



总主编 王昆欣

高职高专旅游类专业精品教材

饭店前厅运行与管理

韩军 主编



清华大学出版社

（第2版）

饭店前厅运行与管理

韩 军 主编

清华大学出版社

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

（北京）

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书针对高职高专饭店管理及相关专业的教学需要,遵循从原理到方法的思路,将管理学的基本原理与饭店前厅业务管理有机结合,系统介绍了饭店前厅管理的各个方面,包括前厅概述、客房预订、大厅服务、总台接待、前厅销售管理、前厅信息管理、宾客关系管理、前厅服务质量管理、房价管理和前厅管理人员等内容,并在每章中安排实践训练环节,以培养学生的应用技能。

本书适合高职高专饭店管理及相关专业作为教材使用,同时适合饭店从业人员参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

饭店前厅运行与管理/韩军主编. —北京:清华大学出版社,2009.9

高职高专旅游类专业精品教材

ISBN 978-7-302-20673-6

I. 饭… II. 韩… III. ①饭店—商业管理—高等学校:技术学校—教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 125199 号

责任编辑:刘士平 凌永照

责任校对:李 梅

责任印制:王秀菊

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

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

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京市清华园胶印厂

装 订 者:三河市李旗庄少明装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:16.5 字 数:376 千字

版 次:2009 年 9 月第 1 版 印 次:2009 年 9 月第 1 次印刷

印 数:1~4000

定 价:25.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:030916-01

高职高专旅游类专业精品教材 编审委员会

主任委员 王昆欣

副主任委员 朱承强 梁 智 杨哲昆

委 员 (以拼音字母为序)

陈宝珠	陈 秋	戴聚岭	郭英之	韩 军
胡 敏	黄 英	贾人卫	姜文宏	匡家庆
李晓东	梁 智	舒伯阳	王春玲	王文改
吴业山	谢 苏	徐云松	杨荫稚	袁正新
张 晖	张 辉	张丽芳	张跃西	赵恒德
邹本涛				

秘 书 刘士平

E-mail: liushp@tup.tsinghua.edu.cn



高职高专旅游类专业精品教材

总序

为培养高素质旅游人才而准备

我国旅游业是随着中国的改革开放发展、成长的。改革开放前我国旅游业以外事接待为主,只具备产业雏形;1978年以后转换机制,逐步发展产业型旅游业。1986年国务院决定将旅游业纳入全国国民经济与社会发展计划,正式确立其国民经济地位;进入21世纪以来,中国旅游业得到迅速发展。在入境旅游方面,中国的人境过夜旅游者从1978年的71.6万人次增加到2005年的4681万人次,增长了65倍;旅游外汇收入也从1978年的2.63亿美元猛增到2005年的293亿美元,增长了111倍。2004年中国跃居世界第四旅游大国。在出境旅游方面,随着我国经济的持续快速发展和国际地位的不断提高,以及中国公民出国旅游目的地的不断增多,出境旅游发展迅猛。到2005年末,经国务院批准的中国公民出国旅游目的地国家和地区总数达到了117个,遍布全球五大洲。2005年,中国出境总人数达到3103万人次,成为全球出境旅游市场上增幅最快、潜力最大、影响力最为广泛的国家。在国内旅游方面,带薪假期和“黄金周”制度的实行,推动了中国国内旅游的迅猛增长,中国发展成为世界上规模最大的国内旅游市场。2005年,中国国内旅游人数达到12.12亿人次。

我国旅游业虽起步较晚,但发展迅速。随着旅游业的发展,旅游在国民经济中的作用和地位日显重要。世界各国高度重视中国巨大的旅游市场,都希望加强与中国的交流与合作。目前,中国旅游业形成入境旅游、出境旅游、国内旅游三大市场格局,成为举世瞩目的旅游大国。

我国的旅游教育是随着旅游业的发展而产生、发展和成长的。我国的旅游教育始于20世纪70年代末,经过近30年的发展,旅游教育已经形成了较完整的旅游高等教育、中等教育体系。据国家旅游局统计,全国旅游院校有1336所(含开设旅游专业的院校),在校生达566493人,专业教师25239人(截至2005年底)。

旅游教育的迅速发展,带热了旅游教材的出版。近几年旅游教材建设整体呈现繁荣之势。从旅游教材的种类来看,已由20世纪90年代初的旅游管理专业一个系列几十个品种,发展到现今旅游管理、饭店管理、旅行社管理、景区管理、会展管理及旅游外语等若干个系列上百个品种。但是,目前已出版的旅游教材,存在着“三多三少”的现象,即在编写内容与方式上,剪辑性成果多、研究性成果少;理论性内容多、操作性内容少;传统内容多,创新内容少(张斌,2005)。

培养高素质人才的关键之一是要有科学的、适合的、高质量的教材,许多出版社为此做了许多工作,出版了一批教材,其中不乏好书。但由于旅游学科建设尚不成熟、高水平的作者偏少、旅游教育总体规模相对偏小等原因,教材建设仍不成熟,高水平教材和参考书匮乏,严重制约着旅游教育质量的提高。

清华大学出版社在对旅游专业,特别是高职高专旅游类专业调研的基础上,有针对性地设计和推出了“高职高专旅游类专业精品教材”。这套教材主要在5个方面进行了探索。

第一,以精品课程建设为依托,建设精品教材。2003年教育部在高等学校实施了国家精品课程建设,到2006年共有5门课程被列为高职高专旅游类专业国家级精品课程。本套教材的组稿思路来自精品课程建设,通过精品课程建设出版一批高质量的教材。诸如《旅游资源评价与开发》、《旅游企业公共关系》等均为国家级精品课程,《中国旅游地理》、《形体训练与形象塑造》、《中国旅游文化》等为省级精品课程。

第二,以旅游管理类专业教学指导委员会为依托,选择优秀作者。清华大学出版社依托教育部高职高专旅游类专业教学指导委员会,邀请了教指委的部分专家参与教材建设,同时在较广的范围内选择了精通职业教育、旅游教育的教师,作者队伍水平较高。

第三,以专业目录为依据,确定教材选题。按照教育部《普通高等学校高职高专教育指导性专业目录(试行)》,旅游类专业包括旅游管理、酒店管理、导游、旅行社经营管理、景区开发与管理、餐饮管理与服务等主要专业。这套教材根据专业目录中的职业岗位群需要设计和确定选题品种,基本涵盖了旅游类专业的主干课程。

第四,以高职高专人才培养目标为依据,体现教材的针对性。这套教材紧紧围绕高职高专人才培养目标,坚持创新、改革的精神,尽可能体现新的课程体系、新的教学内容和教学方法,以提高学生整体素质为基础,以能力为本,兼顾知识教育、技能教育和素质教育。例如,针对高职高专学生的特点,编写了《旅游专业毕业论文写作指导》、《饭店英语服务实训》(北京市精品教材)、《饭店服务基本功实训》等实践性较强的教材。

第五,以先进、简明、适用、通俗为原则,体现教材特色。所谓“先进”,就是强调学科的新理论、新知识,技能的新技术、新方法,实践中的新经验、新案例,使教材内容尽可能先进、科学;所谓“简明”,就是教材提供的内容“必需、够用”即可,简洁、明了,不必过于强调理论性、系统性、完整性;所谓“适用”,就是着眼于旅游业发展实际,适合高职高专学生的特点,适合高职高专教师的教学特征,同时体现教学内容的实际应用,具有可行性、便于操作;所谓“通俗”,就是指教材的编写深入浅出,通俗易懂。

由于旅游教育是培养第一线的服务型、技能型、管理型的应用人才,因此,大部分教材都安排了实践教学内容,以利于学生毕业后能较快地适应工作环境,熟练顶岗工作。

旅游学科是一个新兴的学科,涉及的知识范畴十分广泛,可以说旅游学科至今还未成为一门独立的成熟学科,而旅游教育的历史又较短,加之我们的知识水平和实践能力的局限性,因此在教材编写中存在不少问题和困惑,本套教材难免存在不足之处,谨请谅解。这套教材的组织、编写过程也是我们全体作者学习提高的过程。

一套好的教材,就是一名好的导师,教材是实现教育目标的主要载体之一,高质量的教材是培养合格人才的基本保证。旅游业的进一步国际化、全球化、市场化、人性化,对旅游职业教育提出了更新、更高的要求。我们希望能推出一套既有先进的教育教学理念,又能切合教育教学实际,还能开启教师教学智慧,激发学生学习欲望的好教材。但愿如愿。

高职高专旅游类专业精品教材编审委员会

2008年1月



随着旅游业的繁荣,旅游教育也同步发展。同时,旅游教育的进步又促进了旅游业的发展。旅游相关专业的教材也比较丰富,特别是饭店管理专业教材,由于各院校开设的旅游类专业,多数都是从饭店管理专业开始的,相应的教材比较成熟,品种和版本都比较多,其中也包括前厅与客房管理方面的教材。

本书在借鉴以往教材的基础上,编者结合多年从事饭店管理相关专业的教学管理经验和深入企业锻炼实践的收获,编写了这本《饭店前厅运行与管理》。本书可作为高职高专院校饭店管理与相关专业的教学用书,也可以作为饭店管理人员和从业人员学习参考资料和培训用书。本书遵循从原理到方法的逻辑编写,在基本结构系统科学的前提下,力图体现以下特点。

第一,针对性。本书主要针对饭店管理及相关专业,将管理学的基本原理与饭店前厅业务管理有机地结合起来,直接服务于人才培养目标的需要,具有更强的针对性。

第二,层次性。本书是依据高职高专培养层次,理论内容坚持了“必须、够用”的原则,对企业管理学的原理和方法进行了适当的取舍,突出了职业岗位对相关理论知识的需要。

第三,实践性。高职高专院校培养的是高素质应用型人才,相应的理论知识一定要转化为相应的能力,所以本书各章都设计安排了实践训练环节,把理论知识掌握融入实践活动当中,贯彻了学生能力和技能培养的教育教学观念。

第四,指导性。本书的体例编排对教师和学生都有一定的指导性,特别是对教师如何有效地组织和开展课内课外的教学活动提供了思路,使教师在教学内容、教学方法和教学手段上都积极适应高素质技能应用型人才培养的需要,学生在教材体系的指导下也知道该如何学习理论知识和锻炼实践能力。

第五,时效性。本书在编写过程中,还及时引入了旅游企业管理在实践中的新做法和研究中的新成果。

本书由贵州商业高等专科学校的韩军副教授设计和编写大纲,并负责全书的统稿和审阅。全书共10章,第1章、第2章、第7章、第8章由韩军编写,第3章、第4章由胡颖编写,第5章、第9章由蔡静编写,第6章、第10章由翟运涛编写。

由于编者学识水平有限,阅历经验不足,书中难免有缺憾和不妥之处,敬请各位同行和读者批评指正。

编 者

2009年5月于贵阳



第 1 章 前厅概述	1
1.1 前厅部的地位和主要任务	1
1.1.1 前厅部的地位和作用	1
1.1.2 前厅部的工作特点	2
1.1.3 前厅部的主要任务	3
1.1.4 前厅部的工作要求	3
1.1.5 前厅部员工应注意的事项	4
1.2 前厅部的组织机构及主要岗位职责	5
1.2.1 前厅部机构设置的原则	5
1.2.2 前厅部组织机构图	6
1.2.3 前厅部主要部门业务简介	7
1.2.4 前厅部各主要岗位的职责	8
1.3 前厅部管理沟通	18
1.3.1 前厅部内部沟通	18
1.3.2 接待处与客房预订处的沟通协调	18
1.3.3 接待处与收银处的沟通协调	19
1.3.4 大厅服务处与接待处的沟通	19
1.3.5 预订处与大厅服务处的沟通	19
1.4 饭店大堂的设计与功能布局	19
1.4.1 饭店大堂的风格类型	19
1.4.2 饭店大堂设计依据	21
1.4.3 大堂设计原则	22
1.4.4 饭店大堂设计应具备的具体条件	24
1.4.5 前厅布局	24
1.5 饭店前厅部经理	25
1.5.1 前厅部经理的职能	25
1.5.2 前厅部经理与其他部门经理的关系	25
1.5.3 前厅部经理的工作分析与“工作描述”	26

本章小结	27
复习思考	27
实践训练	28
课后阅读	28
第 2 章 客房预订	31
2.1 预订的意义	31
2.1.1 保证客人的入住需要	31
2.1.2 促进饭店的销售工作	31
2.1.3 协调饭店内部工作,保证工作的质量和效率	32
2.1.4 提高饭店的知名度和形象	32
2.2 预订的渠道、方式与种类	32
2.2.1 客房预订的渠道	32
2.2.2 客房预订的方式	34
2.2.3 预订的种类	37
2.3 预订受理与收益管理	38
2.3.1 预订受理的程序	38
2.3.2 预订的失约行为的情形及原因	45
2.3.3 预订失约行为的处理与控制	47
2.3.4 预订与收益管理	47
本章小结	51
复习思考	51
实践训练	55
课后阅读	56
第 3 章 大厅服务	58
3.1 门童及行李服务	58
3.1.1 门童的素质要求	58
3.1.2 岗位职责	59
3.1.3 门童迎送宾客服务程序	59
3.1.4 门童的其他工作	60
3.1.5 行李服务	60
3.1.6 行李部员工的工作职责	61
3.1.7 行李部员工的素质要求	61
3.1.8 行李搬运服务的注意事项	61
3.1.9 行李服务程序	62
3.1.10 换房行李服务	65
3.1.11 行李寄存服务	65

3.2 金钥匙	68
3.2.1 金钥匙的含义	68
3.2.2 饭店金钥匙服务理念	69
3.2.3 “金钥匙”的素质要求	70
3.2.4 “金钥匙”的岗位职责	71
3.2.5 “金钥匙”在中国的兴起和发展	71
3.3 商务中心	72
3.3.1 商务中心的服务项目	72
3.3.2 商务中心服务程序	73
本章小结	77
复习思考	77
实践训练	79
课后阅读	80
第4章 总台接待	82
4.1 入住登记	82
4.1.1 接待准备	82
4.1.2 办理入住登记的目的	83
4.1.3 办理入住登记的表格	85
4.1.4 接待程序及标准	87
4.1.5 接待中的注意事项	92
4.1.6 团队客人入住登记的程序	93
4.1.7 团队客人抵店时的接待工作	94
4.1.8 贵宾(VIP)及长住客人的入住登记程序与标准	95
4.1.9 入住登记中容易出现的问题	96
4.2 问讯服务	98
4.2.1 业务范围	98
4.2.2 店外情况介绍	99
4.2.3 工作时间	99
4.2.4 问讯员岗位职责	99
4.2.5 问讯员业务要求	100
4.2.6 问讯员信息范围	100
4.2.7 查询服务	102
4.2.8 留言服务	103
4.2.9 邮件的处理	105
4.3 前厅收银服务和管理	106
4.3.1 前厅收银的主要工作职责	106
4.3.2 前厅收银管理的范围和内容	106

4.3.3	前厅收银服务的规则	107
4.3.4	前台收银岗位工作流程	108
4.3.5	前台收银岗位操作要求	108
4.3.6	办理结账业务的注意事项	110
4.4	电话总机服务	111
4.4.1	总机房设备要求	111
4.4.2	话务员的素质要求	111
4.4.3	电话总机的服务项目	112
	本章小结	115
	复习思考	115
	实践训练	117
	课后阅读	118
第5章	前厅销售管理	119
5.1	前厅销售产品分析	119
5.1.1	饭店产品与服务的全面分析	119
5.1.2	客房销售基础知识	120
5.2	前厅销售策略	122
5.2.1	前厅在市场营销中的作用	122
5.2.2	前厅销售	123
5.2.3	确定目标	123
5.2.4	为确定促销目标群策群力	124
5.2.5	评估选择方案	125
5.2.6	激励计划	126
5.2.7	前厅销售的培训计划	128
5.2.8	前厅预算	129
5.2.9	反馈	129
5.3	总台销售技巧	132
5.3.1	把握客人的特点	132
5.3.2	突出客房商品的价值	133
5.3.3	针对性地向客人提供价格选择的范围,给客人 进行比较的机会	134
5.3.4	坚持正面的介绍以引导客人	135
5.3.5	采用适当的报价方式	135
5.3.6	注意推销饭店其他产品	136
5.3.7	特殊情况下的销售技巧	137
	本章小结	137
	复习思考	138

实践训练	140
课后阅读	142
第 6 章 前厅信息管理	143
6.1 客流预测与信息传递	143
6.1.1 客源分析	144
6.1.2 客流预测	145
6.1.3 信息传递	146
6.2 前厅报表制作与文档管理	146
6.2.1 前厅部的主要统计报表	147
6.2.2 主要营业统计数据的计算	148
6.2.3 前厅部文档管理	149
6.3 客史档案	150
6.3.1 建立客史档案的意义	151
6.3.2 客史档案的内容	151
6.3.3 客史档案的建立	152
6.3.4 客史档案的利用	153
6.4 前厅部与其他部门的信息沟通	154
6.4.1 前厅部与总经理办公室之间的沟通协调	154
6.4.2 前厅部与客房部之间的沟通协调	155
6.4.3 前厅部与销售部的沟通协调	156
6.4.4 前厅部与财务部之间的沟通协调	157
6.4.5 前厅部与餐饮部之间的沟通协调	157
6.4.6 前厅部与其他部门之间的沟通协调	158
6.5 计算机技术在前厅部的应用	159
6.5.1 计算机技术在前厅部的应用	159
本章小结	166
复习思考	166
实践训练	167
第 7 章 宾客关系管理	168
7.1 建立良好的宾客关系	168
7.1.1 宾客关系管理的重要性	168
7.1.2 前厅部建立良好宾客关系的方法	168
7.2 宾客投诉处理	172
7.2.1 大堂副理	172
7.2.2 对宾客投诉的认识	176
7.2.3 处理宾客投诉的注意事项	180

7.3 服务补救	181
7.3.1 产生服务质量问题的必然性	181
7.3.2 服务补救的基本方法	182
本章小结	183
复习思考	183
实践训练	186
课后阅读	186
第8章 前厅服务质量管理	190
8.1 前厅服务质量的内容	190
8.1.1 质量管理的意义	190
8.1.2 前厅服务质量的内涵	191
8.1.3 前厅服务质量标准	193
8.2 前厅服务质量管理	194
8.2.1 质量管理的概念	194
8.2.2 前厅服务质量管理的基本理论	195
8.2.3 前厅服务质量管理的内容	198
8.2.4 前厅服务关键环节(点)的质量控制	202
8.2.5 前厅服务质量管理的基本方法	203
8.2.6 前厅交互服务质量管理	206
本章小结	209
复习思考	209
实践训练	211
课后阅读	213
第9章 房价管理	216
9.1 房价的制定与价格体系	216
9.1.1 饭店客房的理论价格构成	216
9.1.2 房价制定的基本原理	216
9.1.3 影响房价制定的因素	217
9.1.4 常见饭店客房价格种类	218
9.1.5 饭店的计价方式	220
9.2 房价策略	220
9.2.1 市场生命周期价格策略	220
9.2.2 需求弹性价格策略	221
9.2.3 需求差异定价策略	223
9.3 客房经营统计分析	226
9.3.1 客房出租率	226

9.3.2	客房销售效率	227
9.3.3	双开率	227
9.3.4	实际平均房价	227
9.3.5	理想平均房价	228
	本章小结	229
	复习思考	229
	实践训练	230
	课后阅读	230
第 10 章	前厅管理人员	232
10.1	前厅主要管理人员及其素质要求	232
10.1.1	前厅主要管理人员	232
10.1.2	前厅主要管理人员的素质要求	232
10.2	前厅管理人员的管理方法和技巧	235
10.2.1	善于树立自己的威信	236
10.2.2	发扬民主,加强与员工的沟通	236
10.2.3	创造良好的人际关系环境	236
10.2.4	秉公办事,不偏不倚	237
10.2.5	关心员工的工作和生活	237
10.2.6	善于运用语言方法和技巧	237
10.2.7	讲究表扬和批评的技巧	237
10.2.8	学会“保留批评”	239
10.2.9	掌握委派工作的方法和技巧	239
10.2.10	注意工作方法	243
	本章小结	244
	复习思考	244
	实践训练	245
	课后阅读	246
	参考文献	247



第1章

前厅概述

学习目标

- 了解前厅部在饭店经营管理和运营中的重要地位
- 了解前厅部的的主要任务
- 了解前厅部的组织机构及岗位职责
- 了解前厅部与饭店其他部门的工作关系
- 了解饭店大堂的设计布局

1.1 前厅部的地位和主要任务

前厅部(Front Office)是饭店为销售饭店客房,接待住店客人,办理各种服务手续,联络和协调饭店各部门对客服务,为客人提供前厅服务而设立的综合性部门。前厅部的工作具有接触面广、政策性强、业务繁杂、关系全局等特点,是饭店经营管理中必不可少的重要环节。

1.1.1 前厅部的地位和作用

1. 前厅部是饭店业务活动的中心

任何一家好的饭店都把自己当成客人的家外之家来运作,竭尽所能为客人提供方便、快捷、舒适、温馨的服务,因而饭店为满足客人的需要设立了多个服务部门和管理机构。这些岗位和部门的正常运转,都是以前厅部的运转为中心的。

客房是饭店最主要的产品,前厅部通过客房销售来带动饭店其他各部门的经营活动。为此,前厅部积极开展客房预订业务,为抵店的客人办理入住登记手续和安排客房,积极宣传和介绍饭店的相关服务项目。同时,前厅部还及时将客源、客情、客人需求及投诉等信息传递给各有关部门,联络和协调全饭店的对客服务工作,以确保服务工作的质

量和效率。

前厅部自始至终都是对客服务的中心,是客人与饭店联络的纽带。从客人抵达饭店前的预订,到入住和离店后的工作,都离不开前厅部。前厅部作用如图 1-1 所示。



图 1-1 前厅部与饭店业务关系图

2. 前厅部是饭店管理机构的代表

由于前厅部是饭店对客服务的中心,在客人心中它就是饭店管理机构的代表。客人入住登记在前厅,离店结账在前厅,客人遇到困难需要帮助找前厅,客人感到不满而投诉也找前厅。

前厅部工作人员的言行举止将会给客人留下深刻的第一印象,因此前厅工作人员要以彬彬有礼的态度待客,以娴熟的技巧为客人提供服务,妥善处理客人投诉,认真有效地帮助客人解决疑难问题,让客人感到放心和满意。因此,前厅部的工作直接反映了饭店的工作效率、服务质量和管理水平,直接影响饭店的整体形象。

3. 前厅部是饭店管理机构的参谋和助手

前厅部是饭店业务活动的中心,是对客服务的中心,当然也就是饭店的信息中心,能够及时获得市场的变化信息和消费者需求信息。前厅部将收集到的信息加以整理和加工,制定相应的数据表格,定期向饭店的管理者提供饭店经营管理状况的数据和报告。前厅部可以利用自己直接接触和了解客人需求的优势,定期向饭店管理者和机构提供咨询意见,作为制订和调整饭店计划和经营策略的参考依据。

由此可见,前厅部的运行和管理水平能反映出整个饭店的工作效率、服务质量和管理水平,并直接影响饭店的经营效果,其地位和作用是十分重要的。

1.1.2 前厅部的工作特点

1. 工作内容庞杂

前厅部的工作范围较广,项目多,通常包括销售、寄存、接待、收银、问讯、票务、预订等一系列工作内容,并且每项工作都有相应的规范与要求,在具体的操作过程中必须严格遵守,才能使宾客满意。

2. 工作涉及面宽,影响全局

前厅在整个饭店的管理过程中负有协调功能,必然与各个相关部门发生联系,有时不仅需要熟悉本身的业务,还要了解其他部门的情况,才能帮助顾客解决问题。

3. 专业要求高

随着时代的进步,现代科技不断引入到各行各业的管理中,饭店前厅也大都实行了