

中国饭店业职业经理人
执业资格认定考试指定用书



酒店 公关实务

S INPORO TRAINING HOSPITALITY SERIES

贺湘辉 何丽芳◎编著

广东省出版集团
广东经济出版社

中国饭店业职业经理人
执业资格认定考试指定用书



酒店 公关实务

S INPORO TRAINING HOSPITALITY SERIES

贺湘辉 何丽芳◎编著

广东省出版集团
广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店公关实务/贺湘辉, 何丽芳编著. — 广州: 广东经济出版社,
2005.12

(新博亚酒店丛书 3)

ISBN 7-80728-140-5

I. 酒… II. ①贺… ②何… III. 饭店—公共关系学
IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 118896 号

出版发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团股份有限公司
印刷	湛江日报社印刷厂 (湛江赤坎康宁路 17 号)
开本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印张	18 2 插页
字数	307 000 字
版次	2005 年 12 月第 1 版
印次	2005 年 12 月第 1 次
印数	1 ~ 6 000 册
书号	ISBN 7-80728-140-5/F·1305
定价	32.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: (020) 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市越秀中路 125 号大院八号 邮政编码: 510055

广东经济出版社读者服务有限公司 电话: (020) 83801011 83803689

网址: www.jj1234.com

·版权所有 翻印必究·



贺湘辉 Mr. Edward He

《新博亚酒店丛书》主编

1976年出生，籍贯湖南省，酒店管理讲师，企业培训师，餐厅技师，广东省餐厅考评员。一直致力于高星级酒店管理和教育教学工作，研究方向为旅游酒店管理。编著有《酒店人力资源管理实务》、《饭店客房管理与服务》、《酒店公关实务》、《酒店餐饮管理与服务》等多部教材。现任教于广州华立学院。

贺湘辉先生长期致力于旅游酒店职业培训和职业教育工作，先后为上百家星级酒店及旅游行业管理人员岗位职务培训班培训，主讲旅游酒店业务管理、服务技巧、营销案例等核心课程。他是国内第一本全面系统阐述《酒店培训管理》的主编之一。

E-mail: hexianghui244@163.com



姜玲 Ms. Jenny Jiang

《新博亚酒店丛书》主编

新博亚首席培训师，经济学硕士，在读法学博士，高级经济师，美国注册高级教育导师CHE，美国注册饭店总经理CHA，美国注册高级培训师CHT。美国Sinporo Training International、南京/海南新博亚酒店管理培训中心创始人。在奥地利获得酒店管理文凭，曾任海南文华大酒店HRD、新加坡文华大酒店Management Intern、南京金陵饭店EAM。

姜玲女士长期致力于国际酒店培训与职业资格认证课程研究与开发工作，在任美国AH&LA EI中国南方首席代表、AATM COO期间把美国饭店职业资格认证培训体系带入中国，完成其系列教程在中国本土化工作。姜玲女士及其率领的新博亚培训师团队倡导开放式教学，采用互动培训方式，内容实用、形式活泼生动，受到国内外学员的高度评价。

E-mail: jennyjiang@sinporo.com

《新博亚酒店丛书》
编委会

总策划：赵世平

主 编：贺湘辉 姜 玲

副主编：徐文苑 何丽芳 廖钦仁

编 委（排名不分先后）：

黄汝泰 熊金泰 曾小力 梁健全

章建新 王 珑 邓雪梅 刘 羚

邹培英 庄万鹤 罗小川 洪志扬

伏六明 牛小斐 王春梅 陈 琦

张卫兵 陈志斌 贺国辉 林万旭

罗 江 张树坤 窦慧筠



南京/海南 新博亚酒店管理培训中心

国际酒店专业培训公司，拥有一流培训图书资源，大批美国注册中国酒店业内培训师，具有从培训设计到实施及评估等咨询经验以及优秀的国际标准系列培训课程。

近年来，公司先后在中国北京、上海、重庆、南京、杭州等十多个大中城市开设了酒店专业课程。中国饭店协会、上海市长宁区旅游协会饭店分会、重庆市旅游局饭店协会、海航酒店集团、浙江开元国际酒店集团、如家酒店连锁以及其它几百家中外星级饭店的管理人员参加了公司所开设的从总经理到部门经理及至主管的培训，培训得到了极高的评价。

2005年，中国南京/海南新博亚培训中心与美国公司联手创建“新博亚酒店培训 Sinporo Training International”并在美国加州登记注册。公司精心推出的“酒店业培训培训师TTT”、“酒店业管理技能HSS”以及国际职业资格认证培训等课程得到业内一致认可，有望成为行业标准。

E-mail: sinporo@sinporo.com

网址: www.sinporo.com

电话: 025-83377785 0898-66291292

总 序

随着中国经济的飞速发展，中国酒店业面临越来越激烈的竞争。虽然中国酒店业早已与国外同行接轨，但多为硬件的有形引进，直接的模仿多于深层次的借鉴，而对服务水平、员工素质、管理理念等“软件”的引进比较缺乏。这使所形成的饭店管理模式一开始就存在着经营内涵、管理理念等方面的缺陷，严重影响我国酒店业的市场竞争力。

为了改变这种被动的局面，在国内酒店业的“硬件”水平日益接近国际水平的情况下，“软件”成为了竞争的焦点，而教育正是酒店“软件”建设之本。通过教育，提高员工素质、工作效率、敬业精神和职业道德水准，并培养其持续学习的能力，才能实现酒店以人为本的整体优化目标，才能适应集约化经营的需要，才能在激烈的竞争中立于不败之地。

要成为一家有竞争力的酒店，这家酒店必须是学习型企业。

要成为学习型企业，就要在酒店内部建立学习氛围，就要对全体员工开展定期/不定期的脱产/在职培训。

要开展各种培训，必须有合适的培训师和教材，以及一种良好、互动的培训体系/机制。平心而论，目前非常缺乏能够满足酒店从业人员培训需要的合格的培训师和教材。我们因此产生了策划、出版一套崭新的酒店丛书的想法。

从2003年8月开始，由广东经济出版社总策划，中国饭店协会、中国饭店业职业经理人专业委员会、南京/海南新博亚酒店管理培训中心共同主持，并特邀国内酒店培训业和酒店教育业的多位专家共同参与，启动了《新博亚酒店丛书》工程。两年来，我们引进国际酒店行业先进的培训教育方法，依据国内酒店管理现状和人员素质，并反复征求多家星级酒店管理者和一线员工的意见，终于编写、出版了

《新博亚酒店丛书》第一辑，共 17 本书。与传统酒店教材不同，《新博亚酒店丛书》侧重于酒店从业人员实际技能的培养。本丛书作者，除了大学酒店专业的教师，绝大部分是酒店培训师和资深从业人员。因此，《新博亚酒店丛书》是目前国内不可多得的实用酒店培训教材。

经过中国饭店协会、中国饭店业职业经理人委员会严格审核，确认《新博亚酒店丛书》为《中国饭店业职业经理人执业资格认定考试》指定用书。

广东经济出版社擅长出版实用管理图书，在业内享有较高声誉。南京/海南新博亚酒店管理培训中心擅长做酒店管理培训，在中国酒店业培训中处于领先地位。中国饭店协会和中国饭店业职业经理人专业委员会是中国著名的酒店专业协会。我们愿意通过三方精诚的合作，发挥各自的优势，长期持续出版《新博亚酒店丛书》，提升中国酒店从业人员素质，提高中国酒店的国际竞争力。我们希望，通过作者、出版社、读者、酒店培训机构、酒店协会等多方的共同努力，若干年后，《新博亚酒店丛书》将成为中国酒店培训行业著名的图书品牌。

《新博亚酒店丛书》能及时和广大读者、同仁见面，应该说是集众人智慧。他们主要是本丛书作者、为本丛书提供研究成果资料的专家，以及许多业内人士。同时还得到了广州华立学院、广州白天鹅宾馆、中山大学酒店管理培训中心、天津职业大学、广东省中旅培训中心、湖南女子职业大学、白天鹅酒店管理培训中心等单位的大力支持和帮助。在此一并致以深深的谢意。

随着中国经济持续稳定的发展，中国酒店业迎来了发展的黄金时期。大量从业人员的进入，酒店培训和教育任重道远。我们希望借助《新博亚酒店丛书》这个平台，推动中国酒店培训行业的健康发展。我们也希望酒店从业人员对已经出版的《新博亚酒店丛书》提出修改意见。

是为序。

《新博亚酒店丛书》总策划 赵世平
(联系电话：020-83801011 83803689)

2005 年 8 月仲秋于广州

前言

Foreword

公共关系作为一种专门化的职业，在世界范围内得到了充分的重视和运用，欧美各国更是将其广泛地用于整个社会的各个行业，使其在经营管理、市场运作、大众传播等领域发挥着独特的功能。在市场相对成熟的现代社会，企业的竞争说到底，实际上是企业形象的竞争，而公共关系在协调企业与社会之间的关系、塑造良好的企业形象等方面日益显得不可或缺。

随着我国经济体制改革的推进和加入 WTO，现代酒店为适应日趋激烈的市场经济，必须协调好内、外部的各种关系，创造“内求团结，外求发展”的社会环境，保证酒店的内部凝聚力和外部竞争力，在社会大众中塑造良好的酒店形象。在这种要求下，公共关系作为一种关系到酒店生存和发展全局的重要因素，引起业内人士对酒店公共关系的重视，也就是理所当然的了。

酒店公共关系工作是一种艺术，公理性的条条框框很少，需要循规蹈矩的东西不多，它更多地与其从业者的个人素质联系在一起，需要发挥酒店公共关系人员的独特个性和创意，而不能照本宣科，死记教条。在酒店进行公共关系实务工作，公共关系人员有很多知识、技巧需要学习和掌握。对于初涉酒店业的员工，希望学到公共关系实务工作的具体作法，具有一定经验的酒店公关人员则希望得到比较系统的酒店公共关系理论与实务，尽量满足这些要求和希望正是本书所追求的。

**JD****酒店公关实务**

JIUDIAN GONGGUAN SHIWU

本书根据酒店业经营的特点,借鉴国内外公关理论与操作实务的最新成果,对酒店公共关系机理、机构与人员、工作程序、酒店形象塑造、公共关系专题活动、公共关系服务礼仪、公共关系语言表达艺术、公共关系写作技巧、危机公共关系处理等进行了通俗而系统的阐述。本书追求简单实用,内容新颖,体例完整,操作性强,让读者掌握酒店公共关系的基本原则,并在实践中运用和操作。

本书由贺湘辉、何丽芳编著,姚晓柏参编第八章,伏六明参编第九章,邹培英主审。书稿主要参考的资料已在参考文献中列出,在此向有关作者表示感谢。

由于水平有限,时间仓促,书中差错在所难免,敬请读者批评指正。

编者



目 录

Contents

第一章 什么是酒店公共关系



第一节 什么是公共关系 3

公共关系的由来

公共关系与其他关系的异同

公共关系与中国酒店业

第二节 什么是酒店公共关系 9

为什么叫酒店公共关系

酒店公共关系有哪些特点

第三节 酒店公共关系有哪些状态 14

酒店静态公共关系

酒店动态公共关系

酒店动、静态公共关系的相互关系

第四节 酒店公共关系由哪些方面构成 15

酒店公共关系的主体：酒店 酒店公共关系的客体：公众

酒店公共关系中介：传播

第二章 酒店公共关系的功能和作用



第一节 酒店公共关系的功能 25

信息的搜集

咨询决策

宣传功能

交际功能

协调功能

激励功能

第二节 酒店公共关系的传播与沟通作用 41

酒店公共关系传播的特点 语言传播与非语言传播



酒店公共关系传播的形式 酒店公共关系活动
酒店公共关系的双向信息沟通

第三章 酒店公共关系机构与人员

64

第一节 酒店公共关系机构的设置 65

酒店公共关系机构设置的作用
酒店公共关系机构设置的原则
公共关系部在现代酒店中的地位

第二节 公共关系部设置模式和工作内容 68

公共关系部设置的一般模式 公共关系部的工作内容

第三节 公共关系人员的职责和素质 73

酒店公共关系人员的职责 公共关系人员的基本素质
公共关系部经理应具备的素质

第四节 酒店公共关系人员的行为准则 85

第五节 酒店公共关系人员的职业训练 88

酒店公共关系人员培训的途径 公共关系培训要学习的内容
公共关系人员的培训

第六节 酒店全员公共关系意识的培养 91

公共关系意识的内容 公共关系意识的培养

第四章 酒店主要公共关系

95

第一节 酒店内部公共关系 97

酒店内部公共关系的作用及目标 员工关系
股东关系 酒店部门关系

第二节 酒店外部公共关系 110

酒店外部公共关系的特性 宾客关系
旅行社关系 社区关系
行政关系

第五章 酒店公共关系的工作程序

121

第一节 调查研究 123

酒店公共关系调查研究的意义

	酒店公共关系调查研究的主要内容	
	酒店公共关系调查研究的方法	
	酒店公共关系调查研究的过程	
	酒店公共关系目标的确立	
第二节	制定计划 130	
	酒店公共关系计划的特征和功能	制定公共关系计划前的准备
	制定公共关系计划的主要内容	制定公共关系计划的要求
第三节	组织实施 134	
	组织实施的基本要求	组织实施的时机选择
	组织实施的传播媒介选择	取得理想传播效果的方法
第四节	评估结果 139	
	评估的目的	评估的程序
	检测评估的标准	评估的方法
	案例 广州大厦以品牌传播公关活动	

第六章 酒店公共关系与形象塑造

527

第一节	现代酒店的形象是怎样的 149	
	酒店形象的含义	酒店形象的构成要素
	酒店形象构成的主、客体及媒体	酒店形象构成的内容
第二节	酒店形象塑造的原则与方法 155	
	酒店形象塑造的原则	酒店形象塑造的方法
第三节	酒店形象识别 159	
	理念识别	活动识别
	视觉识别	
第四节	酒店形象塑造的策略和步骤 167	
	酒店形象设计的特点	酒店形象塑造的策略
	酒店形象塑造的基本步骤	
第五节	酒店的形象战略和情感战略 174	
	CI 是一种行之有效的形象战略	CS 是超越 CI 的情感战略
	酒店的非价格竞争战略原则	案例 某酒店实施绿色营销





第七章 酒店公共关系专题活动策划与操作

177

- 第一节 酒店公共关系专题活动的策划 181
- | | |
|-------------|-------------|
| 庆典型公共关系活动策划 | 销售型公共关系活动策划 |
| 危机型公共关系活动策划 | 赞助型公共关系活动策划 |
- 第二节 酒店主要公共关系专题活动的组织 187
- | | |
|-------------|----------------|
| 记者招待会与新闻发布会 | 宴请 |
| 联谊活动 | 典礼 |
| 酒店服务促销活动 | 展览与展销 |
| 酒店赞助活动 | 专题谈判协商活动 |
| 投诉与事故处理活动 | 案例 “蜡烛事件” 公关策划 |
- 第三节 酒店专题活动公共关系操作技巧 207
- | | |
|------------|--------------|
| 新闻发布会与新闻采访 | 公共关系广告设计 |
| 谈判的谋略与技巧 | 人际交往技巧 |
| 日常接待技巧 | 案例 长城饭店的公关策划 |

第八章 酒店公共关系语言表达艺术

225

- 第一节 口语的表达技巧 227
- | | |
|---------|---------|
| 语音语调 | 层次性和条理性 |
| 形象性和生动性 | 轻松感和自然感 |
- 第二节 打招呼的语言艺术 229
- | | |
|-------|-------|
| 称呼要得体 | 寒暄要热情 |
|-------|-------|
- 第三节 自我介绍的语言艺术 230
- | | |
|-----------|--------|
| 镇定自信而谦虚有礼 | 要繁简得当 |
| 适当的诙谐幽默 | 适当使用名片 |
- 第四节 交谈的语言艺术 232
- | | |
|-----|-----|
| 提问法 | 应对法 |
| 拒绝法 | |
- 第五节 电话语言艺术 236
- | | |
|---------|--------|
| 要清晰、准确 | 要亲切、礼貌 |
| 要注意控制时间 | |
- 第六节 演讲的技巧 238
- | | |
|------|------|
| 充分准备 | 选择开头 |
|------|------|

注意结尾

演讲的语言技巧要点

演讲者的仪态风度

第九章 酒店公共关系工作中的写作技巧 229

第一节 公共关系写作的基本知识 243

公共关系写作的特点

应用写作中的公共关系意识

酒店公共关系写作的文体类型

第二节 各种公共关系文本的写作技巧 245

酒店公共关系调查报告的写作技巧

酒店公共关系计划书的写作技巧

酒店公共关系新闻稿的写作技巧

酒店公共关系简报的写作技巧

酒店公共关系请示的写作技巧

酒店公共关系总结的写作技巧

咨询建议书的写作技巧

公共关系信息的写作技巧

公共关系广告词的写作技巧

公共关系书信的写作技巧

案例 中国大酒店公关经理致宾客的函

第十章 酒店危机公共关系的处理 261

第一节 什么是酒店公共关系危机 263

酒店公共关系危机的含义及特征

酒店公共关系危机的类型

第二节 如何处理酒店危机公共关系 265

酒店危机公共关系处理的原则

处理危机的公共关系对策

案例 酒店“非典”危机的化解

第三节 酒店危机公共关系的应对措施 271

危机早期的应对措施

危机中期的应对措施

危机后期的应对措施

参考文献 274



目

录



第一章

什么是酒店公共关系

在现代社会，公共关系已成为测定社会文明程度的重要标准之一；成为现代社会组织不可缺少的重要经营管理功能和手段。一般来讲，公共关系以公众为对象，以美誉为目标，以互惠为原则，以长远为方针，以诚实为信条，以信息传播为手段。

