

21世纪高职高专旅游与酒店管理专业“十二五”规划系列教材

客房



服务与管理实务

(修订版)

主 编：汝勇健

主 审：支海成



东 南 大 学 出 版 社

21 世纪高职高专旅游与酒店管理专业“十二五”规划系列教材

客房服务与管理实务

(修订版)

主 编 汝勇健

参 编 尹洪弟 叶 明 刘 红
朱林生 陈 遥 郭小东

东南大学出版社

· 南京 ·

内 容 简 介

本教材分为服务篇与管理篇。服务篇侧重于实际操作技能的训练及客房基础知识的介绍,以客房部岗位工作任务为路径,强化客房清洁保养、对客服务、公共区域清洁保养及洗涤业务等技能的训练,旨在培养提高学生实际操作能力,适应行业、岗位对从业人员的要求。管理篇从基层管理层面入手,系统介绍了客房部组织管理、质量管理、费用控制、安全管理等管理实务及理论,旨在提高学生分析问题、解决问题的能力,使其具备基层管理者所必需的管理能力及知识,并能胜任酒店客房部基层管理工作。

本教材主要适用于高职高专酒店管理与旅游管理专业学生教学用书,也可作为酒店客房部员工及基层管理者岗位培训用书,以及客房服务员国家职业技能鉴定培训参考教材。

图书在版编目(CIP)数据

客房服务与管理实务/汝勇健主编. —南京:东南大学出版社, 2012. 6

ISBN 978-7-5641-3610-9

I. ①客… II. ①汝… III. ①客房—商业服务—教材 ②客房—商业管理—教材 IV. ①F719. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 129722 号

客房服务与管理实务

出版发行	东南大学出版社
社 址	南京市四牌楼 2 号
邮 编	210096
出 版 人	江建中
网 址	http://www.seupress.com
电子邮箱	press@seupress.com
经 销	全国各地新华书店
印 刷	常州市武进第三印刷有限公司
开 本	787 mm×1 092 mm 1/16
印 张	17.5
字 数	482 千字
版 次	2012 年 6 月第 1 版
印 次	2012 年 6 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5641-3610-9
定 价	35.00 元

本社图书若有印装质量问题,请直接与营销部联系。电话(传真):025-83791830。

出版说明

当前职业教育还处于探索过程中,教材建设“任重而道远”。为了编写出切实符合旅游管理专业发展和市场需要的高质量教材,我们搭建了一个全国旅游管理类专业建设、课程改革和教材出版的平台,加强旅游管理类各高职院校的广泛合作与交流。在编写过程中,我们始终贯彻高职教育的改革要求,把握旅游管理类专业课程建设的特点,体现现代职业教育新理念,结合各校的精品课程建设,每本书都力求精雕细琢,全方位打造精品教材,力争把该套教材建设成为国家级规划教材。

质量和特色是一本教材的生命。与同类书相比,本套教材力求体现以下特色和优势:

1. 先进性:(1)形式上,尽可能以“立体化教材”模式出版,突破传统的编写方式,针对各学科和课程特点,综合运用“案例导入”、“模块化”和“MBA 任务驱动法”的编写模式,设置各具特色的栏目;(2)内容上,重组、整合原来教材内容,以突出学生的技术应用能力训练与职业素质培养,形成新的教材结构体系。

2. 实用性:突出职业需求和技能为先的特点,加强学生的技术应用能力训练与职业素质培养,切实保证在实际教学过程中的可操作性。

3. 兼容性:既兼顾劳动部门和行业管理部门颁发的职业资格证书或职业技能资格证书的考试要求又高于其要求,努力使教材的内容与其有效衔接。

4. 科学性:所引用标准是最新国家标准或行业标准,所引用的资料、数据准确、可靠,并力求最新;体现学科发展最新成果和旅游业最新发展状况;注重拓展学生思维和视野。

本套丛书聚集了全国最权威的专家队伍和由江苏、四川、山西、浙江、上海、海南、河北、新疆、云南、湖南等省市的近 60 所高职院校参加的最优秀的一线教师。借此机会,我们对参加编写的各位教师、各位审阅专家以及关心本套丛书的广大读者致以衷心的感谢,希望在以后的工作和学习中为本套丛书提出宝贵的意见和建议。

21 世纪高职高专旅游与酒店管理专业“十二五”规划教材编委会

高等职业教育旅游管理类专业 教材编委会名单

顾问委员会(按姓氏笔画排序)

沙 润 周武忠 袁 丁 黄震方

丛书编委会(按姓氏笔画排序)

主 任 朱承强 陈云川 张新南

副主任 毛江海 王春玲 支海成 邵万宽 周国忠
董正秀 张丽萍

编 委	丁宗胜	马洪元	马健鹰	王 兰	王志民
	方法林	卞保武	朱云龙	刘江栋	朱在勤
	任昕竺	汝勇健	朱 晔	刘晓杰	李广成
	李世麟	邵 华	沈 彤	陈克生	陈苏华
	陈启跃	吴肖淮	陈国生	张建军	李炳义
	陈荣剑	杨 涌	杨海清	杨 敏	杨静达
	易 兵	周妙林	周 欣	周贤君	孟祥忍
	柏 杨	钟志慧	洪 涛	赵 廉	段 颖
	唐 丽	曹仲文	黄刚平	巢来春	崔学琴
	梁 盛	梁 赫	韩一武	彭 景	蔡汉权
	端尧生	霍义平	戴 旻		

修 订 前 言

本教材是在 2007 年东南大学出版社出版的《客房服务与管理》的基础上修订的。

一、修订的主要工作

1. 重组、整合原有教材的内容,更加注重学生客房服务技能与基层管理能力的培养、必要理论知识的掌握,更为契合高职高专对人才的培养要求。
2. 优化原有教材的体例,采用项目课程、任务驱动教学法,从工作任务导入,真正贯彻“先行后知、知行合一”的职业教育课程改革的要求。
3. 强化学生课内与课外实训、实践活动的组织安排,更侧重于对学生实际操作能力、应用能力及社会实践能力、适应能力的培养。
4. 注重与行业的紧密结合,把握国内外饭店客房业的最新发展趋势,将行业新技术、新工艺和新方法引入教材。

二、教学建议

1. 本教材建议教学课时为 108 课时,由于各地区、各院校情况不同,在进行本课程的教学时可根据实际情况,合理安排教学课时和教学进程。建议充分利用学生的业余时间,完成相应的工作任务,如专业考察、资料收集、项目设计、小组讨论等。
2. 本教材采用任务驱动教学法,要求学生在一个个典型任务驱动下展开教学活动,在完成任务的过程中,培养分析问题、解决问题的能力。因此,任务设计的质量直接影响到教学效果,教师须精心设计每一个工作任务、组织每一次教学活动。让不同项目、不同性质的工作任务活动设计多样化、教学方式丰富化,以获取良好的教学效果。
3. 教师必须具备较为丰富的行业背景与职业教学经验,深入饭店一线,与行业保持紧密联系,把握客房业发展趋势;积极投身到职业教育课程改革的实践中去,不断探索课程改革的经验。
4. 学校校内需配有相应的实训基地,如铺床操作基地、PA 实训基地、实训宾馆等,并有校外实训基地(饭店)。也可充分利用校园场所如公寓楼、教学楼、宿舍等模拟工作场景,开展教学活动。

三、修订人员

本教材由南京旅游职业学院酒店管理系汝勇健担任主编,负责教材大纲的制定、内容的修订及统稿工作,常州福记逸高酒店房务部总监叶明先生及南京旅游职业学院酒店管理系陈遥、朱林生、尹洪弟、郭小东老师参与了教材的修订工作。

本教材得到了南京旅游职业学院及东南大学出版社的大力支持和帮助,教材还参考了相关著述和文献,在此一并表示感谢!

由于编写时间仓促,书中不当之处,敬请读者不吝赐教。

编者

2012 年 4 月于南京

目 录

服 务 篇

项目一 客房产品及职业认知	3
模块一 客房产品认知	3
一、客房产品的特点	3
二、客房产品的基本要求	5
三、客房产品的定位	5
四、客房产品的设计	6
五、客房设备物品的配备	17
模块二 职业认知	21
一、客房部的业务范围	21
二、客房部的管理目标	22
三、客房部的组织机构	22
四、客房部的岗位职责	25
项目二 客房清洁保养	29
模块一 客房日常清扫整理	29
工作任务一 工作准备	30
工作任务二 客房清扫整理	35
模块二 客房专项清洁保养	49
工作任务三 专项清洁保养安排	49
工作任务四 专项清洁保养实施	54
模块三 客房卫生工作	60
工作任务五 杀菌消毒	60
工作任务六 除虫灭害	64
项目三 客房对客服务	69
模块一 常规服务	69
工作任务一 迎客服务	69
工作任务二 住店服务	74
工作任务三 送客服务	87

模块二 针对性服务	90
工作任务四 特殊客人服务	90
工作任务五 特殊项目服务	94
工作任务六 特殊情况处理	96
工作任务七 管家服务	100
项目四 公共区域清洁保养	105
模块一 清洁剂及清洁器具	105
工作任务一 清洁剂的管理	105
工作任务二 清洁器具的使用	111
模块二 公共区域的日常保洁	116
工作任务三 前台公共区域日常保洁	118
工作任务四 后台公共区域的清洁	129
模块三 面层材料的清洁保养	130
工作任务五 地毯的清洁保养	130
工作任务六 硬质地面材料的清洁保养	137
工作任务七 墙面面层的清洁保养	143
项目五 洗涤业务	148
模块一 洗衣场业务	148
工作任务一 洗衣物认知	148
工作任务二 干洗	151
工作任务三 湿洗	153
工作任务四 污渍的清除	156
工作任务五 熨烫	159
模块二 布草房业务	162
工作任务六 布草的保管	163
工作任务七 布草房的运行	163

管 理 篇

项目六 客房部组织管理	169
模块一 客房部人力资源管理	169
工作任务一 编制定员	169
工作任务二 员工招聘与培训	176
工作任务三 劳动力调配	189
模块二 客房部的业务协调	192
工作任务四 客房部与相关部门的业务协调	193
工作任务五 部际协调常见问题及其处理	195

项目七 客房部质量管理	202
模块一 质量管理的原则与制度	202
一、质量管理的原则	202
二、质量管理的制度	205
模块二 客房部质量管理	206
工作任务一 客房清洁保养质量管理	206
工作任务二 客房对客服务质量管理	216
项目八 客房部费用控制	230
模块一 客房部预算编制	230
工作任务一 编制预算	230
工作任务二 预算控制	232
模块二 客房设备用品管理	237
工作任务三 客房设备管理	238
工作任务四 客房客用物品管理	247
项目九 客房部安全管理	254
模块一 客房安全设施的配备	254
一、客房安全设施配备的原则	254
二、客房安全设施的配备	255
模块二 客房楼面安全管理	256
工作任务一 客房钥匙的管理	257
工作任务二 客房的安全	259
模块三 客房安全事故的预防	260
工作任务三 防盗	260
工作任务四 防火	262
模块四 客房部安全作业	264
工作任务五 洗衣场安全操作	264
工作任务六 布草房安全操作	265
工作任务七 员工日常操作安全	266

服 务 篇

项目一 客房产品及职业认知

学习目标

- 了解客房产品相关知识
- 了解客房设计的趋势
- 认识客房部的基本业务与管理目标
- 熟悉客房部的组织机构与岗位职责
- 熟悉并能描述客房部各岗位的职责

客房是酒店的主要产品之一,其基本的使用价值是满足宾客住宿及相关活动的需要。人们常说客房是客人的“家外之家”、“第二办公室”。从产品概念来讲,客房产品不仅包括客房的设施设备,还包括相关的服务。随着酒店业的发展,客房部在酒店里的地位和作用与过去相比已经发生了很大的变化。本项目重点介绍客房产品的构成及现代酒店客房部,拓宽人们设计客房产品的思路,用发展的眼光、用现代化酒店的要求认识客房部,了解熟悉客房部的业务范围、管理目标、机构设置和岗位职责,更新人们从事客房服务与管理工作的观念。

模块一 客房产品认知

任务导入

走进客房——参观酒店及客房

1. 学生以小组为单位,利用课余时间参观考察本地酒店客房 2~3 家,其中一家高星级酒店,另一家为经济型酒店。具体要求:①收集客房房价表,②拍摄酒店客房图片,③熟悉客房功能布局及客房设备用品。
2. 通过网络查找客房产品相关资料,如客房类型、特色客房等。
3. 以“走进客房”为题,每个小组制作 PPT 课件,选派代表在课堂演示介绍。
4. 教师点评,讲解客房产品知识点。

基础知识

一、客房产品的特点

1. 所有权相对稳定

客房作为一种特殊产品,和一般产品不同。一般产品进入流通领域成为商品,随着商

品交换的实现,买者获得使用价值,卖者失去使用价值,所有权即发生转移。客房产品却不同,它不出卖所有权,只出租使用权。客人买到的是某一时间、某一阶段的使用权利。正是因为所有权是相对稳定的,所以价值补偿必须通过一个延续交换过程,在一个较长时期内通过分散、零星地出租来获得其已经消耗的价值。每一次交换只能获得价值补偿的一部分。因此,酒店客房产品的价值补偿能否实现和实现的程度怎样,关键在于客房出租率的高低。

2. 生产与消费同步

一般商品的生产过程和顾客的消费过程是分离的,顾客看到的和购买使用的就是最终产品。但客房产品的生产过程和消费过程几乎是同时、同步进行的。只有当客人来酒店消费、租用客房时,客房产品的生产才真正开始。这一特性就要求酒店应根据目标市场的大小设计接待能力,客房部则需加强员工培训,强化内部管理,增强员工的质量意识,规范生产流程,提高生产效率,保证客房产品供应。

3. 不可贮存

正因为客房产品与一般产品不同,客人买到的只是某一段时间的使用权,而不是所有权,所以客房产品的价值具有不可贮存性。它不像一般产品,如一件衣服、一台电视,今天卖不出去,第二天可以继续卖,价值通常不会缺失。如以每晚房租 480 元的房间为例,如果全天此房租不出去,那么 480 元的价值就无法实现,等到第二天再租出去,前一天的价值也就永远无法收回了。所以,酒店业行家把客房产品比喻为“易坏性最大的商品”、“只有 24 小时寿命的商品”。这就是为什么酒店业普遍以“宾客至上”为经营信条、以客人满意程度为质量标准的原因所在。

4. 季节性

众所周知,旅游业具有明显的季节性,酒店业也不例外,一年之中酒店经营有淡季和旺季之分。淡季时,客房部应做好员工培训和设施设备的维修保养,并推出一些有特色的促销活动,力争“淡季不淡”;旺季时,不愁客源,客房部应做好人员调配,最大限度挖掘现有硬件的接待能力,保证“旺季不乱”,获取最大经济收益。

5. 质量不稳定性

由于客房产品的生产加工者即酒店从业人员本身的复杂性,容易造成产品质量的不稳定性;也由于客房产品具有生产与消费同步这一特点,产品质量不易控制;同时,客房产品的消费者即住客的情况千差万别,他们对产品质量的评价也很难稳定、很难统一。所以客房部应从内部管理出发,制定严格的程序规范与质量标准,从管理、培训、激励等方面着手,将客房产品质量的波动稳定在一个合理的范围之内。

6. 随机性

客房工作琐碎繁杂,从清洁整理房间、补充物品、设备用品保养与维修到客人的进店离店,都是一些事务性工作。客人在何时何地、何种情况下需要何种服务,事先都难以掌握,服务具有很强的随机性。客房部员工要善于揣摩客人的心理,用心工作,给客人提供满意加惊喜的服务。

7. 不可专利性

酒店唯一能够申请专利的只有酒店的商标与名称,酒店的设施、菜肴、装饰、布置、服务方式、氛围等是不可能申请专利的。这种产品的不可专利性带来的直接后果是各酒店之间

会互相模仿和克隆在市场上销路好、受欢迎的新产品。客房产品是酒店的主要产品,因此,在客房产品设计上,必须贯彻“人无我有,人有我特,人特我优,人优我创”的竞争策略,才能在激烈的市场竞争中胜出。

二、客房产品的基本要求

客房是旅行者、旅游者在旅行或旅游目的地生活或工作的场所。从现代市场营销和客人对客房产品共同需求的角度看,客房产品的基本要求有:

1. 安全

安全是客房产品最基本的要求。一家酒店无论其客房如何豪华、富丽堂皇,如果客人的安全都得不到保障,就不会有人入住了。因此酒店必须从大处着眼、小处入手,高度重视并切实做好安全工作,包括客人的人身安全、财物安全、隐私安全。安全工作越来越受到酒店业的重视,如许多星级酒店在客房内配有可存放手提电脑的小型保险箱,在卫生间设有紧急呼救(SOS)按钮等。

2. 清洁卫生

清洁卫生是所有客人对客房产品的基本要求。客人在酒店客房停留时间最长,对客房清洁卫生要求最高。无论酒店及客房档次是高是低,都必须保证清洁卫生。客房部应制定详细的清洁卫生质量标准,并严格执行。

3. 舒适方便

每个客人都希望住得舒适方便,酒店在设计客房产品时,应充分考虑功能上的舒适、使用上的便利、感官上的愉悦。客房的硬件和软件都应达到相当的规格标准,使客人获得舒适方便之感。硬件上,家具设备要齐全、完好,并达到一定的档次;客用物品的品种要齐全,数量要充足,质量要过关,布置摆放要方便客人使用。在软件上,客房服务要配套,各项服务要优质高效,保证客人的各种合理要求都得到很好的满足。

4. 特色

在激烈的市场竞争中,没有特色的产品就没有竞争力,特色是客房产品的闪光点,是客房产品的生命力。客房产品的设计和装饰布置在保证实用功能的基础上,要具有一定的特色性,以满足客人求新求异的需求,从而增强产品的吸引力和竞争力。客房产品的特色性可以从多方面加以体现,如建筑造型、设计风格、房间布局、陈设布置、文化氛围,甚至员工的服饰打扮、服务方式等。

三、客房产品的定位

随着国际酒店集团在中国的不断推进和深入,我国旅游酒店市场竞争激烈,要在激烈的市场竞争中确立自己的优势,得到长足的发展,就必须明确市场定位,分析市场,找准目标。

1. 产品定位概念

“定位”一词是由两位广告经理艾尔·里斯(Al Ries)和杰克·特罗(Jack Trout)于1972年率先提出的,他们对“定位”的定义如下:定位是以产品为出发点,但定位的对象不是产品,而是针对潜在顾客的思想。也就是说,定位是为产品在潜在顾客的大脑中确定一个合适的位置。通常情况下,无论酒店是否意识到产品的定位问题,在顾客的心目中,一定商

标的产品都会占据不同的位置。例如,希尔顿酒店在顾客认识中意味着“高效率的服务”,假日酒店则给人“廉价、卫生、舒适、整洁”的市场形象。

对客房产品而言,定位就是要突出客房产品的个性,塑造独特的市场形象,创造竞争优势,选择相应的目标市场。

2. 客房产品的定位

客房产品定位的主要根据是酒店星级和类型,按酒店星级分,有一星、二星、三星、四星、五星和白金五星。从酒店类型上分,有政府接待型酒店、旅游酒店、商务型酒店等。当然,同样的三星级酒店,有的以旅游团队作为目标市场,有的以会议为主要目标市场,还有的则以商务散客为目标市场。分属于不同目标市场的酒店相互间不能成为直接竞争者。同样以会议市场作为目标市场,五星级酒店与三星级酒店又因为会议市场划分标准的差异而使目标市场有所不同。这些都需要酒店细分市场,准确定位。

客房产品的定位对酒店的经营有着十分重要的意义,美国 20 世纪 60 年代的经济型酒店如汽车旅馆(Budget Motels)成功的产品市场定位,对我国目前的酒店行业竞争具有十分现实的指导意义。这种旅馆为大众旅行提供了满足基本需求又可以省钱的选择。它没有会议室、宴会厅以及项目繁多的娱乐休闲设施,只提供卫生、舒适、价格低廉的客房,这对于过路、只求得到很好休息的客人来说是极具吸引力的。而我国许多中小型酒店在面临大酒店和酒店集团的竞争压力时,往往采取追加投资、对产品更新改造的方式,求上档次,求项目全,并以此作为竞争的本钱。这样做将对本已有限的资源造成更大的压力甚至浪费。实际上,我国的国内旅游正在兴起,国内旅游者将在今后一段时期内成为一个庞大市场,他们要求酒店提供与他们的经济能力相适应的产品,这种需求是一些四、五星级酒店所忽略的,而这正好是中小型酒店的市场空隙,在这样的市场中将大有可为。近年来我国经济型酒店得以蓬勃发展,正是迎合了这种市场的需求。

四、客房产品的设计

不同类型的客房具有不同的功能布局、档次规格等,其适应的消费群体也就不同。酒店在设计和选择客房类型时,不能简单地照搬、模仿,而是要认真研究目标市场的需求、竞争对手情况,做好投资与收益预测。

1. 客房类型的设计

除极少数单一性的酒店如南京某套房酒店,酒店规模小,客源较为单一,多为高档的商务散客,且以长住客为主;酒店客房数量较少,房型比较单一,多为二套房或三套房的商务套房。一般的酒店,为更好适应不同类型和档次客人的需求,需设计和布置不同种类的客房。酒店客房类型有以下几种:

(1) 单人房(Single room)

单人房是放一张单人床的客房,适合单身客人租用。为了使客人住得更为舒适,许多酒店在单人房中放置一张双人床。单人房是酒店面积最小的客房,酒店通常将面积较小或位置较偏僻的房间作为单人房。

(2) 大床间(Double room)

大床间在客房内配置一张双人床。近年来,随着商务客人的日益增多,不少星级酒店将大床间改作商务房(Business room),房内配备相应的商务设施设备,如宽带上网、宽大的

办公桌椅、小型传真机等。

(3) 标准双人房(Standard twin room)

标准双人房放两张单人床,可住两位客人。此类房间一般用来安排旅游团队或会议客人。为提高出租率和方便客人,一些酒店在两张单人床之间放置活动床头柜或索性不放置床头柜,在大床间供不应求时,即可将两张单人床合并为大床,作为大床间出租,灵活组合客房产品。为使客人住得更舒适,一些酒店在标准双人房中放置两张双人床,这种客房称为 Double-double room。

(4) 普通套房(Junior suite)

普通套房由两间房间组成,通常一间作卧室,内放一张大床;另一间为会客室或办公室。

(5) 豪华套房(Deluxe suite)

豪华套房可以是双套房,也可以是三间套,由卧室、起居室、餐厅等组成。卧室中配备大号双人床或特大号双人床。和普通套房相比,豪华套房室内布置更为豪华。

(6) 总统套房(Presidential suite)

总统套房一般三星以上的酒店才具有,它标志该酒店已具备接待总统的条件和能力,但总统套房并非总统才能入住,一般来说,只要付房租,任何人都可以住。总统套房由多间房间组成,有总统卧室、夫人卧室、随员卧室、警卫室、会议室、书房、餐厅和厨房等。总统套房内的装饰布置极为讲究,设备用品豪华富贵。

客房种类较多,各家酒店应根据目标市场客源结构,设计客房类型,如城市商务型酒店,主要客源为商务客人,大床间的比例应多些。而一些度假型酒店,接待的大多是团队客人,应考虑多设计一些标准双人房,以更好地满足客人的需求和经营的需要。

2. 客房功能布局的设计

酒店在对客房的功能布局进行设计时,必须认真分析和研究消费者的消费需求与个性习惯等,从而了解客房究竟应该满足目标消费群哪些共性与个性的需求。

(1) 客房功能布局的基本要求

“客房是客人在异乡的家”,这不仅仅是一句销售用语,也很准确地定义了客房的功能设计原则。客房应该是一个私密的、放松的、舒适的,浓缩了休息、私人办公、娱乐、商务会谈等诸多使用要求的功能性空间。以标准双人房为例,客房功能布局主要分以下几个区域:

① 睡眠区域

睡眠区域是整个客房中面积最大的功能区域,主要家具是床和床头柜,床头板与床头柜成为设计的核心问题。为了适应不同客人的使用需要,同时也方便酒店销售,不少酒店在两床之间不设床头柜或设可移动的床头柜。床头集中控制面板逐渐被酒店所淘汰。床头背屏与墙是房间中相对完整的面积,可以着重布置。床水平面以上 70 cm 左右的区域(客人的头部位置)易脏,不少酒店采用了防污性的材料。

② 工作区域

工作区域以写字台为中心,传统的客房设计将写字台、行李柜、电视机柜设计为一体,称之为“三连柜”。近几年,三连柜逐渐被独立的橱柜取代。随着酒店商务客人的日益增多,书写空间的功能设计也越来越受到酒店的重视,从采光与视线角度考虑,许多酒店客房

写字台不再面壁而坐了。

③ 起居区域

起居区域通常在靠近房间窗户处,放置沙发椅、茶几,供客人休息、会客、看电视等。以往标准客房设计中会客功能正在逐渐地弱化,因为从住店客人角度讲,希望客房是私人的、完全随意的空间,将来访客人带进房间有很多不便。从酒店经营者角度考虑,也希望住客使用酒店的经营场所会客,以获取经济效益。这一转变为客房向着更舒适、愉快的功能前进创造了空间条件。设计中可将诸如阅读、欣赏音乐等很多功能增加进去。

④ 房内门廊区域

常规的客房建筑设计会形成入口处的一个 1.0~1.2 m 宽的小走廊,房门后一侧是入墙式衣橱。有条件的酒店则尽可能将衣橱安排在就寝区的一侧,以方便客人。客房面积较大的,可以在入口处设计一个更衣间,集更衣、衣橱、行李存放等功能于一体。一些投资小的经济型酒店,连衣橱门都省去不装,只留出一个使用“空腔”即可,行李可直接放入,既方便又经济。高档的商务型客房,还可以在此区域增加理容、整装台,台面进深 30 cm 即可,客人还可以放一些小件物品,这是个很周到、体贴的功能设计。

⑤ 盥洗区域(卫生间)

卫生间空间独立,风、水、电系统交错复杂,设备多,面积小,设计时应处处遵循人体工程学原理,做到人性化设计。不少酒店卫生间干湿区分隔,避免了功能交叉与干扰。

脸盆区

台面与梳妆镜是卫生间造型设计的重点,要注意脸盆上方配的石英灯照明和镜面两侧或单侧的壁灯照明,两者最好都不缺。

座便区

要求通风、照明良好,一个常忽略的问题是电话和厕纸架的位置,经常被安装在坐便器背面墙上,使用很是不便。此外,座便器旁烟灰缸与小书报架的设计也会令客人感到方便,显示出酒店的细心周到。

洗浴区

除了一些高星级的酒店或者高档客房要求配备浴缸外,大部分酒店用精致的淋浴间代替了浴缸,以节省空间,减少投入。另外,无论是否使用浴缸,选择带花洒的淋浴区的墙面材料时,需要避免不易清洁的材料,像磨砂或亚光质地的都需谨慎用。

3. 特色客房的设计

客房运行成本低,收益回报丰厚,是酒店利润的重要“产地”。但是,长期以来,客房有形产品呈现千篇一律的“标准”模式,许多酒店客房从功能布局乃至家具款式、布艺,每一个细节都大同小异,甚至衣柜和小酒吧的位置及做法都惊人的一致,变成了真正意义上的“标准”客房。而从客人的需求来分析,他们更希望在客房内能够有一些新奇的享受和经历,有一些与众不同的收获和感受。因此,开发各类具有个性色彩的新概念客房,创造客房卖点,满足不同客人的偏好,是酒店业发展的必然趋势。

江苏苏州一家四星级酒店客房总数 200 多间/套,设计了 8 种风格 30 多种房型。8 种风格分别为:华丽西班牙、绅士之家、时尚天地、七彩世界、天长地久、玫瑰之梦、现代中国、北欧风情,装饰布置个性化,具有较深的文化内涵。如七彩世界风格的客房,以绚丽而柔和的色彩,构造完美的视觉效果,营造温馨浪漫的居室氛围。