

高职高专“十二五”规划教材

旅游管理系列 >>>

现代饭店管理

张素娟 宋雪莉 主编

2 第二版
EDITION



化学工业出版社

XIANDAI FANDIAN GUANLI

高职高专“十二五”规划教材
旅游管理系列

现代饭店管理

第二版

张素娟 宋雪莉 主 编
马 磊 王 晶 武瑞营 副主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

全书共分为十一章,包括饭店概述,饭店管理概述,饭店人力资源管理,饭店公共关系与企业形象,饭店营销管理,饭店的前厅和客房管理,饭店餐饮管理,饭店康乐服务与管理,饭店工程设备管理,饭店装饰材料及物品的维护与保养,饭店安全、卫生管理与有关法规,基本涵盖了饭店管理的各个方面,尤其是饭店公共关系与企业形象、饭店工程设备管理、饭店装饰材料及物品的维修与保养弥补了目前许多饭店管理教材的空白。

本书完全按照新的标准和要求编写,既可作为高等职业院校的教学用书,也可作为本科教育的教材,还可为在职人员培训提供参考读本,也可作为自学考试人员提供辅导资料。

图书在版编目(CIP)数据

现代饭店管理/张素娟,宋雪莉主编. —2版. —北京:
化学工业出版社, 2011.8
高职高专“十二五”规划教材
(旅游管理系列)
ISBN 978-7-122-11874-5

I. 现… II. ①张…②宋… III. 饭店-商业管理-
高等职业教育-教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 142708 号

责任编辑:于 卉
责任校对:战河红

文字编辑:赵爱萍
装帧设计:王晓宇

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 刷:北京云浩印刷有限责任公司
装 订:三河市宇新装订厂

710mm×1000mm 1/16 印张17½ 字数388千字 2011年8月北京第2版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:29.80元

版权所有 违者必究

前言

本书根据教育部对高职高专教育的要求，遵循高等职业技术学院学生“理论知识必需、够用；操作性又很强”的原则，注重吸收中外饭店管理的最新研究成果，注意贴近饭店经营管理的实际，力求体现系统性、创新性和实用性三大特色，系统地阐述了现代饭店管理的基本理论、基本方法和基本内容。突出案例教学法，每一章都配备了大量案例或图片，具体形象、生动直观，便于理解和接受。

改革开放三十年以来，星级饭店评定标准在推动中国饭店产业发展的过程中扮演着重要的角色。为与时俱进，饭店主管部门根据饭店发展中面临的问题和未来发展趋势，及时推出了《旅游饭店星级的划分与评定》（2010年版），于2011年1月1日起正式实施。重新的修编令评定标准焕发出新的生命力，以便更好地规范和引导行业的发展。

本书第一版出版后，在使用过程中受到广大师生的好评，因星级饭店评定标准的变化，故对教材进行修订。新的教材将更加适合教学的需要。

本书由河北省星级饭店检查员、长期从事饭店管理教学和实践的张素娟老师及河北省星级饭店检查员、长期在饭店管理一线工作的宋雪莉处长担任主编。具体写作分工为：武瑞营、贾艳琼编写第一、二章，马磊、盖艳秋、刘巍编写第三章，宋雪莉、张素娟编写第四、九、十章，马磊、魏群编写第五章，王晶编写第六、七章，张素娟编写第八、十一章和附录部分，全书最后由张素娟老师和宋雪莉处长共同统稿和定稿。

本书完全按照新的标准和要求编写，既可作为高等职业院校的教学用书，也可作为本科教育的教材，还可为在职人员培训提供参考读本，也可作为自学考试人员提供辅导资料。

欢迎广大读者在使用过程中对本书提出宝贵意见。

编者

2011年6月

第一版前言

20 世纪 70 年代末以来,中国旅游业快速发展,在 20 多年的时间里,我国已实现了从旅游资源大国向世界旅游大国和亚洲旅游强国的历史性跨越,现在正向世界旅游强国的目标迈进。近几年,中国旅游业发展的内部、外部条件发生了根本性的变化,作为旅游业三大支柱之一的饭店业发展迅速。2001 年我国加入世界贸易组织,为了进一步与国际接轨,规范旅游饭店管理制定了《中国旅游饭店行业规范》,修订了《旅游饭店星级的划分与评定》。

在旅游业快速发展的同时,我国旅游教育和旅游科研也蓬勃开展。各种形式和各种层次(研究生、本科、大专、中专等)的旅游教育方兴未艾,为旅游业输送着大批专门人才。尤其是高等职业技术学院,目前它的招生数量可观。

本书在编写体例和编排形式的设计上,从有利于素质教育和能力培养的角度出发,做了一些尝试。例如,在各章标题之下,列出本章导读和本章学习要点,便于学员掌握学习的主动权;每章、每节内容都列举了大量相关案例或图片,这些资料来自中外饭店经营管理实例,便于组织学员进行讨论与分析,加深学员对本书内容的理解。章后附思考与练习题,目的是启发学员复习、思考、理解和运用本章所要求掌握的基本内容。

本书由张素娟、宋雪莉担任主编;武瑞营、王晶、马磊担任副主编。具体写作分工为:宋雪莉、武瑞营编写第一、二章,马磊、盖艳秋、刘巍编写第三章,宋雪莉编写第四、九、十章,马磊、魏群编写第五章,王晶编写第六、七章,张素娟、王菇编写第八、十一章和附录部分,彭中枢、卢爽、常向鹏、王建菇也参与了本书的编写工作,全书最后由张素娟和宋雪莉共同统稿和定稿。

本书在编写过程中参考了国内外的一些相关文献和资料,在此,谨向这些文献的作者表示诚挚的谢意。由于作者能力所限,本书中的疏漏在所难免,欢迎各位读者批评和指正。

张素娟

2007 年 2 月

2007 年 2 月

目 录

第一章 饭店概述	1
第一节 饭店的概述	1
一、饭店的含义	1
二、饭店的地位和作用	4
三、饭店的特点	6
第二节 饭店业的发展历史及趋势	7
一、世界饭店业的发展历史	7
二、中国饭店业的发展历史	8
三、现代饭店业的主要特点	9
四、饭店业的发展趋势	9
第三节 饭店的分类与评级	12
一、饭店的分类	12
二、饭店的评级	15
三、国际、国内著名饭店管理集团	17
复习思考题	26
第二章 饭店管理概述	27
第一节 饭店管理概述	27
一、饭店管理的概念	29
二、饭店管理的内容	29
三、饭店管理的职能	31
第二节 饭店管理基础理论	39
一、管理思想的发展	40
二、饭店管理与消费心理	41
三、饭店管理的基本意识	42
第三节 饭店管理的科学方法	44
一、效益管理方法	44
二、任务管理方法	46
三、系统管理方法	46
四、人本管理方法	47
五、目标管理方法	49

六、PDCA 循环管理方法	50
复习思考题	53
第三章 饭店人力资源管理	54
第一节 饭店人力资源管理概述	55
一、饭店人力资源管理的概念	55
二、饭店人力资源管理是科学化管理	55
三、饭店人力资源管理是全员性管理	55
四、饭店人力资源管理是动态管理	55
第二节 饭店人力资源管理	57
一、确定所需员工的数量	57
二、招聘员工	58
三、挑选员工	62
第三节 饭店员工的激励	65
一、需求激励	66
二、目标激励	67
三、情感激励	68
四、信任激励	68
五、榜样激励	68
六、惩罚激励	68
第四节 饭店的沟通与协调	69
一、饭店的沟通管理	69
二、饭店的协调管理	71
复习思考题	74
第四章 饭店公共关系与企业形象	75
第一节 公共关系与企业形象	75
一、公共关系的概念	75
二、公共关系的本质和基本特征	76
三、公共关系与企业形象	78
第二节 饭店公共关系	80
一、饭店公共关系的基本涵义	80
二、饭店公共关系要素分析	81
三、饭店公共关系的基本程序	84
四、饭店公共关系的功能	86
第三节 饭店 CIS 设计	86
一、饭店进行 CIS 设计的必要性	87
二、CIS 的构成要素	89

三、CIS 的运作程序	93
四、饭店公关模式及案例	96
复习思考题	99
第五章 饭店营销管理	100
第一节 饭店市场营销概述	101
一、饭店市场营销的概念	101
二、饭店市场营销理念的发展	101
第二节 饭店营销策略	102
一、对负需求状态的管理	103
二、对无需求状态的管理	103
三、对潜在需求状态的管理	104
四、对下降需求状态的管理	104
五、对不规则状态的管理	104
六、对充足需求状态的管理	105
七、对过度需求状态的管理	105
八、对不健康需求状态的管理	105
第三节 饭店营销的方法	105
一、饭店的内部营销方法	105
二、饭店的外部营销方法	109
三、与旅行社合作进行销售	113
四、饭店关系营销	113
五、绿色营销	115
六、网络营销	116
七、主题营销	117
八、服务营销	117
复习思考题	117
第六章 饭店的前厅和客房管理	118
第一节 前厅管理概述	118
一、前厅部的地位	119
二、前厅部的作用	119
三、前厅部的组织结构	120
第二节 前厅部业务管理	122
一、前厅部业务管理	123
二、基本业务工作	123
三、接待业务管理	126
四、前厅日常服务管理	127

五、金钥匙服务	130
六、前厅客账管理	131
七、前厅信息管理	131
第三节 客房管理概述	133
一、客房部的地位和作用	133
二、客房部的业务特点	134
三、客房管理的基本环节	135
四、客房部的组织结构示例	136
第四节 客房部业务管理	137
一、客房部的业务分工	137
二、客房清洁卫生管理	138
三、客房服务管理	140
四、客房安全管理	141
五、饭店客房的设备、物品管理	142
六、主题客房的开发与设计	143
复习思考题	146
第七章 饭店餐饮管理	147
第一节 餐饮管理概述	147
一、餐饮部概述	147
二、餐饮服务的意义和作用	148
三、餐饮服务的基本特点	148
第二节 餐饮服务组织形式和管理内容	151
一、餐饮服务组织形式	152
二、餐饮管理与控制	152
第三节 菜单设计	157
一、菜单的作用	158
二、菜单设计的依据	160
三、科学合理的菜单	163
复习思考题	164
第八章 饭店康乐服务与管理	165
第一节 康乐部概述	165
一、康乐在现代饭店中的地位	165
二、康乐部的作用	166
三、康乐部的组织结构	167
四、康乐部的基本任务	167
第二节 康乐部与其他部门的协调与沟通	168

一、康乐部与工程部的关系	168
二、康乐部与公关销售部的关系	169
三、康乐部与前厅部的关系	169
四、康乐部与客房部或餐饮部的关系	169
五、康乐部与采供部的关系	169
六、康乐部与保安部的关系	169
七、康乐部与人力资源部的关系	170
八、康乐部与财务部的关系	170
第三节 健身项目管理	170
一、健身房管理	170
二、游泳池管理	171
三、保龄球房管理	173
四、网球场服务管理	174
第四节 娱乐、休闲项目管理	175
一、KTV 服务管理	175
二、专业茶室经营管理	177
三、舞厅管理	177
四、棋牌室	178
第五节 饭店美容美发、桑拿浴、按摩室服务管理	179
一、美容美发厅管理	180
二、桑拿浴室管理	182
三、按摩室管理	183
复习思考题	184
第九章 饭店工程设备管理	185
第一节 饭店工程设备管理概述	185
一、饭店设备的含义及分类	186
二、饭店设备管理的特点	187
三、饭店设备管理的作用	188
第二节 饭店的主要设备系统	188
一、供配电系统	188
二、给水、排水系统	192
三、供热系统	196
四、中央空调系统	197
五、消防系统	200
六、运送系统	203
七、能源管理	207
复习思考题	212

第十章 饭店装饰材料及物品的维护与保养	213
第一节 饭店装饰材料及其保养	213
一、面层材料概述	213
二、面层材料的清洁保养	216
第二节 饭店日常物品的清洗保养	222
一、纺织品纤维的鉴别	223
二、纺织品的清洁保养	225
三、饭店公共区域用品的清洁保养	230
第三节 饭店常用清洁剂的配置与管理	233
一、污垢的种类和特点	233
二、清洁剂的特性及配制	234
三、清洁剂的管理	238
复习思考题	239
第十一章 饭店安全、卫生管理与有关法规	240
第一节 饭店安全管理概述	240
一、饭店安全管理的特点	241
二、饭店安全管理的基本要求	242
三、饭店安全管理的重要性	242
第二节 饭店安全管理的主要内容	243
一、建立健全安全组织	244
二、建立健全各种安全防范制度	245
三、开展安全工作培训	246
四、把握不安全因素	246
五、饭店安全事故的突发与处理	247
第三节 饭店卫生管理	251
一、饭店卫生管理的特点	252
二、饭店卫生管理的要求	252
三、饭店卫生管理的主要内容	253
四、饭店卫生管理的方式	256
第四节 有关法规对饭店的要求	256
一、饭店的法律环境	258
二、饭店与消费者之间的权利和义务	259
复习思考题	263
附录 旅游饭店星级的划分与评定标准	265
参考文献	269

第一章 饭店概述

何为饭店，怎样对饭店进行管理，这是《现代饭店管理》首先要解决的问题。因为管理饭店是科学性、技术性与艺术性三性共存的一项最具挑战性的工作，所以，就需要我们先要认识饭店，了解饭店的起源和发展史，了解饭店的性质、业务内容、业务特点、工作环境、内外部联系、运行方式、关键环节等，从而掌握饭店的运行规律，提出饭店管理的理念和方法。本章是全书的开篇，由此加深大家对饭店的认识，逐渐熟悉和掌握饭店各项业务的管理。

【学习目标】

1. 掌握饭店的基本概念、功能与特点。
2. 熟悉饭店的发展与趋势。
3. 熟悉饭店的分类方法。

第一节 饭店的概述

现代饭店业作为旅游业的三大支柱之一，在社会中的地位越来越重要。在日益激烈的竞争中，饭店服务与管理是饭店从业者必须掌握的知识。

饭店(hotel)一词源于法语，在18世纪末被英、美国家普遍接受并沿用至今。在中文里酒店、宾馆、饭店等档次较高的住宿业都可以用“hotel”来表述，而旅馆、旅社、招待所则是较低档次的住宿业的称呼。由于我国国家旅游局将现代宾馆、饭店、招待所等场馆统称为“饭店”，所以本书统一使用“饭店”一词作为住宿业的称谓。

一、饭店的含义

现代饭店是在古代亭驿、客栈基础上发展起来的。饭店无论其设施设备的档次如何，它都必须具备提供住宿和餐饮的功能。根据饭店的基本特性，世界各国一些权威辞典对“饭店”有如下定义。

《美利坚百科全书》——饭店是装备好的公共住宿设施，它一般都提供膳食、酒类、饮料以及其他的服务。

《大不列颠百科全书》——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。

《韦氏新世界美语辞典》——饭店是提供住宿，也经常提供膳食与某些其他服务的设施，以接待外出旅游者和非永久性居住的人。

我国《旅游饭店星级的划分与评定》——旅游饭店（tourist hotel）是能够以夜为时间单位向旅游客人提供配有餐饮及相关服务的住宿设施。按不同习惯它也被称为宾馆、酒店、旅馆、旅社、宾舍、度假村、俱乐部、大厦、中心等。

由此可以看出，饭店是一个以提供服务为主的综合性服务企业，是利用土地、资金、劳动力等生产要素，运用现代化技术从事生产、销售活动的基本经济组织。所以，我们认为饭店是以有形的空间、设备、产品和无形的服务效用为凭借，投入到旅游消费服务领域中，具有一定独立性的资本或资金运动的经济实体。其特征是：①提供食宿等服务；②具有独立的法人地位；③自主经营；④服务对象广泛。

也就是说，一座符合国际化水准的现代饭店，应该有面积宽敞，气氛豪华，风格独特，装饰典雅的大厅（图 1-1）。



图 1-1 饭店大厅

有舒适、方便、卫生、安全的客房（图 1-2、图 1-3）。



图 1-2 标准客房



图 1-3 商务客房

有布局合理、装饰豪华、格调高雅的各式餐厅，与配套科学、位置合理的厨房（图 1-4～图 1-6）。



图 1-4 零点餐厅

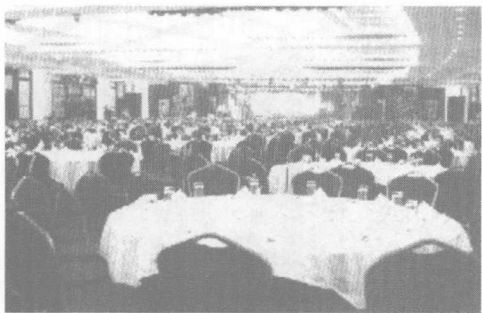


图 1-5 大宴会厅

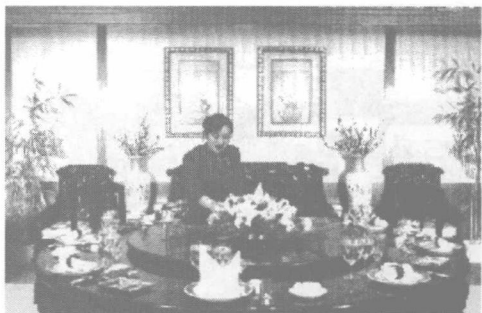


图 1-6 中式豪华雅间

有供客人开会使用的专业会议室、大会议厅及现代化会议设备（图 1-7、图 1-8）。

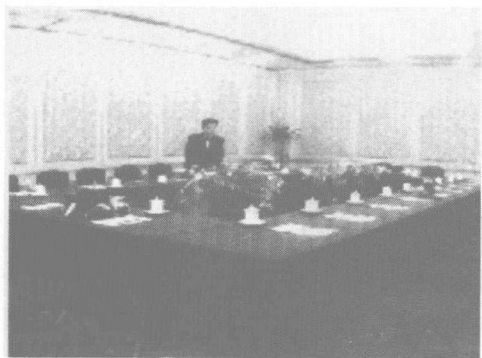


图 1-7 专业会议室

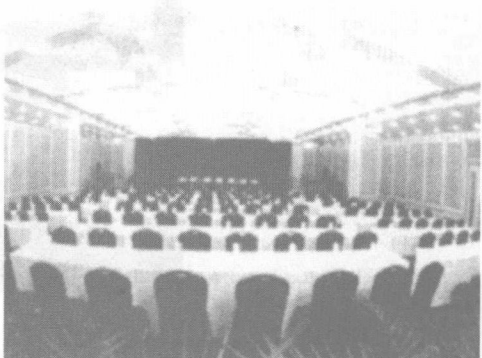


图 1-8 大会议厅

有能满足商务客人办公需要的商务中心（图 1-9）。

还有能满足各类客人需要的小商场（图 1-10）。

同时，还有消费者需要的康乐中心，包括：健身房、游泳池、桌球室、保龄球馆、歌舞厅、棋牌室、美容室、美发室、桑拿蒸房（图 1-11～图 1-19）等有形的物质，以及能向宾客提供优质服务的、训练有素的服务人员和饭店管理人员。



图 1-9 商务中心



图 1-10 小商场

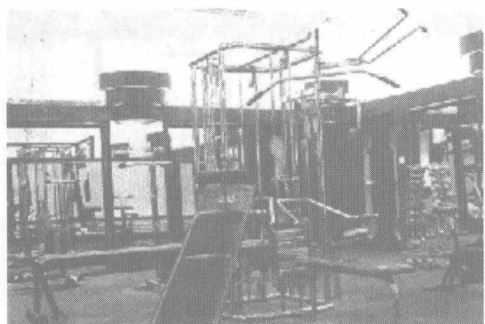


图 1-11 健身房



图 1-12 游泳池



图 1-13 桌球室

二、饭店的地位和作用

1. 饭店是旅游业的重要支柱

饭店与旅行社和旅游交通被称为旅游业的三大支柱，是旅游供给构成必不可少的要素，是旅游经营活动开展的基础物质条件。

2. 饭店是社会交际活动的中心

饭店是旅游者的家外之家，不管是外出旅游还是从事一些商务性的活动或是参加会



图 1-14 保龄球馆



图 1-15 歌舞厅

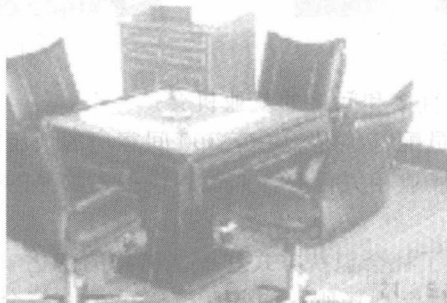


图 1-16 棋牌室



图 1-17 美容室

议，他们都会住在饭店，而且一些商务性的活动和会议也会安排在饭店来举行。饭店业的发展会刺激、促进和活络当地社会的对外交往、经济发展和文化交流，提高社会的文明程度。

3. 饭店是创造旅游收入，尤其是外汇收入的重要部门

2005 年我国旅游收入达到 7680 亿元，其中外汇收入达到 293 亿美元，在旅游收入之中有近一半来自于饭店业的收入，可见我国饭店业在国民经济发展中占有重要的地位。

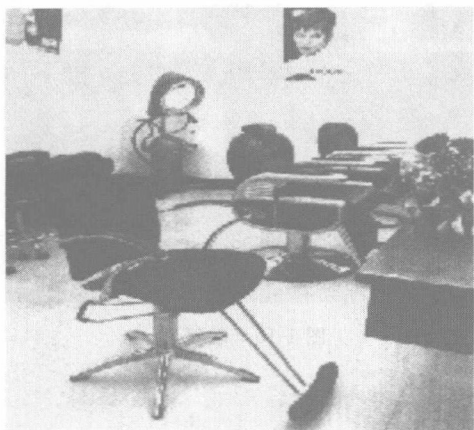


图 1-18 美发室

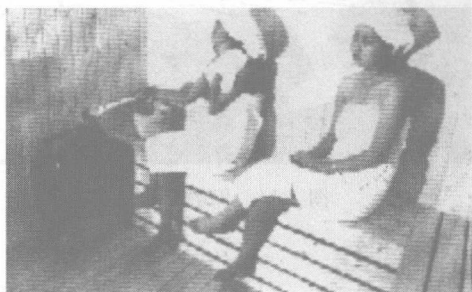


图 1-19 桑拿蒸房

4. 饭店能为社会创造直接和间接的就业机会

按目前我国饭店的人员配备状况,一座 300 间客房的饭店能创造 500 左右个直接就业机会。饭店又能为与饭店业相关行业,如饭店设备、物品的生产和供应行业提供大量的间接就业机会。

5. 饭店业的发展促进了社会消费方式和消费结构的变化

饭店向当地的居民提供活动场所,如餐厅、康乐中心等会吸引当地居民来店消费。随着经济的发展,人民生活水平的提高,利用饭店为消费者提供服务将会越来越多,这就必然促进人们消费方式和消费结构发生变化,也有利于社会经济的发展。

6. 饭店业的发展带动了其他行业的发展,为所在地区带来巨大的经济收益

据有关资料统计表明,一位住店客人在饭店所在地的开支的近 60% 花费在饭店以外的其他行业,而且住客在饭店消费的物品大都是社会其他有关行业提供的,因此饭店在经营的同时也就刺激了其他行业的发展。

三、饭店的特点

1. 无形性

饭店除了向消费者提供客房、餐饮、娱乐等有形产品外,更主要的是向消费者提供和无形产品相匹配的优质服务。优质服务作为无形产品所表现的随机性很大,饭店产品的无形性也决定了产品无专利权的特点,使新产品极易被竞争对手模仿。为了在激烈的竞争中立于不败之地,饭店经营者应不断进行产品的创新,同时也要善于吸取竞争对手或其企业产品的优点,为我所用。服务是无形的,对服务质量的衡量并无具体的尺度,消费者对产品的满意程度主要是来自于体验,与消费者的经历、受教育程度、价值观等相关,因而而带有较大的个人主观性。

2. 不可转移性

美国饭店业大王埃尔斯沃思·密尔顿·斯塔特勒(Ellsworth Milton-Statler)曾经提到饭店经营成功的根本要素是“地点、地点、还是地点”,这就是强调饭店的选址是