

NEW!

The
Professional Managers'
Training Series
of Hotel in 21st Century

21

世纪

酒店职业经理培训丛书

●丛书主编：蔡万坤

新编 现代酒店管理学

廣東旅遊出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS

The
Professional Managers'
Training Series
of Hotel in 21st Century

7229.2
C145
21世纪
酒店职业经理培训丛书

新编 现代酒店管理学

●丛书主编：蔡万坤

广东旅游出版社
GUANGDONG TRAVEL AND TOURISM PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

新编现代酒店管理学/蔡万坤, 蔡华程编著. —广州: 广东旅游出版社, 2004. 1

ISBN 7-80653-455-5

I. 新... II. ①蔡... ②蔡... III. 饭店-企业管理
IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 080973 号

广东旅游出版社出版发行

(广州市中山一路 30 号之一 邮编: 510600)

湛江日报印刷厂印刷

(湛江市赤坎康宁路 17 号)

广东旅游出版社图书网

www.travel-publishing.com

邮购地址: 广州市东华南路 118 号 B201 室 邮编: 510100

联系人: 王 雯 邹亚洲 联系电话: 020-83860700

889×1240 毫米 32 开 16.25 印张 380 千字

2004 年第 1 版第 1 次印刷

印数: 1-5000 册

定价: 29.00 元

本书如有错页倒装等质量问题, 请直接与印刷厂联系换书。



NEW!

21世纪酒店职业经理培训 编委会

主编：蔡万坤

编委：（以姓氏笔画为序）

王支书 田 彤 卢焕青

刘 伟 刘宝民 刘 捷

李 进 陈 军 章晓盛

廉月娟 黄丽丽 蔡华程

蔡万坤

编著：蔡万坤 蔡华程

The Professional
Managers'
Training
Series of Hotel
in 21st Century

丛书前言

21 世纪酒店职业经理培训丛书全套分为《新编现代酒店管理学》、《新编酒店客房管理》、《新编酒店餐饮管理》、《新编酒店财务管理》、《新编酒店优质服务专业知识》。这套丛书均以《新编酒店……》为书名，主要基于三个方面的原因：一是为适应酒店管理的新发展、新趋势，书稿内容体系新。和已经出版过的同类书籍比较，此丛书采用了大量新资料，形成了新的科学体系。二是书稿理论观点新。每本书的各章节，都吸收了大量新知识，并经过实证分析、逻辑推演、案例分析等，从而得出了新观点、新思路，是酒店职业经理人员知识更新，求职升职的好教材。三是管理的方法技术新。现代酒店管理日新月异，出现了不少新方法、新技术，如网上预订、联网分房、电脑点菜与传菜、刷卡收款等，丛书中都做了详细介绍。

21 世纪的中国企业管理将是职业经理人员的天下。职业经理又称企业管理中的流动的白领阶层，一般指以企业总经理、董事长为首的企业主管和部门经理以上的各级管理人员。职业经理是国际经济一体化和市场经济广泛发展，人事用人制度深入改革，人才竞争、流动、竞聘和流动求职观念广泛形成的必然结果。进入 21 世纪以后的中国企业管理和人才竞争必然形成以全面奔小康为奋斗目标，以加入世贸后的国际经济一体化为背景，以市场经济的深入发展和人事用人制度的进一步深入改革为契机，以开展市场竞争、提高企业经济效益为宗旨的竞争格局和发展趋势。一个新兴的白领阶层——不断流动、求职，不断知识更新，然后再求职、求发展的职业经理人员队伍正在形成，必将迅速发展起来。这种职业经理人员的队伍成熟程度和素质高低，事实上是未来一个国家、一个地区的经济发展和企业管理水平高低的主要标志之一。所以 21 世纪的

中国企业管理必将是职业经理人员的天下。

旅游业是一个新兴的朝阳产业，也是一个可持续发展、具有强烈关联带动作用的产业，因而也是职业经理队伍迅速发展的行业。酒店业作为旅游业的三大支柱之一，其员工队伍与管理人员的数量和规模，都占行业总量的 2/3 左右。现阶段我国硬件设施已经达到星级标准的酒店约有 1.2~1.5 万家，不申请星级的酒店宾馆、高级招待所还有上万家。此外，各种酒店管理公司也有 500 家左右，其管理队伍的人员数量约为 18~20 万。他们正在或将要在 21 世纪的上半期逐步转变为旅游企业管理中的流动的职业经理，即所谓企业管理的白领阶层。此外，每年全国还有上万户的旅游专业大专以上的毕业生和研究生，他们也将逐步加入到旅游企业职业经理人员的队伍之中。

本套面向酒店职业经理人员的系列教材重点考虑了两个方便：一是以“新”为特点，体例新、内容新、理论观点和方法技术新，以适应职业经理人员的业务培训和知识更新的需要。同时，适应高等院校旅游专业教材更新的需要。二是注重系统性和全面性，以形成逻辑清楚、重点突出、观点明确、内容全面的科学体系，并且十分重视防止整套丛书中的各单册之间内容重复，即使各章的标题名称如“原则”、“依据”、“程序”等相同，其具体内容和写法也是不同的。

本套丛书主要适用于全国酒店、宾馆、公寓、度假村等旅游企业主管以上的职业经理人员，高等院校旅游专业师生作教材或自学用书，也可作为各级各部门举办的酒店经理或部门经理培训班、自学考试、文凭考试等单位作教材使用。同时，也可作为旅游专业研究和科研人员的参考用书。

本套丛书内容多，创作时间紧，缺点错误在所难免，欢迎广大读者批评指正。

丛书主编 蔡万坤

前 言

《新编现代酒店管理学》是原旅游行业的畅销书《实用酒店企业管理学》的重新编著，也是酒店管理专业研究领域中的一部创新性专著。与已出版的同类书籍比，它具有三个比较显著的特点：

第一，学科体系的科学性和创新性。本书从现代酒店综合性强、横断面宽和酒店高层管理整体性、全局性强的特点出发来安排全书的内容取舍，既将现代酒店管理学和它的配套教材——酒店客房管理、餐饮管理、财务管理等区别开来，又突出了酒店总体管理与控制的重点内容。同时，本书坚持酒店管理的历史和逻辑顺序，体现了现代酒店营销运动的客观规律，并站在以总经理为首的酒店职业经理的高度来安排篇章结构，只选择那些高层职业经理职权范围内的主要工作内容作为研究对象。因而，这本教材的学科体系具有较好的科学性和创新性。

第二，理论研究的前瞻性和简明性。本书将现代西方管理的先进经验，特别是合资酒店和酒店集团的先进经验与我国酒店行业的实际情况结合起来，进行了比较深入的理论概括、总结提炼，从而在书中的现代酒店管理体制、经营战略、领导原理、预算目标、市场营销、质量管理、人力资源开发、酒店企业文化与公共关系等各章节中，都提出了不少新的概念、原理、原则及方法。这些理论概括大多十分明确、精练，较好地体现了理论研究的前瞻性和简明性。

第三，方法技术的实用性和可操作性。本书采用理论、方法、案例和实例分析相结合的形式，做到理论阐述简单明确、方法技术具体实用、案例实例比较典型，因而较好地体现了方法技术的实用性和可操作性。

马克思说过：“历史从哪里开始，思想的进程也应当从哪里开始。而思想进程的进一步发展不过是历史进程在抽象的、理论上前后一贯的形式上的反映。这种反映是经过修正的，然而按照现实的历史过程本身的规律修正的。这时，每一个要素可以在它完全成熟而且有典范形式的发展点上加以考察。”（《马克思恩格斯选集》第二卷，第122页）《新编现代酒店管理学》正是运用了这种“历史和逻辑相结合”的理论研究方法，总结了现代酒店宾馆营销运动的客观规律，建立了比较科学完整的学科体系，也比较充分地体现了现代酒店职业经理所必须具备的酒店管理知识，体现了做好现代酒店企业管理的思想和逻辑的进程。

本书由蔡万坤、蔡华程编著。由于编者水平有限，书中缺点、错误之处在所难免，欢迎广大读者批评指正。

作者—蔡万坤



主编简介

蔡万坤 教授。男，1944年6月出生，四川渠县人，农工党员。1968年毕业于北京第二外国语学院。北京旅游学院教研室主任。1980年起从事旅游教育和科研工作，主要从事旅游战略、旅游经济和旅游管理研究，是中国旅游管理科学研究的开拓者和奠基人。曾完成《北京国际旅游市场战略规划和战略对策》等重要课题，1988年获北京市哲学社会科学和政策研究优秀成果一等奖，发表过几十篇有重要影响的论文，并先后主编了国家旅游局的研究课题《中国旅游企业管理大全》、质量研究课题《中国旅游质量等级全书》、大型工具书《中国旅游饭店业务管理实用经典全书》以及一系列饭店管理方面的教材。同时，先后在全国各地为众多旅游院校讲授“饭店管理”、“客房管理”、“饮食管理”、“质量管理”等多门专业课以及为各地区饭店经理培训班做过各种专题讲座，并为北京自学考试讲授旅游管理专业课，被誉为国内外著名旅游专家。

21世纪酒店职业经理培训丛书

新编酒店客房管理

新编现代酒店管理学

新编酒店餐饮管理

新编酒店财务管理

新编酒店优质服务专业知识

责任编辑:陈晓晓

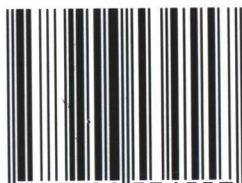
责任技编:许佳

封面设计:邓传志

ISBN 7-80653-455-5

F·81 定价:29.00元

ISBN 7-80653-455-5



9 787806 534557 >

目 录

丛书前言	(1)
前言	(3)
第一章 现代酒店管理学导论	(1)
第一节 酒店业的性质及其基本特征	(2)
第二节 酒店管理的产生和发展	(10)
第三节 酒店管理的特点和任务	(26)
第四节 现代酒店管理学	(36)
第二章 酒店管理体制和组织机构	(43)
第一节 酒店现代企业制度	(44)
第二节 现代酒店管理体制	(61)
第三节 酒店管理的组织机构	(77)
第四节 现代酒店总经理及其班子建设	(85)
第三章 酒店管理的领导原理和方法	(95)
第一节 酒店管理领导原理	(96)
第二节 酒店管理的领导素质	(104)
第三节 酒店管理的领导方法	(109)
第四节 酒店管理领导用人方法	(121)
第四章 酒店管理的经营战略和经营方针	(127)
第一节 酒店管理的经营战略	(128)
第二节 酒店管理的经营思想和方针	(142)

第三节 酒店经营目标与风险管理	(155)
第五章 酒店预算管理和目标管理	(161)
第一节 酒店预算管理原理概述	(162)
第二节 酒店预算管理的任务程序和指标	(170)
第三节 酒店预算管理的指标预测	(181)
第四节 酒店预算方案编制方法和实施	(203)
第五节 酒店目标管理主要方法	(216)
第六章 酒店管理的业务组织指挥与控制	(223)
第一节 酒店管理的业务组织	(224)
第二节 酒店管理的业务指挥	(229)
第三节 酒店业务管理的沟通与协调	(235)
第四节 酒店管理的业务控制	(242)
第七章 酒店人力资源开发管理	(247)
第一节 酒店人力资源开发管理概述	(248)
第二节 酒店人力资源配备管理	(253)
第三节 酒店人力资源开发管理	(264)
第四节 酒店人力资源潜质管理	(276)
第五节 酒店员工报酬分配管理	(284)
第八章 酒店市场营销管理与客源组织	(293)
第一节 酒店市场营销原理概述	(294)
第二节 酒店市场营销策略与营销组合	(302)
第三节 酒店新型市场营销策略和方法	(311)
第四节 酒店市场营销的客源组织	(325)
第九章 酒店全面服务质量与 ZD 管理	(341)
第一节 酒店全面服务质量的构成与特点	(342)

第二节	酒店全面质量管理的原则内容与方法	(349)
第三节	酒店 ZD 质量管理 and 质量控制	(357)
第四节	酒店全面质量管理定量方法	(363)
第十章	酒店设备物资与安全保障管理	(375)
第一节	酒店设备保障管理	(376)
第二节	酒店物资用品保障管理	(391)
第三节	酒店安全保障管理	(404)
第十一章	酒店管理损益平衡分析技术	(411)
第一节	酒店损益分析原理	(412)
第二节	酒店损益分析术语和工作步骤	(417)
第三节	酒店损益分析案例	(423)
第十二章	酒店管理经济活动分析和经济效益	(437)
第一节	酒店经济活动分析概述	(438)
第二节	酒店经营活动分析的内容、方法和案例	(441)
第三节	酒店投资活动分析方法和案例	(449)
第四节	酒店利润影响因素分析方法和案例	(459)
第五节	酒店管理的经济效益	(471)
第十三章	酒店企业文化和公共关系	(479)
第一节	酒店企业文化建设	(480)
第二节	酒店公共关系的要素和特点	(487)
第三节	酒店公共关系的类型和工作程序	(493)
第四节	酒店公关形象 (CIS) 的设计	(499)
主要参考书目		(509)

第一章

现代酒店管理学导论

现代酒店管理学是研究酒店管理营销运动客观规律，融合经济学、管理学、行为科学、市场学等科学理论的一门边缘学科。它的重点是从全局出发来研究在市场经济条件下，如何运用现代科学管理理论、原理、方法和技术来合理组织酒店管理的全面工作，为现代酒店宾馆管理提供理论指导和方法体系。为此，本章在研究酒店行业的性质、特征、酒店管理的历史演变及其发展趋势的基础上，着重研究和介绍现代酒店管理的特点、原则、任务与现代酒店管理学的性质、内容及其学科体系，以便为以后各章的研究与学习打下良好的基础。

第一节

酒店业的性质及其基本特征

一、酒店业的性质

(一) 酒店业和酒店企业

酒店业是利用设施设备和消费环境为客人提供住宿、餐饮服务为主的具有公共消费性质的服务行业。

酒店企业是旅游行业中为客人提供住宿、餐饮、康乐、购物等服务的具有一定独立性的资本运动的一个经济实体。

酒店业和酒店企业是两个不同的概念，但又是互相联系、密不可分的。酒店业的基础是宾馆、酒店等投宿设施，它主要是从它们的自然属性，即为客人提供公共消费——社会生活服务的角度来研究的。酒店企业的基础和所提供的服务内容与酒店业完全相同，但它主要是从宾馆、酒店等投宿设施的经济属性的角度来研究的。酒店企业的经济属性，即企业性质，主要是由“资本运动”引起的。资本是能够带来剩余价值的价值。资本运动的目的是追求剩余价值，即经济效益。所以，酒店企业是指以盈利为目的，自主经营，独立核算，自负盈亏，自我发展，自担风险的独立的经济实体。而宾馆、酒店等投宿设施则是指它们的公共消费性质。它们可以是企业，也可以不是企业而是行政事业单位。只有当它们转变为以盈利为目的，实行独立核算、自负盈亏、自我发展、自担风险时，才能变成酒店企业。

充分认识酒店业和酒店企业的区别是十分重要的。本套丛书和本书都主要从酒店企业的角度来研究酒店管理，这是我们在以后各章节中研究现代酒店管理学各种问题的基本出发点。

(二) 酒店业的性质

1. 经济属性。酒店业的经济属性是指宾馆、酒店等投宿设施转变成具有一定独立性的资本运动的经济实体后所固有的性质。这种经济属性主要表现为酒店企业是一个独立的经济组织, 一个自主经营的企业单位, 因而必须独立核算、自主经营、自负盈亏、自我发展、自担风险, 并独立承担民事法律责任, 具有企业法人的法律地位。为此, 酒店企业管理必须坚持市场经济法则, 牢牢把握酒店接待服务过程中的资本运动规律, 始终把提高经济效益和服务质量放在首位, 才能管好酒店企业。

2. 社会属性。酒店业的社会属性是指宾馆、酒店等投宿设施都是为社会大众提供住宿、餐饮、康乐、商品等服务的。它是一种公共消费场所, 又是一种企业单位。它所提供的服务以有形的设施设备和产品为依托, 以无形的服务效用即活动本身来满足客人的消费需求。服务质量是酒店的生命, 客人是酒店的衣食父母。为此, 酒店管理必须坚持“宾客至上, 服务第一”的经营宗旨, 必须始终把优质服务和满足客人的物质和心理的消费需求放在十分重要的位置, 长抓不懈。

3. 文化属性。酒店业的文化属性是指现代宾馆、酒店等投宿设施不仅是一种企业单位和自主经营的经济组织, 而且是一种设备舒适、环境美观、服务周到、处处充满强烈的文化气氛的高级消费场所。这种强烈的文化气息主要通过两个方面表现: 一是酒店设计和装饰布置、环境美化所反映出来的文化特色, 即硬件建设方面的文化属性。如具有民族文化特色的酒店建筑、内部装修; 按不同地区、不同国家、不同民族和不同饮食风味特点设计和装饰布置成的具有不同文化底蕴和文化特色的客房、餐厅、咖啡厅、酒吧间等等。二是酒店管理与服务所反映出来的文化特色, 即所谓软件服务方面的文化属性。如具有民族特色的员工服装、具有不同餐饮文化特点的餐饮服务、针对不同国家的VIP客人或大型接待活动而给予特殊布置的消费环境等等。总之, 酒店业是一个具有强烈的文化气息的服务行业, 能使客人处处感受到不同民族的风俗习惯、文化特色和民族情趣, 因而具有文化属性。

二、酒店分类

酒店分类主要有两个方面的作用：一是便于投资者根据酒店类型来选择投资方向，作出投资决策；二是便于经营者做好酒店市场定位，选择主要目标市场，确定酒店管理的经营方向。

酒店分类没有完全统一的标准或规定，也没有严格的界限，根据考虑问题的角度不同，现代酒店宾馆可大致分类如下：

