

JUNDA N L Y F



酒店礼仪



酒店服务礼仪规范教材

酒店礼仪

李光 达明 编



伊犁人民出版社

责任编辑：古 丽

责任校对：晓 华

封面设计：立 革

酒店礼仪

李光 达明 编

伊犁人民出版社出版发行

(奎屯市北京西路 28 号 邮政编码：833200)

武汉大学出版社印刷总厂印刷

湖北省新华书店经销

850×1168 毫米 1/32 11 印张 2 插页 220 千字

2000 年 5 月第 1 版 2000 年 5 月第 1 次印刷

印数：1—10 000

ISBN7-5425-0439-8/1·183 定价：19.00 元

目 录

酒店仪表

一、仪表仪容要求·····	(1)
二、仪表的美好形象·····	(2)
三、仪容仪表的表现·····	(14)
四、修养与仪表·····	(15)
五、气质与仪表·····	(18)
六、风度与仪表·····	(18)
七、发型与仪表·····	(33)
八、着装与仪表·····	(36)
九、化妆与仪表·····	(64)

酒店言行

一、表达委婉·····	(66)
二、说话分寸·····	(67)
三、语言优美·····	(69)
四、回答询问·····	(71)
五、礼貌用语·····	(72)
六、谦让注意·····	(77)

酒店规范

一、个人卫生礼仪·····	(80)
二、店容卫生礼仪·····	(82)
三、酒店基本卫生知识·····	(83)

四、遵纪守法·····	(85)
五、职业道德·····	(86)
六、态度和蔼的标准·····	(88)
七、服务态度的价值·····	(95)

酒店举止仪态

一、站姿·····	(97)
二、坐姿·····	(99)
三、走姿·····	(102)
四、手势·····	(105)
五、举止诚仪·····	(109)

酒店称呼

一、称呼的三种功能·····	(112)
二、国际通用称呼礼节·····	(113)
三、部分国家的称呼礼节·····	(117)
四、国内的习惯称呼礼节·····	(118)
五、外交活动称呼中值得注意的提示·····	(120)
六、倾听的礼仪·····	(121)
七、圆满答客礼仪·····	(122)

酒店迎送

一、明确迎送规格·····	(129)
二、接待的礼仪·····	(132)
三、献花礼仪·····	(133)
四、见面礼仪·····	(133)
五、陪车礼仪·····	(142)
六、接客礼仪·····	(143)
七、送客礼仪·····	(143)
八、迎送的具体事项·····	(144)
九、分别接待礼仪·····	(145)

前厅礼仪

一、前厅服务礼仪	(147)
二、门卫服务礼仪	(149)
三、行李员服务礼仪	(154)
四、电梯服务礼仪	(158)
五、问询服务礼仪	(159)
六、总服务台服务礼仪	(159)
七、大堂助理服务礼仪	(170)
八、电话总机服务礼仪	(176)

酒店客房

一、客房服务礼仪	(185)
二、礼貌与行为	(189)
三、客房员工进房礼仪	(192)
四、客房员工带房礼仪	(192)
五、客房员工服务输送礼仪	(192)

餐厅礼仪

一、餐厅管理礼仪	(194)
二、餐厅员工等客礼仪	(197)
三、餐厅服务礼仪	(201)
四、宴请准备礼仪	(217)
五、宴会服务员礼仪	(225)
六、团队用餐服务礼仪	(228)
七、国际通用宴请方式	(229)

酒吧礼仪

一、酒吧服务用具	(233)
二、酒吧常见酒的饮用最佳方式	(233)
三、酒吧类型	(234)
四、酒吧服务礼仪	(237)

酒店综合服务

一、音乐茶座服务礼仪	(246)
二、美容服务礼仪	(248)
三、游乐服务礼仪	(251)
四、健身服务礼仪	(255)

酒店餐饮

一、中餐	(258)
二、西餐	(278)
三、酒水	(297)
四、茶艺	(309)
五、咖啡	(318)

酒店社交礼仪

一、宴请的不同方式	(326)
二、如何安排邀请	(329)
三、宴会座次的安排	(332)
四、菜单拟的订和摆台	(333)
五、宴会的程序	(335)
六、西餐宴会的注意事项	(337)
七、中餐西吃	(344)

酒店仪表

一、仪表仪容要求

酒店产品的核心是提供优质的服务,而礼节、礼貌是酒店服务的内容和基础。酒店服务离不开礼、礼节、礼貌和礼仪,那么,什么叫礼、礼节、礼貌和礼仪呢?

首先,要看看什么叫礼。俗话说:有礼走遍天下,无礼寸步难行。礼是表示敬意的通称,它是人们在长期的生活实践中约定俗成的一种行为规范。

礼节是指人们在日常生活中相互表示问候、致意、祝愿、慰问,以及给以服务和必要的协助的惯用形式。礼节是礼貌在语言、行为和仪态等方面的体现。礼节往往是本国或本组织、本人对自己所交往、接待和服务对象由衷地表示尊敬、善意和友好的行为。如春节,带着礼物走亲访友去拜年就是一种礼节。

礼貌就是人们在相互交往中表示敬重和友好的行为,它的本意就是体贴别人。说一个人有礼貌,除了指他(她)适度修饰的仪表仪容、端庄得体的举止气度、气质外,还必然反映在具体的甚至是细微末节的行为举止上。诸如对宾客笑脸相迎,热情服务,尊老爱幼等等。礼貌乃是酒店员工的文化、修养和素质的综合表现。以满足宾客膳宿、休憩、购物和康乐等要求为己任的酒店,酒店员工更应时时、处处讲究礼貌,使宾客感到亲切温暖。

礼仪即礼宾,本意是以宾客之礼相待,简单地说,礼节、礼貌和

仪式就叫做礼仪。在很早以前,英国战舰上有 21 门炮,海军司令登舰时就鸣放 21 响,以后各国沿用此法,作为迎送国家元首和首脑的礼节。礼仪是表示敬意、友好和善意的各种礼节、礼貌和仪式。

在社会生活中,讲究礼节、礼貌是一个国家文明程度的重要标志。而对个人而言,礼节、礼貌也是衡量道德水准高低,有无教养的尺度。像见面时彼此问一声“你好”,别人帮助你时,你真诚地说“谢谢”,公共汽车上你不小心踩到别人的脚,说一声“对不起”,以及在深夜把收音机、电视机的音量关小一些,这些都是礼仪。礼仪的基本内容就是尊敬人、关心人。

二、仪表的美好形象

(一) 酒店的概念

酒店,过去一般称旅馆(Tavern)、餐馆(Restaurant)、客棧(Inn or Hotel)等等,在我国古代也称酒家。

“酒店”也是从英语“Hotel”(原为法语)翻译过来的。“Hotel”最早出现在法国,那时(距今 100 多年前)的 Hotel 是法国富人和名流聚集的地方。酒店一般都具有多功能的服务,集居住、餐饮、购物、娱乐、健身、邮电、交通等服务之大成。

中国一般把“Hotel”翻译成饭店、宾馆、大厦、酒店,准确地说,酒店应该是自主经营、自负盈亏、独立核算的经济实体,是能为旅客提供吃、住、购物、旅游、交通、邮电、银行、娱乐、贸易、文化、信息交流等比较齐全的服务设施,以旅客至上、服务周到、文明有礼为服务宗旨,并讲求经济效益的综合服务系统比较齐全的企业。简单地说,酒店是为旅客提供住宿和餐饮服务的场所。

(二) 酒店的形成

酒店的形成与旅游业是紧密相关的。自从有文字出现开始,就有关于旅游的记载。在古代,旅游者的安全是不能得到充分保证的,而食、饮料和住宿都得就地解决,由于旅游需要有食宿的地

方,于是形成了酒店与旅游二者紧密相连的关系。酒店是旅游的基本,是旅游的重要组成要素之一,是旅游业经营活动必不可少的物质,因而也是旅游业必不可少的一个组织活动。现代的酒店被称为旅游者的“家外之家”。一个独具特色的高质量的酒店,不仅可以使客人得到物质上的满足,而且也可以获得精神上的享受,其本身就是一个具有吸引力的旅游资源,可以招徕众多的旅游者。

旅游活动自古就有,酒店随后应运而生。相传欧洲最初的食宿设施约始于古罗马时期,其发展进程经历了所谓客栈时期、大酒店时期、商业酒店时期等阶段,其间几经起落,几经荣衰。第二次世界大战后,欧美各地旅游业迅速发展,进入了现代新型酒店时期。至60年代,已出现了不少在世界各地拥有数十上百家企业、大酒店公司、连号酒店公司,从而形成了庞大的有联系而又独立性的酒店行业。

在中国,最早的酒店设施可一直追溯到春秋战国甚至更古的时期。中国出现现代化的酒店设施,只不过是近几十年来的现象,其中一些是经过改造的旧饭店,一些是建造的宾馆、酒店和招待所,另一些则是近年来兴建的现代新型旅游酒店。这三类设施成了中国目前旅游酒店的主要接待力量。

(三) 各类酒店术语

酒吧间:指西餐或西餐旅馆中卖酒的地方,多用于方言。

酒店:是现代名词,多指规模比较大,设备好,综合服务质量高的星级饭店。

酒家:指酒店,现多用于饭馆名称。

旅馆:营业性的供旅客住宿的地方。

旅店:旅馆。

旅行社:一种服务机构,专门办理各种旅行业务,如给旅行的人安排食宿,交通工具等。

旅社:旅馆,多用做旅馆的名称。

施舍:书面语中的旅馆。

客棧：設備簡陋的旅館，舊時有的兼供客商堆貨并代辦轉運。

餐廳：供吃飯用的大房間，一般是大旅館、火車站、飛機場等附設的營業性食堂，有時用做大飯館的名稱。

餐館：酒店一詞的前身，同旅館大同小異，除了提供旅客住宿外，還提供飲食服務。

飯店：較大而設備好的旅館，方言又稱飯館。

飯館：出售飯菜供人食用的店鋪，也叫飯館子。

飯鋪：規模較小的飯館，昵稱飯鋪兒。

飯莊：規模較大的飯館，也叫飯莊子。

賓館：公家招待來客住宿的地方。現指較大而設施好的旅館。

大廈：高大的房屋，今多用於高樓名，也泛指酒店。

夫妻店：指由夫妻兩人同心經營的，一般不用店員的小飯館。

舊時的小酒店是由私人的家庭住宅演變而來的，曾經為客人提供了很大的方便。而今日的酒店，即使是小小的夫妻店，與任何家庭住宅都不同，它通常被作為一個目的地，是為旅客提供食宿的設施；以前的小酒店為所有來客提供家庭式餐食，而現代的酒店、餐館、酒吧在設計、裝修和菜肴方面都發生了創造性的變化。

（四）酒店礼仪

1. 酒店礼仪定义

通過了解酒店的概念，我們可以這樣來給酒店禮儀下一個定義。酒店禮儀是屬於職業禮儀的一種，它是指在酒店服務工作中形成的，並得到共同認可的禮節和儀式。它的主要體現在禮貌服務，賓客至上。目的是使客人有賓至如歸的感覺，從而更好地樹立個人和酒店的形象。酒店禮儀主要表現在全心全意為客人服務的思想，尊重關心客人，賓客至上，講究接待服務的方法和藝術，符合本國國情、民族文化和當代道德。尊重別國風俗習慣和宗教儀式，尊重婦女，從而使客人滿意，認可酒店的服務，贏得更多的回頭客。汽車游客飯店早期成功的主要原因就在於它們滿足了賓客住房以外的新的需求。方便的停車場，簡便的登記手續，不收小費，便宜

的房价、游泳池及其他娱乐设施等等都是为了适应宾客变化的需要而产生的。这充分体现了酒店礼仪的精髓所在,即全心全意为宾客服务。例如:

香港丽晶酒店的礼宾服务在全香港五星级豪华酒店中是数一数二的佼佼者。丽晶礼宾部的主管考夫特先生说:如何关心客人,如何使客人满意和高兴是酒店服务最重要的事情。考夫特先生在1980年丽晶开张时就从事礼宾工作。20多年来,每个到过丽晶,每个受过考夫特先生亲自服务的客人无不为他提供“难不倒”的服务而折服。

一次,客人在午夜提出要做头发,考夫特先生和值班的几位酒店员工迅速分头忙于联系美容师,准备汽车,15分钟内就把美容师接到酒店,引入客人房内,客人说这是奇迹。

又有一次,一对美国夫妻想到中国内地,但要办签证,可只在动身前一天才提出来。考夫特先生立即派一名手下直奔深圳,顺利地办完手续,他说:“时间这么紧,惟有这个方法,因此,再累再苦也得去。”

有人问考夫特先生,如果有人要特殊年份的上等香槟酒,而酒店中没有怎样办?考夫特先生说:“毫无疑问,我要找遍全香港。实在满足不了客人,我会记下香槟酒名称及年份,发传真去法国订购,并向客人保证,他下次再来丽晶时,一定能喝上这种香槟酒。”

可见,当客人需要特殊服务时,酒店员工应在很短时间内满足客人的需求,这样犹如春雨渗进干涸的土地,客人会感到被关怀的温馨。难怪香港于1992年获世界长途旅行首选目的地后,1993年再次荣登榜首。香港深受客人的欢迎,一方面是港元汇率偏低,另一方面就是酒店高质量的服务,齐全的商品,吸引了世界各地的宾客。

目前,世界旅游理事会根据调查公布了1994年世界最佳服务酒店,其考核标准是服务、房间数与设备、附设餐厅及其他设施,气氛与周围环境等,前三名是香港半岛、曼谷东方和香港丽晶,前三名中香港占了两名。香港地区,每年接待500余万游客,他们的经验是“旅游二要素:礼貌和服务”。世界上有些国家称旅游业为两个“C”的行业,一个“C”(Courtesy)代表礼貌,另一个“C”(Courtesy)代表舒适。

2. 酒店服务无小事

酒店服务中,任何微不足道的失误,都可能构成对酒店形象的损毁,千里之堤,溃于蚁穴,就是这个道理。例如:

有个大学毕业生小赵,分到某大酒店公关部,经过几年的艰苦奋斗,勤恳工作,被聘为科长。一次,酒店接待一位前来投资的大老板,经理把接待任务交给小赵,小赵认真准备,可是一不小心,客人主宾位弄错了,由于很忙,大家都未发现,等发现时已经迟了。结果这次投资项目告吹了,小赵也被调离了公关部。

主宾座次,就是礼仪问题,座位弄错,就是对客人的不尊敬。由此可见,也许这是一个很偶然的,很小的疏忽,但一不小心,因小失大。因此,酒店接待中,事无大小,都要特别讲究礼仪。又如:

上海就曾发生这样一个故事:某公司成立30周年大庆,总经理宴请对该公司曾有过巨大支持的厂长和社会人士。在主宾席的安排问题上,甲乙两位来宾“旗鼓相当”,主人请入席,他们两从互相谦让不已。主人遂有礼貌地请甲入席,谁知乙先生当即拂袖而去。这样,就出现了不愉快的场面。

3. 双胜原则

争强好胜之心,人皆有之,酒店员工必须懂得你永远不能战胜客人,如果你觉得“战胜”了客人,那不是胜利,而是失败。谁都知道客人是“花钱买享受”,而不是“花钱找气受”的,你把客人逼到

“失败者”的位置上,他决不会满心欢喜的。但“客人至上”快不意味着“酒店员工至下”,处理客我关系的原则应当是“双胜原则”,即让双方都成为胜利者的原则。

如果你的服务让客人有一种胜利感,感到被尊重、感到高兴和满意,那么酒店员工也就因为自己成功地扮演了自己服务员的角色而成了胜利者。客人至上,就是告诫酒店员工不要同客人争输赢,只要能够通过妥善的方法解决存在的问题,在事实上分清是非,酒店员工完全没有必要去指出客人有什么不对,这样做就是为了保住客人的面子,满足客人的自尊心。

4. 礼貌服务

酒店员工一方面要为客人提供优质的功能服务,另一方面还要为客人提供优质的心理服务,二者加起来就是礼貌服务。所谓提供功能服务,就是帮助客人解决食、宿、行、游、购、乐等方面的种种实际问题;所谓提供心理服务,就是在心理上对客人稍加引导,使客人保护愉快的心情,并留下难忘美好的印象,吸引他们再次光临本酒店。

礼貌服务要避免让客人感到不舒适、感到孤独和自卑,而应尽可能让客人感到舒适,感到亲密和自豪,使他对自己感到满意。要记住,如果你能让客人对他自己感到满意,他就一定会对你感到满意。如果由于你的所作所为使他对自己感到不满意,他就一定会对你不满意。因此,酒店礼貌服务特别强调关心客人,让客人感动、高兴和满意。酒店这一行业,上至经理、下至普通员工,都要把礼貌服务、宾客至上作为基本宗旨,尽力做好为客人服务的工作。

酒店的每一项服务项目,都离不开礼貌服务,礼貌服务和设施完备都可以为酒店创利润,礼貌服务越好,标志着酒店管理越成功,从而酒店的景况越好,它的经济效益和社会效毅力就越好。

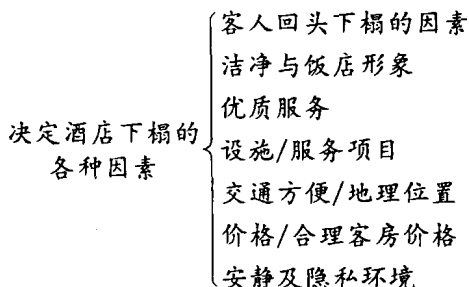
5. 推销服务

酒店业的经营包括两个方面:一是硬件系统,如建筑装潢、客房摆设、交通工具、娱乐设施等等;一是软件系统,即服务态度、服

务水准和服务内容,服务是宾馆酒店业的产品,其经营过程就是推销服务的过程,而服务贯穿于经营过程的每一个环节,每一个人员。

天津喜来登大酒店曾发生过这样的事:一位外国友人刚刚住进喜来登大酒店。晚餐时,服务员递上菜谱,然后用手指着菜谱上的几道菜说:“先生,这几道菜里是有牛肉,这几道菜是用牛肉汁煨过的,请不要点。”这位外国朋友非常吃惊地问道:“这位小姐,你怎么知道我不吃牛肉?”服务员回答:“两年前您住过我店,在这里吃过饭,我们有客人档案。”这位外国友人非常感慨,因为两年前他在这里毕竟只住了一夜,吃过一天饭,而饭店却有如此详细的记载,怎么不令人从内心感到温暖呢?这样,酒店的形象就树立起来了,树立形象,也就是推销自己的酒店,从而赢得更多的回头客。

6. 争取回头客



在客人抵达酒店之前的阶段,客人首先要决定应惠顾哪家酒店,即决定在哪一家酒店下榻,客人选择住宿酒店考虑的是以上7种因素。其中优质服务是吸引客人再次来酒店下榻的第三项重要因素,是十分重要的。优质服务即酒店员工的快速敏捷及热情周到的服务是很重要的,最主要是指全酒店的各个部门热情、周到、礼貌、殷勤的服务。这样可以争取客人再次来酒店下榻,取得最高回头客源源的出租率。

总之,酒店工作是一种富有挑战性的工作,每天人来人往,各不相同,但只要你热爱酒店工作、重视酒店礼仪,是完全可以做到关心客人、适宜客人、有利于客人,让客人来得高兴,走得满意,从而赢得更多的回头客,把潜在客人变成现实客人。如果不重视礼仪,以至无法准确无误地确定和满足客人的需求,将是酒店长远经营的失败焦点。酒店礼仪在酒店业中占有举足轻重的地位,因此在市场经济形式下,礼仪的规范化、国际化、变革化是首当其冲的,酒店礼仪也要与国际接轨,不断地更新,从而使酒店服务能适应市场经济的需要。

(五) 酒店礼仪是酒店服务的支柱

1. 礼仪是酒店竞争的需要

在我国改革开放大潮的推动下,中国旅游业虽然起步晚,但发展十分迅速。据 1991 年世界旅游组织公布的统计,全世界有 15 个国家接待国际旅游人数最多,中国排列在第 12 位,1993 年世界十大观光国,中国与奥地利并列第 7 位。随着中国旅游业的发展,酒店业亦发展十分迅速,目前全国有涉外酒店达 2130 座,广东有 685 座,占全国的 32.2%,其中五星级酒店,广州有五家,他们分别是中国大酒店、花园酒店、白天鹅宾馆、东方宾馆和国际大酒店。

酒店越来越多,加剧了酒店之间的竞争,客人对酒店的服务要求也越来越高。酒店业竞争激烈,大浪淘天,这对每一家酒店都是一个冲击,同时也是一次难得的机会,一次友好的挑战。要立于潮头,居于不败之地,酒店管理就要有一种危机感,居安思危,与国际惯例接轨,放远目光的触点,参与国际竞争。

因此,酒店要在激烈的竞争中取胜,就要争取更多的客源,就必须讲究礼节礼貌,走以质取胜的道路。质,就是优质服务,礼节礼貌是酒店提供优质服务的重要内容和基础。如果不讲礼节礼貌,酒店员工一不小心,一句话就可以把客人赶跑。

2. 礼节礼貌是酒店提供优质服务的重要内容和基础

第一,文明有礼是酒店服务宗旨的一个内容。旅游酒店是综

合性很强的服务企业,能为客人提供吃、住、购物、旅游、交通、邮电、银行、娱乐、贸易、文化、信息、交流等比较齐全的服务设施,同时要提供给客人满意的服务,它奉行的服务宗旨是客人至上、服务周到、文明有礼。

第二,礼节礼貌是提高服务质量的保证。当今酒店林立,酒店客源市场出现激烈竞争的情况。客源是酒店的财源,是酒店赖以生存和发展的基础,创造客源,最根本,最基础的就是靠提高服务质量。以质取胜,创造客源,这是世界酒店的成功之路。

然而,酒店管理人员的管理水平高低影响服务质量,服务员的服务水平在很大程度上更决定于酒店的服务质量,因为客人是否住店,住店后决定以后是否还住此店,服务员的素质、形象、仪表、举止、言行、礼貌直接影响客人的决策。一句话,酒店员工的礼仪风范是决定客人是否购买酒店这一特殊服务决策成败的因素之一。所以说礼节礼貌是提高服务质量的保证。

第三,礼节礼貌能使客人满意。礼节礼貌之所以如此重要,是因为只有做到礼貌服务才能够使客人满意,给客人留下美好的印象,并且同时能弥补设施等方面的不足。反之,即使是具有第一流的服务设施,但是酒店员工对客人冷若冰霜,傲慢无礼,客人也会望而却步,但有好的服务质量,即使“硬件”暂时差一点,也会得到客人谅解。

第四,礼节礼貌是评价酒店水平的标准之一。现代最佳酒店的十条标准,第一条就讲道:“要有一流的服务员,一流的服务水平”,在酒店的物质条件确定的前提下,酒店员工素质是否达到一流水平是关键,而酒店员工素质要达到一流水平,其中很重要一条就是要仪表、礼节优良,这一条是必不可少的。

根据国际服务质量标准要求,中国最佳服务质量标准和规格8条款中,第一条要求就是“礼貌待客”。

客人对一个酒店的评价,不单单取决于它的硬件设施,而更多的却是客人的一种心理感受。创造这种感受除了硬件之外,更主