



新时代高等职业学校专业课程教材
旅游类系列

现代酒店管理概论

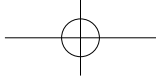
职业教育创新研究中心 / 组 编

主 编 / 魏丽娟 副主编 / 刘洪剑 王晓晨

SPM 南方出版传媒

全国优秀出版社 全国百佳图书出版单位 广东教育出版社

· 广州 ·



图书在版编目 (C I P) 数据

现代酒店管理概论 / 职业教育创新研究中心组
编；魏丽娟主编. — 广州：广东教育出版社，2020. 12
新时代高等职业学校专业课程教材·旅游类系列
ISBN 978-7-5548-3082-6

I. ①现… II. ①魏… ②魏… III. ①饭店—经营
管理—高等职业教育—教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2019) 第254564号

责任编辑：唐俊杰

责任技编：吴华莲

装帧设计：罗 隽

现代酒店管理概论

XIANDAI JIUDIAN GUANLI GAILUN

广东教育出版社出版发行

(广州市环市东路472号12-15楼)

邮政编码：510075

网址：<http://www.gjs.cn>

广州市新思程印刷有限公司印刷

(广州市番禺区沙头街大富村白仙岗4号)

787毫米×1092毫米 16开本 15印张 300 000字

2020年12月第1版 2020年12月第1次印刷

ISBN 978-7-5548-3082-6

定价：45.00元

质量监督电话：020-87613102 邮箱：gjs-quality@nfc.com.cn

购书咨询电话：020-87615809

前 言


目前，我国已成为举世瞩目的旅游大国，旅游业的发展也势不可挡。酒店业是一个综合性的服务行业，是旅游业的三大支柱之一。中国旅游业的飞速发展也带来了酒店业的全面繁荣，这一现状一方面给酒店业带来了新的机遇，另一方面对我国的旅游和酒店管理职业教育提出了更高的要求。为了适应新时代旅游业与酒店业的发展需要，我们必须投入更多的人力、物力，并加大对旅游业与酒店业的管理。与旅游业、酒店业管理有关的重要因素不仅包含人的数量，还包含人的素质、能力、知识水平等。因此，加强教材建设尤为重要。面对这一状况，编者结合我国高等职业教育的特点和实际情况、酒店管理实际情况、消费者对旅游业及酒店业服务品质的要求提高的现状，把理论研究和酒店实践工作进行了合理搭配，并以服务为宗旨、以就业为导向，组织了一批具备酒店管理实践经验的一线教师编写本书。

全书从酒店总体管理的角度对酒店管理的基本内容做了较好的阐述，充分体现了理论和实际的结合，在优化人才培养机制、优化专业和课程设置、优化教学内容和教学课程、改革教学管理等方面有所创新，并结合了酒店业经营特点以及高职教育的性质，既能满足在校学生的需要，也符合本行业人员自身技能提升的需求。

本书在形式和内容上主要具备以下特点。

第一，观点新颖。本书内容把握时代脉搏，知识与时代同步，秉承教学改革与学科创新同步、科技进步与教材创新同步的理念，用一种全新的思维方式进行理论体系的编排。

第二，内容实用。本书从教学实践出发，针对高职学生的特点，以实用有效为原则，总结了酒店服务管理与实践经验，并与酒店管理理论相结合。本书案例中处理问题的方法和思考问题的模式，充分体现了现代酒店职业经理人的特征。



第三，结构合理。本书在结构编排上克服了以前此类教材泛泛而谈的缺点，在保证管理学学科体系的前提下，集中体现了初、中级管理者所必备的素养和知识体系。在内容编排上，既照顾了内容的完整性，又避免了理论的堆砌，删繁就简，突出重点。

本书由大连航运职业技术学院魏丽娟担任主编，大连航运职业技术学院王晓晨及大连艺术学院刘洪剑担任副主编。本书的具体编写分工如下：项目一、项目二、项目四、项目十由魏丽娟编写；项目三、项目五、项目九由王晓晨编写；项目六、项目七、项目八由刘洪剑编写。

本书主要适用于高职高专酒店管理专业的学生及大中型酒店管理人员使用。

本书在编写过程中得到了单位相关领导和同事的鼎力支持，并参考了许多有关的书籍和资料，这些书籍和资料给教材编写提供了极大的启发与帮助，在此向相关作者表示最诚挚的谢意！由于编者的水平有限，书中难免存在疏漏之处，敬请广大读者批评指正。

编 者

目 录

项目一 酒店概述 / 1

- 任务一 酒店的起源与发展 / 2
- 任务二 酒店的种类与级别 / 9
- 任务三 酒店管理基础理论及特殊性 / 22

项目二 现代酒店组织管理 / 29

- 任务一 酒店组织管理的内涵 / 30
- 任务二 酒店组织结构设计 / 38
- 任务三 酒店的组织管理体制 / 44

项目三 现代酒店房务管理 / 55

- 任务一 前厅服务管理 / 56
- 任务二 客房服务管理 / 63
- 任务三 前厅部与客房部的业务关系 / 69

项目四 现代酒店餐饮管理 / 75

- 任务一 餐饮管理概述 / 76
- 任务二 酒店餐饮采购与仓储管理 / 82

任务三 酒店厨房业务管理 / 89

任务四 酒店餐饮服务管理 / 97

项目五 现代酒店康乐服务与管理 / 111

任务一 康乐部概述 / 112

任务二 康乐项目与服务 / 117

任务三 康乐部经营与管理 / 122

项目六 现代酒店营销管理 / 131

任务一 酒店营销概述 / 132

任务二 酒店营销组合策略 / 139

任务三 酒店营销理念 / 148

项目七 现代酒店企业文化管理 / 155

任务一 酒店企业文化概述 / 156

任务二 酒店企业文化的内容和形式 / 161

任务三 酒店企业文化建设 / 164

项目八 现代酒店人力资源管理 / 171

任务一 酒店人力资源概述 / 172

任务二 酒店员工培训 / 176

任务三 酒店员工激励 / 182

项目九 现代酒店安全管理 / 191

任务一 酒店安全概述 / 192

任务二 酒店安全工作与管理 / 193

任务三 酒店安全事故处理 / 199

项目十 现代酒店信息管理 / 207

任务一 酒店信息概述 / 208

任务二 酒店信息化管理 / 213

任务三 酒店计算机应用及管理 / 216

任务四 酒店管理信息系统 / 222

参考文献 / 232

项目一 酒店概述

学习目标

知识目标:

- (1)对酒店有一个初步的总体认识。
- (2)掌握酒店的起源与发展历程。

技能目标:

- (1)了解酒店的等级划分及类型。
- (2)了解酒店管理的特殊性。

任务引入

某酒店 906 房间，推门而入的是远道而来的潘教授和当地接待部门的杜处长。“纤尘不染，杜处长，看来这里的管理和服务很不错。”潘教授出于职业习惯，随手摸了一把写字台的桌面，说道。

两人刚坐下休息，一位面带微笑的服务员敲门进来。她手上端着盘子，盘子上有两杯刚沏好的茶。她亲切地说：“先生路上辛苦了，请用茶。”话音未落，又来了一位服务员，送上两块热毛巾：“先生一定累了，请擦脸，再好好休息一下，有事请吩咐。”两位服务员退出后，潘教授和杜处长一边擦脸一边不约而同地称赞毛巾上宜人的香水味。

“潘教授是酒店管理专家，感谢您这次来对我们的工作进行指导。”杜处长与潘教授亲切地交谈着。

客房窗外，天色渐晚，杜处长提醒潘教授该是用晚餐的时候了，他们走出房门。楼层服务员见状，抢先为潘教授和杜处长按了电梯。待电梯门开后，楼层服务员又温和地说：“请慢走，请当心。”

当潘教授和杜处长来到底楼餐厅时，听到了餐厅服务员说“欢迎光临”的声音。晚餐用毕，当潘教授和杜处长离开餐厅时，又听到了先前那位服务员客气的告别词。

潘教授和杜处长乘电梯返回房间，电梯门开，楼层服务员热情地说：“这是 9

楼。”她又连忙对潘教授旁边手提行李的新客介绍：“这里是9楼，欢迎来到9楼。”

清晨，电话铃响，潘教授打开床头柜上的台灯，接听电话。“先生，早上好，您不是今天一早要动身吗？我怕您睡过头，所以特意打了电话给您。”电话那头是楼层服务员亲切的声音。

潘教授离房出行，楼层服务员热情相送。

想一想

1. 你认为在竞争激烈的当今社会，如何才能取得酒店经营的成功？
2. 你觉得此酒店的经营成功吗？成功在哪里？



任务一 酒店的起源与发展

酒店又称为宾馆、旅店、商旅、客栈，中国台湾地区称作饭店。酒店的基本定义是提供安全、舒适的场所，令消费者得到短期的休息或睡眠空间的商业机构。酒店是经过政府部门批准，通过运用土地、资金、设备、技术、劳动力等生产要素来从事酒店服务产品的生产和销售活动的。具体地说，酒店是以它的建筑物为凭证，通过客房、餐饮及综合服务设施向客人提供服务，从而获得经济收益的组织。

生产力的发展促进了酒店业的发展。一开始，商品交易及商人的商业活动逐渐出现，为酒店的出现提供了必备条件；后来，随着商品交易的日趋频繁，人类扩大了活动的范围，从而产生了居住等更多的需求，使酒店的基本功能日益增加。这从酒店的历史转变中不难发现。

一、西方酒店的起源与发展

旅游活动自古有之，酒店、餐馆也应运而生。相传欧洲最初的食宿设施约始于古罗马时期，其发展经历了客栈时期、大酒店时期、商业酒店时期等阶段，其间几经起落、几经荣衰。第二次世界大战以后，欧美各地旅游业迅速发展，进入了现代新型酒店时期，至20世纪60年代，已出现了不少在世界各地拥有数十、上百家连锁酒店的企业，从而形成了庞大的酒店业。



（一）客栈时期

人类原始社会末期和奴隶社会初期是最早期的客栈时期，12世纪到18世纪之间是西方的客栈时期。客栈是为适应古代国家的外交往来、宗教和商业旅行、帝王和贵族巡游等

活动的要求而产生的。随着商业贸易日益繁盛，远行的贸易商人越来越多，世界各地的贸易来往越来越频繁，客栈的数量也随之增加。

早期的客栈规模小、设备简陋，仅提供基本食宿，因此价格低廉而无其他服务项目。到了大航海时代，客栈的规模开始逐渐扩大，部分客栈的质量慢慢提高，其内部设施不仅能满足客人更多的需求，而且环境也有所改善，各个方面都受到人们的好评。到了客栈盛行的18世纪，此时英国的客栈已成为人们聚会、相互交往和交流信息的地方。当地的客栈往往坐落在乡镇人群活动的中心区域或公共马车站旁，成为当地社会政治与商业活动的中心。

（二）大酒店时期

直至近代，客栈开始被集团式经营的酒店取代。现代化的酒店拥有较好的服务素质和住宿环境，而古老的客栈已经无法与之竞争，从此在历史的长河里消失。随着欧美诸国进入工业化时代，世界酒店业也步入了大酒店时期。18世纪末到19世纪中叶，大酒店开始兴起。当时欧洲的大多数大城市开始出现专为王室、贵族、大资产阶级服务的豪华酒店。这些酒店无论是建筑外形还是内部装修，都尽显高雅豪华的气质。奢华的设备、精美的餐具、服务和用餐的形式规定，都使就餐者感到满意。酒店投资者、经营者的目的是取悦上层社会，求得社会声誉，往往不太注重经营成本。这使得这一时期的酒店成为一种地位、身份、权力的象征，它也是新的富裕阶级生活方式和社交活动商业化的结果。

恺撒·里兹作为本时期酒店经营者的代表人物，创立了许多全球闻名的奢华酒店，其中最有名的是巴黎和伦敦的里兹酒店。他被誉为“酒店之王者”“现代酒店之父”，被后人评价为一位出色的酒店管理者及创始人。恺撒·里兹提出了“客人永远是对的”的口号，其作为经营与服务的哲学和信条，至今仍为世界酒店业所信奉和推崇，成为一代又一代酒店从业人员的服务理念。

【案例分析】

一、案例介绍

一位常住某酒店的外国客人从外面回到酒店，当他走到服务台时，还没有等他开口，问询员就微笑着主动把钥匙递上，并轻声称呼他的名字，这位客人大为吃惊。酒店人员对他留有印象，这使他产生了一种强烈的亲切感，回到酒店如同回家一样。

还有一位客人在服务台工作高峰时进店，服务台问询小姐突然准确地叫出他的名字：“××先生，服务台有您一个电话。”这位客人又惊又喜，觉得自己受到了重视，得到了礼遇，不禁添了一份好感。

另外一位外国客人第一次住店，前台接待员从登记卡上看到客人的姓名，迅速称呼他以表欢迎。客人先是一惊，随即作客他乡的陌生感顿时消失，感到非常高兴。简单的语言迅速拉近了彼此之间的距离。

此外，一位贵宾(英文缩写VIP，指非常重要的客人)随带陪同人员来到前台登记，服

务人员通过接机人员的暗示，得悉其身份，马上称呼客人的名字，并递上打印好的登记卡请他签字。客人感到自己的地位不同，由于受到尊重而感到格外开心。

二、案例反思

(1)为什么案例中的客人会如此开心？

(2)前台服务人员在服务过程中应该注意哪些问题？

三、案例评析

美国著名社会心理学家马斯洛在其需求层次理论中认为，尊重需求是人们较高层次的需求。本案例中的客人因为前台服务员记住自己的名字并准确叫出而感到开心，自己的名字为他人所知晓就是对这种需求的一种很好的满足。在酒店和其他服务行业中，主动热情地称呼客人的名字是一种服务的艺术，也是一种艺术性的服务。酒店前台的服务人员记住客人的房号、姓名和特征，借助敏锐的观察力和良好的记忆力，提供细心周到的服务，使客人留下深刻的印象。客人今后无论在哪儿都会提起该酒店的服务，这是对酒店的一种义务宣传。

(三) 商业酒店时期

20世纪初到20世纪50年代，世界各国酒店进入商业酒店时期，这是世界各国酒店最为活跃的时期，是酒店业发展的重要阶段。这一时期酒店成为以一般平民为服务对象的产业，它从各个方面奠定了现代酒店业的基础。

被公认为商业酒店创始人的美国酒店大王埃尔斯沃思·斯塔特勒，于1908年在美国布法罗建造了第一家由他设计并以其名字命名的斯塔特勒酒店。该酒店专门为旅行者准备，每套客房都配有浴室，并设有洗衣、冰水供应、送报上门等服务项目。斯塔特勒的酒店经营思想和方法包括：酒店经营第一是地点，第二是地点，第三还是地点；酒店从根本上来说，只销售一样东西，那就是服务；等等。他还按统一标准来管理他的酒店，不论你到波士顿、克利夫兰还是纽约、布法罗，只要住进斯塔特勒的酒店，标准化的服务都可以得到保证，这一点至今对酒店业仍有影响。

商业酒店时期的特点有以下四点：第一，实行低价格策略，使顾客感到收费合理、物有所值；第二，服务对象是一般的平民，主要以接待商务客人为主，其规模较大、设施设备完善、服务项目齐全，讲求舒适、清洁、安全和实用，不追求豪华与奢侈；第三，酒店管理逐步科学化和效率化，注重市场调研和市场目标选择，注意训练员工和提高工作效率；第四，酒店经营者与拥有者逐渐分离，酒店经营活动完全商品化，讲究经济效益且以盈利为目的。

(四) 现代新型酒店时期

第二次世界大战以后，随着世界范围内的经济恢复和繁荣，人口迅速增长，出现了国际性的大众化旅游潮流。科学技术的进步使交通条件大为改善，为外出旅游创造了条件。同时，随着劳动生产率的提高，人们可支配收入增加，人们对外出旅游和享受酒店服务的需求增加，这推进了旅游活动的普及化和世界各国政治、经济、文化等方面交往的频繁

化。这种社会需求的变化，促使酒店业进入现代新型酒店时期。

20世纪50年代至今被称为现代新型酒店时期。汽车的普及和喷气式客机的出现，使联号酒店集团得到了空前的发展，加速了酒店业的发展变化。酒店以商业发展为基础，以完全依赖交通运输业的发展为特征，逐渐向城市发展。而所谓联号酒店集团，是指一些有实力的酒店公司，以签订管理合同、转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、统一标志，在酒店建造、设备设施、服务程序、管理方式等方面实行统一标准，联网进行宣传促销、客房预订、物资采购和人才培训的酒店集团。拥有大型豪华酒店的联号酒店集团有拉马达酒店集团、假日酒店集团、希尔顿酒店公司、凯悦国际酒店公司、喜来登酒店公司等。

现代新型酒店的特点不仅表现为注重规模效益、连锁经营，还表现在为适应现代人的多种需求，酒店功能日益多样化，经营方式更加灵活。在经营管理上，现代新型酒店注重用科学的手段进行市场促销、成本控制、人力资源等管理，同时，运用适合客人的酒店服务及方便办公的高科技产品，使现代酒店管理日益科学化和现代化。



【知识链接】

1907年，美国发生经济大恐慌。那年圣诞节，一个名叫康拉德·希尔顿的20岁男子在美国新墨西哥州圣·安东尼奥镇一间堆满杂货的土坯房里开办了一家家庭式旅馆，用以谋生并庆祝自己的生日。他还对母亲说：“我要集资100万美元，盖一座以我的名字命名的新旅馆。”他又指着报纸上的一大堆地名说：“我要在这些地方都建起旅馆，一年开一家。”21年后的圣诞节，希尔顿41岁生日这一天，他曾说过的这些梦想都一一实现了，并且速度大大超过预期，在达拉斯、阿比林、韦科、马林、普莱恩维尤、圣安吉诺和拉伯克都相继建起了以他名字命名的酒店——希尔顿酒店。1949年，希尔顿国际公司从希尔顿酒店公司中拆分出来，成为一家独立的子公司，并于1964年在纽约上市。在1967至1987年的20年中，希尔顿国际公司三次被收购，最后被前身为莱德布鲁克(Ladbroke)集团的希尔顿集团买下。1988年，希尔顿酒店集团进入中国市场。2004年，希尔顿酒店集团开启了休闲之先风，创造了希尔顿休息间。这种新型房间营造了独特的环境，可自行调节照明设备明暗，房间空气中散发着新鲜的水果味道和花香，顾客可以在其中恢复体力和精神。2005年3月23日，希尔顿酒店集团透露，其最高端的酒店——全球仅有17家的超豪华酒店品牌康拉德(Conrad)将进入中国内地市场，首家酒店有望落户上海新天地区域。同年6月7日，希尔顿酒店集团与中房集团在北京签署协议，宣布“康拉德(Conrad)”酒店落户北京；该集团旗下经济型酒店品牌“斯堪的克(Scandic)”同时签约。

2005年,希尔顿酒店集团开始建设中文网站。2006年2月16日,希尔顿酒店集团表示会优先开拓中国和印度等亚洲市场,谋划在中国寻找合作伙伴,可能会首次在华引入希尔顿花园酒店(Hilton Garden Inns)品牌,期望可以建立50家左右该品牌酒店。2006年3月14日,希尔顿酒店集团宣布,在与拉斯维加斯金沙集团签署协议之后,希尔顿酒店集团将在澳门建设两家酒店,其中一家是希尔顿酒店(1200套房间),另一家是康拉德酒店(300套房间)。2006年,希尔顿酒店集团在厦门和三亚再开2家希尔顿酒店,其中,三亚希尔顿酒店是中国第一家希尔顿度假酒店。凡入住希尔顿酒店的旅客均可获得50多个航空公司的飞行旅程积分。

希尔顿酒店集团每天接待数十万计的各国旅客,年利润达数亿美元。除南极之外,希尔顿酒店已经遍布全球。截止到2016年12月31日,希尔顿酒店全球开业数量为4922家。目前,全球共有14个希尔顿酒店品牌,已有9大品牌引入中国,其中有3大品牌是2017年新引入的。

二、中国酒店业发展史

(一) 中国古代早期的酒店设施

中国是世界上最早出现酒店的国家之一,中国最早的酒店设施可以追溯至春秋战国乃至更早的时期。数千年来,中国的唐、宋、明、清四朝被认为是酒店业得到较大发展的时期。中国古代酒店主要分为官办与民办。早期的官办住宿设施又称驿站、邮亭,主要是为传递官方文书的往来人员提供膳食和驻马的场所。秦汉以后,驿站接待的对象范围开始扩大,一些过往官吏也可以在邮亭或传舍食宿。到了唐宋时期,由于经济的发展、对外贸易的扩大,民办驿站渐渐兴盛起来,在长安和口岸城市(广州、泉州、宁波、扬州等)不断涌现出为各阶层人士提供居住设施的不同等级和性质的驿站。随着朝代的更替,中国古代住宿设施的功能越来越多,名称也渐渐变换,如周朝的馆舍,秦汉时期的旅馆,魏晋时期的四夷馆,唐宋元时期的蕃坊、四方馆,等等。这些住宿设施不但提供客房,还提供酒菜饭食,晚上还有热水洗身。可以说,这些客店和旅馆是现代意义上的酒店的雏形,其不仅适应了中国古代对外交往的客观需要,而且在促进中国古代政治、经济和文化的交流这一方面也起到了十分重要的作用。

(二) 中国近代酒店业的发展

中国近代由于受到外国的侵略,沦为半殖民地半封建社会,当时的酒店业除传统的旅馆之外,还出现了西式酒店和中西式酒店。

1. 西式酒店

西式酒店是19世纪初外国资本家建造和经营的酒店的统称。这类酒店在建筑样式、设施设备、内部装修、服务与经营对象及方式等各方面都与中国的传统旅馆不同。西式酒

店规模宏大、装饰华丽、设备先进，管理人员皆来自英、法、德等国，接待对象以来华外国人为主，也接待当时中国的上层社会人物及达官贵人。西式酒店是帝国列强侵略中国的产物，但同时，西式酒店经营者也把当时西式酒店的建筑风格、设备配置、服务方式、经营管理的理论和方法带到了中国。

2. 中西式酒店

中西式酒店是在西式酒店的带动下，由中国的民族资本家开办经营的半中半西风格的新式酒店。这类酒店不仅在建筑式样、店内设备、服务项目和经营方式上受到了西式酒店的影响，而且在经营体制方面也仿效西式酒店的模式，实行酒店与银行、交通等行业联营的模式。中西式酒店将欧美酒店的经营观念和方法与中国酒店的实际经营环境相融合，为中国近代酒店业进入现代酒店业时期奠定了良好的基础。

（三）中国现代酒店业的发展

中华人民共和国成立后至 1978 年实行改革开放前，中国酒店以事业接待型为主，基本上只进行招待服务。酒店作为政府接待部门的附属单位，没有独立的经济地位，数量稀少、设施陈旧、功能单一，以传统的经验型管理为主，缺乏市场和效益观念。

改革开放以后，经济的蓬勃发展和旅游业的兴起，为酒店业的发展带来了前所未有的机遇。我国酒店采取国家、地方、部门、集体和个人一起上的方针，大力引进外资和国外先进管理模式，促使酒店建设投资形式逐渐多样化，使我国酒店无论是行业规模、设施质量还是经营观念、管理水平，都取得了长足的进步。

中国现代酒店业的发展可以分为以下几个阶段。

1. 由事业单位招待型管理转向企业单位经营型管理

1978 年之前，我国大部分酒店是事业接待型酒店，在财政上实行统收统支、实报实销制度；在经营上没有指标，基本没有上缴利润，没有任何风险；在服务上只提供简单的食宿。因此，酒店既没有压力，也缺乏活力。1978 年到 1983 年间，旅游行政管理部门重点围绕如何使我国酒店业从招待型管理转变为企业化管理、如何提高酒店管理水平和服务、如何提高管理人员素质并使之掌握现代化酒店管理知识这三个方面做了大量工作，在总结和推广当时一些酒店的先进经验的基础上，提出了酒店应在经济上实现企业化，在管理上建立岗位责任制，在经营上增加服务项目，开展多种经营，在管理队伍建设上着手抓管理人员的培训和知识更新等观点。经过几年的努力，一大批事业单位酒店初步实现了企业化转变，酒店经营管理水平有了明显变化，服务质量也有了显著提高。

2. 由经验型管理转向科学化管理

1984 年，原国家旅游局推广全酒店行业管理人员学习北京建国酒店的科学管理方法，这把中国酒店业的体制改革推向了一个新的高度。建国酒店是北京第一家中外合资、聘请外国酒店管理集团管理的酒店，它开业时间不长就以符合国际水准的服务蜚声中外，并取得了良好的经济效益。原国家旅游局在认真总结该酒店经营管理办法的基础上，在全国挑选 102 家酒店分两批进行了试点。试点的主要内容包括：

- (1)推行总经理负责制及部门经理逐级负责制；
- (2)推行岗位责任制，抓好职工培训；
- (3)严格推行奖惩制度，打破“大锅饭”制度，调动员工工作积极性，保证服务质量稳步提高；
- (4)充分利用经济手段，开展多种经营，增收节支，提高经济效益。

通过推行这套管理办法，新旧体制开始转换，我国酒店在管理、经营、服务上都发生了深刻的变化，这标志着我国酒店从传统的经验型管理逐步走向了科学化管理，开始向现代化酒店迈进。

3. 国际现代化管理阶段

为了促进我国旅游业尽快与国际接轨，适应快速发展旅游业的需要，原国家旅游局制定并于1988年8月颁发了《中华人民共和国评定旅游(涉外)饭店星级的规定》。评星标准的确定和评定工作的展开，标志着我国酒店业走上了国家级标准化、规范化道路，并进入了国际现代化管理新阶段。1994年，原国家旅游局审批并公布了16家酒店管理公司，这标志着我国酒店业开始走向专业化、集团化。2004年，国内酒店管理公司已经增至160余家，并开始加快海外上市的步伐。



【知识链接】

中国酒店设计发展的“八个现代化”

1. 网络化

- (1)酒店招徕客源。随着网络的普及，越来越多的旅游者通过网络来预订酒店。
- (2)酒店内部管理。酒店的内部网络可以帮助酒店的管理人员掌握酒店的经营、管理情况。酒店每天的收入、酒店的日常支出都能在酒店的管理网络中得到及时的体现。
- (3)集团跨地区经营的布局网及集团酒店间的网络信息资料联网。如此一来，集团下的各成员酒店可以实现资源共享、客源互输、经验共用。
- (4)顾客资料库。它不但包含了客史档案，而且有丰富的服务资料和信息。它既有客人的喜好，也有客人的国籍、职业、年龄等相关信息，使得客人在下榻任何一家集团内部酒店时都能获得为其量身定制的个性化服务。

2. 主题化

我国的主题型酒店大都是由星级酒店转变而来，而经营成功的主题酒店也挂上了星级，这说明主题鲜明的酒店是星级酒店发展的一大趋势。

3. 亲情化

要给客人亲近感，对服务语言就不应设置“界限”和“禁区”，不是自己认为什么语言能说，什么语言不能说。而是要站在客人的立场上考虑，使客人满意、高兴。

4. 家居化

酒店的居住环境只有跟上国内家庭环境的前卫步伐，才能吸引和留住更多顾客。酒店的家居化设计应该适度张扬个性，运用多种形式和手段创造出使客人赏心悦目、独具艺术魅力和技术强度的客房新作品。

5. 人性化

“以人为本”首先就要考虑人性化，因此要从技术层面和服务层面进行必要的提升和创新，使酒店更能贴近和融合家居式的人性化。

6. 时尚化

所谓酒店时尚化，也就是在酒店设计中融入现代艺术的元素，一般来说，从色彩、线条、材质、光线、装饰品等几个方面来凸现设计的前卫理念。

7. 经济化

经济化主要是指一种经营的理念，一种适应越演越烈的竞争形势的运作方式。首先是人工的经济化，其次是客用品的经济化，最后是酒店资源的经济化。

8. 简约化

简约化就是在酒店的硬件上减去不实用的东西，在软件上删减流程，让酒店回归清丽的风格、高雅的气质。



任务二 酒店的种类与级别

一、酒店的种类

酒店业是由各种类型、等级的酒店企业组成的。酒店分类有两大目的：一是有利于营销，使酒店明确其所处市场的推销对象，从而更有效地制订营销计划，更集中地使用广告费用，同时也能使宾客在选择酒店时有明确的目标；二是便于比较，一家酒店经营结果的好坏，要与同一类型的酒店相比才有意义，特别是当酒店运用各种统计资料分析市场动向、研究竞争对策和制定经营方针时，同类相比显得格外重要。不同的酒店是针对不同的消费者设计的。由于地理位置与气候条件的差异，世界各地存在着多种多样的酒店类型。同样的，世界各地具体执行酒店分类的机构也各不相同，有的是政府部门，有的是行业协会，有的是与旅游业、酒店业相关的企业或机构，它们通常根据酒店的不同特点来对酒店进行分类。

