品等。服务劳动则不同,它是活动本身,即各种劳务活动去满足人们的某种需求。它不创造实物产品。这正如马克思所说:“服务这个名词,一般地说,不过是指这种劳动所提供的特殊使用价值。就像其他一切商品也提供自己的特殊使用价值一样;但是,这种劳动的特殊使用价值在这取得了‘服务’这个特殊名称,是因为劳动不是作为物,而是作为活动提供服务的。”(《马克思恩格斯全集》第26卷I第435页)但是,任何服务劳动都不是在真空中存在的。它总是存在于一定社会经济生活之中,又必须以物质或精神产品为依托,才能提供优质服务。酒店宾馆优质服务也同样如此。那么,什么是酒店优质服务呢?酒店优质服务是以优良的设施设备、舒适的消费环境和优良产品为依托,所提供的劳务活动在使用价值方面适合和满足客人需要的物质与心理的满足程度。其服务质量的优质程度是以客人的满意程度为

判断标准的。客人的满意程度越高，其服务质量就越好、越优良。正确理解酒店优质服务，需要掌握四个要点：

1. 酒店的优质服务是以设施、设备和产品为依托的。客人前来酒店宾馆消费，主要是追求物质和精神享受。设施、设备和产品质量是物质享受的主要内容。如果物质设备质量低劣，就会失去提供优质服务的物质基础。

2. 酒店优质服务又是以劳动的直接形式，即劳务活动本身去满足客人享受需要的。这种劳务活动能够创造价值，它包括物质方面的使用价值和劳务活动本身的使用价值两个方面。前者是物质享受的表现形式，后者是精神享受的主要内容。如果劳务活动质量差，缺乏职业道德，服务态度恶劣，缺乏礼节礼貌，不懂语言艺术以及缺乏形体语言训练等，则劳务活动的使用价值就无法表现出来，酒店的优质服务就是一句空话。

3. 酒店优质服务本身是一种特殊商品，它同样有使用价值和价值。其使用价值是通过提供劳务活动满足客人某种需求，它以精神享受为主，其价值是由服务人员的劳动创造的。价值量的大小同样由劳动时间决定，可以成为买卖的对象。酒店提供优质服务的目的是为了实现其价值，它和企业的设施、设备、产品价值一起共同成为酒店价格和收费标准的依据。而客人追求的则是使用价值，是为了获得物质和精神享受。因此，酒店提供优质服务，必须以创造优良的使用价值为出发点，以获得价值即经济效益为归宿。

4. 酒店的优质服务是由一系列具体劳动创造的，这种劳务活动体现在企业各部门、各环节、各岗位，贯穿于业务经营过程的始终，由广大服务人员一次又一次的具体服务活动来完成。这些活动是分散的、零星的、琐碎的。因此，酒店提供优质服务必须十分重视广大服务人员每一次具体劳动，必须充分调动他们的主动性、积极性和首创精神，掌握各种服务知识，才能实现优质服务，满足客人需求，从而取得优良经济效益。

二、酒店优质服务的构成要素

酒店优质服务的构成要素是由其服务的种类来决定的。根据考察和分析问题的角度不同,酒店优质服务的构成要素有三种分类方法。

(一) 劳动要素构成法

劳动要素构成法是根据酒店服务劳动的构成要素来分类的。为此,酒店的优质服务是由四个要素构成的。

1. 劳动者。劳动者是酒店优质服务的主体。他们在酒店服务中运用物质资料来创造使用价值,满足客人的消费需求。但他们一般不创造新的实物产品(餐饮除外),而是用劳动的直接形式,即活动本身来满足客人的消费需求。因此,劳动者本身的素质高低,他们运用物质资料的好坏和现场表现效果如何,就成为能否提供优质服务的首要因素。

2. 劳动资料。劳动资料是酒店优质服务的物质凭借。主要表现为酒店的设施设备、劳动工具和用品、食品原材料等。劳动资料在酒店优质服务中主要有三个作用:一是维持酒店的接待能力。如酒店前厅的接待设备,客房、餐厅的设施规格。酒店星级高低就是以设施设备为主要依据来评定的。二是酒店员工的劳动凭借。优质服务不能在真空中进行。酒店的设施设备、劳动工具、客用物品和原料等,在未提供服务时,它反映酒店接待服务能力。客人一经到来,就成为员工的劳动资料和劳动手段。三是客人消费的物质凭借。设施设备、物质用品在酒店服务中,有的成为客人的直接消费对象,有的转化成优良、美观、舒适的消费环境,有的成为客人消费的物质凭借。所以,酒店优质服务虽然大多不创造新的实物产品,但劳动资料的优劣却是十分重要的。

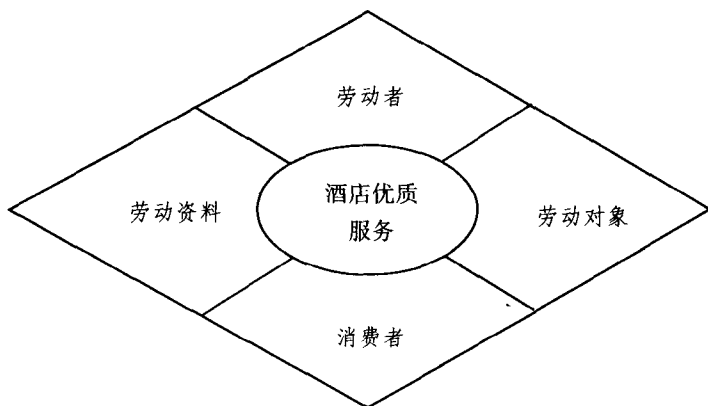


图 1-1 酒店优质服务劳动要素

3. 消费者。即客人，是酒店优质服务的享受者和支配者。他们既是服务对象，又指挥和支配服务人员的劳动。因此，酒店优质服务必须始终坚持“宾客至上、服务第一”的宗旨。要牢固树立“客人是上帝，客人永远是对的”的服务思想和意识。

4. 劳动对象。是酒店服务劳动的作用对象和劳动力的指向物。酒店服务的劳动对象和以物质生产的企业不同。它主要分为两大类：一是为客人们创造优良消费环境和优质生产的劳动对象。它以物质资料为主。如维修保养设施设备、打扫前厅、客房、餐厅等各地的清洁卫生、为客人洗衣服、生产制作餐饮产品等，都是将劳动资料作为劳动对象。二是消费者本身。即客人。他们是酒店优质服务的主要对象。从本质上说，酒店就是为客人提供服务的。没有了客人，酒店也就没有存在的必要。所以，消费者也是酒店优质服务的重要劳动对象。必须引起高度重视。

（二）质量要素构成法

质量要素构成法是根据酒店服务质量构成要素分类的。为此，酒店优质服务也由四个要素构成。如图 1-2 所示。

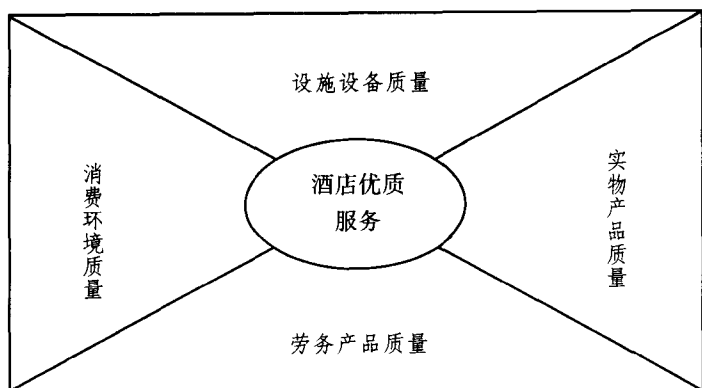


图 1-2 酒店优质服务质素

1. 设施设备质量。是决定酒店等级规格的主要依据，也是提供优质服务的重要条件和物质基础。没有与酒店星级要求相适合的设施设备，就不可能提供与酒店星级要求相适合的优质服务。为此，酒店为确保对顾客提供优质服务，必须配备齐全、完好的与酒店星级标准相适合的设施设备，认真做好设施设备的维修保养，适时做好改造更新，确保其质量优良和日常使用中的完好率与有效性能够达到 90% ~ 100%。

2. 消费环境质量。酒店属于高级消费场所，具有超前消费的性质。为此，提供优质服务，必须创造优良的消费环境。其基本要求是酒店前厅、客房、宴会、酒吧、康乐项目等各处的室内装修要美观、舒适、典雅。家具用具与用品配备要齐全、配套、美观达标。墙面地面要配经过精心设计的字画、盆栽、盆景；室内空气要始终保持新鲜、流动、舒适，温度适宜，每天进行清洁卫生工作，始终保持洁净、美观。只有这样才能确保环境质量，提供优质服务。

3. 实物产品质量。酒店实物产品质量主要包括三种类型：一是供客人直接消费的餐饮产品质量。它是优质餐饮服务的本质内容和客人的基本要求。二是酒店商品部的各种商品质量。它必须质价相符，没有假冒伪劣商品。它是酒店优质商品服务的本质要求。三是与酒店星级配套的物资用品的质量。其中大多是供客人直接使用