



旅游管理专业高职高专
“十一五”部委级规划教材

LUYOU GUANLI ZHUANYE JIAOCAI

QIANTING YU KEFANG GUANLI

蔡登火 王丹红 主编

前厅与客房 管理



中国纺织出版社



旅游管理专业高职高专“十一五”部委级规划教材

教育部备案教材

教育部备案教材

前厅与客房管理

主 编：蔡登火 王丹红

编
委
会
名
单

副主编：简成茹

参 编：张 霄

 中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

前厅与客房管理/蔡登火,王丹红主编. —北京:中国纺织出版社,
2009.7

(旅游管理专业高职高专“十一五”部委级规划教材)

ISBN 978-7-5064-5697-5

I. 前… II. ①蔡…②王… III. 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085840号

责任编辑:舒文慧 责任监印:刘 强

封面设计:Z2书籍装帧工作室

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2009年7月第1版第1次印刷

开本:169×239 1/16 印张:22

字数:300千字 定价:32.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

出版者的话

2005年10月,国发[2005]35号文件“国务院关于大力发展职业教育的决定”中明确提出“落实科学发展观,把发展职业教育作为经济社会发展的重要基础和教育工作的战略重点”。高等职业教育作为职业教育体系的重要组成部分,近些年发展迅速。编写出适合我国高等职业教育特点的教材,成为出版人和院校共同努力的目标。早在2004年,教育部下发教高[2004]1号文件“教育部关于以就业为导向 深化高等职业教育改革的若干意见”,明确了促进高等职业教育改革的深入开展,要坚持科学定位,以就业为导向,紧密结合地方经济和社会发展的需求,以培养高技能人才为目标,大力推行“双证书”制度,积极开展订单式培养,建立产学研结合的长效机制。在教材建设上,提出学校要加强学生职业能力教育。教材内容要紧密结合生产实际,并注意及时跟踪先进技术的发展。调整教学内容和课程体系,把职业资格证书课程纳入教学计划之中,将证书课程考试大纲与专业教学大纲相衔接,强化学生技能训练,增强毕业生就业竞争能力。

2005年底,教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划,并于2006年8月10日正式下发了教材规划,确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题,我社共有103种教材被纳入国家级教材规划。在此基础上,中国纺织服装教育学会与我社共同组织各院校制订出“十一五”部委级教材规划。为在“十一五”期间切实做好国家级及部委级高职高专教材的出版工作,我社主动进行了教材创新型模式的深入策划,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,充分体现职业技能培养的特点,在教材编写上重视实践和实训环节内容,使教材内容具有以下三个特点:

(1) 围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设

置特点,从培养学生学习兴趣和提高职业技能入手,教材内容围绕生产实际和教学需要展开,形式上力求突出重点,强调实践,附有课程设置指导,并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能,章后附形式多样的思考题等,提高教材的可读性,增加学生学习兴趣和自学能力。

(2) 突出一个环节——实践环节。教材出版突出高职教育和应用性学科的特点,注重理论与生产实践的结合,有针对性地设置教材内容,增加实践、实验内容,并通过多媒体等直观形式反映生产实际的最新进展。

(3) 实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段,将授课知识点、实践内容等制作成教学课件,以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分,为出版高质量的教材,出版社严格甄选作者,组织专家评审,并对出版全过程进行过程跟踪,及时了解教材编写进度、编写质量,力求做到作者权威,编辑专业,审读严格,精品出版。我们愿与院校一起,共同探讨、完善教材出版,不断推出精品教材,以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

前 言

经过三十年的发展,特别是最近十几年的发展,我国不少酒店的前厅和客房在硬件上已经和国际一流酒店相差无几,有的甚至已经跻身于国际一流酒店的行列,但在酒店服务和管理水平上与国际先进酒店还有较大的差距。为了提高前厅部与客房部的服务和管理水平,增强这两个部门员工的素质,使其服务和管理真正与国际水准接轨,我们特地邀请了一批在行业内有较大影响力、对国内外酒店前厅与客房管理都比较熟悉、从理论到实践都有独到见解的专家,编写了这本能体现前厅与客房较高服务和管理水平的教材。

本书针对高职高专培养应用性高技能人才和一线管理人才之需,内容实用,能满足前厅与客房两个部门服务与管理的实际需要。理论上以够用为尺度,讲解简明易懂,注重新颖性、应用性和可操作性。本书在内容的选取和安排顺序上,尽量与酒店实际的管理和操作保持一致,有关的工作程序、表格等均来源于酒店实例,具有很强的实用性。本书可用作高职高专学生学习前厅和客房服务与管理知识的教材,也可用于酒店员工培训或各类人员自学之用。

本书在编写过程中,参考了一系列的相关文献和资料(已在参考文献中列出)以及相关案例,并借鉴了互联网上的一些信息,在此谨向编著这些著作、资料的专家、学者致以诚挚的感谢!

由于时间仓促和编者水平有限,书中的遗漏和不足在所难免,恳请各位专家和读者不吝指教,以期在日后修订再版时更正,使之日臻完善。

编者

2009年3月

《前厅与客房管理》教学内容及课时安排

章/课时	课程性质	节	课 程 内 容
第一章 (6 课时)	前厅部概述 (6 课时)		• 前厅部概述
		一	前厅部的重要地位和主要任务
		二	前厅部组织
		三	前厅部主要管理岗位及职责
第二章 (6 课时)			• 前厅部预订管理
		一	预订概述
		二	预订的程序
		三	预订管理所需的报表
第三章 (4 课时)		四	客房预订中的推销
			• 前厅部礼宾服务与管理
		一	机场代表
		二	迎宾服务
第四章 (12 课时)	前厅部管理 (38 课时)	三	行李服务
		四	“金钥匙”服务
			• 前厅接待管理
		一	入住登记
		二	换房服务与更改离店日期服务
		三	问讯与留言服务
		四	电话总机服务
		五	商务中心
第五章 (2 课时)		六	贵重物品保管
		七	客人离店服务管理
		八	商务楼层
第六章 (4 课时)			• 宾客关系管理
		一	大堂副理
		二	建立良好的宾客关系
			• 前厅部信息管理
		一	前厅部表格设计和文档管理
		二	前厅部内外沟通
		三	客史档案

续表

章/课时	课程性质	节	课 程 内 容
			• 前厅部销售管理
第七章 (4 课时)	前厅部管理 (38 课时)	一	前厅部客房状况的控制
		二	总台销售艺术与技巧
		三	防止客人逃账的技巧
			• 房价管理
第八章 (6 课时)		一	客房价格的构成与房价体系
		二	客房定价目标
		三	客房定价的方法
		四	双开率与理想平均房价
			• 客房部概述
第九章 (6 课时)	客房部概述 (4 课时)	一	客房在酒店的地位、作用及主要任务
		二	客房类型、设备及布局
		三	客房部与酒店其他部门的关系
			• 客房组织管理
第十章 (4 课时)		一	客房部组织机构设置
		二	客房部定员
		三	客房部岗位职责
			• 客房服务工作及管理
第十一章 (8 课时)	客房部管理 (40 课时)	一	客人的类型及服务方法
		二	客房服务的组织模式
		三	宾客服务中心管理
		四	客房服务项目
			• 客房卫生管理
第十二章 (8 课时)		一	客房日常清洁管理
		二	客房周期性清洁管理
		三	客房清洁质量的控制
		四	酒店公共区域的清洁管理
			• 客房设备用品管理
第十三章 (4 课时)		一	客房物品与设备管理
		二	客房设施、设备的清洁与保养
		三	客用品的管理

续表

章/课时	课程性质	节	课 程 内 容
第十四章 (4 课时)	客房部管理 (40 课时)		● 布草及洗衣房管理
		一	布草管理
		二	布草房管理
		三	洗衣房管理
第十五章 (6 课时)			● 客房部安全管理
		一	客房部安全设施的配备
		二	客房安全制度
		三	客房部主要安全问题及防范
第十六章 (6 课时)			● 客房部员工的培训、考核和激励
		一	客房部员工的培训
		二	员工的考核与评估
		三	激励法的运用

注:各院校可根据自身的教学特色和教学计划对课时数进行调整。

目 录

第一章 前厅部概述	1
第一节 前厅部的重要地位和主要任务	2
一、前厅部的概念	2
二、前厅部的重要地位	2
三、前厅部的主要工作任务	3
四、前厅部对客服务的流程	6
第二节 前厅部组织机构	6
一、前厅部组织机构设置的基本原则	7
二、前厅部组织机构的设置形式	7
三、前厅部各班组的职责	8
第三节 前厅部主要管理岗位及岗位职责	11
一、前厅部经理	11
二、前厅部副经理	13
三、大堂副理	13
四、预订处主管	14
五、礼宾部主管	15
六、总台主管	15
七、商务中心主管	16
八、总机主管	16
第二章 前厅部预订管理	19
第一节 预订概述	20
一、预订的方式和种类	20
二、客人的来源与酒店的收费方式	23
第二节 预订的程序	24
一、接受预订	24
二、确认预订	26

三、婉拒预订	27
四、核对预订	28
五、取消预订	29
六、变更预订	29
七、超额预订	30
第三节 预订管理所需的报表	32
一、客情预报表	32
二、次日抵店客人名单	33
三、次日抵店贵宾名单	33
第四节 客房预订中的推销	34
一、预订处与销售部的关系	34
二、进行预订推销的前提	34
三、预订员的推销方法	35
第三章 前厅部礼宾服务与管理	41
第一节 机场代表	42
一、机场代表的职责	42
二、机场代表招揽没有预订的客人程序	42
三、机场代表处理离店客人的漏账问题	43
第二节 迎宾服务	43
一、迎宾员的岗位职责	43
二、迎宾员的素质要求	44
三、迎宾员的选择	44
四、迎宾员迎接散客的服务程序	44
五、迎宾员迎接团队客人的服务程序	45
六、迎宾员迎接再次光临的客人的服务程序	45
七、迎宾员迎接重要客人的服务程序	46
八、迎宾员在正门前的其他工作	46
第三节 行李服务	47
一、行李部员工的岗位职责	47
二、行李部员工的素质要求	48
三、行李搬运服务	48
四、行李寄存服务	55
第四节 “金钥匙”服务	56

一、“金钥匙”的起源与发展	56
二、“金钥匙”的含义和服务内容	56
三、“金钥匙”的岗位职责	57
四、“金钥匙”的素质要求	58
五、“金钥匙”在中国的兴起和发展	59
第四章 前厅接待管理	63
第一节 入住登记	64
一、办理入住登记的必要性	64
二、散客入住登记程序	64
三、团队接待服务程序	69
第二节 换房服务与更改离店日期服务	70
一、房间的调换	70
二、客人离店日期的变更	72
第三节 问讯与留言服务	72
一、问讯	72
二、留言	74
第四节 电话总机服务	75
一、电话总机服务的业务范围	75
二、总机房员工的素质要求	75
三、话务服务的基本要求	76
四、转接电话服务的要点及注意事项	76
五、叫醒服务	77
第五节 商务中心	78
一、工作环境	78
二、商务中心的服务项目	78
三、商务中心工作人员的基本要求	78
四、商务中心员工必须具备以下素质	79
五、商务中心管理的要点	79
六、商务中心的发展趋势	79
第六节 贵重物品保管	80
一、贵重物品寄存的服务程序	80
二、贵重物品领取服务程序	82
三、贵重物品寄存的服务要点及注意事项	82

四、避免贵重物品丢失应注意的问题	82
第七节 客人离店服务管理	83
一、为客人办理离店手续的目的	83
二、散客离店的结账工作事宜	83
三、会议或团队离店的结账工作事宜	84
四、办理结账业务时的注意事项	84
第八节 商务楼层	85
一、商务楼层概述	85
二、商务楼层员工的素质要求	85
三、商务楼层员工的工作描述	85
四、商务楼层接待员的对客服务	87
第五章 宾客关系管理	91
第一节 大堂副理	92
一、大堂副理的权限	92
二、如何发挥大堂副理的作用	92
三、大堂副理的主要工作	93
四、大堂副理的其他工作	100
五、宾客关系主任	101
第二节 建立良好的宾客关系	101
一、正确认识客人	101
二、掌握与客人的沟通技巧	102
第六章 前厅部信息管理	105
第一节 前厅部表格设计和文档管理	106
一、前厅部表格设计	106
二、酒店常用营业报表	107
三、前厅常用数据	110
四、前厅文档管理	113
第二节 前厅部内外沟通	114
一、前厅部内部沟通	114
二、前厅部与酒店相关部门间的沟通	115
三、信息沟通的主要障碍及纠正方法	118
第三节 客史档案	118

一、建立客史档案的意义	119
二、客史档案的内容	120
三、客史档案的建立	120
第七章 前厅部销售管理	123
第一节 前厅部客房状况的控制	124
一、酒店客房状况的基本类型	124
二、客房状况差异	127
三、避免差异的产生,正确显示客房状况	130
四、房态差异的利用	131
五、房态信息的沟通	131
第二节 总台的销售艺术与技巧	132
一、表现出良好的职业素质	132
二、把握客人的特点	132
三、销售客房,而非销售价格	132
四、选择适当的报价方式	133
五、利益引诱法	133
第三节 防止客人逃账的技巧	134
一、收取预订金	134
二、收取预付款	134
三、对持信用卡的客人,提前向银行要授权	134
四、制定合理的信用政策	134
五、建立详细的客户档案	134
六、从客人行李的多少、是否列入黑名单等发现疑点, 决定是否留宿	135
七、加强催收账款的力度	135
八、不断总结经验教训	135
第八章 房价管理	137
第一节 客房价格的构成与房价体系	138
一、确定房价的基础	138
二、客房价格的构成	138
三、客房价格体系	138
第二节 客房定价目标	139

一、追求利润最大化	139
二、提高市场占有率	140
三、应对或防止竞争	140
四、实现预期投资收益率	141
第三节 客房定价的方法	141
一、影响客房定价的因素	141
二、客房定价的基本方法	142
第四节 双开率与理想平均房价	144
一、客房出租率与双开率	144
二、理想平均房价	145
第九章 客房部概述	147
第一节 客房部在酒店中的地位、作用及主要任务	148
一、客房部的地位与作用	148
二、客房部的主要任务	149
三、客房部的性质	149
四、客房部的管理目标	150
第二节 客房类型、设备及布局	152
一、客房类型	152
二、客房设备	153
第三节 客房部与酒店其他部门的关系	153
一、客房部与前厅部的关系	154
二、客房部与工程部的关系	155
三、客房部与采购部的关系	156
四、客房部与餐饮部的关系	156
五、客房部与财务部的关系	158
六、客房部与市场营销部的关系	158
七、客房部与人力资源部的关系	158
八、客房部与保安部的关系	159
第十章 客房组织管理	161
第一节 客房部组织机构设置	162
一、客房部组织机构设置的基本要求	162
二、客房部组织机构的形态	163

三、客房部组织机构的职能	164
第二节 客房部定员	165
一、客房部定员	165
二、客房部定员的方法	165
三、灵活采用客房部定员方法	166
第三节 客房部岗位职责	167
一、客房部经理	167
二、客房服务中心主管	168
三、客房中心联络员	169
四、夜间服务员	169
五、楼层主管	170
六、楼层领班	170
七、客房服务员	172
八、楼层勤杂工	172
九、酒店公共区域主管	173
十、夜班领班	173
十一、区域清洁工	174
十二、打理工	174
第十一章 客房服务工作及管理	177
第一节 客人的类型及服务方法	178
一、客人的类型与特点	178
二、客房对客服务的特点	182
三、客房对客服务的要求	182
第二节 客房服务的组织模式	184
一、楼层服务台模式	184
二、宾客服务中心模式	186
三、对客服务模式的选择和设计	187
四、对客服务模式的发展趋势	187
五、取消楼层服务台,设立宾客服务中心需要 具备的条件	188
第三节 宾客服务中心管理	188
一、宾客服务中心的职能	188
二、宾客服务中心的运转	189

三、设置宾客服务中心后可能出现的若干问题的处理	189
第四节 客房服务项目	189
一、客房部对客服务项目的设立依据	189
二、客人住店期间的服务项目及服务规范	190
三、客人离店时的服务规程	198
第十二章 客房卫生管理	201
第一节 客房日常清洁管理	202
一、客房日常清洁管理的要求	202
二、客房日常清洁的安排	202
三、不同类型房间的清扫要求	203
四、清扫作业的标准时间	204
五、不同类型房间清扫的先后顺序	204
六、客房清扫的一般原则和卫生标准	205
七、客房清洁剂的种类及使用范围	205
八、客房清扫时的注意事项	208
第二节 客房周期性清洁管理	209
一、客房计划卫生的内容	209
二、计划卫生的组织	210
三、计划卫生的实施和控制	210
四、计划卫生与“每日特别清洁控制工作”	211
第三节 客房清洁质量的控制	211
一、强化员工的卫生意识	212
二、制订标准	212
三、建立检查制度	214
四、严格考核	222
五、实行表格化管理	222
六、加强计划控制	223
第四节 酒店公共区域的清洁管理	224
一、酒店公共区域的范围及清洁控制的特点	224
二、公共区域的清洁任务和要求	225
三、酒店公共区域清洁控制的安排	229
四、酒店公共区域清洁控制的管理	229