



全国高职高专教育“十一五”规划教材

饭店管理概论

AN INTRODUCTION TO HOTEL MANAGEMENT

蔡万坤 主编



高等教育出版社
Higher Education Press

全国高职高专教育“十一五”规划教材

饭店管理概论

蔡万坤 主编

高等教育出版社

内容提要

本书是全国高职高专教育“十一五”规划教材,是高职高专旅游类专业主干课程教材。

本书紧紧围绕专业、职业与就业相结合的高职高专教学主旨,通过介绍饭店管理的基础知识、主要技术和实用方法,帮助学生积累专业知识、形成专业技能、打开专业视野、树立专业意识、培养专业兴趣,同时整合职业道德要求、职业行为规范和职业思维方法,从而为后续专业课程的学习奠定基础。

本书主要内容包括:饭店业基础知识,饭店管理基本原理,饭店组织结构和主要岗位职责,饭店年度预算和损益分析,饭店营销活动策划与组织,饭店业务管理基本方法,饭店管理的关键点控制,饭店公共关系和企业文化,饭店管理的工作绩效考核。本书充分考虑高职高专教育教学的特点,内容上力求实用、新颖,具有针对性;编写体例上体现了教学的创新性,每章前设“学习导引”、“内容框架”、“学习目标”、“关键概念”,章后设“本章小结”、“案例讨论”、“复习思考”,正文中穿插知识性和趣味性兼备的“相关链接”和“拓展阅读”,体现整体设计的特色;形式上强调图文并茂,生动有趣。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、应用型本科院校、成人高等教育的酒店管理、旅游管理专业教学用书,也可供中等职业教育、五年制高职教育相关专业使用,或可作为社会从业人士的业务参考书及培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理概论/蔡万坤主编. —北京:高等教育出版社,
2009.6

ISBN 978-7-04-026516-3

I. 饭… II. 蔡… III. 饭店-企业管理-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 062402 号

策划编辑	叶 波	责任编辑	李冬梅	封面设计	张志奇	责任绘图	尹 莉
版式设计	王艳红	责任校对	刘 莉	责任印制	韩 刚		

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京外文印刷厂

开 本 787×1092 1/16
印 张 19.25
字 数 470 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2009 年 6 月第 1 版
印 次 2009 年 6 月第 1 次印刷
定 价 25.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 26516-00

前 言

《饭店管理概论》是为高职高专教育旅游类专业编写的一本专业主干课程教材,是根据教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》及《高职高专教育专业人才培养目标及规格》的精神实质,结合旅游类专业的教学特点编写的。与其他同类或同名的高职高专教材比较,本书有以下三个方面的显著特点:

第一,教材体系的创新性和针对性。近年来,高职高专旅游类专业教材已出版了很多,取得了可喜的成果。但教材体系大多套用本科或职业高中的模式,高职高专教育的特色体现不明显。本书紧紧围绕高职高专旅游类专业,以培养主管、职员和部门经理等应用性专业技术人才为主的人才培养目标,并根据专业主干课程和专业课程的内在关系来安排本书的内容体系。全书在介绍饭店管理基本原理、特点、任务、发展趋势的基础上,以机构设置和岗位职责为指导,以年度预算和计划任务为目标,分别介绍了饭店营销活动的策划与组织,整体业务的组织、指挥、督导、沟通、协调和关键点控制等管理职能的运用,以及公共关系与企业文化建设的方法和技术,最后落实到工作绩效与经营效果考核,与计划目标相呼应。这种创新性和针对性兼备的内容体系不仅强化了高职高专人才培养目标和规格的知识结构的合理性,避免了主干课程与专业课程的内容重复,而且形成了自己的科学体系和特色,避免形成“本科压缩”型教材或“中职拔高”型教材。

第二,理论知识的简明性和适度性。高职高专教材必须有一定的基础理论做指导,更需要大量实用的专业技术及其操作方法,两者之间的内容选择和量、度掌握往往是教材编写的困难所在。本书在合理安排内容结构的基础上,对各章节所要介绍的重点内容首先进行了选择和梳理,形成了条理和逻辑清楚、概念和观点准确、语言文字简明扼要、便于掌握记忆的内容体系。其次,注重了具体内容的量、度掌握,全书各章节均采用知识、方法和案例相结合的编写模式,理论阐述的深度与广度适当,知识介绍清楚准确,方法与案例具体实用,可操作性强。较好地体现了高职高专教材理论知识的简明性和适度性。

第三,专业、职业与就业的协调一致性。高职高专教育的人才培养目标是为市场经济的发展培养具有专业技术的应用性人才,他们既不是一般的服务人员或工人,也不是理论型或科技型的高级人才或高管人才。因而,其专业教学的内容选择和方法手段就必须将专业、职业和毕业后的就业结合起来,保持其内在的协调一致性。本书主要从三个方面来突出这一特点:一是每章开头都列出了学习导引、内容框架、学习目标(含知识目标和技能目标)及关键概念,力求使学生了解将要展开的教学内容是与今后就业和职业发展紧密相关的,由此激发学生的学习积极性和主动性;二是主要章节都将专业理论、专业知识和专业技能结合起来,并加强了专业思想、专业意识等方面的引导,整合了职业道德要求、职业行为规范、职业思维方法方面的内容,充分体现了专业主干课程的职业导向功能;三是各章节还根据教学的实际需要,补充了一些相关链接、典型案例、拓展阅读、实训项目等栏目,有利于学生开阔视野,引导其更多地关注行业发展,深入社会实践,不仅较好地体现了高职高专教材在专业、职业和就业上的协调一致性,还进一步增强了教材的实用

性和可操作性。

本书由北京联合大学旅游学院资深教授蔡万坤先生任主编,负责教材内容选择、编写提纲起草、全书统稿、图片组织等工作,同时承担第一至四章和第七章的编写任务。其中,张红娟参加了第四章部分初稿内容的编写。第五、第六、第八、第九章由饭店行业资深职业经理人靳星同志编写,他同时承担了图片的摄制工作。常娜为本书完成了教学课件制作。另外,刘胜玉、蔡华莹、蔡华程、李晨光等同志,对本书的编写都做出了不同程度的贡献,在此一并表示感谢。

由于作者水平有限,缺点错误在所难免,欢迎业内专家和广大读者不吝指正。

编者

2009年4月

本书在编写过程中,得到了北京联合大学旅游学院领导的大力支持,在此表示衷心的感谢。

本书在编写过程中,得到了北京联合大学旅游学院领导的大力支持,在此表示衷心的感谢。

本书在编写过程中,得到了北京联合大学旅游学院领导的大力支持,在此表示衷心的感谢。

本书在编写过程中,得到了北京联合大学旅游学院领导的大力支持,在此表示衷心的感谢。

目 录

第一章 饭店业基础知识	1
第一节 饭店业的性质和功能	2
第二节 饭店分类和等级划分	7
第三节 饭店产品	15
第二章 饭店管理基本原理	23
第一节 饭店管理的产生和发展	24
第二节 饭店管理的特点、任务和原则	34
第三节 现代饭店管理的新发展	40
第三章 饭店组织结构和主要岗位职责	54
第一节 饭店管理的组织结构和职责任务	55
第二节 饭店主要工作岗位及其职责规范	67
第三节 饭店员工履行岗位职责的基本要求	83
第四章 饭店年度预算和损益分析	89
第一节 饭店年度预算基本知识	90
第二节 饭店年度预算主要指标及其确定方法	97
第三节 饭店年度预算指标的贯彻实施	112
第四节 饭店损益分析的基本知识与方法	118
第五章 饭店营销活动的策划与组织	129
第一节 饭店主题营销活动的策划与组织	130
第二节 饭店品牌营销活动的策划与组织	134
第三节 饭店网络营销的策划与组织	139
第四节 饭店美食节的营销策划与组织	149
第五节 饭店市场推销活动的组织	156
第六章 饭店业务管理基本方法	168
第一节 饭店业务管理的组织方法	169
第二节 饭店业务管理的指挥形式和方法	175
第三节 饭店业务管理的督导方法	178
第四节 饭店业务管理的沟通与协调	195
第七章 饭店管理的关键点控制	200
第一节 饭店服务质量管理控制	201
第二节 饭店设备维修管理控制	210
第三节 饭店物资用品管理控制	217
第四节 饭店安全管理控制	225
第五节 饭店管理的成本费用控制	232
第八章 饭店公共关系和企业文化	242
第一节 饭店公共关系	243
第二节 饭店企业文化建设	255
第三节 饭店员工在企业公关和文化建设中的行为	262
第九章 饭店管理的工作绩效考核	271
第一节 饭店管理人员的工作绩效考核	272
第二节 饭店技术人员的工作绩效考核	278
第三节 饭店服务人员的工作绩效考核	282
第四节 饭店管理的经营效果考核	288
主要参考书目	300

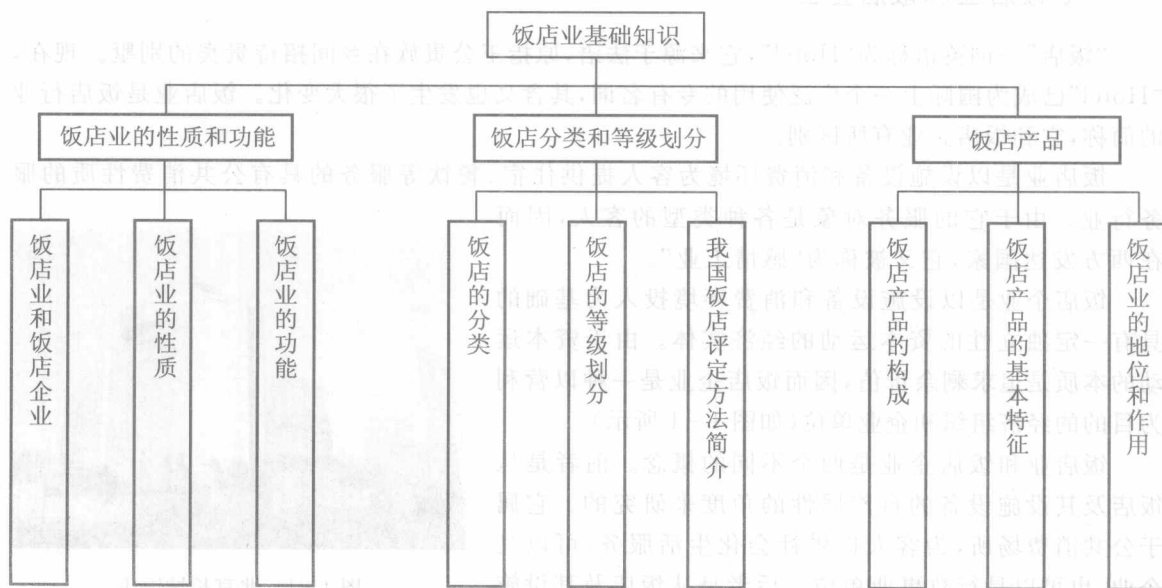
第一章

饭店业基础知识

学习导引

饭店业是高职高专旅游类专业学生就业的主要行业。饭店管理概论这门课程的主要内容就是介绍饭店这一特殊类型经济组织的基本管理知识、主要管理技术和实用管理方法,由此帮助学生形成专业思想和专业意识,积累专业知识和专业技能,为后续其他专业课程的学习做好准备。作为本门课程的开端,本章首先介绍饭店业的概念、性质、功能、分类、等级划分、产品特点等基础知识,以便学生对将要从事的行业有一个初步的认识和了解,也为以后各章的学习打下一个良好的基础。

内容框架



学习目标

知识目标

通过本章学习,你应该:

- 掌握饭店业的基本性质和主要功能;
- 掌握饭店业的分类方法、等级划分与我国饭店星级划分;
- 掌握饭店产品构成及其基本特征;
- 了解饭店在国民经济中的地位和作用。

技能目标

通过本章学习,你应该能够:

- 在选好一定角度后,判断一家饭店所属的类型;
- 表述我国饭店星级的划分和评级的基本工作步骤;
- 进入一家饭店,通过观察,基本判断出饭店所属的星级及其划分理由。

关键概念

饭店业 饭店企业 饭店产品 饭店功能

第一节 饭店业的性质和功能

一、饭店业和饭店企业

“饭店”一词英语称为“Hotel”,它来源于法语,原指王公贵族在乡间招待贵宾的别墅。现在,“Hotel”已成为国际上一个广泛使用的专有名词,其含义也发生了很大变化。饭店业是饭店行业的简称,它和饭店企业有所区别。

饭店业是以设施设备和消费环境为客人提供住宿、餐饮等服务的具有公共消费性质的服务行业。由于它的服务对象是各种类型的客人,因而在西方发达国家,它又被称为“感情工业”。

饭店企业是以设施设备和消费环境投入为基础的具有一定独立性的资本运动的经济实体。由于资本运动的本质是追求剩余价值,因而饭店企业是一种以营利为目的的经济组织和企业单位(如图 1-1 所示)。

饭店业和饭店企业是两个不同的概念。前者是从饭店及其设施设备的自然属性的角度来研究的。它属于公共消费场所,为客人提供社会化生活服务,可以是企业,也可以是行政事业单位。后者是从饭店及其设施

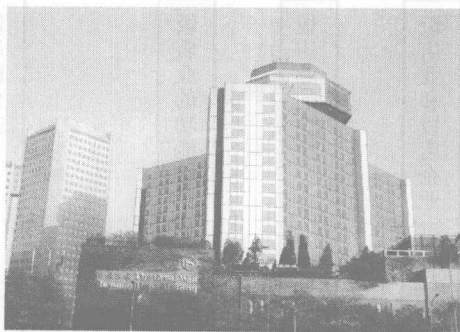


图 1-1 北京长城饭店

设备的经济属性的角度来研究的。它是一个资本运动的经济实体,是以营利为目的,实行自主经营、独立核算、自负盈亏、自我发展、自担风险的企业。高职高专的学生毕业后,主要会选择在饭店企业就业,因此,本书也主要将从饭店企业的角度来介绍饭店管理的专业知识。

相关链接

国外部分权威辞典对饭店所下的定义

饭店一般的说是为公众提供住宿、膳食和服务的建筑与机构。

——《科利尔百科全书》

饭店是在商业性的基础上向公众提供住宿也往往提供膳食的建筑物。

——《大不列颠百科全书》

饭店是装备完好的公共住宿设施。它一般都提供膳食、酒类与饮料以及其他服务。

——《美利坚百科全书》

饭店是为公众提供住宿设施与膳食的商业性建筑设施。

——《简明不列颠百科全书》

饭店企业必须具备的四个条件

(1) 它必须是一个完好的建筑并经过装修美化的接待服务场所。

(2) 它必须能够提供住宿、餐饮服务,也可提供商品、康乐项目等其他服务。

(3) 它的服务对象是社会公众,既包括外出旅行的客人,也包括本地居民。

(4) 它必须以营利为目的,使用者要支付一定费用。经营者必须自立经营、独立核算、自负盈亏、自担风险。

——《实用饭店企业管理学》

二、饭店业的性质

性质是指事物客观存在的基本属性。饭店业是一个综合性很强的服务行业,它具有四个方面的基本性质。

(一) 经济属性

经济属性是指饭店接待客人的过程中必须收取一定的费用。特别是当它成为具有一定独立性的资本运动的饭店企业后,它就以营利为目的,追求经济效益,并且自主经营、独立核算、自负盈亏、自担风险,独立承担民事责任。它必须坚持市场经济法则,牢牢把握接待服务过程中的资本运动规律,始终把提高经济效益和服务质量放在首位。同时,这种性质又要求饭店企业必须重视市场开发,增加客源和收入,降低成本费用开支。

(二) 社会属性

社会属性是指饭店是为社会大众提供住宿、餐饮、康乐、商品等服务的。它是一种公共消费场所,又是一个企业单位。国内外的客人,只要在经济上具有一定的消费水平和支付能力,都可以成为饭店的服务对象。饭店业的这种性质要求饭店企业必须重视服务质量,要将客人当作饭

店的衣食父母。在接待服务过程中,尽管客人的社会地位、支付能力和消费水平不同,但在服务态度、礼节礼貌、语言动作、清洁卫生等方面要一视同仁,童叟无欺,不能有亲有疏,以貌取人,更不能“看人下菜碟”。要将客人视为“上帝”,坚持“宾客至上,服务第一”,始终把满足客人的需求放在十分重要的位置,始终将服务质量当作饭店的生命,常抓不懈。

(三) 文化属性

文化属性是指饭店不仅是一种企业单位和经济组织,还是一种具有强烈文化气息的消费场所。这种文化气息主要表现在四个方面:一是由饭店设计和设施设备所形成的建筑文化。饭店宾馆建筑设计、环境布局、建筑设施、造型等都是建筑文化的结晶。二是由饭店环境美化所形成的装饰文化。饭店是一种高级消费场所,一家饭店的前期建筑及其装修美化和环境布置的费用通常要占到总投资金额的45%~50%左右,才能把其前厅、客房、餐厅、酒吧、门厅、过道等各处都装饰布置得美观、大方、舒适、典雅,具有较强的文化气息。三是饭店服务文化。饭店员工的着装、仪表、语言动作、礼节礼貌等的要求都比较高,都是一定民族文化的体现。四是企业理念、精神、宗旨、员工的精神面貌和价值观所形成的企业文化。企业文化是饭店文化特色的重要组成部分,这种性质一方面要求饭店企业必须创造良好的文化环境和文化气息;另一方面又要求饭店员工要有良好的文化修养,要十分重视自己的着装、仪容仪表、语言动作,要养成良好的气质和风度,才能为客人提供优质服务。

(四) 超前属性

超前属性是指我国星级饭店的设施设备、消费环境和服务质量都超越了一般的服务型企业。我国星级饭店是最早同国际接轨的服务行业。由于饭店星级标准的制订起点较高,饭店业发展的开始就将设施设备、消费环境和服务质量不完全适应海外客人需求的旅店、招待所等排除在了星级饭店之外。因此,饭店业的这种属性要求饭店企业的设施设备、消费环境和服务质量必须始终和自身的星级标准保持协调一致,每过一定时期都要对饭店的设施设备和消费环境进行装修改造,不断加强员工的职业和素质培训,才能适应旅游市场和饭店客人消费不断发展变化的要求,跟上时代发展的步伐。

典型案例

饭店业社会属性和经济属性的体现

饭店业的社会属性是通过接待各种类型的客人,提供优质服务,赢得优良社会声誉来体现的;饭店业的经济属性则是在接待服务过程中通过增加收入、降低成本费用,取得优良经济效益和投资回报来体现的。改革开放以来,我国各地众多饭店用自身的经营实绩体现了饭店业的这些性质。其中,北京建国饭店就是这样的典型案例。

建国饭店是我国最早举办的中外合资饭店,总投资2900多万美元,中方占51%,外方占49%。饭店于1982年4月28日试营业,至今已经经营26年。饭店共有420多间客房,歌厅酒吧与宴会厅5处。从社会属性来看,客房共接待了各种类型的外国客人,主要是外国客人230多万人次,每年约14万~15万人,以其优质服务水平、广泛的社会影响赢得了良好的市场声誉,充分体现了饭店的社会属性。饭店在长达26年的发展过程中,既重视服务质量和社会效益,又从一开始就以

营利为目的,坚持自主经营、独立核算、自负盈亏、自担风险和自我发展。在国家不掏一分钱的情况下,前10年创汇2.3亿多美元,上缴国家税费1.5亿多元,饭店获得纯利1.42亿多元。饭店在为600~700人长期提供就业岗位的同时,前10年创造的利税费,即上缴国家的部分相当于赚回了7.6个建国饭店;后16年的经济效益更好,所创造的利税费总额相当于赚回了13~14个建国饭店,合计回收了21个左右的建国饭店。这就是饭店业经济属性的典型例证和体现。

三、饭店业的功能

功能是指以产品和服务来满足他人需求所发挥的效用。提供住宿和餐饮服务是饭店业的基本功能。此外,它还可以有商品服务、康乐娱乐服务及其他相关服务功能。

(一) 住宿服务功能

住宿服务是饭店最主要、最基本的功能。离开了这一功能就不称其为饭店。住宿功能由饭店各种类型的客房——单人房、双人房、标准房、套房等住宿设施来承担,为保证这一功能的有效发挥,饭店必须具备两个条件:一是要设置销售、前厅、客房等部门来销售客房、接待客人、提供住宿期间的各种服务;二是各种类型的客房除必须与饭店的等级规格和房价标准相适应,还必须保证安全、卫生、舒适、服务周到(如图1-2所示)。

(二) 餐饮服务功能

餐饮服务也是饭店最基本的功能。饭店离开了这一功能就是不完整的。餐饮服务功能主要由饭店各种类型的餐厅、酒吧、宴会厅等设施来承担。设施类型的多少由饭店的等级规格和规模大小来决定,低星级小型饭店只需设置2~3个餐厅即可;大型高星级饭店往往要设5~10个甚至更多的餐厅,可以提供不同风味的餐饮服务。为保证餐饮服务功能的有效发挥,饭店要具备三个条件:一是每个餐厅必须配备与其经营风味相适应的厨房;二是必须设置餐厅部、酒水部、厨房管理部、原料采供部和送餐部等机构(大型饭店还要设立宴会部、宴会预订部)来做好餐饮管理工作;三是各种类型的餐厅、酒吧和宴会厅的设置除必须与饭店的等级规格相适应外,还必须保证环境优美、安全、卫生、服务周到(如图1-3所示)。

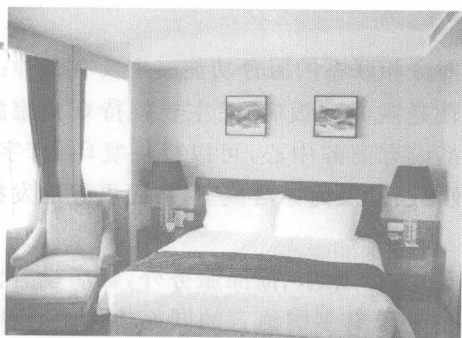


图1-2 某饭店的双人房



图1-3 某饭店的餐厅一角

(三) 商品服务功能

商品服务是饭店为满足客人需求以增加经济收入的附属功能。这种功能主要由饭店的小卖部或商场等设施来承担。一般小型低星级饭店设置一个小卖部或小型商场,以提供客人日常生

活所需的商品为主;大型高星级饭店设置综合性较强的较大商场,主要销售高档工艺美术品、文物制品、时装、字画、古董等商品。为保证商品服务功能的有效发挥,饭店必须设置与商品服务规模相适应的商品管理、商品采供等机构;同时必须具备相应的商场面积、设施设备,并保证商场环境的美观、卫生、舒适和周到服务(如图 1-4 所示)。

(四) 康乐娱乐服务功能

康乐娱乐服务也是饭店为满足客人需求,调节生活情趣、增强身心健康和增加经济收入的附属功能。这种功能主要由饭店的游泳池、保龄球场、健身房、桑拿浴房、台球厅、舞厅、棋牌室、按摩室、卡拉 OK 歌厅、夜总会、壁球室、高尔夫练习场、高尔夫球场、美容室、美发室等各种设施来承担。小型低星级或经济型饭店可以不设或少设这些服务设施;三星级,特别是四星级、五星级以上的饭店必须按照星级高低来配备这些服务设施,星级越高,要求配备的项目越多。为保证这些康乐娱乐服务功能的有效发挥,服务项目较少的小型低星级饭店或经济型饭店可以将少量的服务项目划归客房部或餐饮部门管理;三星级以上的大型饭店一般要单设康乐部来专门负责这些服务项目的管理工作(如图 1-5 所示)。



图 1-4 某饭店内商场的食品柜台

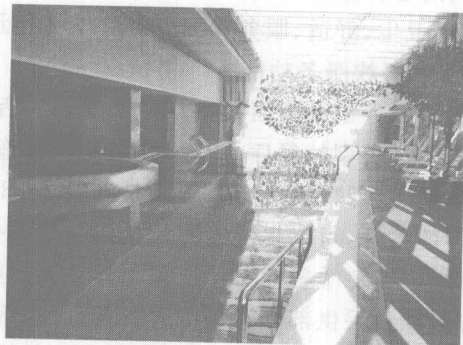


图 1-5 某饭店内的游泳池

(五) 相关服务功能

相关服务功能主要指那些与饭店性质和主要接待对象相联系的服务功能。主要有三种:

1. 商务服务功能。饭店一般都具有商业性质,即使是观光型饭店,除主要接待观光旅游的客人外,也乐于接待部分商务客人,所以,大多数饭店都设有商务中心,可以提供复印、打字、电传、传真等服务。商业型饭店还会设置商务楼层或行政楼层以及商务洽谈室,从而更好地发挥商务服务功能。

2. 会议服务功能。以会议型饭店为主,除提供住宿、餐饮、康乐、商品服务外,饭店设有大小规格不等的会议室、洽谈室、演讲厅、展览厅等设施,有的还设有多国语言的同声传译、提供电视会议的设施和服务。与此相适应,会议型饭店还会设置会议部来专门负责会议管理和服务工作。

3. 洗衣服务功能。一般三星级以上的饭店都设有洗衣房,主要配备干洗机、水洗机和熨烫设备,为客人提供干洗、湿洗、熨烫服务和饭店各类棉织品和员工制服的洗涤。一般饭店的洗衣房划归客房部管辖。同时提供对外洗涤服务的饭店,也有的是单独设置洗衣房来承担饭店洗衣服务功能的管理工作。

第二节 饭店分类和等级划分

一、饭店的分类

饭店分类主要有三个作用:一是便于投资人根据饭店类型来选择投资方向,做出投资决策,做好建筑设计装修;二是便于经营者做好饭店市场定位,选择主要目标市场,提供相应服务;三是便于客人了解饭店主要消费项目,选择计价方式。

饭店根据考虑问题的角度不同,有多种分类方法。下面主要从四个角度来介绍饭店的不同分类,同时指明其主要特点,以便对不同类型的饭店有一个大致的了解,便于后面各章节的深入学习。

(一) 根据饭店接待对象分类

1. 商业型饭店(Commercial Hotel)。商业型饭店多建在城市商业区,以接待商务客人为主,同时接待观光、会议等客人。这类饭店有多种档次,但以中高档为主。其中,高档商业型饭店大多设备豪华舒适、环境优美典雅、服务项目齐全。客房多设有商务楼层或行政楼层,商务单人房和套房较多;同时设有商务中心、各类会议室、各种餐厅、酒吧间和宴会厅。这类饭店大多地理位置优越、交通方便、通信设施齐全,所以适应范围广泛,在饭店行业中占有较大比例。我国各地比较著名的饭店,如北京的王府饭店、长城饭店、中国大饭店,上海的锦江饭店,南京的金陵饭店,广州的白天鹅宾馆、花园酒店、东方宾馆等,大多都属于商业型饭店。

相关链接

世界最大的商业型饭店

美国纽约有一家叫华尔道夫·阿斯多利亚的饭店,被称为世界上最大的商业型饭店。这家饭店1931年10月开业,一直营运至今。它占地31 337平方英尺^①,即1.87英亩^②,高47层,最高点离地面191米;共有客房1 852间套,可以同时接待1万人;它的餐厅可同时接待6 000人用餐,每天消费的咖啡要3 875升;每年耗电需要花200多万美元;饭店共有员工1 700多人;该饭店曾经一次同时接待过6个国家的元首。

2. 观光型饭店(Resort Hotel)。观光型饭店以接待观光度假的客人为主,也接待商业、会议等客人。这类饭店多建在旅游风景区的城市和海滨、山区、温泉、海岛等景区点附近。客房以标准间为主,为弥补淡季客人不足,多设有会议设施。以度假客人为主的饭店多根据景区环境与条件设置康乐、体育和娱乐服务项目,如滑雪、骑马、冲浪、台球、网球、保龄球、高尔夫球等。观光型饭店还可再细分为观光型、度假型、疗养型饭店,但其发展方向是更加趋向综合性。

3. 会议型饭店(Convention Hotel)。会议型饭店以接待各种类型的会议客人为主,同时也

① 1平方英尺=1.093平方米

② 1英亩=4 046.86平方米

接待其他客人。这类饭店多设在大中城市和比较著名的风景区。由于会议客人以集团和单位报销为主,住期较长,消费水平较高,所以,客房以装修优良的标准间为主,设有部分套房和豪华套房。饭店各种规格的会议室较多,会议设施、视听设备比较齐全,同时设有歌厅、舞厅、台球、保龄球、夜总会等康乐娱乐设施,供会议客人使用。大型会议型饭店往往能同时接待多个会议或接待几千人的大型会议。如北京的九华山庄国际会议中心就是一家大型会议型饭店,可接待 5 000~8 000 人的大型会议。

4. 汽车旅馆(Motor Hotels 或 Motels)。汽车旅馆以接待开车旅行的客人和家庭客人为主,多建在高速公路的交叉路口和近城地区的高速公路入口处。这类饭店大多规模较小,客房以标准间和家庭连房较多;餐厅、酒吧以自我服务为主,有较好的停车条件。近年来,汽车旅馆在国际上有大型化、综合化和比较豪华的发展趋势。

5. 公寓型饭店(Resident Hotel)。公寓型饭店以接待长住客人为主,住期少则 3 个月左右,大多在半年至 1 年以上,以家庭客人居多。这类饭店的客房都像公寓和高档商品住宅楼一样,按单元出租,签订租房合同。每个单元内都设有卧室、起居室兼书房、厨房、餐厅等,配备适合客人长住的家具设备。饭店只提供住宿、餐饮等基本服务,但大多设有商场和副食品经营项目,以满足长住客人的生活需要。

相关链接

世界上客房数量最多的饭店

在莫斯科有一家 1967 年开业的俄罗斯大饭店,它只有 12 层高,但占地面积很大。饭店拥有 3 200 多间客房,可同时接待 6 000 人住店。如果一位客人在这家饭店每间客房住一个晚上,需要 8 年半时间才能把所有房间住一遍。饭店内仅电梯就设有 93 部,员工 3 000 多人。

(二) 根据饭店投资性质分类

1. 有限公司饭店。又称有限责任公司饭店。投资人以合作方式募集股份,共同投资,投资人数不超过 50 人;股东以出资额为限承担有限责任和权益,第一投资人担任董事长,责任承担和风险收益与投资比例相同;不能公开募集股份、发行股票;饭店建成后可由投资各方共同经营,也可聘请饭店集团管理。我国大多数合资饭店,如北京长城饭店、丽都饭店、王府饭店等都属于这种性质的饭店。

2. 股份公司饭店。这类饭店的投资方经国家有关部门批准,可以公开募集和发行股票,部分投资较大的股东成为控股人;股东享有与所持股份比例相同的权利和义务,第一投资人担任董事长;股票上市后可以公开买卖,谁取得最大持股份额即可成为控股人。饭店建成后,可由主要控股方共同管理,也可聘请饭店集团或专业公司管理。饭店责任和风险承担与投资人的投资比例相同。

3. 独资有限公司饭店。独资有限公司饭店由国家或私人独立投资,以国家某一部门或私人所有制形式出现。如我国各部委、军队系统、银行系统、部分垄断行业在改革开放后新建的部分饭店和沿海地区部分私人投资建设的饭店,大多属于这种性质。随着改革开放的深入和国有企业体制改革的加快,由国家独立投资的这种饭店有越来越少的趋势,大多在向中外合资的方向

发展。我国酒店业在经营策略上，应借鉴国外酒店业的成功经验，以国际酒店业为标杆，制定我国酒店业的发展战略。

三、根据饭店计价方式分类

这是国际上为方便客人消费和饭店价格管理，在事先制订并公布饭店价格的基础上而采用的一种分类方法。主要有五种：

1. 欧式计价饭店(European Plan, EP)。在客房报价和客人订房时，房价中只含房租，不含餐费，客人在饭店用餐另行收取费用。这种计价方式为世界大多数饭店所采用。

2. 美式计价饭店(America Plan, AP)。在客房报价和客人订房时，房价中包括客人一日三餐的费用，又称大包干，客人住店期间在饭店用餐，不用再交纳费用。这种计价方式多以团队客人为主。在一些比较偏远的地区的度假型、疗养型饭店，也有不少采用这种方式计价。

3. 大陆式计价饭店(Continental Plan, CP)。在客房报价和客人订房时，房价中包括欧式早餐的费用，客人住店期间在饭店用午餐和晚餐需要另外收取餐费。这种形式在我国不少饭店中已经广泛采用。

4. 修正美式计价饭店(Modified America Plan, MP)。在客房报价和客人订房时，房价中含一个早餐和一个正餐的费用，正餐既可以是午餐，也可以是晚餐，由客人自由选用。若客人在饭店用另一个正餐，其费用需要另付。

5. 百慕大式计价饭店(Bermuda Plan, BP)。在客房报价和客人订房时，房价中含一份美式早餐。与大陆式计价饭店相同，只是早餐的类型不同。

四、根据饭店集团经营方式分类

饭店集团是以集约方式，以统一名称、统一标识、统一品牌标准，为取得规模效益而开展连锁经营的一种现代饭店企业联合体。饭店集团根据其规模大小、业务性质、经营方式不同，还有不同的类型。

1. 输出管理型饭店集团。这种集团都有自己直接投资、租赁经营而又管理先进的饭店宾馆作为旗舰，以科学的管理模式、先进的经验和人才为基础，然后采用输出管理方式来扩展集团规模，形成规模经济效益。这种集团自有饭店并不一定很多，其加盟饭店都是以委托方式，与集团公司签订管理合同，由集团派出专业技术人员来管理的。输出管理型饭店集团主要依靠自己的人才、技术、经验来拓展集团规模，获得生存与发展。对于其加盟饭店的等级没有固定标准。

2. 租赁经营型饭店集团。这种集团以自己直接投资且管理先进的饭店为基础，拥有强大资金实力，然后采用租赁经营方式来扩展集团规模。租赁后获得经营权的饭店都成为集团公司直接管理的饭店，并以集团管理的人才和技术优势来获得租赁经营的经济效益，由此扩大集团规模。这种集团的加盟饭店等级也是多种多样的。

3. 特许经营型饭店集团。这种集团一般以直接投资、租赁经营但自己管理的饭店为基础，利用集团技术声誉和管理经验，向加盟饭店出租特许经营权而拓展集团规模。加盟饭店向集团公司交纳特许经营费用和相关服务费用后，即可使用集团公司的名称、商标和管理技术，参加客房预订系统，从而获得实际利益。这种集团的加盟饭店等级也是各不相同的。

4. 综合型饭店集团。这种集团是将上述三种经营方式结合起来，形成大型综合性集团。集团公司内部下设多种二级公司，每个公司分别采用输出管理、租赁经营、特许经营等方式拓展集团规模。国际上比较著名的假日集团、喜来登集团、希尔顿集团、华美达集团、雅高集团等大多属于这种集团。

5. 经济型酒店集团。这种集团以经济型酒店为主要拓展对象。其经营方式也是直接投资、租赁经营、特许经营等多种方式相结合,只不过集团公司的规模扩展是以经济型饭店为主。由于集团饭店初期竞争多以大中型饭店为主,在市场瓜分激烈的形势下,部分集团看准了经济型酒店走集团化管理的市场前景而选择了以经济型酒店为主的发展道路,所以形成了以连锁方式发展的经济型酒店集团。这也是近年来我国饭店集团发展的热门趋势。

拓展阅读

现代饭店业的大千世界

随着国际旅游的大众化和普及化以及饭店行业的大发展,市场竞争日趋激烈。为适应饭店行业市场竞争需要,满足客人求新求奇、追求刺激的消费心理,国际上出现了一些千奇百怪的饭店。主要有:

(一) 妇女饭店和儿童饭店

妇女饭店专门接待女性客人,不许男性入住。这种饭店的客房陈设高雅,灯光柔和、卫生间宽敞,备有各种妇女杂志、吹风机、化妆台镜和妇女专用的卫生设备和用品。饭食、饮料也以适合女性客人为主旨。如美国一家名叫里夫斯的饭店就是专为妇女特别是有意向外出的女性设置的,连饭店的老板和服务人员也全是女性,所以称为“女人的世界”。此外,为适应女性客人的需要,也有一些饭店在饭店内部专门开设“女性楼层”。

儿童饭店是专为儿童开设的。饭店客房设有儿童床、婴儿床、高脚椅、小孩便盆和坐便椅等设备,还有儿童游乐室和酒吧间,供应为婴幼儿特制的“鸡尾酒”。饭店的客人多为3个月到6岁左右,他们虽然是孩子,但饭店将他们当成真正的客人对待,关心每一个小客人,尊重他们的个性。饭店还配有专业教师、受过专门训练的护士、医生、保育员、厨师和管理人员,组织各种适合孩子的活动,使他们在住店期间能够长身体、长见识、学知识和技能,所以很受家长欢迎。

(二) 老人饭店和残疾人饭店

老人饭店是由美国大型饭店集团华美达公司最先建造的,叫“私人疗养所”,后遍及美国和欧洲。这种饭店专门接待70岁以上的老人。如法国戛纳的奥泰利亚饭店,客人的平均年龄为83岁,布加勒斯特郊外的富罗拉饭店,客人年龄必须70岁以上,否则不予接待。所以老年饭店又称“寿星饭店”。这种饭店是专为老年人设计的,多建在风景良好的城市郊区。饭店的各种文字和标识都是大号的,沿墙有扶手、电梯里有坐椅、床是坐卧两用的,卧室可挂家人肖像,卫生间用防滑玻璃纤维制成,有软垫长椅,可安全洗浴。饭店还设有适合老人的娱乐活动项目,老年人可随时入住而且服务周到。

残疾人饭店则是专为这种客人的特殊需要设计的。饭店门口和各处都没有台阶、门槛,特制电梯可容得下几把轮椅。前厅的柜台低矮,客人可坐在轮椅上办理各种手续。客房面积比一般饭店大一半,门锁、开关都可在床上遥控;写字台下空间大,坐轮椅写字工作能感到舒适;衣柜的衣架可以自由升降;卫生间设有特殊折椅、淋浴轮椅;聋哑人客房还专门装有重听装置和光电信号发送器,便于联系。饭店还设有康复中心,提供矿泉疗法、电疗、体操疗法、水下按摩、紫外线照射疗法等先进的服务。

（三）太空饭店和海底饭店

太空饭店和海底饭店一个在最高处，一个在最低处。日本的清水建筑公司就设计出了短期逗留型的太空饭店。饭店在离地面 450 公里的轨道上围绕地球旋转。饭店高 240 米，筒状管道建筑，有 64 间客房，可同时接待 100 人，客房以直径 140 米的环形分布在圆筒的四周，旁边还有一个边长 60 米的倒金字塔式三角梁内侧的复合大空间做为接待大厅和休息厅。饭店还设有餐厅、体育活动设施和高科技的生命维持装置。不过，如果入住太空饭店 2 天加往返的费用预计要 20 多万美元。此外，美国已利用宇宙飞船吸收富翁到太空旅游，一次 7~10 天的费用需要 2 400 万~2 800 万美元。

美国佛罗里达州的迈阿密附近有一个海底饭店。饭店像一个大型露营汽车，长 20 米，宽 10 米，高 8 米，用锚固定在海水下 30 米处，可以抵御海水侵蚀和撞击。饭店有两间豪华客房，2 张双人床和 23 张单人床，还设有卫生间、厨房和餐厅，并设有电视、电话和冷暖设备。饭店虽小，其服务却与陆地上的饭店没有太大差别。不过进入饭店却不像陆地上的饭店那么容易，客人先要乘船出海，登上浮筒，然后潜入海中，从饭店特制的入口处进入。在饭店 1.5 米厚的墙壁上，装有几个舷窗，可以观赏到海底世界的奇妙景观，客人若有兴趣，还可以带上与供气室相通的特制供气管通过中心控制点，打开密封舱锁气门，到海底游一游，体验一下特殊感受。

（四）计算机饭店和茅舍饭店

计算机饭店和茅舍饭店一个现代化，一个最原始。计算机饭店的客房、餐厅和一般服务设施与其他饭店基本没有什么差别，其主要特点是饭店管理和服务大多由计算机完成，自动化程度很高，员工很少。如日本东京的华盛顿饭店，25 层高，1 300 多间客房，服务人员才 110 人。饭店的服务方法是：客人一进大厅，在超大型电视屏幕上有一位笑容可掬的女服务员向客人问好，表示欢迎，然后告诉客人怎样使用计算机。根据提示，填写好登记表，插入计算机插孔，如果有预订，计算机就会告诉客人房号、房价，没有预订也会告诉客人分配给他的房号和房价。客人只要按计算机提示，用信用卡、会员卡或现金在计算机上办理了手续，计算机就会弹出所住房间的钥匙，它也是房间的电源开关和住店消费的通行证，客人可以用这张卡在饭店的各处消费，但大多是以客人自己操作计算机为主，所以服务员很少。有钱的大富翁大多并不欢迎这种饭店，因为他们看不到服务员，感觉没有人情味。这样的饭店在其他国家也有，如在法国的斯特拉斯堡就有类似的饭店，该饭店的计算机除具有办理入住登记、钥匙发放、办理结账等功能外，还能根据客人需要重新组装客房，让房间变大或变小。

茅舍饭店是为体验旅游而复制的一种比较原始的建筑。物。在新西兰就有凸显毛利人生活的茅舍饭店。这种饭店的屋顶是用麦秆铺成的蘑菇状，墙壁用泥土垒成，客房、餐厅陈设都是毛利人的风格，服务员也穿着毛利人的服装，以传统习惯提供毛利人式的服务。客人住进饭店感受的是几个世纪以前的生活。

（五）催眠饭店和梦幻饭店

催眠饭店和梦幻饭店一个催人入睡，一个梦如仙境。催眠饭店是专为神经衰弱、患有睡眠疾病的人开设的。饭店的前台、客房、餐厅等设施与一般饭店并无两样，但它的床板是木制的，事先经过一种叫留安那素的药水浸泡过。留安那素是一种草药，能抑制人体中枢神经的活动，所以，患有神经衰弱、失眠症的客人住进饭店，躺在客房床上，闻到它的气味，便会昏然入眠，而且一觉能睡 8~9 个小时，醒来后顿觉疲劳消失、精神饱满，所以称为催眠饭店。在中美洲的危地马拉就