

旅游管理精品课程自主创新系列教材

主编 董观志 魏 卫

现代饭店经营管理

XIANDAI FANDIAN JINGYING GUANLI

(第二版)

魏 卫 主编



中山大学出版社

旅游管理精品课程自主创新系列教材

主编 董观志 魏 卫

现代饭店经营管理

XIANDAI FANDIAN JINGYING GUANLI

(第二版)

魏 卫 主 编

董观志 毕斗斗 孙巧耘 副主编

中山大学出版社
·广州·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

现代饭店经营管理/魏卫主编;董观志,毕斗斗,孙巧耘副主编. —2 版. —
广州:中山大学出版社,2009.8

(旅游管理精品课程自主创新系列教材/董观志、魏卫主编)

ISBN 978-7-306-03418-2

I. 现… II. ①魏… ②董… ③毕… ④孙… III. 饭店—企业管理—高等学校—教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 144738 号

出版人:叶侨健

策划编辑:杨捷

责任编辑:杨捷

封面设计:林绵华

责任校对:曾育林

责任技编:何雅涛

出版发行:中山大学出版社

电话:编辑部 020-84111996, 84113349

发行部 020-84111998, 84111981, 84111160

地址:广州市新港西路135号

邮编:510275 传真:020-84036565

网址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印刷者:广州市怡升印刷有限公司

规格:787mm×960mm 1/16 20.375 印张 388 千字

版次印次:2004年6月第1版 2009年8月第2版 2009年8月第3次印刷

印数:8001-11000册 定价:36.00元

总序

伴随着经济全球化、技术现代化和文化多元化的历史进程,大众旅游保持着强劲的发展态势,促使旅游业成为许多国家和地区的先导产业和支柱产业。世界旅游组织预测:到2020年,全球旅游者将达到160亿人次,其中国际旅游者将达到16亿人次。大众化旅游时代的到来,使旅游成为人类社会的一种重要的生活方式,旅游经济成为全球经济中的朝阳产业。生机勃勃的大众旅游展示着现代旅游业的光明前景。

改革开放以来,中国旅游业实现了跨越式发展,完成了从政治型接待事业到服务型经济行业、再到产业化发展的转型升级。进入21世纪,中国接待入境旅游者人次和国际旅游收入的排名进入世界前四位,中国已经是一个名副其实的世界旅游大国。大国的旅游应该有大国的风范,大国的风范源自大国的理论和大国的人才。更何况,中国已经实施建设旅游强国的战略。实践出真知!在这种时代背景下,中国迫切需要加快旅游学理论建设和人才培养的步伐。因而,高等旅游管理教育必须肩负起这种历史责任和光荣使命。

高等旅游管理教育是我国旅游产业快速发展的历史必然,是我国高等教育深化改革的重要成果。自20世纪80年代以来,我国高等旅游管理教育取得了显著进步和丰硕成果。截至目前,全国开办高等旅游管理教育的院校发展到了700多所,形成了从高职、大专、本科到硕士、博士层次的完备的教育体系,出现了高等旅游管理教育与旅游产业发展相互促进的可喜局面。教材建设是高等旅游管理教育实现可持续发展的关键基础。尽管这些年全国相继出版了多套高等旅游管理教育教材,在满足高等旅游管理教育需要方面发挥了重要的保障作用,但面对旅游产业的转型升级、旅游教育的国际交流和人才培养的多元化需求,高等旅游管理教育教材还是存在着结构性短缺和成长性更新的问题,迫切需要在发展中解决。

中山大学出版社组织出版“旅游管理精品课程自主创新系列教材”,应该是为我国高等旅游教育做了锦上添花的工作。这套教材由在我国旅游学术界有第三代领军人物之称的暨南大学深圳旅游学院教授董观志博士担任主编之一,



由中山大学、华南理工大学、暨南大学、华南师范大学、广州大学、广东商学院等几所南方著名大学的资深旅游管理专家、教授担任各分册主编，全国相关高等院校的旅游管理专家、教授加盟编撰。

改革开放以来，不论是在接待旅游者人次还是在旅游总收入方面，广东省始终处于全国的领先地位，成为全国旅游业最发达的地区之一。由广东地区资深旅游管理专家、教授主编的这套“旅游管理精品课程自主创新系列教材”，得天独厚，充分体现了广东人敢为天下先的自主创新精神，反映了广东省旅游业的优先发展水平，集成了旅游管理教材的前期建设成果。显然，这套教材是在全国高等旅游管理教育经历了院校重组、专业调整等高等教育深化改革过程后，正在逐步走向规模化和规范化的大背景下出版的，充分说明了我国高等旅游管理教材经过几代人的努力建设，已经走过了翻译引进、模仿和生搬硬套的导入阶段，进入了引进再创新和自主创新的成长阶段，目前正在走向集成创新的成熟阶段。因而，这套“旅游管理精品课程自主创新系列教材”的出版意义是显而易见的。

马 勇 教授

教育部工商管理学科专业教学指导委员会委员

旅游管理学科小组组长

2007年1月28日

前 言

在迎接全球化浪潮的挑战和适应旅游业快速发展态势的背景下,深化高等旅游教育改革势在必行。饭店管理是高等旅游管理教育的核心课程之一,在我国旅游产业发展和高等旅游教育转型的关键时期,为配合我国“十二五”期间旅游人才发展战略的实施,并服务全国旅游院校对培养专业复合型经营管理人才的需要,我们对《现代饭店经营管理》一书在第一版的基础上进行了修订。

《现代饭店经营管理》(第二版)教材保留了第一版教材的编写体例和部分章节,它具有以下特点:

第一,教材内容选择具有系统性、科学性和前瞻性的特点。第二版教材对第一版的框架体系进行了完善,更新了部分章节中陈旧的内容,增加了饭店业发展的新型业态、饭店管理理论、饭店营销管理、饭店投资与设备管理与饭店网络预订系统等新内容,并对第一版教材的一些章节进行了合并、修改和补充,使知识结构更为合理,能更好地反映饭店管理领域理论研究和实践发展的前沿动态。

第二,教材具有理论与实践结合紧密、理论阐述深入浅出的特点。第二版教材参考了国内外大量相关信息资料,对国内外饭店管理的实践进行了总结,使读者在系统了解饭店管理基本原理的基础上,能同时吸收国际饭店管理的前沿知识与管理技术,为今后对饭店经营管理进行全方位、深层次的研究和运用奠定基础。

第三,教材具有可读性强、启发性强、实用性强的特点。第二版教材框架合理、体系清楚、重点突出、详略得当,在介绍饭店管理的一般理论、理念、方法的基础上,配有一定量的补充阅读材料和案例,有利于激发读者的学习兴趣并扩充他们的知识量。本书适合作为大专院校旅游管理专业学生教材用书以及饭店行业从业者的培训和自学教材。

《现代饭店经营管理》(第二版)由华南理工大学魏卫教授策划并设计编写大纲。全书共分十二章,其中第一章、第二章、第九章、第十章、第十一章



由魏卫教授对其主要内容进行修订、整合和新增。第五章为新增章节，由华南理工大学毕斗斗老师编写；华南理工大学研究生张沙沙编写了第一章第三节部分内容、第十一章第二节内容。全书由魏卫教授统编定稿。吉林大学珠海学院孙巧耘教授为本书的编写提供了有价值的见解。

本书在修订过程中，参考引用了众多专家、学者的研究成果，并将文献目录附于书后，在此一并表示诚挚的谢意。特别感谢本书第一版主编董观志教授的大力支持。限于学识局限和时间约束，此次修订难免会有缺憾和不足之处，敬请各位同行与读者批评指正。

编者

2009年8月于广州

目 录

第一章 现代饭店概述	(1)
第一节 饭店的概念和特征	(1)
一、饭店的概念	(1)
二、饭店产品的内涵和特点	(2)
三、饭店企业的内涵和特征	(4)
四、饭店产业的界定和基本特征	(6)
第二节 饭店的分级与分类	(8)
一、饭店分级的重要性和必要性	(8)
二、饭店分级的内容	(10)
三、我国星级饭店的评定标准	(11)
四、现代饭店的分类	(12)
五、世界最佳饭店的评选与标准	(16)
第三节 饭店业发展新趋势	(18)
一、会议饭店的兴起	(19)
二、漂浮的海上饭店——邮轮业	(22)
三、酒店式公寓	(25)
四、产权式酒店	(27)
本章小结	(28)
关键概念	(28)
习题	(29)
第二章 现代饭店管理的理论与方法	(31)
第一节 现代饭店经营管理的主要内容	(31)
一、现代饭店经营管理的基本内涵	(31)
二、现代饭店经营管理的功能系统	(33)

三、现代饭店经营管理的内容纲要	(34)
第二节 我国饭店经营管理模式	(37)
一、我国饭店经营管理的任务	(38)
二、我国饭店经营管理的方法	(39)
第三节 现代饭店管理的基础理论	(42)
一、管理理论	(42)
二、旅游学理论	(45)
三、旅游经济学理论	(46)
四、相关基础理论的新趋势	(46)
本章小结	(52)
关键概念	(53)
习题	(53)
第三章 现代饭店组织机构与管理制度	(56)
第一节 现代饭店组织的概念和功能	(56)
一、现代饭店组织的概念	(56)
二、现代饭店组织的功能	(57)
第二节 现代饭店组织的建立原则和组织形式	(58)
一、现代饭店组织管理的概念	(58)
二、现代饭店的静态组织要素	(58)
三、现代饭店的动态组织要素	(60)
四、现代饭店组织设计的原则	(61)
五、现代饭店组织的形式	(62)
第三节 现代饭店组织的机构设置与职权分配	(65)
一、现代饭店组织的机构设置	(65)
二、现代饭店组织的职权分配	(67)
第四节 现代饭店的正式组织与非正式组织	(69)
一、现代饭店的正式组织	(69)
二、现代饭店的非正式组织	(70)
第五节 现代饭店的运行机制与管理制度	(73)
一、现代饭店的行政管理体制	(74)
二、现代饭店的管理制度	(75)
本章小结	(76)
关键概念	(77)

习题	(77)
第四章 饭店服务质量管理	(79)
第一节 饭店服务质量的特点与意义	(79)
一、饭店服务质量的特点	(79)
二、饭店服务质量的意义	(81)
第二节 饭店服务质量的内容与要求	(82)
一、设备设施状况	(82)
二、服务水平	(83)
三、饮食质量	(85)
四、安全状况	(86)
五、环境氛围	(86)
第三节 全面质量管理与 ISO 9000 标准	(87)
一、饭店全面质量管理的概念	(87)
二、饭店全面质量管理的基本原则	(88)
三、ISO 9000 系列标准与全面质量管理	(89)
第四节 饭店服务的过程控制与质量管理	(91)
一、预先质量控制	(91)
二、现场质量控制	(91)
三、反馈质量控制	(92)
本章小结	(92)
关键概念	(92)
习题	(93)
第五章 饭店营销管理	(95)
第一节 饭店营销概述	(95)
一、饭店营销的概念	(95)
二、饭店营销管理的主要内容	(97)
第二节 饭店营销管理理念	(99)
一、绿色营销	(100)
二、内部营销	(102)
三、顾客满意营销	(103)
四、关系营销	(105)
第三节 饭店营销战略管理	(106)



一、形象制胜战略	(106)
二、主题营销战略	(108)
三、品牌支撑战略	(110)
四、网络营销战略	(112)
五、营销组合战略	(113)
本章小结	(115)
关键概念	(116)
习题	(116)
第六章 饭店人力资源管理	(118)
第一节 饭店人力资源管理概述	(118)
一、饭店人力资源管理的意义	(118)
二、饭店人力资源管理的目标	(119)
三、饭店人力资源管理的基本模式	(120)
第二节 饭店人力资源开发与培训管理	(122)
一、饭店员工素质的标准	(122)
二、饭店员工招聘是人力资源开发的基础	(123)
三、饭店员工培训管理是人力资源开发的重要手段	(124)
第三节 饭店对员工的激励与报酬	(127)
一、饭店对员工的激励	(127)
二、激励的方法与应用	(129)
第四节 饭店对员工的考核与评估	(134)
一、饭店对员工考核的方法	(134)
二、饭店对员工的评估	(137)
本章小结	(139)
关键概念	(139)
习题	(139)
第七章 饭店督导管理	(141)
第一节 饭店督导管理的方法和作用	(141)
一、饭店督导管理的方法	(141)
二、督导在饭店管理中的作用	(143)
第二节 饭店对员工投诉与冲突的处理	(143)
一、对建设性冲突的处理	(143)

二、对破坏性冲突的处理	(144)
第三节 饭店对宾客投诉与冲突的处理	(145)
一、客人投诉的渠道	(145)
二、处理客人投诉的方法	(145)
三、处理客人投诉的原则和程序	(145)
四、不断测试客人的满意率	(146)
第四节 饭店的沟通管理	(146)
一、饭店沟通的有效方法	(147)
二、有效沟通的具体手段	(148)
三、有效沟通的原则	(149)
第五节 饭店的纪律与惩戒管理	(150)
一、批评是惩戒的初始	(150)
二、使纪律具有建设性	(150)
三、建设性惩戒的指导方针	(151)
本章小结	(151)
关键概念	(152)
习题	(152)
第八章 饭店财务管理	(154)
第一节 饭店财务管理概述	(154)
一、饭店财务管理的内容	(154)
二、饭店财务管理的特点	(155)
三、饭店财务管理的任务	(156)
第二节 饭店内部成本控制的要求和方法	(158)
一、饭店内部成本控制的意义	(158)
二、实现饭店内部成本控制的要求和方法	(158)
第三节 饭店营业收入与利润管理	(160)
一、饭店营业收入管理	(160)
二、饭店利润管理	(161)
第四节 饭店日常经营与财务管理方法	(163)
一、建立财务管理机构	(163)
二、制定财务管理制度	(164)
三、做好财务管理的基础工作	(164)
四、做好财务管理的各环节工作	(165)

本章小结	(166)
关键概念	(166)
习题	(166)
第九章 饭店投资与设备管理	(171)
第一节 现代饭店投资管理概述	(171)
一、饭店投资管理的概念、特征和意义	(171)
二、饭店的投资类型	(174)
三、饭店投资选址的影响因素	(176)
四、饭店投资项目的可行性分析	(179)
第二节 饭店投资的营利模式	(180)
一、经营增长营利模式	(180)
二、物业增值营利模式	(181)
三、资本运营营利模式	(182)
四、品牌创新营利模式	(182)
五、集团建设营利模式	(183)
第三节 饭店的功能和结构	(184)
一、饭店前台部分的功能和结构	(184)
二、饭店后台部分的功能和结构	(191)
第四节 饭店设备管理概述	(194)
一、饭店设备管理的意义和特点	(194)
二、饭店设备运行与组织管理	(196)
三、饭店节能管理新趋势	(199)
本章小结	(201)
关键概念	(202)
习题	(202)
第十章 饭店安全与危机管理	(204)
第一节 饭店安全管理概述	(204)
一、饭店安全管理的概念	(204)
二、饭店安全管理的特点	(205)
三、饭店安全管理的重要性	(206)
第二节 饭店安全管理的主要内容	(207)
一、建立健全安全组织	(207)

二、开展安全工作培训	(208)
三、把握不安全因素	(209)
四、掌握事故的处理方法	(211)
五、开展卫生防疫工作	(213)
第三节 饭店危机管理	(216)
一、饭店危机概述	(217)
二、饭店危机预警管理	(219)
三、饭店危机应急管理	(222)
本章小结	(225)
关键概念	(225)
习题	(225)
第十一章 饭店信息系统管理	(227)
第一节 饭店信息系统	(227)
一、饭店信息处理方式	(227)
二、饭店信息管理系统	(229)
三、饭店计算机信息系统的管理	(234)
第二节 饭店网络预订系统	(236)
一、饭店网络预订系统概述	(237)
二、饭店网络预订系统模式	(238)
三、国内饭店网络预订系统现状	(241)
第三节 现代饭店电子商务	(242)
一、电子商务的基本概念	(242)
二、饭店电子商务系统的实现技术	(244)
三、我国饭店业电子商务的发展策略	(246)
本章小结	(248)
关键概念	(248)
习题	(248)
第十二章 现代饭店集团化与管理合同	(250)
第一节 现代饭店的集团化发展	(250)
一、现代饭店集团化的优势	(250)
二、现代饭店集团化的形式	(252)
第二节 饭店管理合同的利弊因素	(254)



一、饭店业主可能获取的收益	(254)
二、饭店业主可能承担的风险	(255)
三、饭店管理公司可能承担的风险	(256)
四、饭店管理合同签署的基本原则	(257)
第三节 饭店管理合同的谈判程序	(257)
一、饭店管理公司的选择	(258)
二、谅解备忘录及技术服务协议	(258)
三、正式管理合同的谈判	(259)
四、正式管理合同的签订	(263)
第四节 饭店委托管理的合同样本	(263)
第五节 签订与履行饭店管理合同的注意事项	(267)
一、饭店管理的范围	(267)
二、有形价格与收益制度	(267)
三、团结信任、沟通协商是双方合作成功的关键	(268)
本章小结	(268)
关键概念	(268)
习题	(268)
附录	(271)
附录一 国际官方旅游组织协会公布的宾馆分级标准	(271)
附录二 中华人民共和国饭店星级评定的规定	(273)
附录三 饭店星级的划分及评定	(277)
附录四 中华人民共和国饭店星级标准检查员制度	(294)
附录五 《饭店星级的划分及评定》服务质量评定标准及检查表	(297)
主要参考文献	(305)

第一章 现代饭店概述



学习目的

掌握饭店的概念和饭店产品的特点；理解现代饭店产业的内涵和基本特征；把握现代饭店分级的内容与标准；了解现代饭店发展的新趋势。

第一节 饭店的概念和特征

饭店的产生和发展过程源远流长，已经有几千年的历史，而饭店企业则是社会生产力和旅游业发展到一定水平的产物。随着饭店经营管理的日益集团化和国际化，饭店业出现了明显的产业化趋势。

一、饭店的概念

饭店（Hotel）在我国国家旅游局旅游饭店星级评定标准中也称为“旅游饭店”。由于历史和区域等原因，饭店也常被称为宾馆、旅馆、酒店等。另外，还有汽车旅馆、机场饭店、大饭店、小饭店、小旅馆、公寓、招待所、旅游饭店、小旅店、休养地饭店等称呼。

现代饭店是度假旅游者的安适之家和康乐中心，是商务旅游者和商业集团的商务活动场所，因而常常被称为城市的“城中之城”和旅游者的“家外之家”。

根据行业标准界定，作为现代饭店，一般应当具有下列基本条件：

- (1) 它是一座设备完善的众所周知且经政府核准经营的建筑物。
- (2) 它能够为旅客提供住宿或餐饮、商务等其他综合服务设施与服务。
- (3) 它的服务对象是社会公众，其服务场所具有公共开放性。
- (4) 它是商业性的，通过提供空间、设施和服务，取得合理的利润（政



府或慈善机构经营者例外)。

(5) 它是根据市场经济规律,采用现代科学技术对经营活动进行管理的经济组织。

我们从饭店的称谓和功能,结合国内外学者的观点,可以归纳出饭店的定义如下:

饭店是经政府批准经营的、以一定的建筑与服务设施为依托,向社会公众提供住宿及部分提供吃、游、乐、行、购、商务、文化、信息等相关服务,进行营利性经营活动的经济实体。

这里所说的饭店,不是指酒家、酒楼、餐馆、饭馆等专营饮食业务的经营实体,有人往往把这类餐饮经营实体与饭店混为一谈,这其实是一种误解。餐饮经营实体一般仅向客人提供饮食服务包括麦当劳等快餐餐饮服务,而现代饭店则以提供住宿产品为主,一般也包括餐饮产品,或根据饭店的规模档次包括娱乐及其他综合服务产品。

一般来讲,现代饭店具有三方面的特殊意义:饭店产品、饭店企业、饭店产业。旅游者消费的是饭店产品,经营者管理的是饭店企业,政府主导发展的是饭店产业。

二、饭店产品的内涵和特点

(一) 饭店产品的概念

饭店产品是指向客人出售或出租的有形(可计量的)商品和无形(不便计量的)商品组成的总体。

饭店消费是指饭店创造一种优美、舒适、方便的环境,客人置身于这样的环境中消费,饭店为客人提供各种直接或间接的服务。因此,饭店产品包括设备完善的建筑、舒适方便的起居设备、餐饮、酒吧、客房等具体的产品,以及时间、空间、风景与环境,还包括接待、礼貌、氛围等服务,如表1-1所示。

表1-1 饭店产品的构成

具体的产品(可直接接触到的)	服务(不可直接接触到的)
消耗性物资产品	人为消耗(能力、知识、技能技巧、管理)
能源(煤气、电力、油料)	接待、信息