

职业资格培训教材
社会力量办学培训教材

(中级)

客房服务员

● 劳动和社会保障部教材办公室组织编写



中国劳动社会保障出版社

职业资格培训教材
社会力量办学培训教材

客房服务员

(中 级)

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

中国劳动社会保障出版社

版权所有

翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

客房服务员：中级/支海成，汝勇健编. —北京：中国劳动社会保障出版社，2000.9

职业资格培训教材、社会力量办学培训教材

ISBN 7-5045-2902-8

I. 客…

II. ①支… ②汝… ③朱… ④尹…

III. 饭店-商业服务-技术培训-教材

IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 45089 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码：100029)

出版人：唐云岐

*

北京地质印刷厂印刷 新华书店经销

787×1092 毫米 16 开本 10 印张 246 千字

2000 年 9 月第 1 版 2002 年 9 月第 2 次印刷

印数：3000 册

定价：15.00 元

读者服务部电话：64929211

发行部电话：64911190

前 言

《劳动法》和《职业教育法》明确规定，在全社会实行学历文凭和职业资格证书并重的就业制度。在国家劳动和社会保障行政管理部门的大力倡导下，取得职业资格证书已经成为劳动者就业上岗的必备的前提，同时，作为劳动者职业能力的客观评价，已经为人力资源市场供求双方普遍接受。取得职业资格证书不但是广大从业人员、待岗人员的迫切需要，而且已经成为各级各类普通教育院校、职业技术教育院校毕业生追求的目标。

开展职业资格培训教材建设十分重要。为此，劳动和社会保障部教材办公室、中国劳动社会保障出版社组织编写了《职业资格培训教材》，用于规范和引导职业资格培训教学。第一批组织编写的有：制冷设备维修工、冷作钣金工、制冷空调工、家用视频设备维修工、客房服务员、电工、办公设备维修工、电梯安装维修工、计算机操作员、计算机调试工、计算机维修工 11 个职业的教材。其他职业（工种）的教材将分期分批地组织编写。

职业资格培训教材的主要特点是：

1. 最大限度地体现技能培训的特色。教材以最新国家职业标准为依据，以职业技能鉴定要求为尺度，以满足本职业对从业人员的要求为目标。凡《标准》中要求的技能和有关知识，均作了详细的介绍。

2. 以岗位技能需求为出发点，按照“模块式”教材编写思路，确定教材的核心技能模块，以此为基础，得出完成每一个技能训练单元所需掌握的工艺知识、设备（工具）知识、相关知识和技能、专业知识、基础知识，并根据培训教学的基本规律，按照基础知识、专业知识、相关知识、设备（工具）知识、工艺知识、技能训练的次序组成教材的结构体系。

3. 服务目标明确。从教学形式上，主要服务于教育、劳动社会保障系统，以及其他培训机构或社会力量办学所举办的各种类型的培训教学，也适用于各级各

类职业技术学校举办的中短期培训教学，以及企业内部的培训教学；从培训教学时间上，服务于3~6个月不同等级的培训教学，即300~600授课学时的培训教学。

4. 在强调实用性、典型性的前提下，充分重视内容的先进性。尽可能地反映与本职业相关联的新技术、新工艺、新设备、新材料、新方法。

本书由支海成、汝勇健、朱林森、尹洪弟编写，支海成主编；范运铭审稿。编写过程中，得到江苏省劳动保障厅教研室和四川省劳动保障厅教研室的大力支持，在此一并致谢。

编写职业资格教材是一项探索性的事业，尽管参与编写的专家已经为此付出了艰苦的努力，但是由于缺乏可以借鉴的成功经验，加之时间仓促，存在缺点和不足在所难免，恳切希望广大读者提出宝贵意见和建议，以便今后修订，逐步完善。

劳动和社会保障部教材办公室

目 录

基础知识部分

单元 1 旅游基础知识	(1)
1.1 旅游的定义	(1)
1.2 旅游的基本要素	(1)
1.3 旅游业的构成	(2)
单元 2 我国主要旅游资源	(9)
2.1 自然旅游资源	(9)
2.2 人文旅游资源	(12)
单元 3 服务心理学	(16)
3.1 服务员自我心理的调节	(16)
3.2 宾客的消费心理	(18)
单元 4 实用美术	(20)
4.1 色彩	(20)
4.2 色调	(21)
单元 5 客房服务英语	(24)
5.1 常用名词术语	(24)
5.2 情景对话	(26)
5.3 常用语句	(29)

相关知识部分

单元 6 前厅知识	(34)
6.1 前厅部的职能	(34)
6.2 前厅部的机构设置	(35)
6.3 总台业务	(36)
单元 7 餐饮知识	(47)
7.1 菜点知识	(47)
7.2 酒水知识	(51)
7.3 软饮料	(57)

专业知识部分

单元 8 客房部的组织机构及岗位职责	(59)
8.1 客房部的组织机构	(59)
8.2 客房部的业务分工	(60)
8.3 客房部的岗位职责	(60)
单元 9 客房装饰布置	(63)
9.1 客房装饰布置的原则	(63)
9.2 客房装饰布置的基本方法	(64)
单元 10 客房产品的特点及质量标准	(66)
10.1 客房产品的特点	(66)
10.2 客房产品的质量标准	(67)
单元 11 清洁剂和清洁设备的日常管理	(69)
11.1 清洁剂的日常管理	(69)
11.2 清洁设备的日常管理	(70)

单元 12 宾客的种类、特点及服务要点	(73)
12.1 重要客人.....	(73)
12.2 团队客人.....	(75)
12.3 商务客人.....	(76)
12.4 零散客人.....	(76)
12.5 长住客人.....	(77)
12.6 常客.....	(77)
12.7 文艺团体.....	(78)
12.8 体育团体.....	(78)
12.9 特殊客人.....	(78)
单元 13 客房计划卫生与公共区域的清洁	(79)
13.1 客房计划卫生.....	(79)
13.2 客房计划卫生的项目.....	(79)
13.3 计划卫生的安排与实施.....	(80)
13.4 计划卫生的质量控制.....	(81)
13.5 公共区域的涵义.....	(82)
13.6 公共区域的清洁任务及要求.....	(83)
单元 14 客房楼层管理	(85)
14.1 客房楼层人员管理.....	(85)
14.2 商务行政楼层管理.....	(87)
14.3 客房楼层物资管理.....	(87)
单元 15 植物花卉知识	(97)
15.1 植物花卉的种类.....	(97)
15.2 植物花卉在饭店中的使用.....	(97)
15.3 饭店花卉的养护要求.....	(99)

操作技能部分

单元 16 特殊客房的清扫整理	(101)
16.1 贵宾房的清扫整理.....	(101)
16.2 写字间的清扫整理.....	(101)
16.3 长包房的清扫整理.....	(103)

16.4	公寓房的清扫整理·····	(104)
16.5	蜜月房的清扫整理·····	(106)
单元 17	客房的检查 ·····	(107)
17.1	客房检查的标准·····	(107)
17.2	检查方法·····	(107)
17.3	查房的技巧·····	(110)
单元 18	客房常用工具设备的使用 ·····	(111)
18.1	打蜡机·····	(111)
18.2	抛光机·····	(111)
18.3	洗地机·····	(112)
18.4	洗地毯机(喷吸式) ·····	(113)
18.5	高压冲洗机·····	(113)
18.6	拧干机·····	(114)
18.7	吹干机·····	(114)
单元 19	客房设备的维护保养 ·····	(115)
19.1	电器设备·····	(115)
19.2	客房家具·····	(117)
19.3	清洁设备·····	(118)
单元 20	面层材料的清洁保养 ·····	(120)
20.1	地毯的清洁保养·····	(120)
20.2	硬质地面的清洁保养·····	(125)
20.3	墙面的清洁保养·····	(129)
单元 21	客房安全事故的处理 ·····	(133)
21.1	饭店安全设施器材的功能·····	(133)
21.2	客房常见安全事故的处理·····	(134)
单元 22	对客服务 ·····	(138)
22.1	一般会议的服务·····	(138)
22.2	会客服务·····	(139)
22.3	客房小酒吧的服务与管理·····	(140)
22.4	醉酒客人的照料·····	(140)
22.5	病客的照料·····	(141)
22.6	遗留物品的处理·····	(141)
22.7	常见投诉的处理·····	(142)

单元 23 植物花卉的养护 (143)

23.1 温度..... (143)

23.2 光照..... (143)

23.3 湿度..... (143)

23.4 浇水..... (144)

23.5 换盆与用土..... (144)

23.6 施肥..... (144)

23.7 修剪整形..... (145)

23.8 病虫害的防治..... (145)

单元 24 培训 (147)

24.1 培训项目..... (147)

24.2 培训方法..... (147)

基础知识部分

单元 1 旅游基础知识

旅游是人们在满足日常的衣、食、住、行等基本生活需要后，追求更高层次的物质和精神享受的一种社会现象，是人类超出生存需要的一种高级的消费形式。它越来越受到人们的关注，参与性也越来越强。

1.1 旅游的定义

什么是旅游？对旅游这一概念的正确认识和理解已成为国际组织和学术界十分关注的问题。长期以来，国内外许多学者和有关国际组织给旅游这一概念下过多个定义。各种说法都从各自不同的研究角度出发，强调了旅游作为一种社会现象的某些基本特征。经过综合比较，我们可以发现，尽管各种表述方法不同，形式各异，但实际上都强调了从时间过程、空间位移、行为目的、活动性质的高度来研究旅游活动。因此，我们可以把旅游一词定义为：旅游是人类社会的一种短期性的生活方式，是旅游者在旅行和暂时性停留中所引起的一切现象和关系的总和。

1.2 旅游的基本要素

构成旅游活动的基本要素有：旅游者，即旅游的主体；旅游资源，即旅游的客体；旅游业，即旅游媒介。三者相互依存、相互制约、紧密结合，共同构成旅游活动的整体。

(1) 旅游者

旅游者是构成旅游活动的首要条件，没有旅游者就没有旅游活动，也就没有旅游业。

1) 旅游者的概念 旅游者是指任何一个到他（她）通常活动环境以外的地方去旅行，其停留时间在 24 小时以上，一年内主要目的不是通过所从事的活动及访问地获取报酬的人。

2) 旅游者对旅游活动的要求 每一个旅游者因其旅游动机、个人爱好、支付能力不一样，对旅游活动所达目的和要求也不一样，概括起来有以下基本要求：

- ①旅行快捷、安全、舒适；
- ②游览内容丰富，具有吸引力和新意；
- ③住宿卫生、安全、安静和舒适；
- ④用餐卫生、及时、富有特色；
- ⑤娱乐尽兴尽情，随意轻松；
- ⑥购物价格合理，有特色。

(2) 旅游资源

旅游者是构成旅游活动的主体，而旅游资源则是旅游活动的客体，是旅游业赖以生存和发展的重要的物质基础。

1) 旅游资源的概念 旅游资源一般泛指人们在旅行游览过程中所感兴趣的各类事物，如国家民情、风俗习惯、山川风光、历史文化等。凡是具有旅游吸引力的自然和社会景象等因素，统称为旅游资源。

2) 旅游资源的种类 旅游资源大体上可划分为两大类，一类是自然旅游资源，一类是人文旅游资源。

①自然旅游资源 自然旅游资源由自然界中的地理环境和生物构成。它能够吸引人们前往旅游的自然景观。自然旅游资源一般是天然赋予的，包括地形景观、气象景观、水文景观和动植物景观等，具有明显地域特征。

②人文旅游资源 人文旅游资源是指能够吸引人们旅游的古今人类活动的文化成就，也是古今人类所创造的物质财富和精神财富的综合表现。它是古今人类社会历史发展的记录和见证，具有明显的历史特点和民族特色，是一个国家或地区极为宝贵的文化遗产。主要由历史文物古迹、园林、现代建筑、文化传统、风土民情、民族文化及有关场所、有影响的国际性体育和文化盛事、现代人造旅游资源、饮食、购物和当地居民对外来旅游者的友好态度等构成。

(3) 旅游业

旅游业是旅游活动发展到一定规模的产物。20 世纪 50 年代以来，随着现代旅游的迅速发展，世界旅游业的发展久盛不衰，现在已成为世界的最大产业之一。

旅游业是具有服务性质的特殊经济行业，是以旅游者对象，为其旅游活动创造便利条件并提供其所需商品和服务的综合性产业。旅游业主要由旅馆业、饮食业、交通运输业、旅行社行业与游览娱乐行业、旅游用品和纪念品销售行业等组成。旅游业的主要职能是向旅游者提供旅游活动所需要的旅游对象、产品和服务。旅游者在完成其旅游经历的过程中，会产生吃、住、行、游览、娱乐、购物等多方面需求，这些需求需要由相应的行业加以满足。旅游业即是向旅游者提供旅游活动所需产品和服务的行业。

1.3 旅游业的构成

旅游业是为旅游者提供各种服务的一系列相关联的行业，主要由完全为旅游者服务的主体部门、部分为旅游者服务的相关部门以及政府和民间组织等管理部门构成，其中起骨干作用，且直接为旅游者服务的主要有旅行社、旅游交通、旅游饭店、旅游商场和旅游娱乐部门等。

(1) 旅行社

旅行社是沟通旅游消费者和旅游生产者的中介组织，就其本质而言，旅行社又是一个以营利为目的的企业。

1) 旅行社的性质 旅行社在不同的国家和地区有不尽相同的含义，而且不同国家和地区的法律对旅行社的性质也有不同的规定。1996 年我国国务院颁布的《旅行社管理条例》中规定：“旅行社是指以营利为目的，从事旅游业务的企业”。其中的旅游业务是指为旅游者代办出、入境签证手续，招徕、接待旅游者旅游以及为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。

尽管不同国家和地区对旅行社的性质有不尽相同的规定,但其中都包含了以下两个共同特征:

①为旅游者提供与旅行有关的服务是旅行社的主要职能;

②以营利为目的决定了旅行社的企业性质。

2) 旅行社的职能 尽管不同类型旅行社在职能方面还存在一些差异,但是,作为为旅行者提供旅行服务的专门机构,旅行社一般都具有以下五种基本职能。

①生产职能 旅行社的生产职能也可以称为组装职能。在我国,旅行社大多以低于市场的价格向饭店、旅游交通和其他相关部门批量购买旅游者所需的各种服务项目,然后进行组装加工,并融入旅行社自身的服务内容,进而形成具有自己特色的旅游服务内容,即旅游产品。就团体旅游而言,旅行社最终出售的是一件完整的旅游产品,而非组成旅游产品的零散部件。其他相关部门的服务在这一过程中只是旅行社产品的“生产原料”,而非产品本身。就这种意义而言,旅行社具有生产职能。

②销售职能 旅游产品的无形性和生产与消费的同一性,使得旅游产品的销售较物质产品更为复杂,同时也使旅游产品的销售对销售渠道的依赖性变得更强。如果没有畅通销售渠道,旅游者就要在对旅游目的地知之不多甚至一无所知的情况下,广泛搜集有关旅游信息,办理各种烦琐的旅游手续,特别是当旅游者所需要的是一种跨国度、综合性的旅游产品时,这种状况无疑会在一定程度上扼制旅游者外出旅游的需求。旅行社恰好适应了这种社会需求,承担起沟通买卖双方的任务,使旅游产品更顺利地进入消费领域,方便旅游者购买。

③组织协调职能 旅游活动涉及吃、行、住、游览、购物、娱乐等众多方面。旅行社要保障旅游活动的顺利进行,就离不开旅游业各部门和其他相关行业的合作与支持,而旅游业各部门之间以及旅游业与其他行业之间存在的都是一种相互依存、互利互惠的合作关系。旅行社作为其中的一个组成部分,并不具备对其他部门的管辖指挥权。因此,旅行社要想确保旅游者旅游活动的顺利进行,就必须进行大量的组织与协调工作,在确保合作各方实现各自利益的前提下,协同旅游业各有关部门和其他相关行业,保障旅游者的旅游活动过程中各个环节的衔接与落实。组织协调职能成为旅行社的又一基本职能。

④分配职能 旅游者旅游活动过程中的消费是多种多样的,特别是在包价旅游的情况下,旅游者通常为其各种旅游活动一次性预付全部或部分费用。旅行社要根据旅游者的要求,在不同的旅游服务项目之间合理分配旅游者的费用,以最大限度地满足旅游者的需要。在旅游活动中或结束后,旅行社要根据接待过程中各相关部门提供的服务的数量和质量合理分配旅游收入,这就是旅行社的分配职能。

⑤提供信息的职能 旅行社提供信息的职能主要表现在两个方面。一方面,旅行社作为旅游产品重要的销售渠道,始终处于旅游市场的最前沿,熟知旅游者的需求变化和市场动态,这些信息若能及时提供给各相关部门,会对他们的经营管理具有指导意义,而相关部门经营的改善和服务质量的提高无疑也有利于旅行社自身的发展;另一方面,旅行社作为旅游业重要的销售渠道,应及时、准确、全面地将旅游目的地各相关部门最新的发展和变化传递到旅游市场去,以促使旅游者购买。

3) 旅行社的基本业务 旅行社的类别、业务规模和目标市场等方面的不同,决定了旅行社业务的差异。旅游决策过程与旅行社的基本业务,如图 1—1 所示。

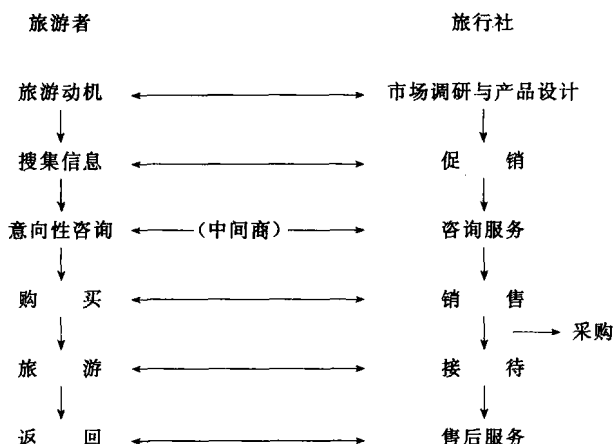


图 1—1 旅游决策过程与旅行社的基本业务

由图 1—1 可以看出，在旅游者旅游动机的形成阶段，旅行社应通过市场调研及时了解旅游者的旅游动机，并根据旅游者的旅游动机有针对性地设计旅游产品；在旅游者根据自己的旅游动机搜集相关旅游信息时，旅行社应适时开展各种形式的旅游促销活动，使旅游者能够方便地获得旅行社的产品信息；旅游者经过对大量信息的评价与判断后，会有选择性地向有关旅行社进行咨询，而此时旅行社则应向旅游者提供优质的咨询服务。在涉及众多方面的跨地区和跨国度的旅游活动中，此间可能会有旅游中间商介入；旅游者通过对咨询结果的比较，会最终作出决策，并向其满意的旅行社支付旅费，购买旅游产品，这对于旅行社来说便意味着产品的销售。旅行社在销售其产品后，需要向相关部门购买各种旅游服务，落实各个旅游环节，准备迎接旅游者的到来；旅游者旅游活动的开始，同时也是旅行社接待服务的开始，而旅游者旅游活动结束后，旅行社还应提供售后服务，以解决旅游者可能存在的问题，并保持与旅游者的联系。

由以上的分析我们可以看出，旅行社作为为人们旅行提供服务的专门机构，其基本业务主要包括以下几项：

- ①产品开发业务；
- ②产品促销业务；
- ③产品销售业务；
- ④旅游服务的采购业务；
- ⑤旅游接待业务。

4) 旅行社的类别

①西方旅行社的分类 在西方国家中，人们根据旅行社的业务范围和特点，将旅行社分为三类：

a. 旅游批发商 (Tour wholesaler) 旅游批发商是组织并推销旅游产品的一种旅行社，主要安排旅行业务、制定日程、路线、交通安排、住宿，确定报价等。他们按照旅游路线和旅游项目制定年度计划，然后进行广告宣传和推销。他们不直接向广大公众出售产品，而是通过各种从事零售业务的中间商出售自己组织的报价旅游产品。

b. 旅游经营商 (Tour Operator) 这类旅行社的业务同旅游批发商基本相同，属批发业

务。稍微有所不同的是,旅游经营商往往拥有自设的零售网络,除了可通过中间代理商出售其报价产品外,还可通过自己设的零售点直接向广大公众出售这些产品。

c. 旅游零售商(Tour Retailer) 这类旅行社,既代表旅游者向旅游批发商及经营商以及有关吃、住、行、游览、购物、娱乐等方面的旅游企业购买产品,又代理上述旅游企业向旅游者销售其各自的产品。

②日本旅行社的分类

a. 一般旅行业 可从事国际旅游、国内旅游和出国旅游三种业务,主要是开展对外旅游业务。

b. 国内旅行业 可从事国内旅游(包括部分接待外国人的日本国内旅游)业务。

c. 旅行业代理店 依照注册登记所批准的业务范围,可作为一般旅游业的代理店,从事其相同的业务;也可作为国内旅游业的代理店,从事与其相同的业务。

③我国旅行社的分类 我国国务院1996年颁发的《旅行社管理条例》按经营业务范围的不同,把我国的旅行社划分为国际旅行社和国内旅行社两种类别。

a. 国际旅行社 国际旅行社主要经营入境旅游业务、出境旅游业务和国内旅游业务。具体包括:

(a) 为来中国旅游的外国人、华侨、港澳台同胞安排交通、游览、住宿、购物、娱乐及提供导游等相关服务。

(b) 为我国境内居民在国内旅游安排交通、游览、住宿、饮食、购物、娱乐及提供导游等相关服务。

(c) 为我国境内居民到外国和港、澳、台地区旅游安排导游及委托接待服务。

(d) 为我国境内居民到规定的与我国接壤国家的边境地区旅游安排导游及委托接待服务。

(e) 为旅游者代办入境、出境及签证手续。

(f) 为旅游者代购、代订国内外交通客票,提供行李服务。

b. 国内旅行社 国内旅行社主要经营国内旅游业务。具体包括:

(a) 为我国大陆地区旅游者在境内旅游安排交通、游览、住宿、饮食、购物、娱乐及提供导游等相关服务。

(b) 为我国大陆地区旅游者代购、代订国内交通客票,办理托运行李、领取行李等业务。

(c) 地处边境地区的国内旅行社经国家旅游局批准可以接待前往该地区的境外旅游者。

(2) 旅游交通

1) 旅游交通的概念 旅游交通指旅游者利用某种手段和途径,实现从一个地点到达另一个地点的空间转移过程。在这个意义上,旅游交通与旅游交通运输可用为同义语。

2) 旅游交通在旅游业中的地位 旅游交通的任务是要解决旅游者在定居地与旅游目的地之间的往返,从一个目的地到另一个目的地,以及在一个目的地内的各地区间便利往来的问题。它不仅要解决往来不同地点间的空间距离问题,更重要的是要解决其中的时间距离问题。

旅游交通是旅游业的一个重要组成部分,是旅游业发展的命脉。现代大众旅游之所以能够兴起,除了经济的发展、人民收入水平的提高等因素外,技术上的主要原因还在于交通工具的不断现代化,解决了人们外出的时空矛盾,使人们开展长距离旅行成为可能。因此,旅游交通对旅游业的发展起着重要的作用。

3) 旅游交通的种类 目前,人们外出旅游主要通过航空、铁路、公路、水上客运等。在旅游全过程中,往往是几种交通方式相互配合、交替使用。

①航空客运 航空客运的主要交通工具是飞机。20世纪60年代以来,随着科学技术的进步和大型宽体客机的广泛运用,航空客运在交通运输中的作用得到很大的提高。从1987年起,我国先后成立了中国西南航空公司、中国国际航空公司、中国东方航空公司、中国北方航空公司、中国南方航空公司和中国西北航空公司,民航的发展步伐逐步加快。20世纪90年代以来,我国航空客运量以年平均20%以上的速度增长,至1999年客运量为7 000万人次。目前,我国航空公司已发展到30多家,飞机近900架,飞行国际航线100多条,国内航线800多条。1996年,民航计算机管理信息系统已同世界上最大的6家计算机预订系统(亚太地区的ABACUS、欧洲的AMADEUS、美国的SABRE、GETS和欧洲、美洲的WORLDSPAN、CALILEO)实现了联网。国外游客可以通过这些系统预订民航的机票。另外,民航还加大了对外开放的力度。目前,已有50多家外国航空公司的飞机飞抵我国的一些主要城市。

航空客运的主要优点是迅速、安全、舒适、方便。在各种交通工具中,飞机的事故死亡率最低。

②铁路客运 铁路客运具有运力大、载客多、污染少、费用低、安全性高等优点。改革开放20年来,我国铁路运输得到了较快的发展。1997年底,铁路营运里程5.76万公里,居亚洲第1位。铁路复线率超过30%,电气化铁路已建成23条,总长1.2万公里,居世界第8位。近两年,火车运行速度已大大提高。1997年4月1日和1998年10月1日,铁道部两次对列车运行图进行了根本性调整,2000年10月,铁路再次进行了全面提速。此外,快速列车和夕发朝至列车对数大大增加。1998年底又开通了网上订票业务,极大地方便了旅游者。

③公路客运 公路客运具有自由灵活、便利高效的特点,可随时停留,随意选择旅游点,是中、短途旅游的理想选择。改革开放后,我国公路运输呈现出良好的发展势头。公路总里程数从1979年的87.6万公里,增至1998年的126万公里。公路密度由9公里/100平方公里增加到13公里/100平方公里,实现了县县通公路。另外,公路中高等级公路的比重不断在提高。二级以上的高等级公路比重由1979年的1.3%提高到1998年的12%,其中高速公路发展速度更快,到1998年,我国高速公路总里程已达6 258公里,列世界第7位。

④水上客运 我国有1.8万多公里的海岸线,5 800多条流域面积为100平方公里的河流和900多个大小湖泊,为发展水上运输创造了条件。改革开放以来,国家投资修建码头,疏通河道,使水上客运量持续增长。1996年客运量为2.2亿人次,游船数量增至1 984艘,总座位44 580个,其中长江游船60余艘。

(3) 旅游饭店

旅游饭店是旅游业的重要组成部分,是一个国家发展旅游业的物质基础,是获得旅游经济收入的重要来源。

饭店一词来源于法语Hotel,本意是指别墅,现称为饭店、宾馆、酒店等。为了接待日益增多的海外旅游者,适应他们现代旅游生活的需要,我国将允许接待海外旅游者的饭店称为旅游饭店,以别于国内其他的一般饭店。

1) 旅游饭店的功能 现代饭店是为旅客提供吃、住、行、游览、购物、娱乐、文化、信息服务的综合服务系统。一家具有国际水准的现代旅游饭店,首先要有舒适安全并能吸引客人入住的客房,具有能提供风味特色、美味佳肴的各式餐厅;还要有举行会议、商贸洽谈所

需的现代化会议设施设备和办公通讯系统,旅游者所需要的娱乐中心,如卡拉OK或舞厅、健身房、游泳池、商场,以及其他综合服务设施,如商务中心、书店、美容美发中心、邮局、银行等。

2) 旅游饭店的种类 由于旅游饭店的位置、功能、设施、客源不同,因此,旅游饭店的种类也较多。根据旅游饭店的功能和客人的特点可分为:观光型饭店、商务型饭店、度假型饭店、长住式饭店、会议型饭店、汽车饭店、机场饭店等;根据旅游饭店规模的大小可分为:大型饭店(客房数在600间以上的饭店),中型饭店(客房数在300~600间的饭店),小型饭店(客房数小于300间的饭店)。

3) 旅游饭店的等级 目前,世界上旅游饭店数量与日俱增,种类千差万别,功能多种多样。为了保证旅游饭店的服务质量,树立国家作为旅游目的地的对外形象,便于管理和监督,保护消费者利益,各国都对旅游饭店进行了等级评定。大多数国家包括我国采取“五星级”制,即一星级、二星级、三星级、四星级、五星级。星级越高,表示饭店档次越高,设施和服务越好。

一星级:设备简单,提供食宿两项基本的饭店产品,能满足客人的基本需要。设施和服务符合国际流行的基本标准。

二星级:设备一般,除食宿基本设施外,还设有简单的小卖部,以及邮电、理发等便利设施,服务质量好。

三星级:设备齐全,有多种综合服务设施,服务质量高。

四星级:设备豪华,服务设施完善,服务项目健全,服务质量优秀。

五星级:是饭店的最高等级,其设备、设施、服务项目设置和服务质量均为世界饭店业的最高水平。

考核一个饭店的等级时,要从其“硬件”(设备设施)和“软件”(服务和管理)、服务项目的数量和提供服务的质量等方面同时评定。

(4) 旅游商场

旅游商场是旅游业不可缺少的一个组成部分,是旅游日用品、纪念品、免税品等的主要供应部门,也是旅游业的一项重要经济来源。

旅游物品是旅游者在旅游活动中所购买的商品。它与一般商品相比较有其自身特点,即具有纪念性、艺术性、礼品性和实用性,富有民族、地方和游览地特色,对旅游者具有强烈吸引力。旅游物品按用途可分为以下几类。

1) 旅游工艺品 如雕塑、陶瓷、编织、漆器、金属、字画、玩具、刺绣等工艺品。它们历史悠久、技艺精湛。

2) 文物古玩及其复制品 如文房四宝、出土文物复制品、碑贴、拓片以及不属国家禁止出口的古玩等。它们既具有历史、艺术和科学价值,又具有教育和纪念意义。

3) 旅游纪念品 以旅游景点的文化古迹或自然风光为题材,利用当地特有的原料,体现当地传统工艺和风格,富有纪念意义的小型纪念品。

4) 土特产品 如贵州的茅台酒、浙江金华的火腿等。它们品种繁多,各具特色。

5) 旅游食品 指具有当地风味的食品。

6) 旅游日用品 旅游者在旅游活动中购买的具有实用价值的旅游小商品,如毛巾、牙刷、旅游鞋等。