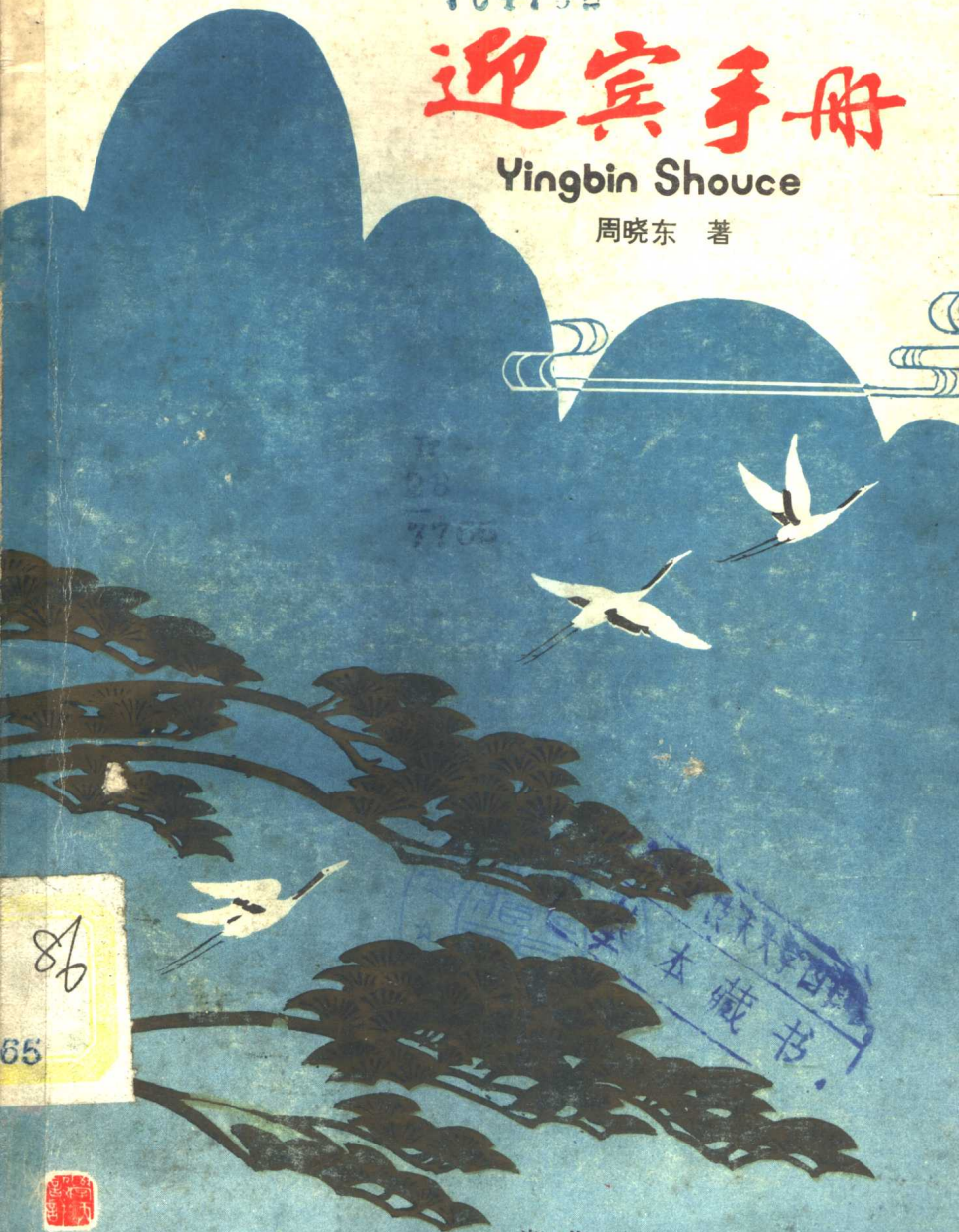


764752

迎宾手册

Yingbin Shouce

周晓东 著



湖北科学技术出版社

迎宾手册

周 晓 东 编 著

湖北科学技术出版社

迎 宾 手 册

周晓东编著

湖北科学技术出版社出版发行

*

武汉市国营荷包湖印刷厂印刷

787×1092毫米32开本 6.5印张 4插页 134,000字

1985年8月第1版 1985年8月第1次印刷

印数：1-50,000

统一书号：17304.96. 定价：1.80元

目 录

序

第一章 饭店的经营管理	(1)
第一节 饭店的历史、现状和未来	(1)
第二节 管理与人	(5)
第三节 饭店经营之道	(7)
第四节 服务人员的培养与训练	(11)
第二章 涉外服务礼节礼貌规范	(14)
第一节 仪表	(14)
第二节 言谈	(15)
第三节 举止	(17)
第四节 姿态	(18)
第五节 礼仪	(18)
第六节 称呼	(19)
第七节 风俗	(20)
第三章 总服务台服务	(22)
第一节 总服务台值台服务	(22)
第二节 门卫服务	(29)
第三节 接待服务	(31)
第四节 电梯服务	(35)
第五节 电话总机服务	(36)

第四章 客房服务	(38)
第一节 客房的类别和服务设施的配置	(38)
第二节 宾客来到前的准备工作	(40)
第三节 宾客抵达时的迎接	(41)
第四节 宾客住宿期间的日常服务	(43)
第五节 客房的清扫整理	(46)
第六节 床的铺法和整理	(48)
第七节 宾客离开客房前后的服务	(49)
第八节 客房服务中应注意的事项	(50)
第五章 餐厅服务	(51)
第一节 营业前的准备工作	(51)
第二节 迎送宾客和引领入座	(52)
第三节 几种就餐形式的基本服务	(53)
第四节 值台工作和点菜服务	(54)
第五节 走菜的工作与服务	(56)
第六节 咖啡厅服务	(57)
第七节 餐厅服务注意事项	(58)
第六章 宴请服务	(60)
第一节 宴请的形式及其类别	(60)
第二节 承接活动和现场布置	(62)
第三节 中餐宴会服务	(65)
第四节 西餐宴会服务	(72)
第五节 冷餐酒会服务	(76)
第六节 鸡尾酒会服务	(78)
第七节 茶话会服务	(80)
第七章 各种会的服务	(82)

第一节	会见服务	(82)
第二节	会谈服务	(84)
第三节	签字仪式服务	(86)
第四节	文艺晚会服务	(88)
第五节	国际会议服务	(90)
第八章	旅游服务	(95)
第一节	旅游的作用与旅游业的地位	(95)
第二节	旅游活动的安排	(96)
第三节	导游服务	(98)
第九章	服务技能与操作规范	(101)
第一节	端托盘	(101)
第二节	端茶倒水	(103)
第三节	斟酒让酒	(105)
第四节	上菜让菜	(106)
第五节	递上毛巾	(109)
第六节	厅室与房间布置	(111)
第七节	口布折花	(113)
第八节	花卉的装点	(115)
第十章	说酒	(118)
第一节	中国酒的历史	(118)
第二节	酒的分类	(120)
第三节	中国主要名酒简介	(122)
第四节	洋酒知识及其服务方法	(125)
第五节	饮酒的利弊	(132)
第十一章	谈食	(134)
第一节	食在中国	(134)

第二节	中国的八大菜系及其名菜·····	(136)
第三节	素菜·····	(140)
第四节	中国名菜三品及其服务·····	(141)
第五节	菜单的开列和菜点上席安排·····	(145)
第十二章	世界各地的饮食习惯和口味特点·····	(149)
第一节	好吃不如爱吃·····	(149)
第二节	亚洲各国的饮食习惯·····	(150)
第三节	西亚与非洲各国的饮食习惯·····	(152)
第四节	南北美洲各国的饮食习惯·····	(153)
第五节	西欧各国的饮食习惯·····	(154)
第六节	东欧各国的饮食习惯·····	(156)
第十三章	话茶·····	(158)
第一节	茶的历史·····	(158)
第二节	茶的品种·····	(160)
第三节	泡茶的方法·····	(162)
第四节	饮茶的习惯、方式和方法·····	(163)
第五节	饮茶的益处·····	(164)
第六节	茶叶的保藏·····	(166)
第十四章	家具、器皿和设备的使用及其保养·····	(167)
第一节	木制家具的使用与保养·····	(167)
第二节	纺织品的使用与保养·····	(168)
第三节	地毯的使用与保养·····	(170)
第四节	玻璃器、瓷器及银器的使用与保养·····	(171)
第五节	工艺品及其绘画的保管·····	(173)
第六节	沙发、软椅的使用及其保养·····	(174)

第十五章 清洁卫生管理.....	(176)
第一节 清洁卫生工作的意义与安排.....	(176)
第二节 擦窗玻璃.....	(177)
第三节 地板打腊.....	(179)
第四节 吸尘器的使用.....	(181)
第十六章 外事接待工作常识.....	(183)
第一节 外事接待工作的基本原则.....	(183)
第二节 迎送接待工作.....	(184)
第三节 外事(交际)活动的组织与安排.....	(186)
附：迎宾服务标准用语(英汉对照).....	(190)

第一章 饭店的经营管理

古往今来，各行各业都有一个管理问题。在现代，管理则作为一门科学而受到普遍地重视。搞现代化离不开两个条件：一个是技术设备的现代化，一个是经营管理的科学化，而后一个条件比前一个条件更为重要。技术设备落后可以通过科学管理来补救，而管理水平的低下则无法用技术设备来弥补。

管理，对于饭店来说就显得更为重要。饭店的工作，主要的、经常的、大量的的是管理：人员管理，经营管理，设施管理等。总而言之，管理是饭店工作的主题。没有第一流的管理，便不可能成为第一流的饭店。

第一节 饭店的历史、现状和未来

要搞好饭店的管理，不能不去了解它的历史，研究它的现状和预测它的未来。

我国饭店（旅馆）的历史踪迹，可以追寻到上古时期的商代。当时的旅馆称为“驿传”，主要是王公贵族出行时，为其事先派出的向都邑报信的差使在路途中投宿而设立的。到了春秋战国时期，旅馆业已有了较大的发展，那时的旅馆称之为“邸店”、“递店”或“客栈”，“邸·国舍也”

（《说文解字》）。“诸侯王诸郡朝宿之馆在京师者，谓之邸”（《汉书·文帝纪注》）。可见，当时的旅馆主要是由国家设立的。专供诸侯来京朝见君主时住宿的。至唐宋时期，随着经济的繁荣，商业的发达，旅馆又有了进一步的发展，不仅有官办的，而且出现了一大批民办的旅店，接待过往的客商、走亲访友的过客和游历山川的骚人墨客。旅馆的服务也不仅仅是住宿，而且为宿客提供饮食，服务设施也日趋完备：“冬有温庐，夏有阴凉，刍秣成行，器用取给”。宋苏东坡曾对当时的旅馆服务的周到形容为“四方之至者如归其家。”而今天的一些饭店往往提出“宾至如归”的服务口号，可见，此乃是旅馆一向所追求的尽善尽美的服务目标。

我国近代大的旅馆、饭店多为十九世纪末，二十世纪初时，由外商开设的。如上海的查礼饭店（今浦江饭店），汇中饭店（今和平饭店）；北京的北京饭店（今北京饭店的中楼部分），六国饭店等。在旧中国，这些饭店都不过是阔人们寻欢作乐的场所和权贵们进行政治交易的场所。解放后，这些饭店经过整顿、改造，成为接待中外宾客的重点饭店。

饭店成为世界性的旅游业的一部分，始于十九世纪四十年代。当时，英国人汤姆士·科克组织了世界上第一个旅游团进行长途旅行。而饭店逐步发展到以接待旅游者为主，则是本世纪四十年代的事。

近年来，我国旅游事业有了较大的发展，旅游设施建设的进展也较快，先后新建成或扩建了一批现代化的大、中型饭店。如北京的建国饭店、燕京饭店、香山饭店；上海的海滨宾馆；南京的金陵饭店；广州的白天鹅饭店等二十多个。

目前，我国有旅游饭店三百二十多家，五万二千多间客房，十二万三千多张床位。八三年共接待外国旅游者和港澳台同胞七百余万人次，外汇收入近20亿元。但这些数字在世界旅游业中所占的比重是很小的。旅客人数仅占世界旅客总数的3.31%，外汇收入仅占世界旅游总收入的0.94%。这同我国拥有丰富的旅游资源和我国在世界所处的地位极不相称。造成这种局面的主要原因是：我们在旅游接待工作的各方面能力都还比较差，尤其是饭店的管理水平、服务质量和设施都还跟不上去，亟待改进和开拓。

近三十年来，世界旅游业持续发展，兴旺不衰，旅游饭店星罗棋布，仅英国就有各类旅馆、饭店一万多家，而伦敦一地就有七百多家。世界旅游的人数从五十年代的二千五百万人增至八十年代的二亿八千五百万人；同时期内，旅游消费从二十一亿美元增至九百二十五亿美元，增长了四十三倍。欧美为世界目前旅游业最发达的地区，每年接待的人数和旅游收入约占世界旅游总人数和总收入的90%。其中，西班牙接待的旅游人数约四千万，已超过本国人口，居世界第一位。美国一年的旅游总收入逾过一百亿美元，为世界各国旅游收入之冠。亚非一些国家急起直追，成绩斐然。如突尼斯，六十年代每年接待旅游者不足六万人次，八十年代初已增至一百八十余万人次，增长了三十倍。

罗马尼亚对旅游业十分重视，以至达到了全力以赴，不遗余力的程度。旅游旺季，为了解决外国旅游者的住房问题，甚至不惜腾出中央机关和政府机关的办公楼，临时改作客房。在安排住宿时，采取了先外国人，后本国人；在外国人中优先安排旅游外宾，后安排邀请外宾的原则。他们说：

“饭店是生产外汇的工厂”，为争取更多的外汇，就应该这样安排。

旅游将日益成为人们生活的必需，世界旅游业将出现一个大发展的局面。据世界旅游组织估计，在今后二十年内，世界将接待三十亿游客，因此，作为旅游的主要接待部门的饭店，也将随之会有一个大发展。

未来的饭店将朝着什么方向发展？从现在初步暴露的趋势来看，将向着中小型、中低档，适应一般游客消费水平的、以低廉价格为主的、面向大众的方向发展。目前已经有国家，着手办起了一批各式各样的、中小型的、价格低廉的饭店、旅馆。如简易的公寓旅馆，一、二间小巧的客房，一个小厨房，再配上简单的炊具和煤气、冰箱等，供夫妇旅游或小家庭旅游居住，既便利，又便宜。又如露天旅馆：在空旷地围起一道院墙，配上商店，照明设备，洗衣洗菜处等，供自带汽车和帐篷（或出租帐篷）的旅游者席地搭蓬而居，收费仅为一般旅馆的十分之一。地价昂贵的日本建起了仅长2.25米，宽1米，高1.2米的，价格极其便宜的盒式旅馆。尽管其面积很小，但电灯，电话，电视机，洗澡间和厕所（在盒子的上侧）一应俱全，而且客源总是爆满。此外，还出现了为减少劳动力开支或方便残废人旅游居住的全自动化的旅馆；方便旅游的汽车旅馆等。

中国，人杰地灵，山川秀丽，发展旅游事业的前景十分广阔。世界旅游组织秘书长曾说：“中国可成为第一流的旅游地。”最近，中央作出了要开创旅游工作的新局面的指示，和到二〇〇〇年要使我国成为旅游业发达的国家之一的总目标，并计划在旅游热点城市兴建一批以中低档为主的旅游饭

店。可以预期，在不久的将来，一批具有中国特色、地方特色和各具特色的旅游饭店将应运而生，大展宏图。

第二节 管 理 与 人

管理之首，首贵得人。优良的管理出自优秀的管理人才。一个饭店的发展，经营的好坏，服务质量的高低，在很大程度上取决于管理人员的素质。

一般地说，作为一个合格的管理人员所需要具备的品格和素质应该是：

其一，在品德上堪称楷模，使人信任，为人佩服；待人处事有思想性，能够设身处地的考虑问题和处理问题；能够团结人，善于用人，充分调动各方面的积极性。

其二，有组织领导能力。管理是一种组织活动。对工作怎样合理安排，人员如何恰当调配，财物如何充分利用，要心中有数，要善于作周密的计划，巧妙的运筹，做到：有条理，出成果，见效率。

其三，要有改革、开拓、创新精神。守摊子的管理人员算不上好的管理人员。这样的管理人员几乎人人都能出任。当今，我们生活在一个迅速变化的时代，作为一个管理人员必须要有应变的能力，要以改革、开拓、创造的精神去打开新局面，开辟新天地。如果一个管理人员只按老一套，老办法去办事，而不能再学习新事物，也提不出新见解，新办法，那么，即使是在形式上没有被更换，但实际上他已成为事业的落伍者。

以上所述，为一般管理人员所应具备的品格和素质（当

然也包括饭店管理人员)。而具体到饭店管理人员来说同时应该是:

一、要内行或努力成为内行。世界著名的,以培养饭店经理人员为主的瑞士洛桑旅馆学校就提出:“经理必须会端盘子。”就是说作为一个饭店的管理人员要有实际经验,要对饭店各个部门的业务有一个全面的了解,而不是只有一般知识的人;应该是在各个服务岗位都干过:门口的接待员、餐厅的招待员,客房的服务员等。即使是不能门门亲历,但也要有所熟悉和了解,否则是很难实行切实有效的领导的。所谓领导若只是实行原则的领导,起码在饭店行业来说是不大行得通的,大抵还是实行具体的领导,内行对内行的领导,工作才会更有成效。如果饭店领导人员本身对接客送客、端茶倒水,做菜开餐、收费算帐这一套服务规程茫茫然,那怎么能去鉴别和指导服务员的工作呢?又怎么能谈得上总结和提呢?

“饭店的负责人也是服务员。客人这样看,自己也应该这样想。客人多的时候,或者有重要客人的时候,饭店负责人亲临前台进行指挥,接待客人,只要需要,他就应该同普通服务员一样,端茶送饭”(瑞士洛桑旅馆学校负责人语)。这种认识和做法对于造就合格的、内行的饭店管理人员是有效的、可取的。

二、要注重饭店管理人员理论方面的学习,参加一定的正规训练,善于获取信息,开发智力,使之成为管理方面的人材,经营方面的“秀才”。各行各业,饭店也不例外,单凭经验去进行管理是远远不够的,还必须进行理论方面的学习,参加一定的正规训练,否则要想在管理方面有重大突破

和新的起色是很难的，极其有限的。中央办公厅、国务院办公厅，在转发国家旅游局关于开创旅游工作新局面几个问题的报告的通知中就明确指出，要对现有旅游企业和新建旅游企业的人员组织专业培训，实行考核录用。这是具有战略眼光、发展眼光的措施。国家旅游总局副局长袁超俊同志对此深有感概，他说：“现在饭店的经理，多半是丢下枪杆子就管饭店，没上过大学或受过训练，靠工作中摸索。不精通现代饭店的管理业务，怎么能管好呢？”其实，国外很早就注意到这方面的问题，开办了专门培养饭店高级管理人员的学校。学制二至四年，课程包括基础课、旅馆经营课、旅游业务课、外语课、领导与管理课等，一门课程不及格就毕不了业，毕业后还要试用一段时间，合格者才能当经理。

旅游业是国际性的行业，有很强的竞争性。目前国际旅游业的竞争有增无已。因此作为一个饭店的管理人员不能坐井观天，只是在自己管理范围内打转，而要加强对外市场的调查，掌握情报信息，了解国际旅游业的服务水平，一般收费价格、国际客流量、各类旅客的经济收入，心理、兴趣和爱好等。这样才能抓住良机，取得主动，使饭店各方面的工作日新月异，使客源在淡季不淡，旺季更旺。

第三节 饭店经营之道

饭店经营管理如何，直接关系到饭店的经济收入的多寡。会经营、善算计、巧安排，收益就大，盈利就多，反之则盈利平平，以至亏损。在这个意义上说，经营里面出金钱。

一、服务质量——饭店的生命

工厂里生产的产品质量不佳，出了次品，尚可按处理品减价出售；而饭店的服务质量低劣，则会无人上门，一无所获，以至危及整个饭店的生命。

饭店的商品，除了客房、菜点、纪念品等之外，还有服务这个无形的，但对宾客来说又确是非常有用，非常起作用的商品。对于宾客来说，住宿也好，购物也好，无不是循着：“同等质量比价格，同等价格比质量，同质同价比服务”，这样一种模式来行事的。因此说，提高服务质量要比改善服务设施更为重要。外国人批评我们有些饭店是：“优等设备，劣等服务”，“第一流的饭店，第三流的服务质量”。这样的批评难道不值得我们深思吗？

什么是饭店的服务质量？它包括哪些内容？概括起来说无非是：在服务态度方面——富有服务精神，服务热情、主动、周到、有礼貌；在服务技能方面——娴熟、精细、准确、利落、高效、恰到好处；在管理方面——井井有条、清洁卫生。在这些方面国外和香港的一些饭店的经理就很注意，显得很会做生意。他们同老顾客应酬，向新顾客问候，酒席间不时来劝酒，宾客离开时笑脸相送。经理尚且如此，一般服务员更是始终笑容满面，服务十分周到。例如在宴会上服务，无论是倒酒上菜，或是撤盘换杯，既无滴酒现象，更无碰击之声。服务非常适时，恰到好处。宾客举酒干杯，立刻就会在不知不觉中被重新斟满；若是刚刚掐灭一支烟蒂，当即又换上一个干净的烟灰缸；每用完一道菜，就更换一套碗碟，递一次毛巾，一餐饭下来要递十几道毛巾。

以服务质量去争取宾客，以工作效率来降低成本；使宾客高高兴兴地来，高高兴兴地走，高高兴兴地再来，而且带

更多的人来。这就是提高服务质量的魅力，也是饭店盈利之根本。

二、增加服务项目——生财的源泉

饭店如果仅仅只是为宾客提供食宿方面的服务是远远不够的，凡有条件(没有条件也要努力创造条件)，要向多种经营、综合服务的发展方向发展，为宾客提供更多的既方便又有吸引力的服务和游览项目。这样不仅能满足宾客的广泛需要，而且也会大大增加饭店的财源。有些游客特意带来很多钱，想住得舒服，大饱口福，游个痛快、买个充足，但有钱却没有地方花，只得又带回去，这不是太可惜了吗？

饭店完全应该，而且也可以搞成吃、住、游、娱乐、交通、购物一条龙的综合体。在吃的方面，既有中餐，又有西餐，还可以搞些地方风味菜，以适应不同国家来宾的口味；在住的方面，豪华的、经济的，以至简易的房间兼备，以适应不同经济收入的宾客的要求；在游玩方面，骑马、划船、垂钓、滑雪、温泉、疗养、登山等都可以因地制宜作出安排，以满足不同宾客的兴趣；在娱乐方面，游艺厅、康乐室、音乐茶座，以至出租古装、民族服装照像留念等均可视条件而设置；在交通方面，组织起饭店自己的车队，且备上各种车辆，外出游玩，会亲访友，随叫随到，以方便宾客的行程；在购物方面，纪念品、日用品、礼品、土特产等各种商品一应俱全，使宾客满载而归。

在这方面，外国的一些饭店是很动脑筋的。例如，保加利亚的一些饭店，为了方便游客，增添了照看小孩的服务项目，当父母需要到外地去游览，可以把小孩留在饭店，由服务员照管，按时间收一定的费用。又如，有的国家的饭店为了