

全国高等学校旅游管理专业教材



# Travel 饭店管理概论

黄震方 主编



高等教育出版社

全国高等学校旅游管理专业教材

# 饭店管理概论

黄震方 主编

---

高等教育出版社

## 内容提要

本书是高等学校旅游管理专业系列教材之一。全书共分十一章,分别介绍了旅游饭店概述、饭店建筑与设备、饭店管理的基础理论与基本方法、现代饭店集团、饭店的计划与组织管理、饭店的经营环境与市场营销、饭店产品的管理与创新、饭店服务质量管理、饭店人力资源的开发与管理、饭店的成本控制与收益管理、计算机在饭店管理中的应用等内容。每章均配有本章主要目的、本章小结、思考题与案例分析。该书理论充实,观点新颖,内容丰富,体系完整,理论联系实际,实践应用性强。

本书既可作为高等学校旅游管理专业教材,又可作为自学考试及旅游饭店管理人员的培训教材,也可作为其他有关业务人员、科研人员和相关企业经营管理人员参考用书。

## 图书在版编目(CIP)数据

饭店管理概论/黄震方主编. - 北京:高等教育出版社,  
2001 (2002 重印)

ISBN 7-04-009289-1

I. 饭… II. 黄… III. 饭店-经济管理-高等学校  
-教材 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 033149 号

饭店管理概论

黄震方 主编

出版发行 高等教育出版社

社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号

邮政编码 100009

传 真 010-64014048

购书热线 010-64054588

免费咨询 800-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所

印 刷 北京印刷三厂

开 本 787×1092 1/16

印 张 16.75

字 数 400 000

版 次 2001 年 7 月第 1 版

印 次 2002 年 8 月第 2 次印刷

定 价 14.50 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

# 前 言

旅游饭店已伴随时代的步伐迈进了崭新的 21 世纪。在市场化、消费化、技术化、生态化和个性化的新时代,旅游饭店正面临着前所未有的发展机遇,但同时也面临着许多新的挑战。如何进一步开拓饭店市场,实施多元化营销策略?如何创新饭店产品,塑造饭店品牌?如何提高宾客的满意程度和饭店服务水准?如何进行饭店体制改革,提高饭店经济效益?如何增加饭店的高科技含量,更好地培养饭店经营管理人才?如何创建绿色饭店,维护生态环境?如何迎接经济全球化浪潮对饭店业的挑战,促进饭店业可持续发展等等,都是在新的世纪之初摆在饭店经营管理者面前的新的课题。因而,迫切需要对饭店经营管理现代化的基本理论与方法作进一步探索,为此,高等教育出版社不失时机地组织编写了这一教材。

全书共分十一章,分别介绍了旅游饭店概述、饭店建筑与设备、饭店管理的基础理论与基本方法、现代饭店集团、饭店的计划与组织管理、饭店的经营环境与市场营销、饭店产品的管理与创新、饭店服务的质量管理、饭店人力资源的开发与管理、饭店的成本控制与收益管理、计算机在饭店管理中的应用等内容。

本书的主要特点是:① 博采众长,理论先进,反映了现代旅游饭店经营管理的新观念、新思想、新方法,并具有鲜明的时代特色;② 体系完整,内容充实,系统性强;③ 理论联系实际,具有较强的实践性,并体现了中国旅游饭店的经营管理特色。

本书既是高等学校旅游管理专业教材,又可作为自学考试及旅游饭店管理人员的培训教材,也可作为其他有关业务人员、科研人员和相关企业经营管理人士的参考书。本书由黄震方主编,负责设计编写大纲和全书的修改与统稿工作。各章执笔人员如下:第一章、第六章、第七章、第八章,黄震方(南京师范大学);第二章,吴江(南京师范大学)、黄震方;第三章,王朝辉(安徽师范大学)、黄震方;第四章,王朝辉、王永忠(东南大学);第五章、第九章,黄翔(华中师范大学);第十章,侯国林(南京师范大学)、黄震方;第十一章,谢雪梅(新疆师范大学)、雷卫中(南京经济学院)。全书的“本章主要目的”、“本章小结”、“思考题”和“案例”由黄震方编写。高等教育出版社涂丽萍女士、黎勇奇先生为本书的出版倾注了大量的心血。南京师范大学旅游系教师吴江、侯国林及研究生涂沙、高宇轩也为本书付出了辛勤的劳动,谨此一并致谢!

由于作者水平所限,书中浅陋与错误之处在所难免,敬请专家和广大读者批评指正。

编者 2000 年 10 月

## 郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》。行为人将承担相应的民事责任和行政责任,构成犯罪的,将被依法追究刑事责任。社会各界人士如发现上述侵权行为,希望及时举报,本社将奖励举报有功人员。

现公布举报电话及通讯地址:

电 话:(010) 84043279 13801081108

传 真:(010) 64033424

E-mail:dd@hep.com.cn

地 址:北京市东城区沙滩后街55号

邮 编:100009

责任编辑	徐丽萍
封面设计	王凌波
责任绘图	朱 静
版式设计	周顺银
责任校对	胡晓琪
责任印制	孔 源

# 目 录

<b>第一章 旅游饭店概述</b>	<b>1</b>
第一节 饭店的涵义与功能	1
第二节 饭店的作用与特点	3
第三节 饭店的类型与等级	5
第四节 饭店发展简史	8
第五节 中国旅游饭店的现状与发展趋势	12
<b>第二章 饭店建筑与设备</b>	<b>25</b>
第一节 饭店建筑与结构布局	25
第二节 饭店设备系统	32
第三节 饭店建筑与设备的发展趋势	36
<b>第三章 饭店管理的基础理论与基本方法</b>	<b>40</b>
第一节 饭店管理的概念	40
第二节 饭店管理的基础理论	43
第三节 现代饭店管理者的新思维与新观念	50
第四节 饭店管理的基本职能	59
第五节 饭店管理的基本内容	61
第六节 饭店管理的基本方法	63
<b>第四章 现代饭店集团</b>	<b>68</b>
第一节 饭店集团的概念与发展过程	68
第二节 饭店集团的优势	74
第三节 饭店集团的形式	76
第四节 中国旅游饭店的集团经营	78
<b>第五章 饭店的计划与组织管理</b>	<b>82</b>
第一节 饭店的计划及其编制方法	82
第二节 饭店的决策与战略管理	94
第三节 饭店的组织结构	99
第四节 饭店的组织制度	106

---

<b>第六章 饭店的经营环境与市场营销</b>	<b>112</b>
第一节 饭店的经营环境	112
第二节 饭店的市场营销	118
<b>第七章 饭店产品的管理与创新</b>	<b>145</b>
第一节 饭店产品的构成与特点	145
第二节 饭店产品的分析与定位	149
第三节 饭店产品的动态调整与产品创新	153
<b>第八章 饭店服务的质量管理</b>	<b>162</b>
第一节 饭店服务的涵义	162
第二节 饭店服务优势的建立途径	166
第三节 饭店服务质量的检查与控制	176
<b>第九章 饭店人力资源的开发与管理</b>	<b>187</b>
第一节 人力资源开发的涵义	187
第二节 饭店员工的招聘	190
第三节 饭店员工的培训	193
第四节 饭店员工的激励	197
<b>第十章 饭店的成本控制与收益管理</b>	<b>202</b>
第一节 饭店的成本控制	202
第二节 饭店的营业收入与利润管理	211
<b>第十一章 计算机在饭店管理中的应用</b>	<b>221</b>
第一节 饭店计算机管理信息系统简介	221
第二节 饭店计算机管理信息系统的功能	225
第三节 旅游电子商务	230
第四节 饭店计算机管理展望	236
<b>附录 旅游涉外饭店星级的划分及评定</b>	<b>240</b>
<b>参考书目</b>	<b>259</b>

# 第一章 旅游饭店概述

## 【本章主要目的】

学完本章后,你应该能够:

1. 理解饭店的涵义并描述其主要功能
2. 了解饭店的作用与特点
3. 描述饭店等级的划分并区分不同类型的饭店
4. 了解饭店发展的历史概况
5. 概述中国旅游饭店的现状与发展趋势

## 第一节 饭店的涵义与功能

### 一、饭店的涵义

饭店(Hotel)一词源于法语。原意是指贵族在乡间招待贵宾的别墅。现在,Hotel已成为一个国际性的概念,其涵义也发生了深刻的变化。国外的一些权威词典曾对饭店下过如下定义:

饭店一般地说是为公众提供住宿、膳食和服务的建筑与机构。

——《科利尔百科全书》

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。

——《大不列颠百科全书》

饭店是装备好的公共住宿设施,它一般都提供膳食、酒类与饮料以及其他服务。

——《美利坚百科全书》

饭店是提供住宿、膳食等而收取费用的住所。

——《牛津插图英语词典》

从上述定义来看,作为一个饭店,应具备以下四个条件:

1. 它是由建筑物及装备好的设施组成的接待场所;
2. 它必须提供住宿、餐饮及其他服务;
3. 它的服务对象是公众,主要是外地旅游者,同时也包括本地居民,既包括某些有特殊身份或阶层的人,也包括广大的普通消费者;
4. 它是商业性的服务企业,以盈利为目的,所以其使用者要支付一定的费



用。

基于以上认识,可将饭店定义为:饭店是以接待型建筑设施为依托,为公众提供食宿及其他服务的商业性的服务企业。

在旅游业发达的国家,国内、国际旅游发展平衡,饭店遂无对内、对外之分。但在中国,曾出现旅游涉外饭店这一特有的概念。所谓的旅游涉外饭店是指经有关部门批准,允许接待外国人、华侨,以及港澳台同胞的饭店。随着中国旅游业的蓬勃发展,中国的饭店无论是硬件还是软件,其整体水准均得到普遍提高,尤其是国内旅游的迅速崛起,绝大多数饭店的国内旅游者已成为消费的主体,因而,旅游涉外饭店的概念也发生了变化。1997年修订后发布实施的中华人民共和国《旅游涉外饭店星级的划分与评定》中,将能够接待观光客人、商务客人、度假客人以及各种会议的饭店,统称为旅游涉外饭店。因此,本书所指的旅游饭店亦采用此概念。

## 二、饭店的功能

饭店的功能是指,饭店为满足宾客的需求而提供的服务所发挥的效用。饭店最基本、最传统的功能就是向宾客提供住宿和餐饮。由于客源及其需求的变化,现代饭店的功能已较传统的饭店时期有了很大的发展,其功能日益多样化。饭店的功能主要有:

### (一) 住宿功能

饭店为游客提供多种客房(标准房、单人房和套房等),包括床位、卫生间和其他生活设施。以清洁、舒适的环境和热情、周到的服务,使游客在旅途中得到很大的便利和很好的休息,获得“宾至如归”的感受。

### (二) 餐饮功能

饭店一般设有不同的餐厅,以精美的菜食、良好的环境、可靠的卫生条件和规范的服务,向旅游者提供包餐、风味餐、自助餐、点菜、小吃、饮料以及酒席、宴会等多种形式的餐饮服务。

### (三) 商务功能

商务型饭店为商务旅游者从事商务活动提供各种方便快捷的服务。饭店设置商务中心、商务楼层、商务会议室与商务洽谈室,提供传真和国际、国内直拨电话等现代通讯设施是其基本配置。当今更出现了客房商务化的趋势,传真机、两条以上的电话线、与电话连接的打印机、电脑互联网 Internet 的接口等,都逐步开始安装。有的饭店还在发展电子会议设备,设有为各种联络所需要的终端。先进的饭店通过高科技手段而更加智能化、信息化,从而使商务客人的需求得到更大的满足。

### (四) 家居功能

饭店是客人的“家外之家”,应努力营造“家”的气氛,使入住饭店的客人感到像在家里一样亲切、温馨、舒适、方便。尤其是公寓饭店,一般带有生活住宿性质,主要为长住客服务,价格便宜,自助服务设施齐全(如自助厨房、自助洗衣等),客人自由方便,家居功能尤为典型。

### (五) 度假功能

随着中国度假旅游市场的兴起和不断发展,对度假型饭店的需求日益增长。度假饭店一般位于风景区内或附近,通常注重提供家庭式环境,客房能适应家庭度假、几代人度假以及独身度假的需要,娱乐设施也很齐备。著名的旅游胜地,例如,夏威夷和加勒比海地区的饭店,绝大多数

属度假饭店。

#### (六) 会议功能

饭店可为各种从事商业、贸易展览、科学讲座等客人提供会议、住宿、膳食和其他相关的设施与服务。饭店内有大小规格不等的会议室、谈判室、演讲厅、展览厅。会议室、谈判室都有良好的隔板装置和隔音装置,并能提供多国语言的同声翻译,有的饭店还可以举行电视会议。

此外,饭店还具有娱乐健身、通讯和信息集散、文化服务、商业购物服务等功能。可见,现代饭店已不仅仅是住宿产业,而是为旅游提供多种服务,具备多种功能的“生活产业”。

## 第二节 饭店的作用与特点

### 一、饭店的作用

饭店作为旅游业的支柱,在旅游乃至整个国民经济中占有重要的地位。

#### (一) 旅游者旅游活动的基地

饭店为旅游者提供住宿、饮食、商务、购物、健康、娱乐、社交等方面的综合服务,成为旅游者的“家外之家”,是旅游者在旅游目的地从事旅游活动的重要基地。没有饭店提供的服务保障,旅游者的旅游活动将难以持续。因而,饭店已成为现代化旅游投宿的物质承担者,是反映一个国家或地区旅游接待能力的重要标志。

#### (二) 创造旅游收入

饭店通过生产和销售饭店产品而获取收益,其收入在旅游业收入中往往占一半以上。特别是旅游饭店,通过接待以外汇结算的海外旅游者,可以获得大量的外汇收入,从而对接待国家或地区的外汇收支平衡,促进国家(地区)建设起到了重要作用。

#### (三) 为社会创造就业机会

饭店是劳动密集型企业,需要大量的管理和服务人员。按我国目前饭店的人员配备状况,平均每间客房约配备 1.5~2 人,若新建一座 300 间客房的饭店,将创造 450~600 个直接就业机会。同时,饭店又能为其他相关行业,如饭店建筑与设备,物品的生产和供应行业提供大量的间接就业机会。根据国际统计资料 and 我国近年来的实践经验,高档饭店每增加一个房间,可以直接和间接为 5~7 人提供就业机会;中低档饭店每增加一个房间,则可以为 4~5 人提供就业机会。

#### (四) 促进社会消费方式和消费结构的发展与变化

饭店向饭店所在地的居民提供活动的场所,如饭店的餐饮、娱乐等设施会吸引本地居民,使之成为当地社交活动的中心。利用饭店为客人提供的服务将越来越多,这就必然促进人们的消费方式和消费结构发生变化,也有利于社会经济的发展和科技文化的交流。

#### (五) 带动其他行业的发展

饭店业的发展带动了其他行业的发展,如建筑业、装修业、设备制造业、轻工业、食品加工业等,对活跃国民经济起到了很大的促进作用。有关统计表明,一家饭店住客开支的 60% 花费在饭店以外的其他行业,而且,在饭店消费的物品大都是社会其他有关行业提供的。因此,饭店实际上间接地刺激了其他行业的发展。

#### (六) 饭店的发展水平是旅游业发展水平和社会经济与文明程度的标志

饭店的发展水平,标志着接待国旅游业的发展水平,也反映了一个国家国民经济发展水平及其社会的文明程度。旅游饭店的设施完善与否、设备水平的高低和服务质量的优劣,不仅影响着旅游者的经历,同时还影响着它对一个地区,乃至一个国家的总体形象的评判。

## 二、饭店的特点

饭店和其他各类企业一样是一个独立的盈利性经济组织,除了具备经营上的自主性、组织上的完整性、经济上的独立性及对外关系上的法人地位等基本条件之外,饭店还有着与其他企业不同的特点。

### (一) 服务性

饭店是以提供劳务为主的服务性企业。通常所说的饭店产品,是饭店有形的设施设备与无形的劳务服务的有机结合,其中以劳务服务为主,设施设备为辅。饭店的经营活动是以租让饭店设施的使用权的形式进行的,消费者只是在一定的时间和空间内购得有形设施的临时使用权,却不能购得有形设施产品的所有权。饭店产品中的实物部分,实际上只起着促进服务销售的作用,习惯上被看作“助销产品”。因此,从本质上讲,饭店生产和销售的主要是无形的服务产品。服务产品所具备的无形性、生产和消费的同时性、价值不可储存性、质量的不稳定性等特征,决定了饭店与其他工商企业有着不同的特点。

### (二) 综合性

饭店是一个具有综合功能的企业。现代饭店不仅要满足顾客的住宿和饮食的基本需求,还必须同时满足不同客人的多种消费需求,如商业贸易、会议、度假、文秘、通讯、健身、娱乐、购物、货币兑换、票务、委托代办(conceierge)等等。因而,饭店必须配备相关的设施并提供相应的服务。综合服务已成为饭店竞争的重要手段,一家饭店的多功能越是完备,就越能满足客人的多样化的需求,获得更多的客源。

### (三) 享受性

饭店所能满足客人的不只是简单的物质需要,而是享受性产品,这是现代消费的必然需求,也是与一般商品和服务的主要区别。

### (四) 文化性

探求异地文化是旅游者的一项共同需求。旅游饭店作为旅游者在旅游过程中的居留场所,不仅是客人的物质消费场所,而且是客人感受异地文化的精神消费场所。饭店应积极营造良好的文化氛围。要倡导主流文化、健康文化、民族文化、特色文化。通过外在的、有形的店景文化和内在的企业文化的建设,丰富饭店的文化内涵,使饭店劳务活动升华为一门服务艺术,把饭店服务产品中的使用功能价值,推进到具有文化附加值的新境界,使客人在丰富多彩的饭店文化氛围中,感受到精神的享受和愉悦。

## 第三节 饭店的类型与等级

### 一、饭店的类型

目前,世界各地的饭店有以下几种基本类型。

#### (一) 根据饭店市场及宾客特点分类

##### 1. 商务型饭店

商务型饭店(commercial hotels)也称暂住型饭店。此类饭店多位于城市的中心地区,接待商务客人、旅游客人及因各种原因作短暂逗留的其他客人。这类饭店适应性广,在饭店业中占的比例较大。此类饭店为适应细分市场的需求,也分为各种等级。其中,等级较高,以接待商务客人为主的饭店一般比较豪华、舒适,服务设施齐备,交通及通讯便利,通常设有商务中心、各类会议厅室、宴会厅等,还设有商务套房及行政楼层。

##### 2. 长住型饭店

长住型饭店(resident hotels)的宾客通常长期居住,因而其主要市场是住宿期较长的,在当地短期工作或度假的客人或者家庭。长住型饭店与宾客之间有着一种不同于其他类型饭店与宾客间的法律关系,这类饭店与宾客通常需要签订一个租约。长住型饭店的建筑布局与公寓相似但又有区别,客房多采用家庭式布局,以套房为主,配备适合宾客长住的家具和电器设备,通常都有厨房设备供宾客自理饮食。这类饭店一般只提供住宿、饮食等基本服务,但服务讲究家庭式气氛,特点是亲切、周到、针对性强。饭店的组织、设施、管理较其他类型简单。

##### 3. 度假型饭店

度假型饭店(resort hotels)传统上以接待游乐、度假的宾客为主。此类饭店多位于海滨、山区、温泉、海岛、森林等地。开辟各种娱乐体育项目,如滑雪、骑马、狩猎、垂钓、划船、潜水、冲浪、高尔夫球、网球等等活动来吸引客人,因此这些度假地区及活动的吸引力是一个度假型饭店成功的关键。疗养型饭店亦属此类。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,在饭店里要增设商务会议设施,即所谓改良的度假饭店,而且被认为是当代饭店设施发展的方向。

##### 4. 会议型饭店

会议型饭店(convention hotels)的主要接待对象是各种会议团体。会议宾客平均每天消费额一般高于度假客人。会议型饭店通常设在大都市和政治、经济中心,或交通方便的游览胜地,要求饭店设置足够数量的多种规格的会议厅或大的多功能厅,其中多功能厅可根据需要用做会议厅、舞厅或宴会厅,有的饭店还设展览厅。会议饭店除应具备相应的住宿和餐饮设施以外,还必须具备会议设备,如投影仪、录放像设备、扩音设备、先进的通讯、视听设备,接待国际会议的饭店还需求具备同声传译装置。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,要求饭店提供高效率的接待服务。

##### 5. 汽车饭店

汽车饭店(motor hotels 或 motels)常见于欧美国家公路干线上。早期此类饭店设施简单,规

模较小,有相当一部分仅有客房而无餐厅、酒吧,以接待驾车旅行者投宿为主。现在,有的汽车饭店不仅设施方面大有改善,且趋向豪华,多数可提供现代化的综合服务。美国的假日饭店集团、华美达饭店集团、霍华德约翰逊集团等均拥有大量的汽车饭店。

## (二) 根据饭店计价方式分类

### 1. 欧式计价饭店

欧式计价饭店的客房价格仅包括房租,不含食品、饮料等其他费用。世界各地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。目前尚有一些地处僻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一顿正餐(午餐或晚餐)的费用。以便宾客有较大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。

## (三) 根据其他标准分类

### 1. 根据设施规模大小

根据饭店所拥有的客房数量的多少,饭店可分为大、中、小型三类。目前,300间客房以下的通常被认为是小型饭店,300至600间为中型饭店,600间以上为大型饭店。

### 2. 根据所在地区不同

根据具体地点,饭店可分为游览地饭店、城市饭店、过境饭店、机场饭店、车站码头饭店等类型。

### 3. 根据营业时间

根据营业时间,饭店又有全年性营业及季节性营业饭店之分。

### 4. 按饭店的所有制形式

根据所有制形式,饭店可分为全民(国有)饭店、集体所有制饭店、合资饭店、外资饭店、饭店联合体、个体饭店(私有饭店)。

## 二、饭店的等级

饭店等级系指一家饭店的豪华程度、设施设备水平、服务范围、服务质量等方面所反映出的级别与水准。不少国家和地区,通常根据饭店的位置、环境、设施、服务等情况,按照一定的标准和要求对饭店进行分级,并用某种标志表示出来,在饭店显著的地方公诸于众。这就是饭店的定级或等级制度。

### (一) 饭店分级的目的

### 1. 保护客人的利益

饭店的等级标志本身是对饭店设施与服务质量的一种鉴定与保证。对饭店进行分级,可使客人在预定或使用之前,对饭店有一定的了解,并根据自己的要求和消费能力进行选择。对饭店进行定级可以有效地指导客人选择饭店,为其提供物有所值的服务,保障他们的利益。

### 2. 便于行业的管理和监督

饭店企业的服务水平和管理水平,对消费者及所在国家和地区的形象与利益,均有重要的影响。许多国家的政府机构或其他行业组织,都将颁布和实施饭店等级制度作为行业管理与行业规范的一种手段。利用饭店的定级,对饭店的经营和管理进行监督,使饭店将公众利益和社会的利益结合在一起。

### 3. 有利于促进饭店业的发展

饭店的等级,从经营的角度看,也是一种促销手段,有利于明确饭店的市场定位,并针对目标市场更好地展示饭店的产品和形象,同时也有利于同行之间平等、公平地竞争,可促进不同等级的饭店不断完善设施和服务质量,提高管理水平,维护饭店的信誉。对接待国际旅游者的饭店来说,也便于进行国际间的比较,促进饭店业的不断发展。

### 4. 有利于增强员工的责任感、荣誉感和自豪感

通过分级定级,动员饭店全体员工参与,促使员工增强争级、保级或升级的责任感,激发员工的工作热情。定级或升级的成功还可增强员工的荣誉感和自豪感,从而可增强饭店的凝聚力和竞争力,有利于饭店获得持续发展的内在动力。

## (二) 饭店的分级方法

分级制度目前在世界上已较为广泛,尤其在欧洲更是普遍采用。但不同的国家和地区采用的分级制度各不相同,用以表示级别的标志与名称也不一样。目前国际上采用的饭店等级制度与表示方法大致有以下几种:

### 1. 星级制

星级制是把饭店根据一定的标准分成的等级分别用星号(★)表示出来,以区别其等级的制度。比较流行的是五星级,星越多,等级越高。这种星级制在世界上,尤其是欧洲,采用得最为广泛。我国国家旅游局也采用此种分级方法(详见第十一章)。

### 2. 字母表示法

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。有的虽是五级却用 A、B、C、D 四个字母表示,最高级用 A1 或特别豪华级来表示。

### 3. 数字表示法

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,数越大,档次越低。

还有一些等级分类方法,如价格表示法或以类代等,即用饭店的类别代替等级,并用文字表示出来,例如我国的涉外饭店一般表示级别较高的饭店,但这种等级划分比较模糊,比较起来也不很科学和方便。

等级制度的划分是一件十分严肃和重要的事情,一般由国家政府或权威的机构做出评定。但不同的国家评定饭店的机构不完全一样。国外比较多的是国家政府部门和饭店企业或旅游业的协会共同评定。也有一些地方由几个国家的饭店协会联合制订统一的标准,共同评定。我国

饭店等级的评定,主要由国家主管旅游业的职能部门国家旅游局和国内贸易部的中国饭店协会,根据各自所管理和监督的范围进行评定。

当然无论用哪种方法评定等级,也无论由谁来评定,必须按照等级划分的有关要求和标准来进行,还要有一套完备的申请、调查、复查与抽查的鉴定程序。定级单位也有权根据规定对已定级的饭店进行降级或除名处理。饭店有权自动要求进行升级的鉴定或取消已定的级别。

## 第四节 饭店发展简史

### 一、世界饭店业发展简史

人类的旅行活动古已有之,为旅行者提供食宿的住宿设施也有了漫长的历史。据说,住宿设施在古希腊和古罗马时代就已出现,其发展进程大体经历了客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期和现代新型饭店时期等主要阶段。

#### (一) 客栈时期

客栈时期是指从住宿业产生直到19世纪中叶的漫长的历史时期。客栈虽然作为一种住宿设施早就存在,但真正流行是在12世纪以后,盛行于15~18世纪。客栈是现代意义上旅馆的雏形,主要指乡间或路边的小客栈、小旅店,供过往旅行者寄宿之用。早期的客栈的特点是规模小,设施简陋,仅提供基本食宿;服务项目少,质量差;声誉差,常被视为低级行业,且这些客栈安全性差,常发生偷盗和抢劫现象。客栈主要设于道路边或驿站附近,面对的市场主要是沿途路过的传教士、信徒、外交官吏、信使、商人等。

#### (二) 大饭店时期

大饭店时期又可称为豪华饭店时期,从19世纪中叶兴起至19世纪末结束。在当时欧美的多数大城市里,都大兴土木争相建造豪华饭店。如巴黎的巴黎大饭店和罗浮宫大饭店、柏林的恺撒大饭店、伦敦的萨依伏大饭店、纽约的广场饭店等。这一时期值得纪念的饭店是1829年在波士顿落成的特里蒙特饭店(Tremont),它被称为第一座现代化饭店,为整个新兴的饭店行业确立了明确的标准。这座饭店有170套客房,据说是第一座建有前厅的饭店,宾客不再在酒吧柜台上登记。餐厅设有200个座位,供应法式菜肴,服务人员训练有素。饭店不仅有单间客房,而且房门可以加锁。客房里备有脸盆、水罐和肥皂,旅客再也不必到饭店后院从水泵接水洗澡,特里蒙特饭店由此闻名,成为饭店历史上的里程碑。

这一时期饭店经营者中最具代表性的人物是瑞士人恺撒·里兹(Caesar Ritz, 1850—1918),他在饭店服务上有许多创新,首先提出“客人永远是对的”这样的饭店经营格言。他所经营的饭店是豪华饭店的代表。Ritzy一词也因其名而来,意即极时髦、非常豪华、讲究排场。

大饭店时期,饭店主要布局在铁路沿线、海港附近,主要面向王公贵族、上层阶级、公务旅行者等市场,特点是规模大、设施豪华、服务正规,具有一定接待仪式和礼貌礼节。

#### (三) 商业饭店时期

商业饭店时期,大约从20世纪初—20世纪50年代。美国的埃乌斯沃思·斯塔特勒(Eoosworth Statler)被公认为商业饭店的创始人。他高举“平民化、大众化”的旗号,立志建造一种“为

一般公众能负担的价格之内提供必要的舒适与方便、优质的服务与清洁卫生”的饭店。1908年,他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,一个带卫生间的客房房价仅为1美元50分。斯塔特勒提出了饭店经营成功的根本要素是“地点、地点、地点”的原则,还提出“客人永远是正确的”、“饭店从根本上来说,只销售一样东西,这就是服务”等至理名言。斯塔特勒创建的饭店被誉为现代商业饭店的里程碑。

这一时期,随着汽车在交通中的大量使用,开始出现了汽车饭店。最初的汽车饭店十分简陋,仅仅是野外搭的帐篷,后来有了简单的小屋,但仅有一张大铁床,旅客投宿须自备铺盖。1925年,在加利福尼亚州的圣路易斯·奥比斯波地区,出现了一家叫“迈尔顿”的饭店,据说这家饭店最早正式使用了“汽车饭店”(Motel)这个名称。

商业饭店时期,饭店主要布局在城市中心、公路边,主要面向公务旅行者,其特点是设施方便、舒适、清洁、安全与实用,不刻意追求豪华与奢侈;服务简单、健全;经营方向开始以顾客为中心,讲究经营艺术,改善管理,注重质量标准化,降低成本以获取最佳利润;价格合理,使客人感到物有所值。

商业饭店时期是世界饭店史上最重要的阶段,也是世界各国饭店业最活跃的时期,它从各方面奠定了现代饭店业的基础。

#### (四) 现代新型饭店时期

现代新型饭店时期于20世纪50年代至今。第二次世界大战结束后,世界经济高速发展,新的工业革命进一步增加了人民大众的可支配收入,为外出旅游和享受饭店、餐馆服务创造了条件。汽车和航空、铁路等交通工具可以把人们自由地运送到他们想去的地方。从而引起了对饭店需求的剧增,世界饭店业迎来了发展的黄金时期。

这一时期,兴起了大量的新型饭店,其规模、数量、功能、豪华程度大大超过了传统饭店。至20世纪60年代中期,饭店联营和特许经营得到发展。一些有实力的饭店公司,以签订管理合同、授让特许经营权等形式,进行国内甚至跨国的连锁经营,逐渐形成了一大批使用统一名称、统一标识,在饭店建造、设备设施、服务程序、管理方式等方面实行统一标准,联网进行宣传促销、客房预订、物资采购与人才培训的饭店联号公司。世界著名的饭店联号公司有:希尔顿饭店公司(Hilton Hotel Corp.)、喜来登饭店公司(Sheraton Corp.)、凯悦国际饭店公司(Hyatt International)、威斯汀饭店公司(Westin Hotels)、假日饭店集团(Holiday Inns Corp.)等等。这一时期饭店业发达地区并不仅仅局限于欧美,而是遍布全世界,特别是亚洲地区的饭店业从60年代起步发展至今,其规模、等级、服务水准、管理水平等方面毫不逊色于欧美的饭店业。在美国《机构投资者》杂志(Institutional Investor)每年组织的颇具权威性的世界十大最佳饭店评选中,亚洲地区的饭店往往占有半数以上,并名列前茅。

现代新型饭店主要布局在城市中心、旅游胜地、公路边、机场附近等地方,主要面向大众旅游市场。其特点是规模扩大,连锁经营和饭店集团占据越来越大的市场;类型多样化,开发了各种类型的住宿设施;服务综合性强,提供住、食、旅游、通讯、商务、康乐、购物等服务。



## 二、中国饭店的发展史

### (一) 中国古代饭店设施

中国最早的饭店设施可追溯到春秋战国或更早的时期,唐、宋、明、清被认为是饭店业得到较大发展的时期。中国古代住宿设施大体可以分为官办设施和民间旅店两类。

古代官办的住宿设施主要有驿站和迎宾馆两种。驿站制始于商代中期,止于清光绪年间“大清邮政”的兴办,有三千多年历史。驿站是中国历史上最古老的一种官办住宿设施,开始专门接待往来信使和公差人员。到了唐代,驿站广泛接待过往官员及文人雅士。元代时,有的驿站建筑宏伟,陈设华丽,除接待信使公差外,还接待过往商旅及达官贵人。

“迎宾馆”名称最早见于清末,是古代官方用来接待外国使者、外民族代表及商客,安排他们食宿的馆舍。在历代曾有“诸侯馆”、“传舍”、“蛮夷邸”、“四夷馆”、“四方馆”、“会同馆”等称谓。迎宾馆适应了古代民族交往和中外往来的需要,对中国古代的政治、经济和文化交流起到了不可忽视的作用。

古代民间旅店作为商业的重要组成部分在周朝时期就已出现,被称为“逆旅”。它的产生和发展与商贸活动的兴衰及交通运输条件密切相关。在春秋战国时期,农业生产的进步,促进了手工业和商业的发展,频繁的商贸活动增加了对食宿设施的需求,为民间旅店的发展提供了市场,至战国时期,民间旅店业已经初步形成。秦汉两代是中国古代商业较为兴旺发达的时期,民间旅店业也得到了很大的发展。汉代以后,诸多城市发展成为商业都市,城市的管理制度及城市布局也发生了变化,从而导致了民间旅店进入城市。隋唐时期,经济空前繁荣,旅店业也得到了很大的发展,旅店遍布繁华街道。明清时期,民间旅店业更加兴旺,由于封建科举制度的进一步发展,在各省城和京城出现了专门接待各地应试者的会馆,成为当时旅馆业的重要组成部分。

### (二) 中国近代的饭店业

中国近代由于帝国主义的侵入,出现了带有半殖民地、半封建式的社会经济,在旅店业除了传统的旅馆之外,也出现了西式饭店和中西式饭店。

西式饭店是对19世纪初外国列强侵入中国后,由外国资本建造和经营的饭店的统称。这类饭店在建筑式样、设施设备、内部装修、服务与经营对象及方式等方面都与中国传统旅店不同。西式饭店规模宏大,装饰华丽,设备先进,经营管理皆来自殖民国家。接待对象主要以来华外国人为主,同时也是当时上层社会人物、达官贵人聚会的场所。西式饭店是帝国主义列强侵入中国的产物,完全代表帝国主义的利益,为帝国主义的政治、经济、文化侵略服务。但在另一方面,当时西式饭店经营者中,有不少人受过饭店经营的专业教育和训练,他们把当时欧洲饭店的建筑风格、设备配置及经营管理理论和方法带到了中国,对中国近代饭店业的发展起到了一定的促进作用。

西式饭店的大量出现,刺激了中国的民族资本向饭店业投资。中西式饭店就是由中国的民族资本投资兴建的一大批半中半西风格的新式饭店。这类饭店在建筑式样、店内设备、服务基础和经营方式上都受到西式饭店的影响,在经营体制方面也仿效西式饭店的模式。至20世纪30年代,中西式饭店的发展达到鼎盛时期。中西式饭店将欧美饭店业经营观念和方法与中国饭店经营环境的实际相融合,为中国饭店业进入现代新型饭店时期奠定了良好的基础。