

面向 21 世纪旅游高等教育系列教材

饭店前厅与客房管理

主 编 康 蓉
副主编 郭亚军
编 者 郭亚军 杜建华
邵金萍 康 蓉

西北大学出版社
中国·西安

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店前厅与客房管理/康蓉主编. —西安: 西北大学出版社, 2002.4

面向 21 世纪旅游高等教育系列教材

ISBN 7-5604-1668-3

I. 酒… II. 康… III. 饭店-企业服务-高等学校-教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 009430 号

饭店前厅与客房管理

主编 康蓉 副主编 李亚军

西北大学出版社出版发行

(西北大学校内 邮编 710069 电话 8302590)

新华书店经销 陕西省乾兴印刷厂印刷

850 毫米 × 1168 毫米 1/32 开本 10.875 印张 293 千字

2002 年 4 月第 1 版 2002 年 7 月第 2 次印刷

印数: 2001—4000

ISBN 7-5604-1668-3/F·215 定价: 22.00 元

前 言

饭店是我国旅游业重要的支柱产业，也是最早与国际接轨的产业之一，在我国旅游业的发展过程中发挥着重要的作用。但是，面对加入 WTO 后进一步国际化的要求，面对着日益成熟的消费者更高的要求以及日趋激烈的市场竞争，饭店的经营管理者强烈地意识到科学管理的重要性，意识到只有科学的管理才能生产客人满意的、高质量的饭店产品，才能使饭店在激烈的竞争中取得优势。

对于将要进入饭店行业的学生来说，掌握系统扎实的饭店管理知识以及基本的操作技能是饭店业的基本要求。前厅是饭店的神经中枢，客房是饭店最主要的收入来源，因而前厅和客房的运行管理就成为饭店管理的重要组成部分。因此，我们组织了四位具有扎实理论知识和丰富实践经验的教师编写了此书。

本教材分为两大部分：前厅篇和客房篇。本书围绕前厅和客房运营的基本程序和内容，阐述了客观实用的管理方法。本教材在编写过程中，坚持全面系统、先进实用的原则，既注重阐述有关管理理论，又系统地介绍了对客服务及对员工管理的内容和要求。为了达到理论联系实际，操作性强的目的，本书适当增大图、表和典型案例的比重。

本书主编康蓉，负责大纲的拟定和内容的审阅。副主编郭亚军，负责本书框架结构的设计以及文稿的修订校对。

参加本书编写的人员有：康蓉（第一章、第二章、第三章及总附录）、郭亚军（第四章、第五章、第六章、第七章及附表）、邵金萍（第八章、第九章及附表）、杜建华（第十章、第十一章、第十二章）。

在本书的编写过程中，我们参阅了国内外同行的教材或研究成果，引用了一些图表、数据，在此一并表示诚挚的感谢。

由于我们水平有限，编写时间仓促，书中难免有不妥或疏漏之处，诚望同行、专家和读者批评指正。

编 者

2002 年 3 月于西北大学

目 录

前厅篇

第一章 饭店前厅管理概述	(3)
第一节 饭店业在旅游业中的地位与作用	(3)
第二节 饭店业的发展历史	(4)
第三节 我国饭店业的发展与现状	(8)
第四节 前厅在饭店中的地位和作用	(12)
第五节 前厅的组织机构及其职责	(14)
第六节 前厅的岗位责任制和工作细则规范	(19)
第二章 饭店前厅服务接待流程管理	(29)
第一节 前厅的职责范围	(29)
第二节 前厅服务接待流程管理	(30)
第三节 前厅的服务质量及其标准	(35)
第三章 前厅预订业务管理	(48)
第一节 预订部的岗位职责	(50)
第二节 预订方式	(51)
第三节 预订程序	(53)
第四节 团队预订	(60)
第五节 减少空房现象的程序和方法	(64)
第四章 房价管理与客房经营统计分析	(75)
第一节 房价管理的原则	(75)
第二节 制定房价的影响因素与方法	(77)
第三节 房价的实施与管理	(81)

第四节 客房经营主要指标分析	(88)
第五章 前厅收银工作管理	(95)
第一节 前厅收银工作概述	(95)
第二节 收银工作的基本环节	(99)
第三节 收入审计与数据统计报告	(105)
第六章 前厅部员工的管理	(111)
第一节 招待服务与饭店经营的关系	(111)
第二节 前厅服务人员应具备的素质	(112)
第三节 对客关系	(114)
第四节 前厅部员工的培训和工作评估	(121)
第七章 前厅部的沟通与协调	(127)
第一节 沟通协调的基本原理	(127)
第二节 前厅部内部的沟通协调	(129)
第三节 前厅部与各部门的沟通协调	(131)
第四节 客人投诉处理	(137)
附表 前厅部的管理表格	(148)

客房篇

第八章 饭店客房管理概述	(185)
第一节 客房部的地位作用及主要任务	(185)
第二节 客房部的组织机构	(187)
第三节 客房部与其他部门之间的关系及客房管理 的基本目标	(194)
第九章 清洁保养工作业务流程及管理	(200)
第一节 客房的清洁整理业务流程与管理	(200)
第二节 公共区域清洁保养业务流程与管理	(230)
第十章 客房服务与安全管理	(239)
第一节 客房服务管理	(239)
第二节 客房安全管理	(247)

第十一章	客房部设备用品管理	(261)
第一节	客房设备管理	(261)
第二节	客房用品管理	(266)
第三节	客房布件管理	(272)
第十二章	客房劳动管理	(281)
第一节	客房劳动管理概述	(281)
第二节	客房劳动组织	(283)
第三节	客房部员工的选用与培训	(289)
第四节	客房员工考评与员工激励	(294)
附表	客房部的管理表格	(304)
总附录 1	星级酒店客房用品的质量与配备要求	(316)
总附录 2	酒店各部门、岗位名称英汉对照	(335)
参考文献		(339)

前厅篇

前厅部负责饭店产品的销售，组织、协调饭店各部门的对客服务工作，并提供多种直接服务，所以说前厅部是饭店的“神经中枢”，是联系宾客的“桥梁和纽带”，是饭店经营管理的“橱窗”。前厅部的管理体系、工作程序和员工素质，无不对饭店的形象和声誉产生重大影响。本篇将着重论述前厅部管理的基本内容和基本方法。

第一章 饭店前厅管理概述

第一节 饭店业在旅游业中的地位与作用

饭店业是旅游业的重要组成部分，它与旅游资源、旅游交通、旅行社、旅游客源以及旅游业的从业员工共同构成了现代旅游业的六个基本系统。它不仅满足旅游者住宿的需求，而且现代饭店已经成为提供住宿、餐饮、交通、娱乐、健身、公务、商务、购物等多种服务的场所。

在现代旅游业中，饭店业所起的重要作用突出地表现在以下几个方面：

一、饭店业是旅游业发展的物质基础

按照世界旅游组织对旅游的定义，旅游一般指的是为了消遣的目的而外出旅行，旅客在某国家的逗留时间至少超过 24 小时。旅游者到另外一个地方去旅游，除了出于探亲访友的旅游目的，在绝大多数情况下要下榻在饭店中，他们最关心的是旅途中住宿、饮食、安全等问题，因此饭店成为旅游活动得以持续进行下去的物质保证。一个国家或地区如果缺乏符合旅游发展阶段的饭店，那么就会影响旅游业的拓展，也会使旅游资源失去吸引力。

二、饭店业可以为社会创造更多的就业机会

由于饭店业是劳动密集型的综合服务行业，饭店的员工许多采用手工操作为旅游者提供直接服务和间接服务。相对而言，它比国民经济其他行业 and 部门能够提供更多的就业机会。据统计，在国外

的饭店业中,饭店每增加一间客房,就可以直接为1.2~1.5个人提供就业机会,并创造2.5~4个其他的就业机会。

三、饭店业能够增加外汇收入,回笼货币,为经济建设积累资金

一般而言,增加外汇收入有两种途径:一是通过对外贸易,出口商品;另一种途径是通过非贸易途径增加外汇收入,这包括劳务输出、入境旅游等等。饭店就是增加外汇收入的重要途径,通过接待海外旅游者,向他们提供综合性服务,就可以增加外汇收入。通过接待国内旅游者,饭店也可以有效地回笼货币,从而为经济建设积累资金。

四、饭店业可以扩大国际间的合作,增进友谊,发展经济、技术和文化交流,促进生产力的提高

饭店业在吸引更多的国际旅游者,为旅游业的可持续发展等方面起着非常重要的作用。饭店业的服务人员通过自身的服务,给国际旅游者留下良好的印象,这将为增进友谊、扩大国际间的合作起到积极的影响。

第二节 饭店业的发展历史

饭店业是伴随着旅游活动的产生而产生的。一般认为,欧洲的饭店业经历了古代客栈、大饭店、商业饭店等阶段。而欧美各国的饭店在第二次世界大战之后就进入了现代新型饭店时期,20世纪60年代,在世界各地已经出现了拥有几十家甚至上百家饭店的饭店集团,从而形成庞大的饭店业。

一、古代客栈

在1000年以前,古代客栈就出现了,这些古代客栈满足着人

们的基本需求,成为最早的饭店。根据考古学家对意大利南部旅游胜地庞贝和黑古拉宁留存的客栈遗迹进行的研究,人们了解到当时的客栈一般是由奴隶和战俘从事经营。在古罗马和古代中国,沿着大路还有驿站供来往使者住宿。

在欧洲中世纪的后期,随着商业的发展,进行贸易的商人对客栈需求量大大增加。当时旅游者往往成群结队地行动,晚间他们除了需要食物和歇脚的地方之外,真正需要的是安全的场所。因此,沿途有的住户就向旅游者提供此类服务,这就使得客栈得到了迅速的发展。早期英国的客栈是人们聚会、互相交往、交流信息的地方,客栈内提供基本的住宿、膳食服务。到了15世纪,有的客栈已经拥有20~30间客房,比较好的客栈还有酒窖、食品室、厨房以及供店主和管马人用的房间。有的还有草坪、制酒作坊以及带有壁炉的宴会厅和舞厅等。

二、大饭店

在1775年至1875年这一时期内,西北欧、日本和北美都成为工业国家,其饭店业在19世纪后期开始进入大饭店时期。这时出现的大饭店是专门为富有者和特权阶层服务的,饭店设备豪华、价格昂贵,提供的特殊服务使贵族和上流阶层能够炫耀其高贵身份。在大饭店时期,饭店管理职能已经初步形成,饭店经营者已经认识到必须懂得宾客心理,满足宾客的需求,才能使企业获得成功。里兹饭店是该时期饭店业成功经营的代表。

三、商业饭店

在20世纪初期,商业饭店出现了。商业饭店服务的宾客不再是富人,而是经商的旅游者。商业饭店时期,饭店的客房及公共设施比较齐全,服务项目多样,饭店以满足商业旅游者和旅游团队的各种需求为宗旨。

由于商业饭店服务的对象有所改变,因此饭店业在管理和服务

方法上也有了很大的改变,饭店管理从经验管理逐步向科学管理过渡,而饭店管理的基本知识已经形成。该时期饭店业成功经营的代表是号称“饭店大王”和“饭店之父”的斯特莱和希尔顿,他们继承了里兹的“宾客至上、服务第一”的思想,从服务设施、价格等方面为宾客着想,他们使得饭店业走向国际化。

四、现代新型饭店

20 世纪 50 年代,饭店业进入了现代新型饭店时期。饭店业所接待的不仅仅是商务旅游者,其接待对象更加大众化,饭店业的主要客源市场转向观光旅游者。由于接待对象的变化,饭店业的经营也具有了多功能的特点。除了基本的住宿、饮食功能以外,饭店还为旅游者提供诸如货币兑换、洗衣、健身、交通、保安等众多服务项目。而且这个时期的饭店开始向多样化发展,出现了不同类型的饭店,例如专为会展旅游服务的会议饭店、常驻型饭店、度假型饭店以及汽车旅馆等等。这一时期的另一个显著特征是饭店业走上了联营化的道路。世界上的大饭店几乎全部被一些饭店集团所控制,而这些饭店集团日益发展成为世界的知名品牌。表 1-1 展示了世界上前 50 位饭店集团,表中的排位是以 2000 年这些饭店的客房数为基础的。

表 1-1 世界前 50 位酒店集团 (2000 年排行)

Rank 排名	Company 公司	Rooms 客房数	Hotels 饭店数
1	Cendant Corp., USA 美国圣达特	541, 313	6, 455
2	Bass Hotels & Resorts, England 英格兰巴斯	490, 531	3, 096
3	Marriott International, USA 美国马里奥特国际	390, 469	2, 099
4	Accor, France 法国雅高	389, 437	3, 488
5	Choice Hotels International, USA 美国精品国际	350, 351	4, 392
6	Hilton Hotels Corp., USA 美国希尔顿	317, 823	1, 895

续表 1-1

Rank 排名	Company 公司	Rooms 客房数	Hotels 饭店数
7	Best Western International, USA 美国最佳西方国际	307, 737	4, 065
8	Starwood Hotels & Resorts Worldwide, USA 美国喜达屋	227, 042	738
9	Carlson Hospitality Worldwide, USA 美国卡尔逊	129, 234	716
10	Hyatt Hotels/Hyatt International, USA 美国凯悦	86, 711	201
11	SolMelia S. A, Spain 西班牙	82, 656	338
12	Hilton International, England 英格兰希尔顿国际	64, 647	223
13	Wyndham International, USA 美国怀顿海姆国际	64, 656	338
14	Compass Group (Forte), England 英格兰指南针集团	59, 928	453
15	Societe du Louvre, France 法国	53, 083	868
16	FelCor Lodging Trust, USA 美国	50, 000	186
17	JUL Grop, Germany 德国	49, 801	204
18	MeriStar Hotels & Resorts, USA 美国	48, 767	225
19	Extended Stay America, USA 美国	41, 586	392
20	US Franchise Systems, USA 美国特许经营系统	41, 177	505
21	La Quinta Inns, USA 美国	39, 015	300
22	Club Mediterranee SA, France 法国地中海俱乐部	36, 350	120
23	Westmont Hospitality Group, USA 美国	34, 500	294
24	Interstate Hotels Corp., USA 美国	31, 167	160
25	Prime Hospitality Corp., USA 美国	30, 750	239
26	Hospitality Properties Trust, USA 美国	30, 750	239
27	Canadian Pacific Hotels & Resorts, Canada 加拿大太平洋	30, 100	71
28	Park Place Entertainment, USA 美国	28, 587	23
29	Mandalay Resort Group, USA 美国	27, 118	16
30	Scandic Hotels AB, Sweden 瑞士	26, 459	154
31	Prince Hotels, Japan 日本东京王子饭店	24, 674	71
32	Whitbread Hotel Company, England 英格兰	24, 591	333

续表 1-1

Rank 排名	Company 公司	Rooms 客房数	Hotels 饭店数
33	Tokyu Hotel Group, Japan 日本	24, 451	115
34	Millennium & Copthorne Hotels plc, England 英格兰	24, 300	89
35	Friendly Hotels plc, England 英格兰	23, 656	338
36	Barcelo Hotels & Resorts, Spain 西班牙	22, 872	101
37	MGM Mirage, USA 美国	22, 715	13
38	Tharaldson Enterprises, USA 美国	22, 646	330
39	NH Hotels SA, USA 西班牙	22, 468	168
40	Walt Disney Company, USA 美国	22, 434	20
41	Airtours Hotel Group, England 英格兰	22, 011	93
42	Lodgian, USA 美国	21, 440	114
43	Marcus Hotels & Resorts, USA 美国	21, 301	194
44	Suburban Lodges of America, USA 美国	20, 978	184
45	Fujita Kanko, Japan 日本	19, 860	83
46	Shangri-La Hotels & Resorts, Hong Kong, China 中国香港香格里拉	19, 202	37
47	Occidental Hotels, Spain 西班牙西方饭店	18, 113	82
48	Homestead Studio, USA 美国	18, 016	135
49	Nikko Hotels International, Japan 日本	16, 820	51
50	Royal Host Hotels & Resorts, Canada 加拿大	16, 763	203

说明：本表资料来自国际饭店与餐馆业协会。

第三节 我国饭店业的发展与现状

旅游业是为国内旅游者和国际旅游者提供与旅游相关服务的一系列行业，属于无形贸易出口业。由于旅游业对经济文化发展和社会进步方面发挥着非常重要的作用，因此成为许多国家重点发展的产业之一。在我国，已经有很多省、市、自治区都把旅游业定为支柱产业、重点产业等等，这就使饭店业获得了空前的发展。

一、我国饭店的发展历史

自古以来,中国的旅游活动就比较盛行。从西周开始,就出现了“逆旅”,春秋战国时期有“诸侯馆”、“传舍”,唐代出现了“驿馆”,明代商业的发达带动了“客店”的发展,这些“逆旅”、“诸侯馆”、“传舍”、“驿馆”、“客店”都拥有早期饭店的一些重要职能。19世纪末至20世纪初在我国已建起了一些带有殖民色彩的饭店。

中国饭店业在新中国建立之后,特别是十一届三中全会之后得到了快速的发展。新中国的饭店业发展历史大致有三个阶段:

1. 事业型的招待所

实行改革开放政策之前,除了少数由商业部门建设管理的旅馆、饭店之外,各地方、部门建立了一批招待所,这些招待所是从事接待工作的事业单位,不要求自负盈亏、独立核算,因而属于事业型的招待所。

2. 管理型的宾馆

实行改革政策初期,国家要求饭店、楼堂馆所加强管理,使行政事业型的宾馆、招待所向企业型转化。这个阶段,宾馆开始具有企业的性质,最重要的表现在于它不再仅仅接待本部门或本系统的人员,已经开始对外开放接待社会旅客。饭店一般都对设备、设施进行技术更新改造,服务范围逐步扩大。但是这一时期的饭店基本上还未将所有权与经营权分离,其经营管理仍处于各部门、单位的行政管辖之下。

3. 相对独立经营的饭店

近年来,随着国有企业改革步伐的加快,我国逐步在饭店业实行所有权和经营权分离,在法律允许的范围内独立决策和经营管理。饭店的总经理拥有经营自主权、人事任免权,根据顾客的需求调整饭店的营销策略。这一时期涌现出一大批合资饭店,饭店的所有制成分更加多样化。饭店在新的形势下提高经营管理水平,向国

际化、标准化及规范化迈出了坚实的步伐。

二、我国饭店业的现状

1. 我国旅游住宿设施基本情况

截止到 1999 年末,我国旅游住宿设施(以下简称“住宿设施”)单位共有 25.08 万户,其中:涉外饭店 0.7 万户,社会旅馆 7.99 万户,个体旅馆 16.39 万户;共有客房总数 581.76 万间,其中:涉外饭店 88.94 万间,社会旅馆 345.86 万间,个体旅馆 146.96 万间;床位总数 1295.18 万张,其中:涉外饭店 176.98 万张,社会旅馆 781.54 万张,个体旅馆 336.65 万张;年接待住宿旅客人数 11.39 亿人次,其中:涉外饭店接待 1.54 亿人次,社会旅馆接待 8.41 亿人次,个体旅馆接待 1.44 亿人次;年末从业人员 477.71 万人,其中:涉外饭店 121.60 万人,社会旅馆 311.42 万人,个体旅馆 44.69 万人。表 1-2 所示为 1999 年我国各省、市、自治区饭店(旅游住宿设施单位)的数量。

1999 年全年,全国住宿设施共实现营业收入 1901 亿元。其中,涉外饭店实现营业收入 846 亿元,占总数的 44.5%;社会旅馆 968 亿元,占 50.92%;个体旅馆 87 亿元,占 4.58%。

1999 年全年,全国住宿设施共上缴营业税金 104 亿元。其中,涉外饭店上缴营业税金 43 亿元,占总数的 41.35%;社会旅馆 54 亿元,占 51.92%,个体旅馆 6.8 亿元,占 6.54%。

1999 年,全国住宿设施的全员劳动生产率为 3.98 万元/人。其中,涉外饭店全员劳动生产率为 6.96 万元/人;社会旅馆 3.11 万元/人;个体旅馆 1.96 万元/人。

2. 我国各地饭店住宿设施基本情况

(1) 按拥有住宿设施单位多少排列,位居全国前十位的地区分别是:河北 1.88 万户、安徽 1.67 万户、江苏 1.59 万户、四川 1.53 万户、山东 1.44 万户、浙江 1.43 万户、湖南 1.36 万户、河