



高职高专旅游专业“十二五”规划教材



前厅 服务与管理

主编 王多惠

副主编 林文超 王晓明 李俊



湖南大学出版社

高职高专旅游专业“十二五”规划教材

前厅 服务与管理

主编 王多惠

副主编 林文超 王晓明 李俊

审定委员会

郑焱 钟永德 许春晓 彭蝶飞

编委会主任

陈芳 李晓东 周志宏 伏六明

编委会委员（按姓氏笔画排序）

白稚萍 付检新 孙耘 伍海琳 江波

刘韵琴 刘剑飞 刘列夫 刘孝利 陈晓斌

杨文斌 张为民 何丽萍 欧阳莉 尚军辉

禹明华 胡海涛 郭定芹 郭时明 聂建波

谢敏 彭晓玲 覃业银 曾庆安 雷晚蓉

湖南大学出版社

内 容 简 介

本书根据高职高专学生的职业需求,设置了基础知识篇、专业技能篇、管理发展篇三大板块,从前厅部概述、前厅部的地位和作用、前厅部的组织机构和岗位职责等14个方面对前厅服务与管理进行了论述,使学生能够根据客人的需求提供相应的前厅服务,强调对学生分析问题、解决问题等能力的培养。

可作为高职高专旅游管理类各专业的教材,也可作为酒店前厅岗位培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

前厅服务与管理/王多惠主编. —长沙:湖南大学出版社,
2013.5

(高职高专旅游专业“十二五”规划教材)

ISBN 978-7-5667-0342-2

I. ①前… II. ①王… III. ①饭店—商业服务—高等学校—教材
②饭店—商业管理—高等学校—教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第119146号

前厅服务与管理

QIANTING FUWU YU GUANLI

作 者:王多惠 主编

策 划:严小涛

责任编辑:贾志萍 严小涛 责任校对:全 健 责任印制:陈 燕

印 装:长沙瑞和印务有限公司

开 本:710×1000 16开 印张:12.25 字数:227千

版 次:2013年8月第1版 印次:2013年8月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5667-0342-2/F·347

定 价:30.00元

出 版 人:雷 鸣

出版发行:湖南大学出版社

社 址:湖南·长沙·岳麓山 邮 编:410082

电 话:0731-88822559(发行部),88821251(编辑室),88821006(出版部)

传 真:0731-88649312(发行部),88822264(总编室)

网 址:<http://www.hnupress.com>

电子邮箱:pressjzp@163.com

版权所有,盗版必究

湖南大学出版社凡有印装差错,请与发行部联系



前 言

随着经济和社会的发展,在世界范围内旅游正逐渐成为现代社会人们重要的生活方式和社会经济活动之一。尤其是 20 世纪 90 年代以来,全球旅游业取得了快速的发展,成为继石油业、汽车业、房地产业之后世界经济中的重要支柱产业,显示出令人鼓舞的光明前景。

中国旅游业在改革开放的旗帜下,迅速转变职能,取得了辉煌的成就,充分显示出优势产业的勃勃生机与无限活力,成为国民经济新的增长点。进入 21 世纪,中国旅游业仍然保持着高速发展的态势。虽然曾受到 SARS 和金融危机等的巨大冲击,但并没有动摇中国旅游业发展的市场基础和产业基础。相反,经过危机的洗礼,中国旅游业的产业素质和抗风险能力得到进一步增强,必将焕发出更大的生机与活力,中国旅游经济必将进入新一轮的持续增长。

近年来,高等职业教育在中国迅速发展,特别是随着 100 所国家示范性高等职业院校和 100 所国家骨干高等职业院校的立项和建设,高职旅游教育课程改革的力度不断加大、思路不断明晰、成果不断涌现。在这个进程中,开发适用于高职学生的教材成为一个不断探索的课题。职业教育的主要目的就是直接为社会培养第一线的实用技能型人才,突出实用技能培养,追求“零距离就岗”,即用最短的时间和最有效的方法,使学生熟练掌握某项技能。职业教育强调学以致用,具有以下特征:

第一,以学生为中心,贯彻高等教育新理念

当代教育理念告诉我们:学校(教师)应该牢固树立“以学生为中心”的服务观念;解放思想,以学生为中心组织教学,发挥其学习主体的主观能动作用。

第二,以就业为导向,突出职业能力培养

职业教育以实用技能为核心内容,围绕主题拓展,把专业理论和操作技



能有机地、系统地结合在一起，形成内容体系；同时，注重教学内容的实用性，强化学生的技能训练，促进学生动手能力的提高，循序渐进，边学边练，弥补了传统教材讲练分离的不足，能收到事半功倍的效果。

为更好地服务旅游产业，促进旅游专业高等职业教育的发展，适应高等职业旅游教育教材建设的迫切需要，经湖南大学出版社精心策划、组织，汇集了重点高等院校旅游专业的专家、学者，组织编写了这套旅游管理系列教材，包括导游实务、旅行社经营管理实务、旅游市场营销、中国旅游地理、旅游服务礼仪、中国旅游客源国概况、海南旅游英语、国际邮轮与邮轮服务、海洋与岛屿旅游、海南旅游景点讲解、旅游电子商务、旅游法规实务、国际旅游岛新业态发展与探析、旅游法规案例选编、酒店公共关系原理与实务、客房实训教程、茶艺学、酒水服务与酒吧管理、酒店英语、餐饮服务与管理、前厅服务与管理、西餐服务、客房服务与管理、高尔夫导论、高尔夫英语规则选读、高尔夫球童管理等。

本套教材在选题上，涵盖了旅游管理理论研究领域的前沿和重点问题，具有广泛性，同时也充分关注了高尔夫、海洋旅游、岛屿旅游等旅游业发展中的新现象；在内容上，既揭示了旅游专业的基本原理，又进行了实务和方法的研究，具有较强的可操作性，很适合培养旅游管理复合型、实用型人才；在体例上，采取了目前高职教育较为流行的项目教学、任务驱动、基于工作过程等新思想和新理念。本套教材既可以作为高职院校旅游管理专业教材，也可以作为政府旅游管理机构及旅游企业中高级管理人员的参考用书，还可以为其他专业人员培训提供参考。

编者
2013年7月



目次

基础知识篇

第一章 前厅部概述

- | | | |
|-----|--------|-----|
| 第一节 | 前厅环境设计 | 003 |
| 第二节 | 前厅功能布局 | 009 |
| >>> | 思考与习题 | 013 |

第二章 前厅部在酒店中的地位、作用和主要职能

- | | | |
|-----|-----------|-----|
| 第一节 | 前厅部的地位和作用 | 014 |
| 第二节 | 前厅部的主要职能 | 015 |
| >>> | 思考与习题 | 016 |

第三章 前厅部的组织机构及岗位职责

- | | | |
|-----|-------------|-----|
| 第一节 | 前厅部的组织机构设置 | 018 |
| 第二节 | 前厅部各岗位的岗位职责 | 020 |
| >>> | 思考与习题 | 032 |

专业技能篇

第四章 客房预订服务

- | | | |
|-----|-----------------|-----|
| 第一节 | 预订的基础知识 | 034 |
| 第二节 | 预订的受理 | 037 |
| 第三节 | 客房预订中常见的问题及预防处理 | 044 |



>>> 思考与习题 045

第五章 前厅礼宾服务

第一节 店外迎送宾客与店前迎送宾客 046
第二节 行李服务 049
第三节 委托代办服务 055
第四节 “金钥匙”服务 056
>>> 思考与习题 059

第六章 前厅接待服务

第一节 散客入住接待 060
第二节 团队入住接待 066
第三节 客人换房处理 068
第四节 客人延时、延期退房处理 069
第五节 前台问讯服务 070
>>> 思考与习题 075

第七章 前台收银服务

第一节 收银处账目处理 076
第二节 收银处其他业务 081
>>> 思考与习题 088

第八章 总机、商务中心服务

第一节 总机服务 089
第二节 商务中心服务 094
>>> 思考与习题 102

第九章 VIP 服务

第一节 接待 VIP 103
第二节 VIP 的接待礼仪 105



>>>	思考与习题	107
-----	-------	-----

第十章 行政楼层服务

第一节	行政楼层前台服务	108
第二节	商务客人的接待程序	109
>>>	思考与习题	110

管理发展篇

第十一章 前厅销售服务与管理

第一节	房价基础知识	112
第二节	前厅销售策略	122
第三节	前厅销售的技巧	126
第四节	前厅经营统计分析	131
>>>	思考与习题	136

第十二章 前厅信息沟通与协调

第一节	沟通协调的相关知识	137
第二节	前厅部内部及与其他部门的沟通与协调	139
第三节	前厅部与客人的沟通与协调	141
第四节	宾客投诉处理	144
第五节	客史档案的建立与管理	149
>>>	思考与习题	151

第十三章 前厅员工管理

第一节	前厅服务员的角色定位	152
第二节	员工招聘	154
第三节	员工培训	156
第四节	员工激励	161
>>>	思考与习题	166



第十四章 前厅服务质量管理

第一节	前厅服务质量的内涵	167
第二节	前厅服务质量控制	174
▶▶▶	思考与习题	178
附录	酒店前厅相关管理制度	179
参考文献		187

附录 酒店前厅相关管理制度

1. 前厅接待服务	188
1.1 前厅接待服务概述	188
1.1.1 前厅接待服务的地位与作用	188
1.1.2 前厅接待服务的特点	189
1.1.3 前厅接待服务的任务	190
1.1.4 前厅接待服务的程序	191
1.1.5 前厅接待服务的礼仪	192
1.1.6 前厅接待服务的语言	193
1.1.7 前厅接待服务的仪容仪表	194
1.1.8 前厅接待服务的行为规范	195
1.1.9 前厅接待服务的投诉处理	196
1.1.10 前厅接待服务的其他事项	197
1.2 前厅接待服务的考核	198
1.2.1 前厅接待服务的考核指标	198
1.2.2 前厅接待服务的考核方法	199
1.2.3 前厅接待服务的考核程序	200
1.2.4 前厅接待服务的考核结果	201
1.2.5 前厅接待服务的考核应用	202
1.2.6 前厅接待服务的考核总结	203
1.2.7 前厅接待服务的考核其他事项	204
1.2.8 前厅接待服务的考核其他事项	205
1.2.9 前厅接待服务的考核其他事项	206
1.2.10 前厅接待服务的考核其他事项	207
1.2.11 前厅接待服务的考核其他事项	208
1.2.12 前厅接待服务的考核其他事项	209
1.2.13 前厅接待服务的考核其他事项	210
1.2.14 前厅接待服务的考核其他事项	211
1.2.15 前厅接待服务的考核其他事项	212
1.2.16 前厅接待服务的考核其他事项	213
1.2.17 前厅接待服务的考核其他事项	214
1.2.18 前厅接待服务的考核其他事项	215
1.2.19 前厅接待服务的考核其他事项	216
1.2.20 前厅接待服务的考核其他事项	217
1.2.21 前厅接待服务的考核其他事项	218
1.2.22 前厅接待服务的考核其他事项	219
1.2.23 前厅接待服务的考核其他事项	220
1.2.24 前厅接待服务的考核其他事项	221
1.2.25 前厅接待服务的考核其他事项	222
1.2.26 前厅接待服务的考核其他事项	223
1.2.27 前厅接待服务的考核其他事项	224
1.2.28 前厅接待服务的考核其他事项	225
1.2.29 前厅接待服务的考核其他事项	226
1.2.30 前厅接待服务的考核其他事项	227
1.2.31 前厅接待服务的考核其他事项	228
1.2.32 前厅接待服务的考核其他事项	229
1.2.33 前厅接待服务的考核其他事项	230
1.2.34 前厅接待服务的考核其他事项	231
1.2.35 前厅接待服务的考核其他事项	232
1.2.36 前厅接待服务的考核其他事项	233
1.2.37 前厅接待服务的考核其他事项	234
1.2.38 前厅接待服务的考核其他事项	235
1.2.39 前厅接待服务的考核其他事项	236
1.2.40 前厅接待服务的考核其他事项	237
1.2.41 前厅接待服务的考核其他事项	238
1.2.42 前厅接待服务的考核其他事项	239
1.2.43 前厅接待服务的考核其他事项	240
1.2.44 前厅接待服务的考核其他事项	241
1.2.45 前厅接待服务的考核其他事项	242
1.2.46 前厅接待服务的考核其他事项	243
1.2.47 前厅接待服务的考核其他事项	244
1.2.48 前厅接待服务的考核其他事项	245
1.2.49 前厅接待服务的考核其他事项	246
1.2.50 前厅接待服务的考核其他事项	247
1.2.51 前厅接待服务的考核其他事项	248
1.2.52 前厅接待服务的考核其他事项	249
1.2.53 前厅接待服务的考核其他事项	250
1.2.54 前厅接待服务的考核其他事项	251
1.2.55 前厅接待服务的考核其他事项	252
1.2.56 前厅接待服务的考核其他事项	253
1.2.57 前厅接待服务的考核其他事项	254
1.2.58 前厅接待服务的考核其他事项	255
1.2.59 前厅接待服务的考核其他事项	256
1.2.60 前厅接待服务的考核其他事项	257
1.2.61 前厅接待服务的考核其他事项	258
1.2.62 前厅接待服务的考核其他事项	259
1.2.63 前厅接待服务的考核其他事项	260
1.2.64 前厅接待服务的考核其他事项	261
1.2.65 前厅接待服务的考核其他事项	262
1.2.66 前厅接待服务的考核其他事项	263
1.2.67 前厅接待服务的考核其他事项	264
1.2.68 前厅接待服务的考核其他事项	265
1.2.69 前厅接待服务的考核其他事项	266
1.2.70 前厅接待服务的考核其他事项	267
1.2.71 前厅接待服务的考核其他事项	268
1.2.72 前厅接待服务的考核其他事项	269
1.2.73 前厅接待服务的考核其他事项	270
1.2.74 前厅接待服务的考核其他事项	271
1.2.75 前厅接待服务的考核其他事项	272
1.2.76 前厅接待服务的考核其他事项	273
1.2.77 前厅接待服务的考核其他事项	274
1.2.78 前厅接待服务的考核其他事项	275
1.2.79 前厅接待服务的考核其他事项	276
1.2.80 前厅接待服务的考核其他事项	277
1.2.81 前厅接待服务的考核其他事项	278
1.2.82 前厅接待服务的考核其他事项	279
1.2.83 前厅接待服务的考核其他事项	280
1.2.84 前厅接待服务的考核其他事项	281
1.2.85 前厅接待服务的考核其他事项	282
1.2.86 前厅接待服务的考核其他事项	283
1.2.87 前厅接待服务的考核其他事项	284
1.2.88 前厅接待服务的考核其他事项	285
1.2.89 前厅接待服务的考核其他事项	286
1.2.90 前厅接待服务的考核其他事项	287
1.2.91 前厅接待服务的考核其他事项	288
1.2.92 前厅接待服务的考核其他事项	289
1.2.93 前厅接待服务的考核其他事项	290
1.2.94 前厅接待服务的考核其他事项	291
1.2.95 前厅接待服务的考核其他事项	292
1.2.96 前厅接待服务的考核其他事项	293
1.2.97 前厅接待服务的考核其他事项	294
1.2.98 前厅接待服务的考核其他事项	295
1.2.99 前厅接待服务的考核其他事项	296
1.2.100 前厅接待服务的考核其他事项	297

基础知识篇



第一章 前厅部概述



- ▶ **教学目标** 熟悉前厅布局和环境要求；了解前厅部的功能分区、各区域的主要设施配备情况
- ▶ **教学重难点** 了解前厅部设计常识；认识前厅部主要设施设备

案例导入

南京某酒店大堂，两位外国客人向大堂副理值班台走来。大堂倪副理立即起身，面带微笑地以敬语问候。两位客人就座后忧虑地讲述起他们心中的苦闷：“我们从英国来，在这儿负责一项工程，大约要三个月，可是离开翻译我们就成了‘失语者’，有什么方法能让我们尽快解除这种陌生感？”小倪微笑地用英语答道：“感谢两位先生光临我店，使大厅蓬荜生辉，这座历史悠久的都市也同样欢迎两位先生的光临，你们的英国绅士风度也一定会博得市民的赞赏。”熟练的英语所表达的亲切的情谊，一下子拉近了彼此间的距离，气氛变得活跃起来。于是外宾更加广泛地询问了当地的生活环境、城市景观和风土人情。从长江大桥到六朝古迹，从秦淮风情到地方风味，小倪无一不细说。外宾中的一位马斯先生还兴致勃勃地谈道：“早就听说中国的生肖十分有趣，还有神秘寓意。我是1921年8月4日出生的，参加过第二次世界大战，大难不死，一定是我的命中属相助佑。”说者无心，听者有意，两天之后就是8月4日，谈话结束之后，倪副理立即在备忘录上做好记录。8月4日那天一早，小倪就买了鲜花，并代表酒店在早就预备好的生日贺卡上填好英语贺词，请服务员将鲜花和生日贺卡送到马斯先生的房间。马斯先生从珍贵的生日贺礼中获得了意外的惊喜，激动不已，连声答道：“谢谢，谢谢贵店对我的关心，我深深体会到这贺卡和鲜花之中隐含着许多难以用语言表达的情意。我们在南京逗留期间再也不会感到寂寞了。”

【案例分析】

上述案例说明，前厅部员工善于捕捉客人的有关信息，富有职业敏感度，设身处地地仔细揣摩客人的心理状态，把客人当作真正的上帝，给客人



留下美好而深刻印象的同时，既体现了服务人员爱岗敬业的优秀职业素质，也为酒店树立了良好的形象。

第一节 前厅环境设计

酒店的正门、大厅（大堂）、楼梯、电梯和公共卫生间等，均属于前厅管辖范围。前厅是酒店建筑的重要部分，每一位客人抵达酒店后必会经过这里，它是客人对酒店产生第一印象的重要空间。

现在随着各大城市高星级酒店的不断增多，其市场竞争日趋激烈，许多酒店都会根据自己的情况精心设计出符合本酒店风格的前厅，力求给客户留下深刻的印象。

一 酒店的风格类型

1. 酒店入口设计装饰的类型

(1) 花园式。这类酒店入口占地面积大，通常有流畅的回车线环绕其间，有由绿树与花草组成的各种颇具创意的图案、标志，再辅以雕塑、灯柱、栏杆的适当点缀，并与门旁的花草盆景相呼应，整个酒店门前洋溢着浓郁的自然气息。

(2) 支架式。亦称棚架式入口，一般采用玻璃钢、金属材料与透明塑料等构成斜坡式、半球式、帐篷式和尖顶式等形态各异的棚架造型，并采用富有立体感、光亮度强、质地特殊的新材料和新工艺，再配上流动感强的现代灯光，足以引起宾客的浓厚兴趣。这类酒店入口处造型新颖、美观，且富有现代特色。但设计时，应考虑到与酒店主体建筑相协调，棚架须安全可靠。

(3) 门面式。其特点是将门面设计装饰与广告促销进行有效组合，以吸引更多的客人。如有些酒店利用玻璃门与落地窗张贴巨大的广告艺术画，安装立面霓虹灯，以展示酒店的特色风貌。酒店入口门的造型也是设计的关键，通常使用旋转门、自动感应门和推拉门等。

2. 酒店入口设计的注意事项

酒店入口设计装饰的类型有所不同，但在总体设计上均应注意下列问题：

(1) 酒店入口处的行车路线安排应考虑右行线。我国的车辆通行制实行的是右行制，且汽车的方向盘在左侧，为使车的右侧靠近酒店大门入口处，以便前厅迎宾员（门童）为客人提供拉门服务，酒店的入口处、地下车库的坡道出入口位置及门前广场的行车路线安排，均应考虑右行线。

(2) 酒店入口处的车流和人流线路应互不干扰。酒店门前的交通路线应



清晰,尤其是内部车流不对城市道路造成太大的干扰,否则,极易导致客人出入时行走不便、车行不畅。如一家酒店的入口处正中间设计成大台阶,客人须拾级而上,而该酒店的门前车行坡道与广场入口刚好为反向,车辆必须在门前广场上绕一圈后才能驶进坡道。由于坡道过于狭窄,经常造成店门前车辆堵塞。如果能将酒店人流、车流较集中的多功能厅、宴会厅与餐厅等出入口单独设置,则是非常有利的。

(3) 酒店入口处应宽阔,确保人流、车流顺畅通行。酒店门前的停车道至少应能平行停放两辆车,最好设置为可平行停放三辆车的宽度,以便在出入店高峰时段迅速接待乘车客人。切忌因追求气派而将酒店入口处设计成高台阶、大坡道。

(4) 酒店门前应考虑设置足够数量的停车位。酒店为解决停车问题往往从地下找出路,但为方便客人,也应考虑设计地面车位。有100间客房的酒店一般应设置车位25~45个,其中,1/4~1/3的车位应设置在地面上,以解决酒店门前的停车问题。

3. 酒店大堂设计装饰的类型

(1) 古典式。这是一种具有浓厚传统色彩的设计装饰类型。大堂内的古董吊灯、精美的古典绘画以及造型独特的楼梯杆栏,让客人感受到大堂空间的古朴典雅。随着各种新材料如亚光漆、彩色金属板和亚纹定型板等的应用,酒店大堂的古典式设计装饰有了新的生机。

(2) 庭园式。其设计装饰引入山水景点与花木盆景,犹如“庭中花园”。如在大堂内利用假山、叠石让水自高处泻下,其落差和水声使大堂变得意趣天成;或者在大堂的一角种植大量的热带植物、设置小巧的凉亭与瀑布景观,使大堂空间更富自然山水的意境。在设计装饰庭园式大堂时,应注意确保整体空间的协调,花木搭配与季节、植物习性等自然规律相符,假山体量、溪涧宽窄应与空间大小相称。

(3) 重技式。其设计显露出严谨的结构、粗实的支柱。如美国希尔顿酒店的大堂,设置了用几十根金属管组成的高大的雕塑,并以金黄色喷漆喷涂其表面,使整个大堂空间充满了生机和活力,营造出迎候八方来客的浓郁氛围。

(4) 现代式。这类大堂设计装饰追求整洁、敞亮,线条流畅。如大堂的球形顶面和地面的圆形图案相呼应,再配以曲面形墙壁与淡雅的色彩,然后在顶面设置如星星般闪烁的灯光效果,让客人如身临太空,趣味无穷;若再辅以用玻璃、不锈钢和磨光花岗岩等反光性强的材料装饰的通道,则大堂



更显得玲珑剔透,充满了现代感。

二 酒店前厅的设计依据

1. 酒店的形象定位

酒店前厅的设计越来越注重突出酒店的整体形象,而酒店的形象定位本身已随着市场的竞争发生了巨大的变化。从20世纪70年代开始,以塑造和传播酒店形象为宗旨的CI (corporate identity) 定位盛行于酒店业;20世纪90年代后,以宾客满意为宗旨的CS (customer satisfaction) 定位更是受到酒店业的格外关注。但仅靠塑造酒店形象以及仅让宾客满意远远不能确保酒店在竞争中永远立于不败之地。酒店必须培养一批忠诚的客人,并以此为其基本消费群,来维系与保持酒店基本的营业销售额,进而通过建立起的忠诚客户群去影响、带动更多的潜在客人来光顾酒店。于是最新的以建立宾客忠诚为战略的CL (customer loyalty) 定位便应运而生,并日益受到酒店业的青睐。

2. 酒店的投资规模

酒店的投资规模一般用其所拥有的客房的总间数来衡量。按照惯例,拥有1000间客房以上的酒店往往被视为特大型酒店;拥有500~1000间客房的酒店可视为大型酒店;拥有200~500间客房的酒店可视为中型酒店;拥有200间以下客房的酒店为小型酒店。在确定酒店前厅的设计方案时,应考虑大堂的面积和空间。大堂的建筑面积与酒店客房间数有一定的比例关系,约为0.4~0.8平方米/间,即每间客房应占有0.4~0.8平方米的大堂面积。酒店每个标准客房的平均建筑面积应根据其所属星级而定,并视其形象定位、经营特色、规模标准等因素加以调整。

3. 酒店的建筑结构

酒店的建筑结构是酒店前厅设计的主要依据因素,它不仅关系到前厅大堂空间的适度性、各功能设施的布局、内外景观的再现等,还关系到酒店前厅的能源消耗、消防安全以及人流路线的顺畅和前厅大堂特色氛围的营造等。酒店的建筑结构一般有塔式、板式与内天井式三种。其中,内天井式结构的酒店大堂是开放式的,尽管其能耗过大、日常开支增加,但它提供了在室外才能体验到的仰视、俯视观景条件,亦给酒店带来了特有的气魄。其基本的设计模式是酒店大楼内装有观光电梯,当电梯向上运行时,客人便可观看到大堂里的一切。随着环境科学和行为科学的发展,酒店前厅设计在解决使用功能的同时,还应注重给人带来美的享受,营造出华丽、轻松的氛围,以满足客人的精神需求。



4. 酒店的经营特色

酒店的前厅设计也应以酒店的经营特色为依据,设计效果应能充分显示和烘托酒店的特色。唯有特色,才是酒店的核心竞争优势。千万不可盲目仿效其他酒店,“似曾相见”的设计效果应加以避免。

三 前厅装饰美化

前厅作为整个酒店的中心,其环境、氛围是非常重要的。前厅必须要有热情迎接客人的气氛,使客人一进大堂就有一种宾至如归的感受,有一种享受高级服务、受人尊重的感觉,从而形成美好的第一印象;同时,还要为前厅服务人员创造一种愉快的工作环境,使前厅的对客服务工作卓有成效。为了创造好的气氛和环境,酒店必须重视前厅的装饰美化。前厅是现代酒店建筑中必须进行重点装饰美化的空间,要精心设计,努力把满足功能需求与创造环境氛围的艺术效果结合起来,把体现民族风格、地方特色与适应国际环境艺术新潮流结合起来,并与大自然紧密联系,与酒店规模、目标市场相适应,与酒店整体建筑相和谐,从而形成本酒店自己的格调、气势和氛围,这是现代酒店对客人产生形象吸引、提高竞争能力的一种独特的资本。

酒店前厅大堂的建筑装饰风格随酒店规模的不同、形象定位的不同而不同。但是,不管什么风格的酒店,在大堂的采光、质感、色彩、绿化、气候与定量卫生等方面的设计都要做到与酒店整体建筑相和谐。

1. 采光

光是大堂活力的主要来源。采光设计的首要任务是要适度照亮大堂的空间,以方便对客服务。特定的采光可选用不同发光体的组合来实现。选用何种发光体,如何布置,采用什么样的光源视觉效果(点状的、线状的、平面的或立体的)以及光照图形等,均应视采光空间的性质及所要达到的效果而设计。

大堂采光通常分为自然采光和人工采光,两者有着不同的物理性质和视觉效果。不同的采光方式导致不同的采光效果与光照质量。在大堂采光照明设计中,自然采光受大堂墙面形式及其位置的制约,而人工采光则受电气系统及灯具配光形式的制约。由于光影的形状、色彩和光线的强弱、明暗对大堂环境气氛的营造起着举足轻重的作用,因此,大堂发光体的布局及其光照图形应与大堂各功能区域的使用要求相吻合,尤其应考虑突出大堂的关键部位。通常,照亮一个空间,可选择三种方法:均匀的、局部的和重点的。其中,均匀照明是指以一种普遍均匀的方式照亮空间,其照明的分散性可有效地降低空间环境表面的对比度,以减弱阴影,使空间转角处显得自然柔和。



局部照明则是为了某种需求而去照亮特定区域，光源常被置放在该区域的上方、侧面或附近。有时，常将均匀与局部两种照明方式组合起来使用，使空间整体中有变化，虚实相间，且富有层次。而重点照明实际上是局部照明的一种特定形式，它产生出各种聚焦点及明暗变化的韵律图形，以替代那种单纯为了照明的原始功效，往往用来缓解普通照明的平淡感与单调感，突出空间特色与审美情趣。例如：某酒店大堂总台接待处的灯光格外明亮，形成了良好的导向性，既具实用性，又对大堂空间起到调节作用；也有些酒店在总台外侧下部有意布置暗灯带，以产生独特的空间感，衬托出大堂的明亮和宽敞。

2. 质感

所谓质感，是指材料表面组织构造所形成的视觉感受，可形容实体表面的相对粗糙或平滑程度，亦可形容实体表面的特殊品质，如大堂石材的粗糙面、木材的纹理等。不同的质感，给人以不同的触觉和视觉。如光洁的花岗岩表面常令人感到生硬而无人情味；金属材料常令人感到有现代感，显得坚固而不笨重；而木地板则让人感到温暖、舒适。所有材料在一定程度上都具有一种质感，而材料肌理越细腻，其表面所呈现的效果就越光洁、平滑，甚至很粗的材料质地，从远处看去，也会呈现相对平整的效果。因此，大堂设计选用材料时，有些位置不必非选用高档、豪华的材料不可，一些适宜而又普通的材料反而显得恰如其分、相得益彰，并可将局部的高档材料衬托出来。在设计时，除考虑材料本身的特殊性外，亦要考虑组合效果和施工等实际问题，做到统筹兼顾。

3. 色彩

色彩来源于光，它是美化环境的最基本的构成要素之一。色彩经人的心理和生理反应会产生不同的感觉，具有感情象征。例如，红色有迫近感、扩张感，使人兴奋，可以造成热情、温暖、喜庆的气氛；黄色给人以明朗、欢乐、华贵的感觉；而绿色则意味着自然和生长，使人平静而稳定，等等。酒店前厅装饰美化中色彩的运用主要体现在以下两个方面：

(1) 色调的确定。人们一进入酒店，第一印象是大堂的色调、气氛如何，因此，首先必须确定酒店大堂的主色调。它作为大堂环境色彩的主旋律，决定着大堂环境的气氛和情调。

(2) 色彩的搭配。为了给客人一种欢乐、热情、美观、大方、优雅的气氛，激发前厅工作人员的工作热情，前厅的色彩一般以红色或其他暖色调为主，同时大胆使用陪衬色调，形成色彩的对比，创造出和谐的整体美感。比



如,某酒店将色彩明亮的万国旗与红灯笼作为大堂共享空间的装饰吊件,于是改变了原空间的空旷感与坚硬感,使整个大堂环境变得活泼、丰富、热烈。

4. 绿化

人们本能地喜欢自己赖以生存的阳光、空气和水,喜爱充满着生命力的自然界。在高度文明的现代社会,城市中大批的高层建筑拔地而起,人工造成“钢筋水泥的丛林”,阳光被阻挡,加之空气和水被污染,人与自然越来越远了,因而要求回归大自然的呼声越来越高。现代酒店设计中应尽可能在大厅内布置绿化,尤其是大城市中心的现代酒店,其周围不一定有优美的花园风景,更加需要在大厅内设计花卉、树木、山石、流水等景观,使厅内撒满阳光、绿茵丛丛、流水潺潺、一派生机,给人以亲切、爽适的自然美感。此外,绿化有调节大厅气温和湿度、减少噪音、净化空气的作用,还可以消除人们由于长时间户外活动而产生的疲劳感。

5. 大厅微小气候与定量卫生

为保持大厅舒适的环境和气氛,还应确保温度、湿度、通风、噪音控制及空气卫生状态正常。现代酒店需要建立大厅等公共场所的环境质量标准体系,运用现代科学技术手段,通过定量监测与控制,确保大厅环境的质量水平。

(1) 温度、湿度与通风。大厅内的适宜温度夏季为 $22^{\circ}\text{C}\sim 24^{\circ}\text{C}$,冬季为 $20^{\circ}\text{C}\sim 24^{\circ}\text{C}$ 。现代酒店普遍使用了冷气装置或中央空调,使温度得以有效的控制。

湿度是与温度密切相关的一种环境条件,适宜的相对湿度应控制在 $40\%\sim 60\%$ 的范围内。湿度越大,人们的烦躁感越大,客人和员工都会感到不快,容易产生摩擦和发生事故,如服务员与顾客争吵等。

通风是为了保持室内空气新鲜。新鲜空气中约含有 21% 的氧气,如果室内氧气含量降低到 14% ,就会给人体带来危害。大厅内的新风量一般不低于 200 平方米每人每小时。

(2) 环境噪音控制。一切听起来不和谐、不悦耳的声音,均视为噪音。噪音对环境是一种污染,影响人们休息,降低人们的工作效率。酒店的大厅内容客人来往频繁、谈笑不断,为了创造良好的环境和气氛,必须采取措施防止噪音。大厅内的噪音一般不得超过 50 分贝。为有效地控制噪音,大厅的天花板、墙面需使用隔音及吸音性材料;大厅内设施设备的选用和装饰美化(如瀑布、喷泉等)的设计都应注意防止噪音;对团队、会议等大批客人要