



普通高等教育“十二五”旅游管理专业规划教材

饭店管理

李若凝 主编 《

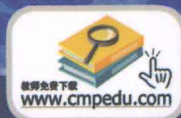
✓ 以饭店管理理论和方法为主要内容，对饭店管理的相关内容进行了全面阐述与分析，揭示了饭店业务运作过程及饭店管理理论和方法。

✓ 理论性、科学性和实用性相结合，既突出饭店管理的总内容，又包含饭店业务管理的内容；既注重对饭店管理活动进行理论指导，也注重方法技术上的操作和应用。

✓ 采用理论、方法、案例形式，总结了大量的方法、明晰明确，具体实用。



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



配电子课件

普通高等教育“十二五”旅游管理专业规划教材

饭店管理

主 编 李若凝

副主编 孙刘伟 常卫锋

参 编 刘 芳 殷华华 邓小兰



机械工业出版社

本书从饭店概述和饭店管理概述入手,以饭店管理理论和方法为主要内容,对饭店业务管理、饭店服务质量管理、饭店人力资源管理、饭店市场营销管理、饭店业务支持系统管理、饭店安全与危机管理、饭店投资与筹划管理、饭店品牌管理、饭店集团化管理等内容进行了全面阐述与分析,揭示了饭店业务运作过程及饭店管理理论和方法。本书将理论性、科学性和实用性相结合,既突出饭店管理的总内容,又包含饭店业务管理的内容;既注重对饭店管理活动进行理论指导,也注重方法技术上的操作和应用,以适应现代饭店发展的实践需要和旅游管理专业、饭店管理专业学生学习的需要。

本书不仅适合普通高等院校(含高职高专)旅游管理专业、饭店管理专业使用,也适合成人教育相应专业用作培训教材。

为方便教学,本书配备了电子课件等教学资源。凡选用本书作为教学用书的教师均可登录机械工业出版社教材服务网 www.cmpedu.com 免费下载。如有问题请致信 cmpgaozhi@sina.com,或致电 010-88379375 联系营销人员。

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理/李若凝主编. —北京:机械工业出版社, 2012.5

普通高等教育“十二五”旅游管理专业规划教材

ISBN 978-7-111-38447-2

I. ①饭… II. ①李… III. ①饭店—企业管理—高等学校—教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 104292 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:徐春涛 责任编辑:徐春涛 孙晶晶

责任印制:乔宇

三河市宏达印刷有限公司印刷.

2012 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

184mm×260mm·14.75 印张·363 千字

0 001—3 000 册

标准书号:ISBN 978-7-111-38447-2

定价:29.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心:(010) 88361066

门户网:<http://www.cmpbook.com>

销售一部:(010) 68326294

销售二部:(010) 88379649

教材网:<http://www.cmpedu.com>

读者购书热线:(010) 88379203

封面无防伪标均为盗版

前 言

饭店业是我国对外开放的服务窗口之一，也是旅游业发展的支柱产业之一。随着旅游业的大发展，我国饭店业进入了快速发展时期，其硬件建设已取得了长足发展，饭店规模不断扩大，类型齐全，饭店企业形态由单体饭店向连锁化、集团化方向发展，一些饭店企业已开始准备将触角伸展到国外，迈出国际业务的步伐；但是我国饭店企业管理水平和服务质量与国际先进水平相比还有不少差距，在经济全球化的背景下，需要饭店管理者在放眼世界的同时，借鉴国外饭店成熟的经营管理经验，不断创新饭店管理模式，把经营管理理念与我国文化相融合，提高饭店经营者和管理者的管理水平和饭店组织的国际竞争力。

本书根据现代饭店综合性强、涉及面宽和实践性强的特点对全书的内容进行了合理安排和取舍。从饭店概述和饭店管理概述入手，以饭店管理理论和方法为主要内容，对饭店业务管理、饭店服务质量管理、饭店人力资源管理、饭店市场营销管理、饭店业务支持系统管理、饭店安全与危机管理、饭店投资与筹划管理、饭店品牌管理、饭店集团化管理等内容进行了全面阐述与分析，揭示了饭店业务运作过程及饭店管理理论和方法。本书将理论性、科学性和实用性相结合，既突出饭店管理的总内容，又包含饭店业务管理的内容；既注重对饭店管理活动进行理论指导，也注重方法技术上的操作和应用，以适应现代饭店发展的实践需要和旅游管理专业、饭店管理专业学生学习的需要。

本书采用理论、方法、案例分析相结合的编写形式，每章前都有该章节的学习目标，正文中总结了大量的方法、技巧和手段，清晰明确，具体实用。各章末安排了本章小结和思考与练习，方便读者复习和检查对有关理论的理解和巩固所学的知识，与各章内容相关的案例分析将读者与饭店管理密切联系起来，以提高读者应用所学知识解决实际问题的能力。

本书由李若凝担任主编，孙刘伟、常卫锋担任副主编，编写分工如下：李若凝编写第五章、第六章，孙刘伟编写第四章、第七章，刘芳编写第一章、第三章，常卫锋编写第二章、第九章，邓小兰编写第十章、第十一章，殷华华编写第八章。

由于时间仓促，编写人员水平有限，本书难免存在不妥之处，请各位学者、专家、饭店管理工作者们多多批评指正，交流信箱 hdp316@163.com。

本书在编写过程中参考了不少有关饭店管理方面的著述和文献，在此谨向有关作者表示敬意和感谢。

编 者

目 录

前言

第一章 饭店概述	1
第一节 饭店的特点及分类.....	1
第二节 饭店的等级制度.....	6
第三节 饭店业发展历史.....	10
本章小结.....	16
思考与练习.....	16
第二章 饭店管理概述	19
第一节 饭店管理概念及特点.....	19
第二节 饭店管理的基本职能.....	22
第三节 管理思想演进与饭店管理理论.....	30
本章小结.....	38
思考与练习.....	39
第三章 饭店业务管理	40
第一节 饭店前厅管理.....	40
第二节 饭店客房管理.....	48
第三节 饭店餐饮管理.....	52
第四节 饭店康乐管理.....	57
本章小结.....	60
思考与练习.....	60
第四章 饭店服务质量管理	62
第一节 饭店服务质量概述.....	62
第二节 饭店服务设计.....	66
第三节 饭店服务质量评估.....	68
第四节 饭店全面质量管理.....	72
本章小结.....	75
思考与练习.....	75
第五章 饭店人力资源管理	76
第一节 饭店人力资源管理概述.....	76
第二节 饭店人力资源开发与利用.....	80

第三节 绩效考核与评估.....	86
第四节 薪酬管理与激励.....	89
本章小结.....	93
思考与练习.....	93
第六章 饭店市场营销管理	95
第一节 饭店市场营销概述.....	95
第二节 饭店 4P 营销组合策略.....	98
第三节 饭店服务营销.....	103
第四节 饭店新营销理念.....	108
本章小结.....	115
思考与练习.....	115
第七章 饭店业务支持系统管理	116
第一节 饭店财务管理.....	116
第二节 饭店物资与设备管理.....	124
第三节 饭店信息系统管理.....	132
本章小结.....	142
思考与练习.....	142
第八章 饭店安全与危机管理	146
第一节 饭店安全管理概述.....	146
第二节 饭店安全管理主要内容.....	150
第三节 饭店危机管理.....	157
本章小结.....	164
思考与练习.....	164
第九章 饭店投资与筹划管理	167
第一节 饭店策划与可行性论证概述.....	167
第二节 饭店投资策划.....	170
第三节 饭店筹建策划.....	175
第四节 饭店承运策划.....	183
第五节 饭店筹备管理.....	189
本章小结.....	191

思考与练习	191	第十一章 饭店集团化管理	212
第十章 饭店品牌管理	195	第一节 国际饭店集团发展进程	212
第一节 饭店品牌概述	195	第二节 中国饭店集团发展进程	217
第二节 饭店品牌定位	200	第三节 饭店集团扩张方式	223
第三节 饭店品牌的推广与维护	205	本章小结	227
本章小结	211	思考与练习	228
思考与练习	211	参考文献	230

第一章

饭店概述



学习目标

1. 了解饭店的基本概念;
2. 了解中外饭店业的发展历史;
3. 熟悉饭店的类型及饭店产品的特点;
4. 掌握饭店管理的内容、原则及经营模式。

第一节 饭店的特点及分类

一、饭店的概念

饭店一词源于法语,原指富贵门第或官宦之家所拥有的宏伟而豪华的宅邸,是主人们款待宾朋的地方,也是一般人赞赏和向往的去处。后来,英国、美国沿用这一名称来指所有商业性的住宿设施。由于历史原因,饭店也常被称为宾馆、旅馆等。另外,还有汽车旅馆、机场饭店、大饭店、小饭店、小旅馆、公寓、招待所、旅游饭店、小旅店、休养地饭店等称呼。尽管称谓各异,但它们的基本功能相同。事实上,饭店首先是一种住宿服务设施,即饭店无论是简陋还是奢华,必须具有住宿服务功能,否则便不能称为饭店。具备住宿服务功能是饭店区别于其他类型服务企业的主要特点。形形色色的各种不同规模、类型、等级,不同经济成分、不同经营形式的饭店企业组成了一国一地的饭店业。国家旅游局在《旅游饭店星级的划分与评定》(GB/T14308—2010)中给旅游饭店下的定义为:以间(套)夜为单位出租客房,以住宿服务为主,并提供商务、会议、休闲、度假等相应服务的住宿设施,按不同习惯可能也被称为宾馆、饭店、旅馆、旅社、宾舍、度假村、俱乐部、大厦、中心等。由于我国国家旅游局在进行星级评定时把此类住宿服务设施统称为旅游饭店,因此本书就采用了“饭店”一词。

饭店是以大厦或其他建筑设施为凭借,为旅游者提供住宿、饮食、娱乐、购物或其他服务的企业,是为满足社会需要,并获得自身盈利而进行独立经营、独立核算,具有法人

资格的基本经济组织。

这一定义的基本特征包括：①饭店都必须以房屋建筑和相关的设施、设备为依托向游客提供旅游居住的服务。②必须提供住宿设施、设备，多数也提供餐饮、商务和康乐设施设备。③饭店业属于第三产业的范畴。④其服务对象是以旅游者为主体的公众。⑤以营利为目的，具有企业的所有基本特征。

二、饭店产品的概念及其特点

1. 饭店产品的概念

饭店是饭店产品生产和交换的基本单位。尽管饭店生产也采用原材料——产品——销售这一基本模式，但饭店产品的主要内容是服务。饭店产品由实物产品（各种有形实物及设备设施、环境等）和劳务服务（服务态度、技术技能等）组成，它不仅能满足宾客物质方面的需求，而且能满足宾客精神享受方面的需求，其中实物产品起着充当劳务服务销售的载体作用，劳务服务通过实物产品得到充分发挥并实现其价值。

对饭店产品的概念，可以从消费者和饭店两个角度来看：

从消费者的角度来定义：饭店产品是一段住宿经历，由物质产品、感觉上的享受、心理上的感受三部分构成的组合产品。

从饭店的角度讲：饭店产品是饭店有形设施和无形设施的综合。它包括饭店的位置、饭店的设施、饭店的服务、饭店的气氛、饭店的形象。

2. 饭店产品的特点

（1）**综合性** 客房服务是饭店产品的基本形态，但随着市场需求的多样化和行业规模的扩大，饭店同时提供饮食、购物、交通、娱乐、会议、商务、休闲度假等一系列服务，甚至包括管家服务、托儿服务等，形成了饭店产品的综合性特点。

（2）**享受性** 饭店所能满足宾客的不仅仅是简单的物质需要，更重要的是要能满足宾客各种各样的享受需求。宾客的享受需求是现代需求的主要表现，饭店产品的享受性特点是其与一般商品和服务之间的主要区别所在。

（3）**时间性** 饭店产品的时间性是指饭店产品较多地受到季节、政策等因素的影响和制约。产品价值以时间为计算单位，随时间的推移而消失，不能储存。旅游季节的变化影响着饭店市场消费需求的变化，旺季消费需求大，饭店床位、餐位的市价呈现上升趋势；淡季消费需求小，饭店床位、餐位的市价均呈现下降趋势。因此，在一定的时间内，客人不能选择饭店的价格，因而对饭店的服务非常挑剔；而在不同的时期内，饭店也不能保持一定的价格。

（4）**服务性** 饭店是一个综合性的接待场所，它不仅要向客人提供有形的产品（如客房、餐厅和娱乐场所等），还要向客人提供无形的服务（如礼貌接待、氛围等），并且无形的服务所占的比重很大。所以，无论是饭店的本身销售还是客人的需求，都强调饭店的服务质量。饭店以服务为本，以服务立业；饭店的服务越好，就越受欢迎。从这个意义上讲，饭店产品是一种高服务产品。

（5）**文化性** 文化性即通常所说的“饭店气氛”、“饭店氛围”。饭店产品的文化性是建立在饭店的外在形象与内在机制有机统一的基础上，体现在饭店日常经营管理和服

的各个方面,饭店服务的各个细节都蕴涵着其自身的文化内涵。对旅游者而言,饭店是其感受异地文化的消费场所。

三、饭店的分类

饭店业由不同类型、不同等级的饭店设施组成。人们处于不同研究目的的需要,往往会使用不同的划分标准,因而所划分出来的类别自然会有差异。饭店分类有两大目的,一是有利于营销,能使饭店明确所处市场的推销对象,从而更有效地制订营销计划,更集中地使用广告费用;同时,也能使宾客在选择饭店时有明确的目标。二是便于比较,一家饭店经营得好坏,要与同一类型的饭店相比才显得有意义,特别是当饭店运用饭店业各种统计资料分析市场动向、研究竞争对策和制订经营方针时,同类相比显得尤为重要。世界各国具体执行饭店分类的机构各不相同,有的是政府部门,有的是行业协会,也有的是与旅游业、饭店业相关的公司或机构。但它们通常都是根据饭店的地理位置、规模大小、新旧程度、设施状况等特点将饭店进行分类,然后公布各类饭店经营结果的有关数据,以对饭店的经营管理起指导作用。

1. 根据饭店的地理位置分类

(1) **城市中心饭店 (City Center or Urban Hotels)** 城市中心饭店一般位于火车站、城市商业区或市政府附近。这些饭店大多数都是能提供全套服务的豪华饭店。第二次世界大战以后,由于航空运输业和公路交通的发展和城市空心化,大量商业活动转移到了城市郊区。在 20 世纪 50 年代和 60 年代,城市中心饭店一度随着城市中心商业活动的减少而减少。但是,近几十年来,城市中心饭店获得了新的发展,许多大城市重新开始兴建或改造城市中心饭店。

(2) **度假饭店 (Resort Hotels)** 度假饭店主要是为了满足旅游者的休闲和度假需求建立的,一般设在风景名胜附近。度假饭店开辟各种娱乐体育项目,如滑雪、骑马、狩猎、滑草、垂钓、划船、潜水、冲浪、高尔夫球、网球等活动来吸引游客,这些活动的质量往往是一个度假型饭店成功的关键。近年来,在许多饭店业发达的国家,已出现度假型与商务型相结合的饭店,即所谓改良的度假型饭店,而且被认为是当代饭店设施发展的方向。

(3) **城市郊区饭店 (Suburban Hotels)** 城市郊区饭店则是由于城市中心地价上升,商业区转移到市郊而开始发展的,近年来有逐渐衰退的迹象。

(4) **汽车饭店 (Highway Hotels/Motels)** 汽车饭店是汽车私人拥有量增加和高速公路网络发展的产物,著名的假日饭店集团就是随着 20 世纪 60 年代美国高速公路网的形成而获得飞速发展的。

(5) **机场饭店 (Airport Hotels)** 20 世纪 60 年代初,大型客机的出现使得大规模、远距离的航空客运成为可能,机场饭店得到了较快的发展。20 世纪 90 年代以来,大多数机场饭店都配置了完善的会议设施,由于其优越的地理位置,很多大公司选择机场饭店作为召开会议的第一选择。

2. 根据饭店市场及客源特点分类

(1) **综合型饭店** 综合型饭店是指同时接待观光游览、商务、会议、度假等客人的饭店。为了适应各种类型宾客的需要,综合型饭店一般功能齐全、能提供全方位的服务。在中国,这

类饭店大多数是旅游业发展过程中较早出现的饭店，通常在当地承担主要接待任务。

(2) **商务型饭店 (Commercial Hotels)** 商务型饭店是指主要为从事商贸活动的宾客提供住宿、餐饮及商务服务的饭店。商务型饭店也被称为暂住型饭店。这类饭店大多数位于城市中心或商业区，宾客以商务旅行者为主，住宿时间相对较长。为了适应商务宾客的需要，商务饭店不仅要求设施富丽堂皇，而且要求服务水平高、服务质量好、设备设施先进完备，特别是商务所需的设备设施必须一应俱全，如国际直拨电话、传真、互联网、洽谈室、会议室、商务中心、秘书服务等，应很好地满足商务宾客的要求。

(3) **度假型饭店 (Resort Hotels)** 度假型饭店主要是以接待休闲、度假及娱乐的旅游者为主。度假型饭店大多数位于海滨、山区、森林、温泉、海岛、湖岸等自然环境优美、气候宜人的地区。

(4) **会议展览型饭店 (Convention Hotels)** 此类饭店主要是为举办各种展销会、大型博览会、国际会议、经贸洽谈会等提供会议展览场所、住宿及餐饮等综合服务的饭店。会议展览型饭店一般位于大都市和政治、经济中心或交通方便的游览胜地，不仅要求舒适方便，而且要求有各种规格、类型的会议室、演讲厅、展览厅、陈列室及洽谈室等，必须配备各种会议设备，如投影仪、影像设备、视听设备、扩音设备、通信设备等，接待国际会议的饭店还要求具备同声传译装置以方便开展各种各样的商贸活动、学术交流和举办展览会等，同时还要求有良好的会议服务，会议饭店一般都配备工作人员帮助会议组织者协调和组织会议各项事务，要求饭店具有高效率的接待人员。

(5) **长住型饭店 (Resident Hotels)** 此类饭店主要接待住宿时间较长，在当地短期工作或度假的客人或家庭。饭店的组织、设施、管理较为简单，饭店建筑布局多采用家庭型，以套房为主，提供厨房设施，宾客自理饮食。

3. 根据饭店规模分类

(1) **小型饭店** 小型饭店一般是指拥有标准客房数在 300 间以下的饭店。这类饭店的设施和服务能满足宾客的基本需求，一般价格较为便宜，多为经济型饭店。

(2) **中型饭店** 中型饭店通常是指拥有 300~500 间标准客房的饭店。这类饭店的设施齐备、精良，服务项目齐全，价格适中合理，是一般旅游者较喜欢选择的饭店。

(3) **大型饭店** 大型饭店一般是指拥有 500 间以上标准客房的饭店。这类饭店的服务项目比较齐全，设施比较豪华。通常大型饭店都是豪华饭店，随着世界旅游业的快速发展，许多中小型饭店不断扩大规模而成为大型饭店。根据国家旅游局 2008 年中国星级饭店统计公报，截至 2008 年底，我国共有 129 座大型饭店。

4. 根据饭店计价方式分类

(1) **欧式计价饭店** 欧式计价饭店是指饭店客房价格仅包括房租，不含食品、饮料等其他费用。世界各地的绝大多数饭店均属此类。

(2) **美式计价饭店** 美式计价饭店的客房价格包括房租以及一日三餐的费用。目前，尚有一些地处偏远的度假型饭店仍属此类。

(3) **修正美式计价饭店** 此类饭店的客房价格包括房租和早餐以及午餐或晚餐的费用，以使宾客有较多的自由安排白天活动。

(4) **欧陆式计价饭店** 欧陆式计价饭店的房价包括房租及一份简单的欧陆式早餐即咖

啡、面包和果汁。此类饭店一般不设餐厅。

(5) 百慕大计价饭店 此类饭店的房价包括房租及美式早餐的费用。

5. 根据饭店产权形式分类

(1) 独立经营饭店 独立经营饭店是指由个人或企业、组织独立拥有并经营的单个饭店企业,国际饭店业中就饭店数量而言,绝大部分属于独立经营饭店,约为80%,其主要集中在欧洲和北美,但由于独立经营饭店均为小型企业,就客房数而言,独立经营饭店的客房数仅占全球饭店业客房总数的30%。

(2) 饭店公司 饭店公司是由多个饭店组成的专业饭店公司,一般都拥有一个或多个品牌,同时采用各种不同经营方式,因而又称为联号或连锁饭店公司。

(3) 饭店自联组织 饭店自联组织是指由大批独立拥有、独立经营的饭店企业出于营销等共同目的自愿参加组成的饭店联合组织,目的是对抗大饭店公司的竞争。自联组织的饭店在保持各饭店产权独立、自主经营的基础上,实行统一订房、质量标准和公认的标志,并进行联合宣传、促销和互送客源。

(4) 饭店企业集团 饭店企业集团是指同时经营本公司品牌饭店及其他品牌饭店并从事其他行业经营的公司,实际上是一种联合大公司或多种经营公司。此类公司近年来通过收购、兼并、规模迅速扩张,改变了国际饭店业的面貌。

四、饭店的作用

饭店凭借其自身的性质和地位,在旅游业乃至整个社会经济中,发挥着重要的作用。

1. 饭店为经济活动和社会生活提供了方便

在很多国家,饭店为洽谈业务、举行会议、开展文娱活动等社会经济活动提供了场所和相关的便利服务。因而,许多国家和地区,在考虑旅游业乃至整个国民经济的发展规划时,都把饭店的建设放在重要的位置。从这个意义上讲,饭店的发展水平是旅游业发展水平和地区社会接待能力的重要标志。

2. 创造旅游收入 and 外汇收入

旅游者能给饭店带来较高的收入,尤其是国际旅游者,绝大多数都要住饭店。在饭店食、住、购、娱,这样不仅增加一个国家或地区的国民经济收入,还可以起到创汇的重要作用。所以人们经常说,旅游饭店是创造收入尤其是外汇收入的重要基地。

3. 为社会创造就业机会

饭店的建造和经营为建筑业及相关行业提供了业务市场。饭店的设备、家具和陈设品由众多的制造商提供。饭店的食品、饮料等采购源自农业、水产业、食品饮料业以及煤、电、水等企业。因此,饭店除为饭店人员创造了直接的就业机会之外,还为相关的其他行业部门间接创造了很多就业机会。据统计,一家300间客房的饭店能创造500~600个直接就业的机会和1000~1200个间接就业机会。

4. 旅游和社交活动的重要场所

在大多数国家的饭店中,饭店附设的餐厅、酒吧、舞厅及各种娱乐设施不仅为住宿客

人提供服务,而且也吸引着大量当地居民。饭店是本地文化交流、科学技术交流、社交活动的中心,是增进了解和友谊的社交中心。

第二节 饭店的等级制度

一、实行饭店等级制度的目的

饭店等级制度是国际旅游业的通用语言,是世界旅游发达国家通行的一项制度,实行饭店等级制度的目的一般有以下几点:

1. 确立饭店产品和服务标准

饭店分等定级的目的之一是确立统一的饭店服务和产品质量标准,有利于建立有序的饭店产品销售系统。

2. 便于经营管理和监督

政府有关部门和行业组织把颁布和实施饭店分级制度作为饭店行业管理和规范饭店行为的一种手段。通过对饭店定级,一方面有利于饭店企业根据所定等级的要求进行经营管理;另一方面便于政府有关部门和行业组织对饭店的经营行为进行监督,使之提供与饭店等级相符的产品和服务。

3. 保护消费者的利益

根据饭店等级标准要求,消费者可以根据标准对照判定其是否符合标准。旅游产品自身的无形性、生产与消费同一性的特点决定消费者在购买之前对于产品无从了解,而饭店等级是对饭店设施水平和服务水平的界定和质量保证。

4. 维护饭店企业的利益

对饭店进行分等定级有利于饭店企业的市场定位和目标市场选择,并为饭店定价提供依据,饭店根据等级制订营销计划和开展促销活动;同时也有利于饭店同行之间的平等、公平竞争,促进饭店服务水平的改善和提高。

二、国际饭店业等级制度

目前国际上有数十种饭店等级制,有的是各国政府部门制定,有的是各地饭店协会或相关协会制定。有些国家强制性规定饭店必须参加评定等级,有的则由饭店企业自愿申请参加评定。由于各地区、国家间饭店业发达程度和出发点不同,各种等级制所采用的标准不尽相同,但各地饭店分等定级的依据和内容却十分相似,通常都从饭店的地理位置、周围环境条件、建筑设计布局、内部装潢、设备设施配置、维修保养状况、服务项目、清洁卫生、管理水平、服务水平等方面进行评价确定。

有些国家采用星级制,级别用“★”号表示,如法国的饭店标准采用1~5星级,摩纳哥的饭店标准采用四星豪华、四星C、三星、二星、一星等。我国的饭店标准也采用五星制。许多国家将饭店的等级用英文字母表示,即A、B、C、D、E五级,A为最高级,E

为最低级。用数字表示饭店的等级一般采用最高级用豪华表示,继豪华之后由高到低依次为1、2、3、4,如罗马尼亚的饭店标准。日本的饭店标准分为高级、简易饭店和国民宿舍。而有的国家和地区则采用“豪华、舒适、现代”或“乡村、城市、山区、观光”等,可谓形形色色。在美国,由于复杂的政治和社会结构以及饭店业的千姿百态,至今尚未有统一的、被普遍接受的饭店等级标准,较有影响的则是美国汽车协会及美国汽车石油公司分别制定并使用的“五钻石”和“五星”等级制。英国政府部门制定的标准将饭店分为“1~5皇冠、列名”六级,英国汽车协会制定的饭店等级分为“1~5星”五级,并以“1~3支玫瑰”表示饭店餐饮质量水平。

三、中国饭店业星级评定制度

中国饭店业的等级制度采用国际上通行的星级评定制度,以星(★)的多少来标定一个饭店的硬件档次和服务水平,既巧妙地避开了各国语言文字的障碍,又可以使客人一目了然地对饭店有一个全面的了解。因而星级评定制度在饭店业发展过程中被越来越多的国家和地区所采用。

1. 中国饭店业星级制度的形成

中国推行饭店星级制度是从1988年开始的。自20世纪80年代以来,随着对外开放,对内搞活的方针、政策的贯彻实施,中国旅游业有了较快的发展。为了促进中国旅游业尽快与国际旅游市场接轨,适应大力发展国际旅游业的需要,国家旅游局在世界旅游组织专家的指导和协助下,制定并于1988年8月22日颁发了《中华人民共和国评定旅游涉外饭店星级的规定和标准》,于1988年9月1日开始执行。该规定和标准主要包括旅游涉外饭店星级评定的规定和旅游涉外饭店星级标准两大部分内容。1993年9月1日,国家技术监督局正式发布了编号为GB/T14308—1993的《旅游涉外饭店星级的划分及评定》的国家标准,于1993年10月1日起执行。《旅游涉外饭店星级的划分及评定》(GB/T14308—1993)是我国服务行业的第一个国家标准。自1993年发布以来,对指导与规范旅游饭店的建设与经营管理,促进我国旅游饭店业与国际旅游市场接轨,发挥了巨大的作用。经过三年多的贯彻执行,为适应我国饭店业发展而带来变化的形势,国家旅游局于1997年发布了编号为GB/T14308—1997的《旅游涉外饭店星级的划分及评定》。进入21世纪,国家旅游局为了适应新的形势,对原标准进行修订,发布了《旅游饭店星级的划分与评定》(GB/T14308—2003),2003版标准跟原标准相比有了一些新变化,如规定旅游饭店使用星级的有效期限为5年,取消了星级终身制,增加了预备星级;借鉴一些国家的做法,增设了“白金五星级”。2010年国家旅游局发布了《旅游饭店星级的划分与评定》(GB/T14308—2010),新标准与GB/T14308—2003相比,主要技术内容变化如下:更加注重饭店核心产品,弱化配套设施;将一至三星级饭店定位为有限服务饭店;突出绿色环保的要求;强化安全管理要求,将应急预案列入各星级的必备条件;增加例外条款,引导特色经营。今后,还将根据形势发展和需要对标准作出适时修改和完善。

2. 中国饭店业星级评定制度

根据《旅游饭店星级的划分与评定》(GB/T14308—2010)的国家标准及实施办法,中国旅游饭店等级评定制度主要包括以下几个方面:

(1) **星级评定的范围及年限** 饭店开业一年后可申请评定星级,经相应星级评定机构评定后,星级标志使用有效期为3年。3年期满后应进行重新评定。

(2) **饭店星级的符号** 星级标志由长城与五角星图案构成,用一颗五角星表示一星级,两颗五角星表示二星级,三颗五角星表示三星级,四颗五角星表示四星级,五颗五角星表示五星级,五颗白金五角星表示白金五星级。

(3) **饭店各星级的划分条件** 本部分详细、具体规定了一星级、二星级、三星级、四星级、五星级及白金五星级饭店的具体要求。

(4) **星级评定的组织机构** 国家旅游局设全国旅游星级饭店评定委员会(以下简称为“全国星评委”)。全国星评委是负责全国星评工作的最高机构。各省、自治区、直辖市旅游局设省级旅游星级饭店评定委员会(简称“省级星评委”)。省级星评委报全国星评委备案后,根据全国星评委的授权开展星评和复核工作。副省级城市、地级市(地区、州、盟)旅游局设地区旅游星级饭店评定委员会(简称“地区星评委”)。地区星评委在省级星评委的指导下,参照省级星评委的模式组建。

(5) **饭店星级评定程序** 申请评定五星级的饭店应在对照《旅游饭店星级的划分及评定》(GB/T14308—2010)充分准备的基础上,按属地原则向地区星评委和省级星评委逐级递交星级申请材料。省级星评委收到饭店申请材料后,应严格按照《旅游饭店星级的划分及评定》(GB/T14308—2010)的要求,于一个月内对申报饭店进行星评工作指导。对符合申报要求的饭店,以省级星评委名义向全国星评委递交推荐报告。全国星评委在接到省级星评委推荐报告和饭店星级申请材料后,应在一个月内完成审定申请资格、核实申请报告等工作,并对通过资格审查的饭店,在中国旅游网和中国旅游饭店业协会网站上同时公示。对通过五星级资格审查的饭店,全国星评委可根据工作需要安排宾客满意度调查,并形成专业调查报告,作为星评工作的参考意见。全国星评委发出《星级评定检查通知书》,委派2~3名国家级星评员,以明察或暗访的形式对申请五星级的饭店进行评定检查。评定检查工作应在36~48小时内完成。检查未予通过的饭店,应根据全国星评委反馈的有关意见进行整改。全国星评委待接到饭店整改完成并申请重新检查的报告后,于一个月内再次安排评定检查。检查结束后一个月内,全国星评委应根据检查结果对申请五星级的饭店进行审核。审核的主要内容及材料有:国家级星评员检查报告(须有国家级星评员签名)、星级评定检查反馈会原始记录材料(须有国家级星评员及饭店负责人签名)、依据《旅游饭店星级的划分及评定》(GB/T14308—2010)打分情况(打分总表须有国家级星评员签名)等。对于经审核认定达到标准的饭店,全国星评委应作出批准其为五星级旅游饭店的批复,并授予五星级证书和标志牌。对于经审核认定达不到标准的饭店,全国星评委应作出不批准其为五星级饭店的批复。一星级到四星级饭店的评定程序,各级星评委应严格按照相应职责和权限,参照五星级饭店评定程序执行。一、二、三星级饭店的评定检查工作应在24小时内完成,四星级饭店的评定检查工作应在36小时内完成。全国星评委保留对一星级到四星级饭店评定结果的否决权。

(6) **星级复核及处理制度** 星级复核是星级评定工作的重要组成部分,其目的是督促已取得星级的饭店持续达标,其组织和责任划分完全依照星级评定的责任分工。星级复核

分为年度复核和三年期满的评定性复核。对复核结果达不到相应标准的星级饭店，相应级别星评委根据情节轻重给予限期整改、取消星级的处理，并公布处理结果。对于取消星级的饭店，应将其星级证书和星级标志牌收回。整改期限原则上不能超过一年。被取消星级的饭店，自取消星级之日起一年后，方可重新申请星级评定。各级星评委对星级饭店作出处理的责任划分依照星级评定的责任分工执行。全国星评委保留对各星级饭店复核结果的最终处理权。

(7) 服务质量总体要求 这是对旅游饭店服务的基本原则和基本要求作出规定。如对宾客礼貌、热情、亲切、友好，一视同仁；密切关注并尽量满足宾客的需求，高效率地完成对客服务；尊重宾客的信仰与风俗习惯，不损害民族尊严；服务过程中表情自然、亲切、热情适度，提倡微笑服务；对宾客提出的问题应予以耐心解释，不推诿和应付；员工业务能力与技能应达到掌握相应的业务知识和技能，并能熟练运用。

(8) 管理要求 这是对旅游饭店的管理制度作出具体要求。如应有员工手册，应有饭店组织机构图和部门组织机构图，应有完善的规章制度、服务标准、管理规范 and 操作程序，应有完善的部门化运作规范，应有服务和专业技术人员岗位工作说明书，应有服务项目、程序与标准说明书，应有可以证明饭店质量管理水平的其他证书或文件。

(9) 安全管理要求 这是对旅游饭店的安全管理作出具体要求。星级饭店应取得消防等方面的安全许可，确保消防设施完好和有效运行；水、电、气、油、压力容器、管线等设施设备应安全有效运行；应严格执行安全管理防控制度，确保安全监控设备的有效运行及人员的责任到位；应注重食品加工流程的卫生管理，保证食品安全；应制定和完善地震、火灾、食品卫生、公共卫生、治安事件、设施设备突发故障等各项突发事件应急预案。

根据 2010 年度全国星级饭店统计公报，2008 年全国共有饭店 13 991 家，客房数 1 709 966 间，床位数 2 981 277 张；其中五星级饭店 595 家，客房数 218 064 间，床位数 330 068 张；四星级饭店 2 219 家，客房数 449 207 间，床位数 751 216 张；三星级饭店 6 268 家，客房数 714 850 间，床位数 1 284 670 张；二星级饭店 4 612 家，客房数 313 871 间，床位数 588 516 张；一星级饭店 297 家，客房数 13 974 间，床位数 26 757 张。2008 年中国星级饭店构成见表 1-1。

表 1-1 2008 年中国星级饭店构成

星级 构成情况	所有星级饭店	一星级	二星级	三星级	四星级	五星级
饭店数量/家	13 991	297	4 612	6 268	2 219	595
饭店比例	100%	2.1%	33%	44.8%	15.9%	4.2%
客房数量/间	1 709 966	13 974	313 871	714 850	449 207	218 064
客房比例	100%	0.8%	18.4%	41.7%	26.3%	12.8%
床位数/张	2 981 277	26 757	588 516	1 284 670	751 216	330 068
床位比例	100%	0.9%	19.7%	43.1%	25.2%	11.1%

资料来源：国家旅游局 2010 年中国星级饭店统计公报。

第三节 饭店业发展历史

一、世界饭店业发展的历史

人类的旅游活动古已有之,为旅游者提供食宿的设施应运而生。相传欧洲最初的食宿设施始于古罗马时期,其发展进程经历了所谓古代客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期等阶段。第二次世界大战以后,随着欧美国家的经济复苏,各地旅游业迅速发展,饭店业进入了现代新型饭店时期,至20世纪60年代,已出现了不少在世界各地拥有数十家甚至上百家企业的大饭店公司,形成了庞大、独立的饭店行业。

1. 客栈时期

千百年以前就出现了客栈和饭店。从埃及古墓的图画中,可以看到将游客安顿在客栈里的情景。最早的饭店在古巴比伦王朝的时候就已经出现。在意大利南部旅游胜地庞贝和黑古拉丁,留存着几千年前的客栈遗迹,使我们对古罗马时期客栈、饭店的面貌有大概的了解,并由此得知,当时的客栈往往是由奴隶或战俘从事经营和劳作的。古代经商者一般都组成商队,他们沿途住在各地的商队客栈里。古罗马和古代中国,沿途都有驿站以供皇家使者往来住宿。中世纪初,贸易很不发达,因而很少有人旅行。如果要旅行,人们或在野外露营,或寄宿贵族城堡,而教堂和寺院也常以低廉价格向旅行者提供膳宿服务。1095年开始的历时二百余年的十字军东征,带来了巨大的社会革命,加强了东西方文化和技术的交流,促进了商业活动的发展。十字军东征间接地恢复了客栈、饭店业。至中世纪后期,随着商业的发展,旅行和贸易兴起,对客栈的需求量大增,沿途有的住户就向旅行者敞开了家门,这就促进了客栈业的迅速发展。

客栈时期是指从11世纪~18世纪之间的时期,其中以15世纪~18世纪较为盛行,并以英国和法国的客栈最为发达,许多客栈所在地成为当地社会、政治与商业活动的中心,有些则演变为后来的大城市。

客栈一般是指位于乡间或路边的、主要供过往客人寄宿的小客店,是现代旅游饭店产生的雏形。早期的客栈,从设施上看,规模小,设备简陋,一般是一幢大房子内设几间房间和床铺,旅客往往挤在一起睡;从服务上看,客栈仅提供过往旅客吃饭和睡觉,并且价格也十分低廉;从经营上看,客栈都是单家独户经营,客人住宿的房舍往往就是家庭住宅的一部分,也无需专门的管理人员和服务人员。

15世纪以后,随着商业和贸易活动的兴旺和发展,人们对客栈的需求增加,对客栈的服务要求也有所提高,于是客栈的规模开始扩大,有的发展到拥有30~40间客房,设施也有所改善,备有专门的厨房、餐厅和酒窖,建有带壁炉的宴会厅和舞厅,客栈的环境条件也有很大改善,有供客人休憩的花园、草坪等,并且开始雇用专门的服务人员和管理人员,成为现代饭店的雏形。到了16世纪晚期,英国已有36000家客栈。

2. 大饭店时期

18世纪末至19世纪末,是饭店业发展史上的大饭店时期。18世纪后半期,随着欧洲

殖民主义的扩张和工业革命的到来，西欧、北美等一些国家相继进入工业化时期，并形成了群众性的消费社会。于是，随着现代工业化发展和经济贸易发展的需要，饭店业发展从客栈时期过渡到了大饭店时期。

18 世纪末，美国的饭店业就有了较快的发展，以 1794 年在美国纽约建成的第一座经过专门设计，由股份公司建立经营的饭店——都市饭店为标志进入了大饭店时期。都市饭店拥有 73 个房间，在当时不啻为一座大宫殿，很快成为仅有 30 万人口的纽约市的社交中心。1829 年伴随着大量的殖民地商业活动，在波士顿落成了一座现代化的大饭店——特莱门饭店，拥有 170 套客房，是当时美国有史以来最大、造价最高的大楼。该饭店设有前厅，负责接待宾客，宾客不再在酒吧柜台上登记入住；饭店不仅有单间客房，而且房门可以加锁，客房里备有脸盆、水罐和香皂，旅客再也不必到饭店后院从水泵里接水洗澡。特莱门饭店就是以此闻名。饭店开设了一个 200 餐位的餐厅，供应法式菜肴，服务人员训练有素，礼貌热情。特莱门饭店开创了现代饭店业的先河，推动了美国乃至欧洲饭店业的蓬勃发展。19 世纪末 20 世纪初，美国饭店业进入高速发展时期，最新的科技发明被广泛应用于饭店业，如电梯、中央供暖、电灯、电话等，出现了一些豪华饭店，其中有些饭店，如纽约的广场饭店，至今仍称得上是美国的一流饭店。这些饭店崇尚豪华、阔气，供应最精美的食物，布置最高档的家具摆设。

在美国饭店业迅速发展的同时，欧洲国家的饭店业也不甘示弱，19 世纪末欧洲各国相继建成了一些豪华的大饭店。如 1874 年在柏林建成的恺撒大饭店，1876 年开业的法兰克福大饭店，1885 年建成的罗浮宫大饭店等，都是一些规模宏大、设施豪华、装饰讲究、服务一流的饭店，而且其中许多饭店成为建筑艺术上的珍品。由于这些饭店都设置了单独的私人房间，配备了各种娱乐厅、餐厅、阅览室，附设了带游廊的花园、喷泉等，从而吸引了许多王室、贵族、官宦和社会名流前往住宿和娱乐。

3. 商业饭店时期

商业饭店时期是指 20 世纪初到 20 世纪 40 年代末约 50 余年的发展时期，是饭店业发展的重要阶段，从各方面奠定了现代饭店业的基础。

20 世纪开始不久，美国出现了当时世界上最大的饭店业主，他就是埃尔斯沃思·弥尔顿·斯塔特勒（1863—1928）。1908 年，他在美国纽约州水牛城建造了第一家由他亲自设计并用自己名字命名的斯塔特勒饭店。斯塔特勒饭店是专为旅行者设计的，其特点是每套客房都有浴室，而且房价只有 1 美元 50 分，这在当时是闻所未闻的。斯塔特勒讲究经营艺术，注重提高服务水平，亲自制定了《斯塔特勒服务手册》，开创了现代饭店的先河。斯塔特勒的饭店的经营思想和方法，如“饭店经营第一是地点，第二是地点，第三还是地点”、“宾客永远正确”、“饭店从根本上说，只销售一样东西，这就是服务”等，至今对饭店业界仍大有启迪。

斯塔特勒创建的饭店被誉为现代商业饭店的里程碑。商业饭店的服务对象主要是公众和商务旅行者，因而其设施与服务一改追求豪华与奢侈的做法，讲求舒适、方便、清洁、安全和适用，并考虑宾客的需求和承受能力，收费合理。20 世纪 20 年代，美国饭店业得到了迅速发展。仅在纽约，就有许多饭店兴建起来。20 世纪 20 年代中期，美国饭店的客房平均出租率高达 86% 左右。