



21世纪高职高专旅游专业模块化创新规划教材

酒店前厅服务与管理

JIUDIAN QIANTING FUWU YU GUANLI

主编 ◎ 曹红 覃业银



湖南大学出版社



21世纪高职高专旅游专业模块化创新规划教材

酒店前厅服务与管理

JIUDIAN QIANTING FUWU YU GUANLI

主 编 ○ 曹 红 覃业银

副主编 ○ 杨 芳 胥 郁

参 编 ○ 潘 勇 李建军

教材审定委员会

郑 焱 钟永德 许春晓 鼓蝶飞

教材编委会

主任：周志宏 伏六明

委员：（按姓氏笔画排序）

王卫国 白稚萍 付检新 伍海琳 江 波 刘韵琴 刘剑飞
刘列夫 刘健文 李凌眉 陈幼君 杨文斌 杨洪怡 张为民
周静波 周美芳 尚军辉 禹明华 胡旭晖 郭定芹 聂建波
曹 红 谢 冽 谢 敏 彭晓玲 覃业银 曾丽艳 曾庆安

河南大学出版社

内 容 简 介

本教材分上下篇十个模块。上篇为酒店前厅服务，主要介绍前厅工作前准备、受理预订、入住登记、礼宾服务、总机与商务中心服务及离店结账服务；下篇为前厅管理，主要包括客人关系管理、总台销售管理、总台信息管理及前厅部管理。本教材是以模块化教学为指导，每个模块包括若干个具体任务，每个具体任务是由任务目标、知识准备、任务执行、任务测试组成的，这样能更好地帮助学生理解和掌握所学知识。本教材适用于旅游专业学生，也可作为旅游类从业人员的培训教材。

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店前厅服务与管理/曹红, 覃业银主编.

—长沙: 湖南大学出版社, 2010.5

(21 世纪高职高专旅游专业模块化创新规划教材)

ISBN 978 - 7 - 81113 - 789 - 7

I. ①酒… II. ①曹…②覃… III. ①饭店—商业服务—高等学校: 技术学校—教材 ②饭店—商业管理—高等学校: 技术学校—教材

IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 086525 号

酒店前厅服务与管理

Jiudian Qianting Fuwu yu Guanli

主 编: 曹 红 覃业银

策 划: 邹 彬 严小涛

责任编辑: 严小涛

责任校对: 全 健

出版发行: 湖南大学出版社

责任印制: 陈 燕

社 址: 湖南·长沙·岳麓山

邮 编: 410082

电 话: 0731-88822559 (发行部), 88821334 (编辑室), 88821006 (出版部)

传 真: 0731-88649312 (发行部), 88822264 (总编室)

电子邮箱: pressyanxt@hnu.cn

网 址: <http://press.hnu.cn>

印 装: 长沙化勘印刷有限公司

开本: 710×1000 16 开

印张: 15

字数: 261 千

版次: 2010 年 7 月第 1 版

印次: 2010 年 7 月第 1 次印刷

印数: 1~4 000 册

书号: ISBN 978-7-81113-789-7/F·256

定价: 29.00 元

版权所有, 盗版必究
湖南大学版图书凡有印装差错, 请与发行部联系



前 言

随着我国职业教育改革与发展的不断深入,坚持以就业为导向,构建以能力为本位,以基本职业素质和职业能力培养为主线,以模块化课程结构为主体,凸显高职与行业特色的课程体系,培养适合市场需求的高素质劳动者和实用型技术人才,已成为当前高等职业院校课程改革面临的重要课题!

模块化教学是国际劳工组织为提高劳动者素质开发出的技能培训模式,是目前高职教育普遍认可的教育模式,也是职业教育的成功经验。高职教育应以行业需求为导向,高职院校旅游管理类专业教育与旅游行业联系紧密,其专业人才培养更应体现其职业和岗位的特点。近年来,许多高职院校的旅游管理类专业均结合自身办学优势、专业特点和行业实际,在教学改革上做了大胆尝试,积极开展模块化教学研究,并取得了较为丰硕的成果。但将模块教学改革及课堂实践的理论贯穿于整个课程体系的构建并用以践行成套教材的编写,尤为鲜见。

一般来讲,高职模块化教学就是从岗位驱动入手,确定专业的职业能力培养目标,根据该目标将教学课程分解为若干模块,学生可根据自身兴趣精修不同模块,以实现不同的分目标,达到就业需求。而模块划分的最大特点是非学科完整性,是行动导向性的,更有利于开展课堂教学活动。模块的划分是以主题为中心把相关的知识组织到了一起,使之更加贴近生活、贴近学生需要,使内容变得更容易操作,有利于学生在活动中学习,在学习中进行活动。这些优点相对于传统教学有许多创新,也有非常好的效果。但对于教材的编写来说,却有相当难度。其主要原因是在教材的编撰过程中,模块的划分没有统一标准,也没有较成熟的方法借鉴,编写者往往很难把握其尺度。尤其对于基础理论课程教材的编撰,更是难以把握。基于此,我们组织了涵盖业内权威专家及有着丰富教学经验及旅游企业管理经验的教授、学者和骨干教师的作者团队,对此进行了积极、有效的探索。本套教材的编写力图体现如下特点:

1. 以学生为中心,贯彻高等教育新理念

当代教育理念告诉我们:学校(教师)应该牢固树立“以学生为中心”的服务观念,以学生为中心组织教学,发挥其学习主体的主观能动作用。本套教材以专项能力课程内容作为单元模块,整个教学过程围绕一个个模块展



开,以学生为主体,以教师为主导,教师在进行模块教学的过程中起组织、协调、示范和引导的作用。学生可根据确定好的模块有的放矢,把更多时间和精力放在自选模块上,不断地钻研直到精通;教师可在教学中针对学生特点,选择不同内容模块,做出相应的教学要求、指导和评价,让学生也能负责控制和管理好自己的学习活动,增强学生学习的积极性和主动性。

2. 以就业为导向,突出职业能力培养

职业教育的主要目的就是直接为社会培养第一线的实用技能型人才,突出实用技能培养,追求“零距离就岗”。本套教材以专业岗位为模块,以实用技能作为核心内容,围绕主题拓展,把专业理论和操作技能有机地、系统地结合在一起,形成内容体系。同时,注重教学内容的实用性,强化学生的技能训练,促进学生动手能力的提高,循序渐进,边学边练,弥补了传统教材讲练分离的不足,能收到事半功倍的效果,充分体现了以技能为基础的职业教育特点,真正实现了专业教学的理论实践一体化。这不但为学生的就业铺平了道路,也为社会的再培训节约了时间和成本,构建了学校—社会就业直通车。

3. 以模块为主题,构建动态教学模式

模块化教学是一种理论和实践有机结合的系统化教学方法。本套教材的编写充分借鉴课堂教学的程式,积极构建:设定目标——内容构架——任务分解——反馈评价的模块化教学的操作模式。教材首先通过提炼设定了综合性的教学目标及内容框架。这种综合性的教学目标既涵盖学生的知识学习,同时又涵盖学生的操作能力,体现出学生的态度。其次是将模块的教学分解成若干个具体的任务。为了完成这个任务,学生不仅要参加活动,而且更重要的是要学习,要去了解情况,收集必要的资料,并且要发挥自己的特长。简单地说,在模块化教学的施教过程中,不再是以知识的传授为中心,而是以学与做相结合的活动为中心。最后是反馈评价。在教学任务完成后,教师对每位学生在本次活动中的表现给予评价,并对任务完成过程中的各种信息予以整理和反馈,实施动态调整,以此来帮助学生达成目标,从而有效保障整个教学目标的实现及学生能力的养成!

事实上,当前职业教育中,除了专业层面的多元化专项技能模块教育的倾向外,更多、更实用的是课程教育的模块化尝试。我们希望这套教材能在日渐发展、深入的高职旅游管理的理论研究和教学实践中得以不断提升、完善和创新。

编者

CONTENTS

目次

上 篇 前厅服务

模块一 工前准备 002

- 任务 1 学习饭店基本知识 002
- 任务 2 熟悉与了解前厅 009
- 任务 3 了解饭店商品 014
- 任务 4 掌握推销技巧 019
- 任务 5 接待礼仪准备 024
- 任务 6 学习电话礼仪 032
- 任务 7 学习使用饭店管理软件 037
- 任务 8 掌握饭店行业的法规知识 045

模块二 受理预订 049

- 任务 1 了解客房预订的基础知识 049
- 任务 2 受理预订 054
- 任务 3 预订的控制与管理 058

模块三 入住登记 065

- 任务 1 无预订客人的入住登记 065
- 任务 2 有预订客人的入住登记 071
- 任务 3 换房、违约等问题处理 076
- 任务 4 商务楼层接待 080

模块四 礼宾服务 082

- 任务 1 问讯服务 082



- 任务 2 店外迎送服务 086
- 任务 3 门厅迎送服务 089
- 任务 4 行李服务 095
- 任务 5 金钥匙服务 103

模块五 总机与商务中心服务 108

- 任务 1 总机服务 108
- 任务 2 商务中心服务 113

模块六 离店结账 117

- 任务 1 离店结账服务 117
- 任务 2 贵重物品保管 124
- 任务 3 外币兑换 127
- 任务 4 夜审 130

下 篇 前厅管理

模块七 客人关系管理 134

- 任务 1 处理投诉 134
- 任务 2 建立客史档案 140
- 任务 3 VIP 接待 144

模块八 总台销售管理 149

- 任务 1 房价管理 149
- 任务 2 房态控制 152
- 任务 3 客账管理 158

模块九 总台信息管理 164

- 任务 1 表单设计 164
- 任务 2 前厅部文档管理 171



任务 3 前厅部与其他部门的信息沟通 173

模块十 前厅部管理 179

任务 1 设计大堂与总台 179

任务 2 前厅部部门建制 188

任务 3 前厅部人员选拔 195

任务 4 前厅部人员培训 203

任务 5 前厅部人员考评 209

任务 6 运用前厅部管理艺术 212

任务 7 前厅火灾防范 215

任务 8 传染性疾病的防范 220

附录 中国旅游饭店行业规范 227

上 篇 前厅服务

PART 1 模块一

工前准备

任务 1 学习饭店基本知识

任务目标

- ◆掌握饭店的定义
- ◆简要了解饭店业的发展史
- ◆了解饭店的类型等级知识
- ◆学习饭店管理制度和企业文化

现代饭店是设施设备完善、功能齐全、智能化控制的综合性群体建筑，它是能够为客人提供住宿、餐饮、商务、购物、娱乐和健身等不同服务项目的营利性的综合性企业。

知识准备

一、了解世界饭店发展史

发展阶段及时间	特征
客栈时期： 12 世纪~18 世纪	①独立经营，设施简陋，接待对象较为单一，选址一般坐落在市镇中心和道路边。 ②具有一定的社会功能。除了为过往旅客提供食宿外，还成为人们聚会、交往、交流信息的场所。
大饭店时期： 18 世纪~19 世纪末	①19 世纪 50 年代的法国巴黎大饭店就是这个时期开始的标志。该时期饭店经营代表人物瑞士人恺撒·里兹（Caeser Ritz）还提出了饭店经营格言“客人永远是对的”。 ②价格昂贵，管理有所创新，广泛采用新技术。



续表

发展阶段及时间	特 征
商业饭店时期： 20 世纪初～20 世纪中期	<p>①1908 年，被誉为“饭店管理之父”的斯塔特勒在美国纽约州布法罗城建造了第一家由他自己设计并用他自己名字命名的斯塔特勒饭店，开创了商业饭店时期。</p> <p>②提出了“客人永远是正确的”、“饭店从根本上来说，只销售一样东西，这就是服务”等至理名言。</p> <p>③推行科学化管理即标准化管理。</p>
新型饭店时期： 20 世纪中期至今	<p>①接待对象大众化，功能日益多样化，饭店类型多样化。</p> <p>②饭店公司以签订管理合同、授让特许经营权等形式进行国内甚至跨国的连锁经营，逐渐形成了一大批使用统一名称、统一标识，在饭店建造、设备设施、服务程序和管理方式等方面实行统一标准的饭店联号公司。</p>

资料 1-1:

2007 年中国饭店集团 8 强

序 列	饭店集团名称	饭店数量	客房总数
1	锦江国际酒店管理有限公司	150	32 707
2	首旅建国酒店管理有限公司	30	9 214
3	粤海（国际）酒店管理集团有限公司	18	5 761
4	如家酒店管理（北京）有限公司	46	5 502
5	东方酒店管理有限公司	20	5 356
6	南京金陵酒店管理有限公司	20	5 238
7	浙江世贸饭店管理有限公司	18	4 836
8	海航酒店集团有限公司	15	4 407

2008 年上榜“HOTELS”全球酒店业 300 强的 15 家中国酒店集团

序 列	酒店集团名称	在全球酒店集团中的排名
1	上海锦江国际酒店集团	17
2	香港香格里拉酒店集团	35
3	金陵连锁酒店	48
4	广东粤海（国际）酒店集团	50
5	香港中旅维景国际酒店	51
6	北京首旅建国酒店	53
7	海南海航酒店集团	61
8	格林豪泰酒店	88
9	香港东方文化酒店集团	120



续表

序 列	酒店集团名称	在全球酒店集团中的排名
10	香港瑞雅国际酒店	126
11	北京天伦国际酒店	142
12	香港郎廷国际酒店	168
13	北京凯莱国际酒店	176
14	香港富豪国际酒店集团	192
15	香港半岛酒店集团	251

注：据不完全统计，截至2007年底，中国饭店市场上共有国内外饭店管理公司316家、托管饭店4167家（其中经济型饭店567家）及连锁化经营饭店3600家（约占星级饭店14327家的25%）。

二、了解饭店的业务特点

1. 服务性

饭店的业务活动从本质上说，并不是生产和销售有形的物质产品，而是凭借一定的物质设施向客人提供一种无形的服务，客人最终得到的是一种服务的效用和服务过程的一种体验。所以，在饭店的业务活动中，饭店提供服务的过程和客人消费服务的过程处于同一时间和空间，客人只能现场享用，一般无法带走，而饭店也无法事先检验和事后贮存。

2. 综合性

饭店是一个具备综合功能的企业。在现代社会，饭店不仅要满足顾客住宿和餐饮的基本要求，还要同时满足不同客人的多种消费需求，如会议、娱乐、健身、购物、休闲度假等。饭店的综合性越强，就越能满足客人多样化的需求，获得更多的客源。

3. 波动性

波动性即饭店业务活动的不稳定性。饭店的业务受到多种因素的制约，其最基本的客观因素有三方面：一是社会政治因素，即国家的政策、外交关系等；二是经济因素，即国家经济的发展速度、人们的消费水平等；三是本地区旅游资源的吸引力、交通状况等。上述三个因素都是变量，它们的任何变化都将直接影响饭店的业务活动。

4. 文化性

探求异地文化是旅游者的共同需求。饭店业务的文化性建立在饭店的外在形象与内在机制有机统一的基础上，它通过外在的、有形的店景文化和内在的企业文化建设，使饭店的文化内涵得到提升。



任务执行

一、掌握饭店定义

饭店(hotel)一词起源于法语,原意是指贵族的别墅。目前,饭店已经形成国际性的定义,其含义已经发生深刻的变化。国外一些权威词典对“饭店”一词定义:《科利尔百科全书》中饭店一般地说是为公众提供住宿、膳食和服务的建筑与机构;《大不列颠百科全书》中饭店是在商业性的基础上向公众提供住宿,往往也提供膳食的建筑物;《美利坚百科全书》中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的服

务;《牛津插图英语辞典》中饭店是提供住宿、膳食等并收费的住所。从上述各种定义来看,饭店应该具备以下四个条件:第一,它是由一个或多个建筑物及装备完好的设施组成的接待场所;第二,它必须是经政府批准的,能够提供住宿、餐饮及其他服务的接待场所;第三,它的服务对象是公众,主要是外地旅游者,同时也包括本地居民和其他消费者;第四,它是商业性的服务企业,以营利为目的。

基于以上认识,我们可将饭店定义为:饭店是以接待性建筑设施为依托,为公众提供食宿及其他服务的商业性服务企业。

二、了解饭店类型

1. 商务型饭店

商务型饭店也叫暂住型饭店,以接待商务旅行者为主,此类饭店多位于城市的中心地区或商业区。商务旅行者一般消费水平较高,因此商务型饭店设施豪华,除了具有较为考究的住宿和饮食设施外,最突出的特点是拥有满足商务客人所需的各种设施和通信系统,如直拨海外的电话、电报、传真设施、投影仪、录像机及各种规格的会议室等。商务型饭店的综合设施较齐全。健身房、游泳池、网球场、桑拿浴室和康乐中心等都是商务型饭店所不可缺少的设施。现在,许多商务型饭店还专门设有商务套房及行政楼层。

2. 度假型饭店

度假型饭店以接待休闲度假旅游的客人为主,多位于海滨、温泉、山区和森林等地。这类饭店除了提供一般饭店所应有的服务项目以外,还必须提供客人度假消遣的基本设施和康乐设施,如保龄球、游泳池、电子游戏等。

3. 长住型饭店

长住型饭店主要以接待长住的商务和度假客人为主,客人一般要和饭店



签订一份协议或合同，具体写明居住的时间和饭店提供的服务项目。长住型饭店的建筑布局与公寓相似但又有区别，客房多采用家庭式布局，以套房为主，配备客人长住所必需的家具和电器设备。此外，还配有可供客人自理饮食的厨房设备。

4. 会议型饭店

会议型饭店是专门承接各种会议、科技演示等活动的饭店。这类饭店不仅要求提供舒适方便的客房和各种美味的餐饮，同时还要配备大小规格不等的会议室、展览厅等场所，以及相应的会议设备，如投影仪、扩音设施和视听设备等，接待国际会议的饭店还要求配备同声传译装置。

5. 经济型饭店

经济型饭店也称为有限服务型饭店，起始于美国。现代经济型饭店主要具备三个条件：第一，功能简化。服务功能集中在住宿上，会议和娱乐功能大大压缩，甚至根本不设。第二，性价比高。经济型饭店把现代家居的卫生、简约、温馨、舒适等特点融入客房，竭力给客人以家的感觉，价格上经济实惠。第三，节约成本。经济型饭店在能源、人工、用品等方面高度节省。

资料 1-2:

2007 年中国经济型饭店市场供应前 10 强企业

序号	企业	品牌	成立时间	客房数	饭店数
1	上海如家饭店管理有限公司	如家快捷酒店	2002 年	32 718	266
2	锦江之星旅馆有限公司	锦江之星	1996 年	26 098	181
3	上海莫泰酒店管理有限公司	莫泰 168 驿居新概念酒店 (QQ)	2003 年	23 278	120
4	7 天酒店连锁集团有限公司	7 天连锁酒店	2005 年	12 800	121
5	汉庭酒店集团	汉庭酒店汉庭快捷	2005 年	11 520	96
6	格林豪泰酒店 (上海) 有限公司	格林豪泰酒店	2004 年	9 427	72
7	河南中州快捷酒店投资有限公司	中州快捷	2004 年	6 280	40



续表

序号	企业	品牌	成立时间	客房数	饭店数
8	速伯艾特(北京)国际酒店管理有限公司	速8青年酒店	2004年	6 240	65
9	万里路国际青年酒店连锁管理(北京)有限公司	青年旅舍红灯笼客栈	2002年	4 842	106
10	天津雅高酒店管理有限公司	宜必思	2003年	2 603	3

三、了解饭店等级知识

饭店等级是指一家饭店的豪华程度、设备水平、服务范围和服务质量等方面所反映出的级别与水准。不少国家和地区通常根据饭店的硬件设施和饭店的软件等情况,按照一定的标准和要求对饭店进行分级。大部分饭店的等级用星的数量和颜色表示,一般分为五个等级。

一星饭店:设备简单,具备食、宿两个最基本功能,能满足客人最简单的食宿需要。

二星饭店:设备一般,除具备客房、餐厅等基本设施外,还有商品部、邮电等综合服务设施,服务质量较好,属于一般等级。

三星饭店:设备齐全,不仅提供食、宿,还有会议室、游艺厅、酒吧间、咖啡厅、美容室等综合服务设施。这种属于中等水平的饭店在国际上最受欢迎,数量较多。

四星饭店:设备豪华,综合服务设施完善,服务项目多,服务质量优良,室内环境具有艺术氛围,提供优质服务。客人不仅能够得到高水准的物质享受,也能得到很好的精神享受。

五星饭店:旅游饭店的最高等级,设备十分豪华,设施更加完善,除了房间设施豪华外,服务设施也很齐全。各种各样的餐厅,较大规模的宴会厅、会议厅,综合服务都比较齐全。这类饭店是社交、会议、娱乐、购物、消遣、保健等活动中心。



资料 1-3:

迪拜帆船七星级酒店（伯瓷酒店 Burj AL-Arab）简介

伯瓷酒店也就是我们传说中的迪拜帆船七星级酒店，它是世界上唯一的七星级酒店（因为饭店设备太高级，远远超过五星的标准，只好破例称它为七星级）。开业于1999年12月，共有高级套房202间，位于离海岸线280米处的人工岛上。它运用了最新的建筑及工程科技，其迷人的景致及造型，使之看上去仿佛和天空融为一体。伯瓷的工程耗费了5年时间，两年半时间是在阿拉伯海填出人造岛，两年半时间用在建筑饭店，使用了9000吨钢铁，并把250根基建桩柱打在40米深海下。

酒店由英国设计师 W. S. Atkins 设计。它的外观如同一张鼓满了风的帆，一共有56层，321米高，是全球最高的饭店。酒店用劳斯莱斯豪华轿车接送客户（当然要收取一笔价格不菲的费用）。该酒店的早餐费用为41美元，住宿费一天平均为1333美元。另加收10%的服务费以及另外10%的市政当局收费，这也使该酒店的收费标准一跃跻身全球顶尖的行列。

四、了解饭店的企业文化

对于企业文化，西方学者比较统一的看法是：企业文化的主要内涵是价值观，一个企业组织内部所形成的独特的文化观念、价值观念、信念、历史传统、价值准则、行为规范等等，并且依赖于这些文化，企业内部各种力量统一于共同的指导思想和经营哲学之下。

从管理思想的角度来看，企业文化是企业管理部门通过自己的管理实践，精心培植、倡导、塑造的一种被全体成员共同遵守、奉行的价值观念、基本信念和行为准则。从实践角度看，其构成要素主要包含企业宗旨、价值观念、行为规则、道德规范、人员素质、企业形象等。还有人认为，企业文化分广义和狭义两种。广义上的企业文化是指企业在生产经营过程中形成的企业物质文化、制度文化和精神文化的总和。狭义上的企业文化是指企业在长期经营实践中形成，并被企业员工自觉遵守和奉行的共同价值观念、经营哲学、精神支柱、伦理道德、典礼仪式及智力因素和文娱生活的总和。总的来说，企业文化是在企业长期的经营活动中，不断总结成功经验和失败教训逐渐形成和发展起来的，其核心内容是企业精神和企业价值观。



资料 1-4:

里兹·卡尔顿饭店公司是饭店企业文化定位得最为科学、合理的典型例子之一。里兹·卡尔顿饭店公司提出：真诚的关心与顾客的舒适是我们的最高宗旨，我们发誓为我们的顾客提供最个性化的设施与服务，让顾客享受温暖、放松而高雅的环境。针对服务型员工的精神状态，里兹·卡尔顿饭店公司的座右铭是：“我们是女士和先生，为女士和先生服务。”这一简单的表述，颠覆了传统的“顾客是上帝”的服务文化理念，把员工的思想状态和精神解放出来。

在具体的服务过程中，里兹·卡尔顿饭店公司提出了三个步骤的服务程序：

- (1) 热情真诚地迎接，尽可能称呼客人的名字。
- (2) 能够预见客人的需要并满足客人的需要。
- (3) 深情地向客人告别，热情地说声再见，尽可能地称呼客人的名字。

更为重要的是，里兹·卡尔顿饭店公司告诫员工：我们不希望你们为本公司工作，而是希望你们成为公司的一部分。我们共同的目标是建立卓越的饭店，控制世界饭店业的高档细分市场。这需要你们大家的帮助，饭店的未来掌握在你们的手中。

任务测试

- ① 饭店的概念是什么？世界饭店发展经历了哪几个阶段？
- ② 经济型酒店的特征是什么？

任务 2 熟悉与了解前厅

任务目标

- ◆ 了解前厅环境的常规要求
- ◆ 认知和能够使用前厅部的各种设备
- ◆ 了解前厅在饭店的地位和作用
- ◆ 了解前厅的工作任务