

酒店服务管理

专业系列教材

前厅接待与客房服务

曹 红 主编



中国物资出版社

前厅接待与客房服务

主编 曹红

中国物资出版社

图书在版编目(CIP)数据

前厅接待与客房服务/曹红主编. —北京:中国物资出版社, 2004. 2(重印)

ISBN 7-5047-1111-X

I. 前… II. 曹… III. 饭店-商业服务-基本知识
IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 32931 号

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址:北京市西城区月坛北街 25 号

电话:(010)68589540 邮编:100834

全国新华书店经销

利森达印务有限公司印刷

开本:787×1092mm 1/32 印张:10.375 字数:232 千字

1999 年 8 月第 1 版 2004 年 2 月第 3 次印刷

ISBN 7-5047-1111-X/G · 0390

印数:6001—9000 册

定价:13.80 元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

编写说明

为适应社会主义市场经济体制的要求,国内贸易部于1998年颁发了商品经营等7个专业教学计划和专业课教学大纲。《前厅接待与客房服务》一书是根据新编的教学计划和教学大纲的要求,充分吸收和借鉴本学科国内外研究的最新成果,重点放在学科体系、内容体系、结构体系的创新,强化知识应用性和可操作性。本书是商贸中等职业技术学校的必修教材,也可供业务岗位培训和再就业培训使用,还可作为广大企业职工职工的自学读物。

《前厅接待与客房服务》一书由长沙市商业技校曹红任主编,西安市服务学校李林丽和南京市商业技工学校胡淳任副主编。参加编写的有:胡淳(第一章、第八章、第九章)、李林丽(第二章、第三章、第四章)、曹红(第五章、第六章、第七章)。全书由曹红总纂,北京市服务管理学校袁淑敏和山东省济南市商业技工学校孙键主审。

本书在编写过程中,得到了许多学校领导和教师的大力支持,在此致以深切的谢意。

由于编写时间仓促,编者水平有限,书中难免有疏漏之处,敬请广大读者不吝赐教,以便于修订,使之日臻完善。

内贸系统教材编审委员会

1999年7月1日

第一章 饭店概述	(1)
第一节 饭店的定义	(1)
第二节 饭店的发展和作用	(4)
第三节 饭店的连锁经营	(11)
第四节 饭店的类型、等级和组织	(13)
第二章 前厅部概述	(20)
第一节 前厅部的地位、作用和任务	(20)
第二节 前厅部的组织机构	(27)
第三节 大堂副理	(32)
第三章 前厅服务	(36)
第一节 前厅服务概述	(36)
第二节 迎宾服务	(41)
第三节 行李服务	(43)
第四节 “金钥匙”	(50)
第五节 商务中心	(53)
第六节 总机服务	(56)
第四章 总台经营与接待	(67)
第一节 总台概述	(67)
第二节 总台预订业务	(75)
第三节 总台接待与销售	(88)
第四节 客房价格与客房结算	(101)

第五节 贵重物品的保管	(109)
第六节 总台其他业务	(112)
第五章 客房部概述	(122)
第一节 客房	(122)
第二节 客房部的地位、作用和任务	(128)
第三节 客房部的组织机构	(132)
第六章 楼面接待与服务	(139)
第一节 楼面服务模式和服务特点	(139)
第二节 楼面接待程序	(145)
第三节 楼面日常服务	(153)
第四节 客房个性服务	(168)
第五节 客房服务中特殊情况的处理	(173)
第七章 客房清洁保养	(189)
第一节 客房清洁保养概述	(189)
第二节 清洁具和清洁剂	(195)
第三节 客房整理程序和方法	(197)
第四节 计划卫生、公共卫生和卫生防疫	(211)
第五节 地面、墙面的清洁保养	(216)
第六节 洗衣房与布草房	(225)
第八章 饭店安全防范工作	(232)
第一节 饭店安全概述	(232)
第二节 饭店保安部和安全设施	(235)
第三节 饭店安全服务	(237)
第四节 事故的防范与处理	(241)
第九章 客房布置与美化	(247)
第一节 客房布置的一般原理	(247)

第二节	客房的美化·····	(250)
附录 I	中华人民共和国标准旅游涉外饭店星级的划分 及评定中有关前厅、客房的内容 ·····	(259)
附录 II	中华人民共和国旅游行业标准星级饭店 客房用品质量与配备要求·····	(273)
附录 III	中华人民共和国旅游行业标准旅游饭店用 公共信息图形符号·····	(298)

第一章 饭店概述

第一节 饭店的定义

一、饭店的定义

饭店是社会经济发展到一定阶段的产物,并随着社会经济的发展经历了一个由低级到高级发展的过程。因此,饭店的概念也是不断发展的,它由提供简单的住宿,到提供多功能的服务。它是以出租客房为中心,并提供越来越多的其他相应服务的综合性企业。

饭店一词源于法文 *h[^]otel*,原意指贵族的别墅,英语 *hotel* 一词就是从这个法文词得来。大陆、香港、台湾、东南亚根据习惯又有“宾馆”、“酒店”、“饭店”、“饭庄”等不同叫法。

国外一些权威辞典对饭店下过这样一些定义:

饭店是装备好的公共住宿设施,它一般都提供膳食、酒类与饮料以及其他的服务。

——《美利坚百科全书》

饭店是在商业性的基础上向公众提供住宿,也往往提供膳食的建筑物。

——《大不列颠百科全书》

概括地说,饭店的定义是指为大众提供住宿、餐饮、娱乐

及服务的建筑物。

现代化的饭店一般集吃、住、行、游、购、娱、通讯和商务于一体,能满足各类客人的不同需求。一个现代化的饭店具备以下特征:

(一)它是一座设施完善且经政府批准的综合性群体建筑;

(二)它为旅客提供住宿、餐饮、娱乐和健身等高水平的服务;

(三)它是一个盈利的综合性企业。

二、饭店商品

企业是指从事经济活动的经济单位。经济活动一般指生产某种产品或销售某种产品。

饭店是一个综合性企业,它的产品分为两类:

有形产品——客房(设施)、餐饮设施、娱乐设施、服务设施、食品、饮料等。

无形产品——服务。

(一)有形商品

有形商品除食品、饮料外,客房及所有的设施都不是一般的商品,具有以下特点:

1. 在商品交换过程中,所有权不发生转移。客人花钱买到的是在某一段时间内,对客房及设施拥有正当使用的权力。

2. 商品的价值不能储存。以每晚 120 元的客房为例,如果全天此房间租不出去,那么,这 120 元的价值就无法实现,也就是说,它的价值不可储存。所以饭店业的行家把客房比喻为“易坏性最大的商品”。

3. 商品交换不经流通环节。在商品社会中,商品的交换

一般要经过流通环节才到达消费者,而客房及所有的设施在商品交换中都不经过商品流通的中间环节。

二、无形商品——服务

1. 什么是服务。

服务的英文 SERVICE 分别是由 Smile(微笑)、Efficiency(效率)、Receptiveness(诚恳)、Vitality(活力)、Interest(兴趣)、Courtesy(礼貌)、Equality(平等)的首个字母组成。服务是一种特殊的商品,服务应该包含了所有这些英文单词的含义。也可以说服务人员服务对象所施行的一系列行为就叫服务。

2. 服务产品的特点。

(1)服务的无形性。服务这件产品是看不见、摸不着的,它不以实物形式存在,而是一种替代他人的劳动。

(2)生产与消费的同时性。一般产品是先生产,后消费,如果出厂检查质量不过关就不会出售。而服务这一产品,其生产和消费是同时进行的。比如斟酒水,酒水洒了客人一身。这一服务产品不合格时,客人却已不可更改地消费了这一产品——服务。所以服务质量的控制对于饭店的经营来说极为重要。

(3)产品质量信息反馈的直接性。一般产品,产品的生产者和消费者是不直接见面的,他们中间隔着一个长长的商品流通渠道。而服务的生产者——服务员和服务的消费者——客人却必须要面对面。客人对服务满意与否会立即反馈给服务员,因此服务员还必须要机智灵活。通过培训,他们要善于接受意见并且妥善处理各种情况。

(4)产品质量评价的主观性和不确定性。服务质量的衡量

标准是满足客人消费需求的程度,也可以说是客人满意的程度。而不同的人对服务有不同的需求,对同一服务也有不同的感受和评价。比如,一位穿着讲究的客人走进餐厅,服务员为他推荐价格昂贵的龙虾,客人会感到被尊重从而觉得服务好。而换作一位简朴的客人,同样的服务,客人会感到不舒服从而觉得服务差。可见服务质量的好坏在更大程度上依赖于服务员的素质。

(5) 产品质量的差异性。一般产品可按规定生产出合格的产品。而服务是手工劳动。不同的服务员在不同的心情、时间、环境下都会生产出不同质量的产品。也就是说,服务员不同的年龄、素质、技能,不同的工作态度、心情等都会导致服务质量的差异性。

第二节 饭店的发展和作用

一、世界饭店业发展史

人类的旅行活动古已有之,为旅行者提供住宿、餐饮的设施应运而生。相传欧洲最初的食宿设施始于古罗马时期,其发展进程大体经历了客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期和现代新型饭店时期四个阶段。饭店发展的每一时期,都有与之形态相适应的市场、交通方式和它与交通方式、市场相适应的饭店位置、经营特点等。它们总体反映了人类社会进步与发展的一个侧面。下页表简要地说明了这一情况。

(一) 客栈时期

在西方客栈时期一般指 12 世纪到 18 世纪之间这段历史

时期。客栈是指乡间或路边的小客站、小店,供过往旅行者寄宿之用。早期的客栈规模小、设备简陋。客栈的经营者和拥有者都是家庭,到了客栈盛行的 18 世纪,在英国等地的客栈除了为旅客提供食宿之外,还成为人们聚会、社交的场所。客栈往往坐落在乡镇人群活动的中心区域或公共马车车站旁,成为当地社会政治与商业活动中心。

(二)大饭店时期

18 世纪后叶,随着欧美各国进入工业化时代,世界饭店业进入了大饭店时期。大饭店时期一般指 19 世纪初到 20 世纪初。在铁路沿线的城市和风景名胜地,大兴土木争相建造豪华饭店,讲究服务质量和礼仪,主要接待王公、贵族、官宦和名流。经营者为求得社会声誉而往往不考虑经营成本。

世界饭店业发展概况

发展阶段	市 场	交通方式	地理位置	经营特点
客栈时期	朝圣者 传教士 外交官 信使 商人	步行 骑马 驿车	路边 驿站附近	设备简陋 服务项目少 有马厩
大饭店时期	统治者 贵族 旅行者	火车 轮船	风景名胜地 大庄园 铁路沿线 港口附近	设施豪华 讲究服务 礼仪和礼 节礼貌
商业饭店时期	商人 旅行者	汽车 火车 飞机	城市中心 公路边	设施方便适用 以顾客为中心 价格合理 讲求饭店管理

续 表

发展阶段	市 场	交通主式	地理位置	经营特点
现代新型饭店时期	旅游者 商人旅行者	飞机 火车 汽车	旅游胜地 城市中心 机场附近 公路边	规模大、类型、等级多样化 服务综合性 讲求科学管理和经济效益

大饭店时期,饭店经营者的代表人物瑞士人恺撒·里兹(Caesar Ritz)提出了“客人永远是对的”这样的饭店经营格言。讲究服务质量和礼仪的大饭店时期还留下了许多经营与服务的哲学信条至今仍在饭店业中被奉为圭臬,恪守不渝。

(三)商业饭店时期

商业饭店时期大约从20世纪初到50年代。美国的饭店大王埃尔斯沃恩·斯塔特勒(Ellsworth Statler)被公认为商业饭店的创始人。他凭多年从事饭店经营的经验及对市场需求的了解,建筑了一种“为一般公众能负担的价格之内提供必要的舒适与方便、优质的服务与清洁卫生”的饭店。使饭店走向平民化、大众化。

商业饭店的服务对象主要是商务旅行者,服务设施与服务项目讲求舒适、方便、清洁、安全与实用,价格合理,讲究经营管理艺术,尽量降低成本,以获得最佳利润。

斯塔特勒还首创了美国著名的康纳尔大学饭店管理学院,建立了饭店管理的理论体系。这些成就使他享誉世界。

(四)现代新型饭店时期

现代新型饭店时期于20世纪50年代至今。在50年代,

随着战后经济的复苏,饭店业得以巨大发展。一些有实力的饭店公司,以签订管理合同、授让特许经营权等形式,进行国内甚至跨国的连锁经营,形成了一大批使用统一名称、统一标识,在饭店建造、设备设施、服务程序、管理方式等方面实行统一标准,联网进行宣传促销、客房预订、物资采购与人才培养的饭店联号公司。如希尔顿国际饭店公司、喜来登饭店公司、凯悦国际饭店公司、假日饭店集团等。

现代新型饭店的功能日益多样化,除满足客人的吃、住、行、游、购、娱等一般要求外,饭店还是社交、会议、展览、表演等活动的场所。

亚洲地区的饭店业从 60 年代起步发展至今,其规模、等级、服务水准、管理水平等方面毫不逊色于欧美的饭店业。在一些权威杂志的世界十大最佳饭店评选中,亚洲地区往往占有半数以上并名列前茅。亚洲地区涌现出较大规模的饭店集团公司,如日本的大仓饭店集团、香港东方文华酒店集团、新加坡的香格里拉酒店集团等。

二、中国饭店业发展史

(一)中国古代的饭店设施

在中国古代,住宿设施大体可分为官办设施和民间旅店两类。

官办设施主要有迎宾馆和驿站两种。驿站是中国历史上最古老的一种,专门接待往来信使和公差。迎宾馆是中国古代官办的专门接待外国使节、商人的住宿设施。西汉称“蛮夷邸”,北魏时期称“四夷馆”。唐朝,疆域辽阔,经济繁荣,丝绸之路的开辟使东西方各国使节和客商云集长安和各商业城市,唐代的迎宾馆有了进一步的分类,如长安有波斯邸,楚州(今

江苏淮安)有新罗馆,扬州有日本馆,广州有番馆等。至宋朝,京城专设四方馆招待各国使节。元朝时,交通空前发达,西方各国使节、商人、旅行家、传教士纷纷来到大都,忽必烈命礼部设会同馆专门接待各国使节和商人等。到了明清,官办设施更加发达。永乐初年北京设四夷馆,后改名会同馆,专门接待外国使节,商人和兄弟民族代表,馆址在今东交民巷。会同馆又分为南北二馆,北馆还设有宴会厅,馆内允许商人同外国客商、使臣进行贸易,出售丝绸、瓷器、药材等商品。

古代民间旅店在三千年前的周朝时期就出现了。它的产生和发展与商贸活动的兴衰及交通运输条件密切相关。秦汉时期就很发达。

(二)中国近代饭店业

我国近代饭店史是中国近代史的一面镜子。由于受到外国帝国主义的入侵,我国被沦为半殖民地半封建社会。当时的饭店有这两类:

1. 外国人在中国兴建的饭店。西方各国在我国北京和沿海大城市兴建了一些西式饭店,如北京的六国饭店、北京饭店,上海的锦江饭店等。这些饭店大多采用当时西方饭店的建筑工程和先进技术,规模宏大,服务设施齐全,管理欧化,对我国近代饭店的格局产生了重要的影响。

2. 中国工商者投资兴建的饭店。这些饭店在中国古代旅店的基础上,吸收了外国饭店建筑和管理上的优点。这种中西式饭店将输入中国的欧美饭店业经营观念和方法与中国饭店经营环境的实际相融合,为中国饭店业的进一步发展奠定了良好的基础。

例如:旧中国旅行社兴建的招待所和饭店,1924年上海

商业储蓄银行内部设立了旅行部,各地建立了分支机构,到1927年,上海银行旅行部改为中国旅行社。为了接待国内外旅游者,兴建了一些旅游饭店和招待所。到1935年,这种饭店有三十多家,一般建在拥有风景名胜的大城市,如北京、上海、西安、青岛等。

(三)中国现代饭店业

解放后一段时期内,由于商品经济不发达,我国旅游业没有得到应有的重视和发展,也没有形成中国的饭店管理理论体系。十一届三中全会以后,随着经济的振兴和对外开放,我国进入了旅游业发展的新时期。饭店业作为旅游业发展的标志,二十年来取得了长足的进步。1978年,我国能够接待国际旅游者的饭店仅203座,3.2万间客房。到1997年,全国的饭店数量达4418座,客房60万间以上,年产值730多亿元。与此同时,饭店业档次结构也发生明显变化,80年代初那只提供一食一宿的招待型饭店已被当今豪华型、舒适型、经济型等多档次饭店所取代。截至1997年底,我国涉外星级饭店已达2606家,其中五星级53家,四星级141家,三星级838家。可以说,十几年来,我国饭店建设速度和规模超过了同时期世界上任何国家的发展速度。

在饭店管理方面,中国饭店业也经历了转型、上轨道到进入现代化水平的三个阶段,初步实现了由落后到比较先进、由国内水平向国际水平接近的巨大进步。

三、饭店在旅游业和国民经济中的地位 and 作用

(一)饭店在旅游业中的地位

1. 饭店是旅游者的生活基地。旅游者和饭店的关系十分密切,旅客外出旅行,最关心的是食宿,这是旅游活动得以持

续的物质保证。

2. 饭店是旅游服务体系中的重要组成。饭店作为旅游业的重要服务设施,与旅行社、旅游交通构成旅游业的三大依托和支柱,它们对旅游业的发展起着重要的作用。

3. 饭店是旅游业发展水平和接待能力的重要标志。在旅游要素中,饭店独特的功能使它在世界上成为一个国家和地区旅游业发展水平的重要标志。美国是世界上旅游业最发达的国家之一,其饭店的数量、等级和管理水平也是首屈一指的。

(二)饭店在旅游业和国民经济中的作用

1. 服务旅客、增进友谊。我国的旅游饭店是国家的对外窗口和纽带,改革开放以来,饭店接待了数以万计的国外游客,通过服务人员的服务,加强了与其他国家人民的交流,增进了相互了解和友谊。

2. 吸收外汇、发展经济。涉外旅游饭店的主要经济收入是外汇,对我们这样一个发展中国家来说,利用自己的旅游资源、饭店服务换取外汇,用于先进的科学技术的引进,对促进我国的现代化建设有重要的作用。同时,旅游经济的发展,也必然刺激工农业生产的发展和商品经济的繁荣。

3. 提供就业、稳定社会。我国是一个有着十二亿人口的大国,旅游资源和劳动力资源丰富。饭店是劳动密集型的服务行业,大量的服务工作靠手工完成,据调查,一间客房可提供1—1.5人的直接就业机会,2—2.5人的间接就业机会。旅游业和饭店业的发展符合我国的国情,在现在一部分人下岗的情况下,它为提供社会再就业也开拓了广阔的前景。