### 上海市高等教育自学考试

饭店管理专业

《旅游与饭店英语》考试大纲

上 海 交 通 大 学上海旅游高等专科学科

自学考试办公室编写

上海市高等教育自学考试办公室组编二零零四年四月

### 《旅游与饭店英语》考试大纲

Syllabus for Tourism & Hotel English Test

一、课程的性质特点



《旅游与饭店英语》（Tourism & Hotel English）是《饭店管理专业》设置的一门选择课。它是为培养和检验自学应试者掌握旅游与饭店英语的一门专业课程。它要求自学应试者在自学公共英语（一）的基础上，掌握饭店管理专业常用词汇和表达方式，进一步提高英语的听、说、读、译、写的实际能力， 并运用到旅游与饭店的接待服务及管理工作中去。

二、课程的目的和要求

1. 要求自学应试者在自学公共英语的基础上，掌握 2000 个基本词汇，1000 个饭店管理专业词汇，并懂得它们的常用搭配和语法功能。能掌握词义及词性转换。能比较流利地朗读课文，语音、语调基本正确。



1. 要求自学应试者能系统地确立英语基本语法的整体概念。在掌握短语的基础上，应能比较清楚地了解句子成分、简单名、并列名、复合名的概念，并能在阅读和翻译中运用。
2. 要求自学应试者掌握和提高阅读技巧，阅读与自学教材课文难度相当的饭店专业资料——国内外近年来较新的报刊、杂志、书籍等。要求阅读速度为每分钟 70 个单词，理解基本正确，译文基本通顺，速度达到每小时

300 个以上英语单词。

1. 要求自学应试者在饭店中能听懂并能应用一般常用的

英语进行会话。

三、课程的考核要求

1. 考试目的

本课程考试目的是考核自学应试者对饭店专业英语基本内容的掌握程度、语言的基本运用能力、对专业词汇与基本语法的掌握程度，以及笔译的速度是否达到考纲所规定的要求。

1. 考试形式

本课程目前全部采用笔试形式。试题第一部分为客观性试题， 第二部分为主观性试题，分别占卷面部分的 50％。

1. 考试时间

考试时间为 150 分钟。评分用百分制，60 分及格。试题难易程度以大纲要求，考生能在规定的时间内答完全部试题，并有适量时间检查答案为度。

1. 考试题型

试题题型包括多项选择、完型填空、阅读理解、专业词汇的中英互译、句子的中译英和短文的英译中。

##### 现对六种题型的要求分别说明如下：

**Part One** （客观题：由识记——简单运用——综合运用三大项试题组成。）

Ⅰ**.Vocabulary and Structure**：词汇与语法结构（**20%**）

本题旨在检测词的用法（主要是同义词、惯用词组和词的搭配） 和语法（主要是句子结构）。要求按照句子意思从 4 个选择其中选出最佳的答案。本题所用的句子主要是根据教材中出现并经改写过的句子或语法要领的句子。本题共 20 个小题。

Ⅱ**.Cloze:**完型填空（**10%**）

本题主要检测综合运用语言的能力，重点考核：（A）语法，如动词时态、语态、名词的数、代词、形容词及副词的比较级和最高级、连词、介词等；（B）常用词组和惯用习语等。要求从所提供的多项选择中找出正确的答案。试题的短文后为 10 个多

项选择题，第小题 1 分。

Ⅲ**.Reading Comprehension:**阅读理解（**20%**）

本题主要考核阅读理解能力。要求自学应度者读完短文之后， 从选择项中找出正确答案。阅读理解题涉及：

1. 词和短语的意义；
2. 句子表达 的内容和短文之间的关系；
3. 短文的主题思想；
4. 句子和短文诉内含及推理；
5. 短文作者的意图和态度。

本题包括两篇短文，难度相当于课文。每篇短文后有 5 个多项

选择题。每小题为 2 分。

**Part Two (**主观题：由识记——简单运用——综合运用三大项试题组成。**)**

Ⅳ**.Phrase Translation:**专业词汇翻译（**20**％）

本题主要考核专业词汇和词组的掌握程度。由中英互译各 10

小题组成。

**V**．**C-E Translation:**句子中译英（**15**％）

本题旨在检测自学应试者运用语言的综合能力。要求把 5 个单

名译成英语，每个名字包含 1-2 个语法重点或常用的专业词汇。这些句子根据课文中句子编写而成。共需译出五名英语句子，

每小句 3 分。

**VI.E-C Translation:**短文英译中（**15**％）

本题旨在考核自学应试者将英语译成汉语的能力。要求将难度课文的有关短文译成汉语。要求译文意思基本清楚，汉语基本通顺。对基本语法、句子结构、相当的专业词汇能熟练掌握。

四、教材与参考材料

* 1. 自学教材:

Extensive English Reading for Tourism

《实用旅游英语泛读》王爱莉 陈梅 编著

复 旦 大 学 出 版 社 2003 年 7 月（第一版） 第七单元—第十五单元

* 1. 参考教材：

《大学英语自学教程》（上册）

全国高等教育自学考试公共课 英语（一） 高远 主编

高等教育出版社 1999 年 12 月第二版

五、《旅游与饭店英语》模拟试卷

### Part One

###### Ⅰ.Vocabulary and Structure (20%)

1. The conference and exhibition industry to be part of the complex of tourism industry.
   1. Can be seeing
   2. Can be seen
   3. Can be see
   4. Can see
2. Top-level managers are ultimately the financial status of the hotel.
   1. responding to
   2. responding for
   3. responsible to
   4. responsible for

3.

surprised her even more is

her

hometown has become one of the most popular scenic spots for Chinese and foreign tourists.

1. That … that
2. That … which
3. What … that
4. what … which
5. Statistics given by government that occupancy levels rose for the second successive year.
   1. reveal



* 1. release
  2. show
  3. indicate

1. The housekeeping department plays a key role in

guestrooms clean and attractive.

* 1. keep … look
  2. to keep … looking
  3. keeping … to look
  4. keeping … looking

1. Hotel managers have to work harder their products if they want to be profitable.
   1. In order to market
   2. In order marketing
   3. So as to marketing
   4. So as market
2. Anyone who plans menu some basic knowledge of nutrition.
   1. May have
   2. Should have
   3. Might have
   4. Will have
3. At a McDonald’s, waiting lines will be accepted they move with reasonable speed.
   1. if
   2. whether
   3. as well as
   4. as long as
4. The emerging destinations international attention as potential new markets.



* 1. worth
  2. deserve
  3. preserve
  4. design

1. large or small, the ultimate responsibility for

property management remains with the general manager.

* 1. No matter who
  2. No matter whose
  3. No matter how
  4. No matter which

1. In large hotels, the accounting department has its own

fulltime accounting staff a controller or chief auditor.

* 1. led by
  2. headed by
  3. decided by
  4. controlled by

1. the development scope is defined , the

implementation phase moves into the project construction phase.

* 1. As
  2. Since
  3. Because
  4. Once

1. Timeshare is an arrangement where a share in the same guest room is sold to several people , each the right to stay in it for a certain period each year.
   1. have
   2. to have



* 1. had
  2. having

1. Hotels large or small , the engineering department keeps the mechanic equipment in good working order.
   1. being
   2. been
   3. to be
   4. be
2. At a trade show , there are participants , each with his or her own needs and expectations.
   1. tens of
   2. couples of
   3. dozens of
   4. hundreds of
3. Mexican cuisine can make a smooth transition , emphasizing fat and haviness and heat.
   1. low … less
   2. low … little
   3. lower … little
   4. lower … less
4. In a hospitality operation , security the prevention of theft , fire and other emergencies.
   1. refer for
   2. refers to
   3. is referring for
   4. is referring to
5. Leisure travel today has become a basic need and turned into a .
   1. commodity



* 1. commerce
  2. product
  3. production

1. The Front Office the “heart” of all lodging

properties as well as the first and last point of guest contact.

* 1. regard as
  2. is regarded as
  3. serves as
  4. is served as

1. The standard room of the future will be

standardized.

* 1. Nothing but
  2. Something but
  3. Everything but
  4. Anything but

###### Ⅱ.Cloze (10%)



Hotels treat their customers 21 guests and strive to provide a spirit of hospitality 22 exceeds their guests’ expectations. Ellswoerth M.Statler is credited 23 the slogan, ”The guest is always right “ , and many 24 wholeheartedly .An anony mous source later counted by 25 ,” The guest is not always right but he is always the guest.” Therein lies the ultimate challenge 26 the lodging industry: providing a level of guest service meets the

27 needs and demands of guests.

The attraction of the hospitality industry can be attributed to various 28 . The architecture and style of the property may be important 29 its theme, but it is the hotel’s staff that is essential to the 30 of its ambience.



1. A. with B. for C. as D. to
2. A. which B. that C. what D. how
3. A. with B. for C. of D. at
4. A. agree B. agreed C. will agree D. would agree
5. A. say B. says C. saying D. said
6. A. at B. to C. for D. in
7. A. ever-lasting B. ever-changing C. ever-taking D. ever-doing
8. A. kinds B. things. C. forms D. elements
9. A. in establishing B. in making C. in having D. in

deciding

1. A. create B. creating C. creation D. creature

###### Ⅲ. Reading Comprehension (20%)

Passage One

At the beginning of the 20th century children seldom left their smoky native towns to see the beautiful nature. What’s more, factory workers did not have enough money to take their children on a round trip away from home between morning and nightfall.



A young German schoolmaster had an idea that he decided to turn his little schoolhouse into a dormitory during summer holidays. Anyone who brought his sleeping bag and cooking equipment along could stay there for a very small amount of money. The idea did work. A few years later his schoolhouse was too small to entertain so many young people. Thus he set up a new dormitory which was the first Youth Hotel.

Today young students just need to show their cards of membership in a hostel organization of their own country .The card will permit them to use the facilities of hostels for a minimum fee. Often a group of boys and girls will meet at a hostel and put their provisions together and prepare a dinner. Such a meal will be very interesting with songs and dances ,or short talks. One can learn a lot, so a few days spent “hostlling” can be just as useful a part of education as classes in school.



In today’s world, where so much depends on understanding between nations, hostels are extremely important. It is more convenient for young travelers to spend night there. A first-hand contact with youths of other lands can be worth far more than lectures or books.

1. In the early years traveling for children was rare for the following reasons except .
   1. Forests and fields were always too far away from cities.
   2. Parents could not afford the expense for their children
   3. Children were usually burdened with heavy homework
   4. Children could not make a round trip in a day’s time.
2. The price of hostels is low because .
   1. People bring their own equipment
   2. These hostels are old schoolhouses
   3. These hostels are publicly funded
   4. The rooms are simply furnished
3. The word “provisions”(in para.3)most probably means

.

* 1. money



* 1. food
  2. hands
  3. equipment

1. young people can stay in a hostel if they have .
   1. Enough equipment and provisions to last two weeks
   2. A card of membership in a hostel where they are staying
   3. A card of membership in their country’s hostel organization
   4. A permit issued by and world large young hostel organization
2. The writer considers hostels important mainly because they .
   1. Are convenient places for a get-together every night
   2. Provide good and convenient services at low prices
   3. Offer lectures and serve young people all over the world
   4. Have proved very useful in international understanding

Passage Two

As you know, a receptionist works in one of the front offices by the front hall or a hotel. Usually, all members of staff work in these offices have direct personal or telephone contact with the guests.

In a large hotel, the receptionist welcomes and registers the guests. What about in a small hotel? Here the work of the receptionist may also include the job of reservations clerk, enquiry clerk and book-keeper.

The reservations clerk deals with reservation enquiries, of course, and with the booking and allocation of accommodation. A hotel receives reservation requests in different ways .For example, telephone bookings are the most common in many hotels .This is because these bookings are quick and it is possible to get full information from the customer. Hotels often ask people who make reservations by telephone to confirm their bookings in writing.



In many countries, reservations by telegram are less important than telex reservations. Why is this? Because the telex is fast and the confirmation is made immediately.

Perhaps you have seen that a number of hotels now have computer terminals. These hotels con lik their reservation systems

with other hotels in their group, with airline seat reservation systems and with terminals in the offices of important travel agents.

If a hotel is able to accept a booking, the reservations clerk must record it .The reservations clerk normally completes a reservation form and enters the information in a reservation diary.

1. A receptionist, who the guests, usually work at the lobby.
   1. Welcomes
   2. Registers
   3. Serves
   4. Both A and B
2. does the allocation of guestrooms.
   1. chamber maid
   2. front office manager
   3. front office cashier
   4. reservations clerk
3. Which way is the least important for a hotel to receive bookings?



* 1. by telephone
  2. by letter
  3. by telegram
  4. by telex

1. reservations are the most common in many hotels.
   1. Telephone
   2. Writing
   3. Telegram
   4. Telex
2. The reservations clerk nor mally completes a reservation

form and enters the information .

* 1. in a book
  2. in a reservation diary
  3. in a registration form
  4. in a computer

### Part Two

###### Ⅳ.Phrase Translation

1. Cocktail reception
2. authentic tastes
3. Pricing Strategies for hotels
4. a current balance
5. soundproofed guestrooms
6. competitive advantage
7. Managerial Accounting
8. chain-operated hotels
9. Sales manager
10. Lost and Found
11. 娱乐设施
12. 做晚床服务
13. 公共关系
14. 商务旅游者
15. 工程部
16. 奖励旅游
17. 调酒师
18. 市场细分
19. 包价旅游
20. 预订协议

Ⅴ.C-E Translation (20%)

1. 无可质疑，饭店业在全球性的行业中，地位相当高。
2. 厨师长在制定菜单和烹调食物品中起重要的作用。
3. 传真提供了预订的新方式。
4. 客房部经理的工作不引人注意，除非该部门工作不当。
5. 会议和展览被认为是声调旅游环节中的一环。

###### Ⅵ.E-C Translation (15%)

Hotel Staff- The Key to Service

The word “service” can be defined as conduct that is useful or helpful to others. In the hospitality industry, however, service is much more. Service is the prime business. If an establishment is providing lodging or food to a guest, it is providing a service. The hotel/motel and food industries are certainly considered “service industries” and are a significant part of the economy.

Who perform the service? People. To be successful, people in all phases pf the hotel business must be courteous and friendly, efficient and prompt, attractively nice , and neat, able to serve others, and able to sell.

### 附：答案

Ⅰ.1-20Ⅱ.21-30Ⅲ.31-40 BDCADCBADCCABCD

ABDBCBBDACDDCAB BDDAC

DBACD

IV．

41.鸡尾酒招待会 51. recreational facilities

42.原汁原味 52. turn-down service

43.饭店定价策略 53. public relations

44.收支平衡 54. business traveler

45.隔音客房 55. engineering department

46.竞争优势 56. incentive travel

47.管理会计 57. bartender

48.连锁饭店 58 .market segmentation

50.失物招领处 60. reservation agreements

Ⅴ.61. It is no wonder (doubt) that hotel industry ranks high

among worldwide industries.

1. Chefs play an important part (role) in menu planning and food cooking.
2. Fax offers a new way of making reservations.
3. The executive housekeeper does not draw attention unless the department is not running properly.
4. Conferences and exhibitions are regarded as one of the staples (links) of city tourism.

VI. 饭店员工——服务的关键

我们可以把“服务”定义为一种有用的或是对他人有益的行为，然而，在饭店业，服务的含义就更广了，服务是主要的业务。如果一个机构为客人提供住宿和饮食，它就提供了服务。饭店或汽车旅馆和餐饮业理所当然被视为“服务业”，它是经济中的一个重要组成部分。

谁提供服务呢？是人。为了获得成功，饭店各个部门的员工必须待人礼貌友好，办事效率高，行动迅速，穿着令人掌心悦目、整洁，乐意为他人服务，能够进行推销工作。

# 自学辅导材料

编者附言：为使饭店管理专业的自学应试者能更好地自学， 熟悉课文内容，提高新闻记者理解、综合运用的能力，我们对部分课文作了一些注解，每单元编了一些练习题，作自学参考之用。

# 第七单元

课文 **A**

##### 会议和展览

会议和展览常常被认为是城市旅游活动环节中的一环，有

些城市高达百分之四十过夜服务设备是为了这类商务旅游活动而设立的。可以预见，会议和展览将是经济增长强有力的部分， 参展者在会议和展览中的花费在平均数额以上。会议和展览占每年的大部分时间。因此，会议和展览在城市旅游中成了一种非常吸引人的基本活动。为了吸引会议和展览，甚至为了小型的会议，有些城市不仅与其他城市而且与其他地方如旅游胜地和农村展开竞争。这种局面使面使一些城市应该深思熟虑，然后再投资会议设施。



会议和展览是两种独特的活动，但是，它们之间的联系不断增长。许多会议包含展览，因此将来的会议中心必须提供展览场地。同样，会议常常是与展览联系在一起举行的，所以， 在展览中心场内也要有会议设施。1983 年，在英国举办展览的

26％都是与相关的会议联系在一起的。而据美国的调查发现， 有 24％的会议都有展览。通常，大型会议很可能都有与它们相

关联的展览。美国的会议中心说明了这种趋向。美国的仁义中心由一系列的大厅组成，这些大厅都能用于展览，装上坐位设备就可以用来开会。在 20 世纪 80 年代，日本指定 25 个城市可

举办国际会议。在 1986 年到 1991 年之间，日本建了 16 个会议中心和与它们相关的设施。会议和展览这两种活动是这样的一致，以至人们通常认为它们是同一种行业。

会议

召开会议有许多不同目的：有制订政策的、有互通信息的和交流思想的、有培训的和有团体签订契约以及建立网络公司等目的。会议的交际目的尤其重要，这也许与会议的直接目的没有什么联系。代表们利用会议与老朋友们会会面，也许做点私人事情，会议常常也有娱乐的目的，以便参加者在会议期间或会议之后能有一个短暂的休假。为此，公司有时有意把会址设在具有异国风情吸引人的地方，既作为对过去成就的奖赏， 又作为激励员工的一种手段——这就是通常所指的是“奖励旅游”。因为这个原因，许多会议组织者作这样的安排。如此的安排也是为了会议的参加者能出席会议并在会议期间能为他们安排特别节目内容。



会议是由代表一个广义团体召开的，一般可把这个团体分为法人团和协会团体。为了获得营业效益，公司和别的创利组织就安排了法人团体会议。为了会议行业的目的，法人团体会议本身被解释为：只有在不工作的时候才能召开法人团体会议尽管法人团体仁义性质与在工作时间里召开的会议性质很相似的。协会团体会议也许包括教育的、科学的、业务的政治的、宗教的或社会的组织。除了达到协会团体的目的外，协会团体会议也是创造收入的工具，这种收入比筹集捐款来得更容易、更少痛苦。会议有多种多样的：有政府内部的峰会、有政党的年会、有教学的宗教会议、有科学家研讨会、地区的工会会议

或公司的策略会议。

有些会议是定期召开的，如：一年一次、三个月一次或半年一次；而其他的会议是一次性的，可以在特殊情况下召开。一次性的会议可能是解决危机的政治峰会，或是纪念过去大事件的周年纪念大会。

会议可能持续一天到七天，或一周以上。一年四季都有会议，但是，假日期间，如：七八月份的暑假，十二月底到一月初的圣诞节和新年，可以暂停。会议的高峰期一般是从三月到六月，九月到十一月。在这段会议期间是好把会议吸引到海滨旅游胜地去召开。

会议的规模有大小之分，与会者可从十人到两万多人不等。“会议”这个术语通常是指较大的集会。由于国家级和国际级组织逐渐形成，拥有大批成员的组织也就产生了。因而，在这些组织中，就可能召开盛大的会议，形成一个从世界地区级会议的等级制度。

人们普遍认为，会议数量和与会者人数正在猛增，一些饭店不愿意透露自己主办会议的详细情况，因为这是商业机密。电话、电话会议和传真机确实得到广泛使用，但不能代替与会者面对面的直接交流。



会议规划者有权选择会场的类型和地点。有些会议，特别是会期只有一天的，它的会址设在所有代表都能容易到达的地方，这是很重要的。如会议时间较长，与会者要准备较远的旅程。然后有许多协会在全国轮流举办他们的会议，几年以后， 会议代表们的旅游时间几乎是相等的。

对怎样决定会址的调查提出了四个要素：第一，会议组织者必须确认，高规格的会议要求提供高规格的设备。对一些大型会议而言，选择是有限的，因为只有较少的会议中心才有足够的能力提供会议所需要的一切。第二，会议设备租借的费用问题。第三，选择容易到达地方作会址，变得越来越重要，因

为与会者来自远离会址的、分布区域很广的地方。有主要空港的城市才有较好的吸引国际会议的机会。有中心空港枢纽的城市是赢得会议生意的有利条件。第四，地区对与会代表的吸引力。如果会址设在被公认的旅游中心区，那么出席会议的人数可能是较多的。会址的吸引力和形象是较重要的因素。无论是自费代表或是奖励旅游，一般都会选择受欢迎的大都市、历史名城、海滨胜地和田园风景区。虽然会议市场发展很快，但是， 吸引会议的地点之间有着激烈竞争。如果其他因素都相等的话， 那么，良好的环境氛围可能就是关键的因素了。

在对会址选择的问题上，旅游者的要求，是首要考虑的。虽然许多中波城市也在竞争会议生意，但是，具有大量娱乐、文化、商业等吸引力的大城市仍然是会议的主牌。

会议的基本物质要求是有一个足够大的、能容纳所有与会者的大厅，这是形式简单，广为所见的设施。然而，对额外资源的需求正在增长，如：特别的灯光、扩音器和喇叭、放映设备、同声翻译的设备、小组织者追求很高级的会议地点。

### 会议地点包括下列几点：

1.多功能厅、大舞台、市中心、音乐厅和剧院，所有这一切在大城市里都有。

2.近年来为此目的建造竣工的、特大的会议中心。这些会议中心不仅有为全体会议使用的、能容纳一千至五千位代表的大厅，而且有会议分组时的、小型的多功能会议室。

3.大多数饭店至少有一个大厅，它通常是用作舞厅，或为会议办宴会而建造的。当然，饭店能提供宴会和休息的客房设施。近年来，建造了一些专用的“会议饭店”。在这些会议饭店里， 有 1600 多个座位大厅、有小会议室、有 2000 多个客房。代表们根本无需离开饭店的主楼，就可以得到由饭店提供给他们的

一切需求。

4.大学和其他教育机构都有梯形教室和宿舍。通常这些设施只能在放假时才可享用。

5.可为 300 名代表提供膳食的小型会议中心。它们中有些原来就是为了公司、工会或者其他组织为培训的目的而创立的。但是，现在正在为更广阔的市场作贡献。

6.具有各种特色的、与众不同的会议地点。在最近几年，许多组织为会议中心提供了他们的设施。在英国，运动俱乐部、足球、板球和赛跑都进入了会议市场，在资源使用不足的情况下，作为创收的一种方法。新建的饭店都建有高级的会议设施。代表们能够看到一些有名的会议场所，确实令人兴奋。在最近几年中，如象博物馆等其它组织也已进入了会议市场，常常把过去使用不足的、精致的房间提供给培训和教育机构。



根据会议的规模和特征，包括公司和协会之间的损耗及大、小会议之间的分类，每一种类型会址的重要性，因不同的城市而不同。

### 展览



“展览”这个词是被正式用来描述一个组织制造商品的艺术作品的公开的陈列，而在这儿是被用来描述商品样品的临时陈列的专门展览。

展览的有利条件是：要使卖主和买主聚在一起，就容易做成生意。出售商品的公司能通过销售代表送到可能的买主手里。但是，不可能随身携带商品，特别是，如果在商品很大或者种类很多的情况下。买主可以访问制造商，但是，可能是不愿意这样做，因为为了比较产品，需要访问好几个制造商。如可以发送小册子之类的印刷品，但是，买主在购买之前总希望看一下产品。因此，特别在公司相互买进设备、机械和货物的领域里，展览为卖主和买主真正起到了有用的目的。展览会上的接

触可由销售代表继续进行。所有行业将运用各种营销技巧，这在一些行业和一些国家展览会可能比在其他的方面更重要。

1990 年，德国会议业把作广告预算的 25%用在展览上，法国和美国是 14%，英国是 8%。这些数字显示：展览场地租借的数字反映了近几年来展览稳步增长，并表明：展览正在成为销售货物和服务给其他公司及一般公众的一种更受欢迎的方法。

展览可以分为纯商业的、商业和公众的、公众的三类：商业展览是为了把商品如机器卖给别的公司：为了零售买卖，也可以办消费品展览。现代贸易展览已从过去的交易会得到了发展。这些展览陈列了种类商品。过去，在战后时期，这此变通的交易会发展到各行各业的特色展览。有些交易会已将消费品向社会开放，常常只是在头几天进行展览，随后就是向公众展销，汽车不是个例子。向公众展览的是与消费品和服务有关的。公众展览可能拥有非常多的参观者，而商业展览的参观者数量不大，但是，这将取决于行业的规模和吸引参观者来自地区范围的大小。非常专业化的展览——是唯一的这种类型展览—— 能吸引来自世界各地的展出者和参观者，可能参展者的人数非常多。



展览一般持续三至五天，但是，无论在哪里它们的展期都可以从一天到一个月。许多展览每年都举行，但是，有些较专业化的展览可能每两年、每三年、每四年或者每五年举行一次。总之，专业展览每次都是在同一个地方举行，但是有些在几个地方轮流举行的，它们的组织者常常是不同的。全年都可以举行展览，但是，与会议在一起时，几乎没有几个是在主要假日季节期间举行的。

展览可能由商业协会、与展览中心有关的公司或专门组织展览的公司来举办。商业协会常常和两个不同类型的公司组织展览。为了填补可用的空间，利用已有的展览日期，寻找出那些还没有得到充足供给的的行业和服务机构，精心建立与展览

中心有联系的公司。

展览在宽敞的大厅里举行，一个展览中心通常有一个系列的相连接的大厅成，它们既能单独使用，又能合并后一起使用。盛大的展览中心可同时进行多项展览活动。现在，大多数展览中心是按目标建造的。它们有室外场地。专业的展览场地是农业交易会，它们主要是在室外展出。展览中心已开始提供会议室，因为会议常常与展览联系在一起的。有时，这些会议在展览中心附近的饭店里召开。为了生存，展览中心必须尽可能多地被启用，但是，正如已看到的情况，在夏季，圣诞节和新年假期里，这是很困难的，因为展览之间不可避免存在间歇，克服这些季节的间歇，大厅可以出租，举办其他活动，如：展出新产品。



在市区，为展览中心选一个最佳会址常会引起争论。靠近市中心的地方，乘公交车容易到达，接近繁华商业区的各种令人愉快的环境，如饭店和夜生活，有助于恢复城市的活力。20 世纪初期的德国展览中心，如科隆和法兰克福的展览中心，实际定位于市中心。但是，后来已经发现展览中心定在已经很发达了的市内，费用太贵。只有在城内，如格拉斯哥尚有余辉的地区，建一个展览中心是可能的。但城内可能有停车场不足和道路拥挤的问题。有必要将展览中心选在不太发达的周边地区。那儿交通好费用低。

展览业的趋向可以通过展出的次数、展出者的人数、展场出租的数量、参观者的人数、外国的组成部分、及有关的收入和支出等情况表现出来。

展览中心的影响大小，根据三个不同组成部分来衡量的。第一，展览中心本身的工作数量。一般说来，中心的工作数量并不大的，但这远不如它们所呈现的那么简单，因为有些中心把他们在大部分服务工作承包出去了。第二，辅助活动工作， 如展馆陈列和组织展览。这些工作与展览中心或近或远。第三，

由来访者引起的工作。来访者包括展出商和参观者。这些人可能是当天的或过夜的来访者。

### 国际交易会和世博会

1851 年在伦敦举办的大型展览是被称为国际交易会的首

次展览。从那时起，已有 31 次国际性展览，许多城市中报举办国际交易会。为了协调这些交易会，并确保第年只有一次，于



1928 年在法国巴黎成立了国际展览局。为举办一次国际交易会，有许多相关的目标。固定的目标有：促进贸易、增加城市和国家的透明度、发展旅游、引导经济发展和增加就业岗位、开发土地的再利用和改进基础设施、祝贺过去的重大事件、发展群众的娱乐，向政府的高级领导争取获得额外资金。举办国际交易会的主要动机是宣传城市，销售某个观念，提高城市地位。大多数世博会是与提高文明和现代进步的观念边在一起的。毫无疑问，西班牙塞维利亚 92 世博会以“探索”为主题，还包含教育和国际间的理解：主办城市通常为活动准备一个特别的地区，在这个地区建造许多崭新的大楼和建筑群。人们希望这些建筑是具有千变万化特色建筑设计和形象而耸立起来。早期的建筑有伦敦的水晶宫和巴黎的埃菲尔铁塔、最近的一个建筑实例是西雅图的宇宙针瞭望塔，作为一个普通的基础设施这个地区，这些建筑将个地区永久的遗产。交易会通常包含艺术品和工业品这两种展览，也有外国提供的展馆。国际交易会通常持续五至七个月，但是，有时可持续一整年。在塞维利来 92 世博会，展馆占地六十五万平方米，其中三分之一是永久性的： 代表了一百一十个国家，有五万件文化界的大事。总投资为五十四亿美元，其中只有 20%用于交易会本身，其余的是普通基础建设。给城市带来好处是全新的道路、一个飞机场和一条高速公路。交易会场地和这些设施将对城市和本地区的发展起着永久的作用。交易会的组织者预计有二千万参观者，其中大多



数是旅游者。要妥善处理人员大量的流入，饭店的客户数从一万二千间增加到二万四千间。

历史上，国际交易会已经吸引了大批参观者，因此，对旅游业尤为重要。1970 年日本大坂的世博会吸引了六千四百万人，然而，最近的人数已呈下降趋势，2000 年汉诺威世博会只吸引了一千八百万人。据媒体报道说，有这么多可供选择的喜闻乐见的事物和这么容易被领悟的世博会概念，交易会很可能不再会永远受到欢迎了。

##### 会议规划者所作决定的范例

有多少人参加会议？

我选择什么样的城市主办会议？ 客人会需要什么样的交通服务？ 安排什么样的膳食？

会议膳食 招待会膳食 大型活动膳食 宴会膳食 节日膳食 鸡尾酒招待会

需要什么样的服务？

留言及呼名找人欢迎横幅 协助登记 欢迎袋 欢迎袋 客房指引需要什么样的设施、设备和其它？



高大的摄影棚 场地灯光控制 大小不同的桌子 高空投影 可翻动图表 手提式电脑台 电话会议设备 同声翻译 投影屏幕架空电脑操纵台 影视会议设备

需要规划什么样的会后活动？

网球 骑马 高尔夫球 购物 观光浏览 旅行

### 课文 B

参加商展和展销的主要人物

商展比一般会议或宴会复杂得多，基原因之一是与提供展品的不同展销商的数量有关。在一个典型会议的首次会议上， 规划者和展厅会议服务经理可能是唯一直接参加者。然而，在商展中，有众多参加者，第人都有自己的需要和期望。下面叙述一下每位主要人物在商展的过程中所起的作用。

### 主办协会或公司

商展通常是由会议组织者主办的。该组织认为商展是会议的一个不可缺少的部分，是收入的主要来源。会议组织者一般是一个商业或职业协会，但是，其它种类的协会甚至于个体公司也可以主办商展。

### 会展经理

不管是展馆内部的还是来自外部的管理人才，需要他们确保展览成功，会展经理担负着很多的不同的任务和责任。



第一、会展经理必须挑选展览地点。并要求他们对展览所需的特殊而丰富的具体知识，也要求他们具有为主办组织和公司即会议中心双方谈判达成公平交易的能力。

第二、一旦展览地点被选定，那么，会展经理就必须向可能的参展商进行推销。

第三、必须列一份预计参展商的名单，同时制订给那些参展商租赁场地的合适标准。如果一个贸易展览会专横跋扈把某些参展商拒绝于展览之外，这就反它自己推向诉讼的约束之下。

推销展览的另一个方面是制订一份展览说明书。

第四、会展经理必须开辟一个与参展商联系的公开电话热

线。

第五、会展经理必须准备一份申请表和一份由所有参展商签名的公正的、有效的、有约束力的合同。这合同或有关场地租金协议必须包含以下条款：

展览会所有的规章和条例有关全部费用的完整清单

给参展商能列出选择展台大小场地的空格

能填写参展商丘姓名、地址和电话号码的空格主办组织的义务

第六、必须选择一个官方舒展服务合同签约者。

第七、会展经理必须雇佣一个保安公司来保护展览会免受盗窃和破坏。

第八、会展经理必须安排足够保险金来保护他/她自己和主办组织。他她也必须力劝参展商个人适当地对他们自己展品进行投保。会展览经理必须把“保证无害”的字句写进展览合同、以限制他或她和主办组织的赔偿。

第九、为了方便参展商，展览会管理部门必须准备一本商展《通信录》。《通信录》的印刷费用常常是用《通信录》中出售登广告的面积给参展商所得的钱来抵消。有些会展经理甚至已开始编写《电子通信录》，晚间，电视节目播放白天在商展会上的精彩场面。在商展期间，通过展馆内部的有线说话算数系统，每晚都说话算数这些特写节目。另一方面，通过这些电视节目，把广告推销卖给参展商。



最后，会展经理必须进进出出地检查所登的广告和会展进展的情况，并准备执行所有已制订的规章和条例。为所有参展商的相互利益，会展经理也必须管理会展各个方面情况。会展经理日理万机事无巨细，都需要经理在极其有限的信息基础上作出决定。

### 会议局和会议中心

如果一个城市想投票竞争取得在全市范围开展展览厅举办会议的权利，成立会议局和会议中心是必不可少的。

### 饭店

有些饭店当东道主，举办贸易展览和定期的会议。这些接待舒展的饭店给会议提供较高水平的方便，这不等于说给全城的所有会议参加者、会议和展览提供方便。对这类饭店来说， 这是一个主要的竞争有利条件。

即使一个会展不能在一个饭店人，那么饭店将通过提供客户及膳食设备、通过举行相关的会议和宴会，通过饭店内的餐厅、酒吧及其它娱乐设施向会议参加者和参展商提供食品、饮料、娱乐等获取利益。

### 会展的承办者

任何一个成功的关键因素是舒展的承办者；也称为装饰家。传统上，饭店和会议中心只给提供一个空空的大厅。会展



承办者的工作是分建展台、油漆招牌、并给展厅铺上地毯。目前，会展承办者的作用在意义上扩大了。现在，要求舒展承办者设计布局，设计海关办公室，提供运输服务，出租视听设备， 出租家具，提供铺设管道和排设电路的服务，分别为男、女主人办公室，甚至还提供安保服务。

因为在过去几十年里由会展承办者提供的服务增加了，会展行业在销售服务方面也响应地增加了。从最初设计到最后结束播出，会展承办者能确确实实地为他们的顾客做到这一切。

### 会议服务经理的作用

当一个饭店主办一个或展览会时，会议服务经理就得增加工作量。服务现在要处理的不仅是会议规划，而且还要与管理机构或是展商雇佣来的展览经理、服务承包商、许多展商和大量外面公司搞好合作。

### 规划会展

与管理机构的代表一起规划会展时，会议服务经理需要提供下列信息：

完整的展厅的图解，并用箭头标明电气和管道的出口、地面载重量、天花板的高度。

布局的建议，这仅是给管理机构对展厅容量的有关建议。会展商、服务会同签约人、会展管理机构和其他与展览有

关的所有人员都履历遵循的整套政策和程序。

### 有关展厅的规定和法规

明确规定搬入和搬出的日程。

展厅里严禁物的全套名册（例如：危险的化学品、易爆品、极易挥发品、武器等）

违禁陈列品（例如：全课模特和偎淫的作品+

关于赔偿损坏展厅、载重码头、毗邻展厅的公共区域的规

定

关于机械操作有台展出野生动物的政策关于火警和其它安全密码的政策

保护展厅不受展览机构或展商讼诉的有利条款关于指控展厅人员服务的政策

关于执行展台的含酒精饮料的政策

关于任何国家或城市申请主办展览和的法规

关于展商主办餐旅业经营的政策

关于附属展览管理机构和异端的展厅信用政策

关于商展期间划分由展厅职工养护的区域和必须由展览机构、服务合同签订人及展商养护的区域的规定

关于他清各种实体在商展期间的清洁工作职责政策关于展厅给不遵循法规者的处罚

在会展期间，展厅应发给所有的参展商一本《展厅政策汇编》，并签署一个文件，要求他们阅读、理解、遵照执行。不遵循者必须接受处罚。

#### ⅠMultiple Choice:

⒈Conferences and exhibitions are activities that one of the

staples of city tourism.

1. Are considered for
2. Are thought of
3. Are regarded as
4. Are recognized as



1. The social purpose of conferences is important and may not the purpose of the meeting.
2. Be linking with
3. Be linked for
4. Be connecting for
5. Be connected with
6. Conferences and exhibitions are perceived strong growth sectors in which the visitor spends an above average amount.
7. Being
8. To be
9. Been
10. Be
11. It woule seem

tourist appeal is aprime

consideration in convention site selection.

1. as
2. that
3. which
4. because
5. The advantage of an exhibition is that sellers and buyers together and business can be easily transacted.
6. be bringing
7. are bringing
8. be brought
9. are brought
10. Exhibitions can and public.
11. classify into
12. classifying for



1. be classified into
2. be classifying for
3. the Great Exhibition

trade only, trade and public,

in London in 1851 was

probably the first show a world fair.

1. held…to be called
2. held…to be calling
3. hold…be calling
4. hold…be called
5. the benefits to the city were new roads, an airport and a high speed railway.
6. To
7. For
8. As
9. Among
10. In 1928 the International Bureau of Expositions

in Pairs.

1. was find
2. wa founded
3. was fond
4. was finded
5. The prime motive for holding a world fair is the city, but as well as selling the city, there is also the selling of ideas.
6. to boost
7. boose
8. to best
9. best

#### ⅡTranslation:



1. 许多会议包括展览，因此将来的会议中心必须提供展览场地。
2. 会议中心由一系列能用于展览的大厅组成。
3. “会议”这个术语通常是指较大的集会。
4. 像会议一样，展览业呈现出发展的趋势。
5. 国际交易会已经吸引了大批人，对旅游业尤为重要。

# 第八单元

课文 **A**

##### 饭店

世界上，每个国家，每个城市里，都有一些饭店。在这些

饭店中，有些可以被称之为连锁饭店，它们的经营遍及全球， 如：假日饭店连锁集团、喜来登饭店连锁集团、洲际饭店连锁集团、托拉斯·福特饭店有限公司、希尔顿国际饭店连锁集团。无可质疑，饭店业在全球性的行业中，地位相当高。

饭店对旅行者来说，就是临时的家。全客人的不仅仅是膳宿，而且还有许多其它设施，通常包括餐厅、鸡尾酒吧、商店及娱乐设施，如：游泳池或健身俱乐部等。许多饭店还设有社交活动场所、会议厅、舞厅、礼堂和大小不同的会议室等设备和展厅等等。

随着现代饭店业的发展，每个饭店，特别是豪华饭店，提供给客人的服务越来越广泛，越来越高级。商务旅行者或休闲旅游者从来没有享受过这样舒适而方便的膳宿、这样细致的服务、这样精巧的饭菜和这样殷勤的款待。从真正意义上来说， 饭店已成了更舒适的“家外之家”。



饭店发展计划

在过去几十年中，为来自西方发达国家的游客，国际饭店集团全神贯注地在世界各地建造优质高价的豪华饭店和旅游胜地。自从二十世纪九十年代初期以来，国际饭店集团已注意到； 饭店中优质高价的豪华饭店在全球的发展快到了尽头，而缓慢了下来。但是，随着经济的发展，国际饭店集团许多国家建造需求量仍在不断增长的两星级和三星级中档饭店，例如：在二十世纪八十年代和九十年代初期，在泰国的首都曼谷，急于建

造豪华饭店，把饭店市场偏向于求的悦。在一九九三年，曼谷的五星级饭店的平均房价第夜仅为七十九美元。然而，曼谷由于缺少两星级和三星级的饭店，无法接纳数量猛增的来自韩国和中国的旅游者。大多数亚洲和拉丁美洲的中档饭店需求量正在不断增长。

二十世纪九十年代中期，经历了一声国际饭店集团之间为开发便于的中级市场的激烈竞争。的要点是：从二十世纪中期以来，国际饭店业的发展要响应国际旅游市场的要求，衽从豪华饭店向中档市场饭店转变的发展策略。新饭店正规发展规划包括以下七个阶段：（1）确立需求，（2）可行性分析，（3）陈述规模，（4）项目建设，（5）委托报告，（6）设施检测，和（7）评估报告。



新饭店一旦施工，就要准备写委托书，贯彻对饭店管理人员和饭店职工的培训程序。设计委托程序要紧扣培训饭店管理人员和职工什么样使用技术设备和解释设计牲及执行饭店功能和使用设备的方法。把有形的饭店直接有效地委托给饭店管理人员和职工，这在将来成功经营饭店中起着决定性的作用。

当饭店管理人员和员工的委托完成了，新饭店就进入了试营业的运行阶段。试营业是测试新饭店所有功能的阶段。在这阶段里，发现功能问题，在新饭店正式开发营业前，就可以把发现的所有问题解决掉。



最后阶段是对整个新饭店进行评估。这就是最后检查工作质量，对照项目表检查质量情况。然后，把这些评估情况汇编在一份报告里，并把完成的工作移交给饭店经理。现在，饭店就准备就绪正式营业了。

这个概念化的发展规划解释新饭店发展的复杂性而系统的组织。饭店开发商用这个规划使全部发展过程概念化，系统地组织各个阶段，合理分配财力。有效执行发展规划能使各种各样的复杂的发展阶段成为一体，保证规划发展成功。

### 饭店设计

饭店设计受饭店功能、当地文化和自然环境等诸多因素的影响。饭店功能反映出饭店公司各种各样的旅游目标市场。如果把饭店规划为其服务的优质高价旅游目标市场，该饭店的设计就必须是豪华而精致的。就旅游市场的经济部门而言，饭店设计要绝对真理没有虚饰关是实用的。

饭店设计也受当地文化环境的支配。大多数国际旅游者去外国旅游，总喜欢体会不同的异国文化，这是公认的。模仿当地的建筑风格的度假饭店的设计是特别欢迎的。以独特的地方传统建筑风格为特色的饭店本身就能成为旅游者喜闻乐见的艺术品，因此增加了饭店的生意。

饭店设计也必须体现周围的自然特色，并与自然环境融为一体。不能把饭店的设计与自然环境很她地协调就是失败的设计，被贬为“建筑污染”。建筑污染不是损害就是破坏自然的娱乐设施，如：沙滩下面的和湖泊下面的景色或河谷山川的风景。因此，饭店设计有下列三个主要因素定：（1）所服务的市

场；（2）文化因素；（3）环境因素。饭店开发商必须认识到的。不但是旅游市场，而且是反映当地建筑风格和自然环境所盛行的文化主题。一个优秀的设计将提高饭店的形象，使饭店的生意兴旺，丰富客人的旅游经历。



### 饭店的基本经营功能

饭店决不仅仅是灰浆、砖块和建材的堆积。一旦饭店造好后，就要雇佣一支庞大的员工队伍，对他们进行培训和组织， 激励他们去满足客人的需求。早在预订客房或客人到来之前， 通常这项任务就开始了。鉴于饭店的规模大小不等，客人可以遇到许多服务员。

在所有的饭店里，必须执行的基本经营功能：从行政部门

（包括总经理）到客人接待服务（民台接待，外币兑换，客房管理等）和后勤服务（如场地管理，工程维修等）。

在小型的汽车旅馆或小饭店里，也许只有一个或少数几个执行所有这些功能的员工。然而，许多饭店由于它们的规模各复杂性（有些有上千间客房和数千名员工），需要增设经理和二线员工甚至钟点工来执行各种特殊的功能，才能切实有效的进行经营。

无论饭店多大多小，饭店管理的最终责任仍在于总经理。总经理身居要职，是员工、顾客和公众的焦点。总经理是饭店的最高领导，起着各不相同而又相互密切联系的作用——衽领导权、与公众团体合作权、收集和发布信息权、分配人财物权、处理问题和协调广泛的各种活动权。

饭店在不断发展，必须设前厅部经理，餐饮部经理和客房部经理，特别要把基层的行政管理与上层管理任务分开。前厅经理、餐饮和客房经理要向总经理汇报工作。在许多饭店普遍做法是：前厅经理和客房部经理向房务总监汇报工作。一线岗位（接待客人服务）和二线岗位（后勤服务）之间的任务。也必须进一步分开。在所有的饭店，即使最小的饭店，接待客人服务的员工如行李员、接待员、代客停车服务员都属于总台， 执行一线的任务。二线的客户任务一般由客房部执行。

规模较大而复杂的饭店还需要增设其他功能，如：营销（销售）、会计（财务总监）、人力管理、建筑维修（工程）、采购和安保等。

课文 **B**

### 北京富源

##### 北京、上海和香港的饭店业

在过去几年中，目睹了北京饭店业的竞争加剧了。

精美昂贵的陈列柜

### 最佳的选择

香港亿万富翁李凯迅的北京东方港广场饭店将于 2001 年夏季开张营业。它邻近许多中央政府北京市政府机关，毗邻综合商业区的、带有拱顶走廊的商场和几幢办公大楼，已启动使用，把首都最新的商业区整体坐落在北京城的中心地区，离紫禁城和天安门广场只是一步之遥。它的主要服务对象是外国贵宾、办事处设在北京综合办公大厦的高级商业代表及政治代表团的总裁们。

### 上海特色

上海作为中国最大的商业城市，她享有许多豪华饭店，名气最响的饭店有里兹·卡尔登大酒店、浦东香格里拉大酒店、皇冠假日银星酒店、金悦（原金茂）大酒店等。

据上海市旅游事业管理委员会（原上海市旅游局）统计， 在 2000 年，五星级酒店的客户率在 68%左右（比 1999 年增长

9.9%），房价约在人民币 700 元（85 美元）比 1999 年低八个百分点。上海市旅委报告说，以浦东国际机场为核心，致力于把上海变成国际航空枢纽，掀起旅游者来沪观光旅游的高潮。文汇报早已报道过，来上海和其他主要城市的外国商务客人猛增， 这是因为每月的大型国际会议和许多国际展览会。



令人崇敬的威斯汀太平洋大酒店销售经理部 LILY VILOLANUEVA 说，据上海旅游局统计，上海市内共有 13 家五星级宾馆（七千多间客房），九月份平均客房率为 69%。 VILLANUEVA 特别提到，这些数字表明了当前于求，“比两年经济下滑的亚洲经济危机期间，高出了十个百分点，同时，平均房价在好转中。”她补充说：“随着中国即将加入世界贸易组织，情况将会全面好转。加之，在今年举办了世界五百强论坛

后，上海明年将承办 APEC 会议。所以，又会成为举世瞩目的中心。”

在 2000 年，威斯汀太平洋大酒店的客房率是 65.7%（与1999 年的 58.2%相比），预计 2001 年的客房率为 70%，平均房

价为 110 美元。饭店的客人中，商务客人为百分之八十三，出席会议的客人为百分之九，休闲旅游者为百分之五。客户市场的百分之六十来自亚洲，百分之二十三来自美国和加拿大，欧洲仅占百分之十五。

大量流入的客流

### 激烈的竞争

加入争夺上海豪华市场、最新的竞争者，包括万豪洒店集团在内（2000 年 9 月），在新的一年中其雄心勃勃的发展计划是要扩大更多的当地大酒店； 今年刚接收管理权的、地处上海浦东陆家嘴繁华商业中心的新亚汤臣大酒店是中国大陆第一个洲际饭店；历史上享有成名的（新近装修并升为五星级的）新锦江大酒店是 1972 年美国总统里查德·尼克松访问上海时下榻的地方，现在作为“展现上海的过和将来”的五星级饭店吸引更多的客人。



据饭店的总经理马丁·Z·Y·贾说，有着中国传统管理的、历史悠久的饭店，它的北杰（凯茜楼）公寓建于 1929 年，当时

发球英国人沙森家族。在 1949 年共和国建国以后，就被称为锦江饭店。锦江饭店接待中央领导人和其他外元首（迄今已接待了五百多位外国元首），享誉为贵宾下榻的顶级饭店。正如马丁·贾特别指出的那样：“我们正在向尽善尽美的五星级饭店发展。” 贾相术，上海并不是过分拥挤的市场。目前，似乎供过于求，但是，作为金融中心和会议中心的上海，一定会继续发展。象 2001 年的 APEC 会议就是在这儿举行的。展望未来， 上海五星级饭店一定前途无量。

### 展望新对手

预计参与未来争夺上海豪华饭店市场的四季大酒店（地处人民广场附近）、文华东方酒店（而向历史悠久的和平饭店）、斯坦福·来福饭店集团，据说能俯视锦江的北楼。据某家公司报纸发自斯塔伍德（Ssarwood）的消息说，上海圣·瑞吉斯(St.Regis Shanghai)（是与上海红塔 Shanghai Ta 饭店有限公司合作的）定于 2001 年 7 月在浦东开业。



中国的经济在商务旅游者数量上率先猛增。商务旅游者要求入住高级豪华饭店，尤其在象浦东这样全新商业区内。

### 香港稳健发展



如果谁怀疑的豪华饭店业的状况，他们只需要看一下特区内的最主要的饭店复一年的丰富收入，怀疑就会云消雾散了。去年（2000 年），美国旅游与休闲杂志的读者把半岛旅馆

集团公司、香港丽晶国际旅馆公司和香港文化东方旅馆公司排列在世界十五个顶级饭店之中，这公作为一个例子。

扩大客人混合团



作为主要目标之一，香港酒店协会急切渴望拓宽顾客市场的范围。当前，香港的饭店极大地依靠亚洲旅游者，占整个客人混合团的百分之七十七。

香港丽晶国际旅馆公司的营销经理吉恩·福雷斯特说：“豪华饭店的经营在过去两年中肯定提高了。客房率比 1999 年至少增加了七个百分点，然而，平均房价增长率却很慢，因此，收益仍没有接近 1996 年的最高点。当然，由于他们公司的强大金融市场，港岛的饭店要比九龙的好得多。”

福雷斯特部，香港丽晶国际旅馆公司在发展豪华饭店及休闲市场的经营方面，向前迈进了一大步。她补充说：“然而，即使客户率在开始逐渐上升，争夺市场的竞争仍很激烈，所以，

什得注意的是：与世界上任何一个大城市相比，此刻，香港就是一块风水宝地。”

###### Multiple Choice:

* 1. A hotel is a for people who are traveling.
     1. comfortable home
     2. temporary home
     3. contemporary home
     4. temptation home
  2. The mid-1990s an intense competition among international hotel companies over middle market development around the world.
     1. saw
     2. noticed
     3. prove
     4. witnessed
  3. There has been a of two-star and three-star hotels in many Asian countries.



* + 1. need
    2. demand
    3. shortage
    4. shortfall
  1. After the evaluation of the entire new property the hotel is ready for .
     1. soft opening
     2. trial opening
     3. public opening
     4. grand opening
  2. Hotels unique local traditional architecture can

become tourist attractions themselves and thus increase business.

* + 1. featuring
    2. featured
    3. to feature
    4. feature
  1. No matter how large or small, the ultimate responsibility for property management remains with the .
     1. assistant manager
     2. general manager
     3. housekeeping manager
     4. food and beverage manager
  2. Hotels are in every country and city of the world.
     1. found
     2. founded
     3. to be found
     4. being found
  3. In a small motel or an inn, there may be only one or a few employees all of these functions.



* + 1. performing
    2. performed
    3. to be performing
    4. to be performed
  1. In the past decades, international hotel companies concentrated on building hotels around the world.
     1. modern and large
     2. large and luxury
     3. luxury and mid-scale
     4. luxury and upscale
  2. It is recognized that most international tourists like to

experience different

countries.

* + 1. sceneries
    2. resorts
    3. cultures
    4. tastes

when they visit foreign

###### Translation:

* 1. 饭店提供给客人不仅是膳宿，而且还有许多其他设施。
  2. 饭店已成为更舒适的“家外之家”。
  3. 饭店设计受当地文化环境的支配。
  4. 失败的饭店设计被贬为“建筑污染”。
  5. 一线岗位和二线岗位的职责必须分开。

# 第九单元

课文 **A**

### 前厅的经营

膳宿业的正常经营管理在于各相同部门工作的员工的工作的合理分工。一个饭店的前厅是由在客人逗留期间为他们提供所需服务的各个职能部门组成。一个经营有方的前厅需要完善的沟通系统，良好的客户关系和服务能带来回头客。

### 前厅的组成

在当今的膳宿业中，前厅这个术语指的是与客人直接接触

的几个服务部门或者是客人使用的产品。前厅部包括以下几个方面：

预订——该部门主要负责快速准确的客人预订，保持预订， 对客房的收入和客房入住率做出预报。

总台——总台设在前厅，是客人入期间最初和最后与饭店接触的场所。客人到达时，总台的员工接待客人，办理住宿登记，为客人在逗留期间记帐，离店时结帐。总台为客人提供了一个咨询的窗口。

员工——在前厅工作的人员有门厅应接、行李员、礼宾员。他们的任务就是帮助客人入住，提供关于当地风景名胜，旅游娱乐活动方面的信息。

电话总机——总机的话务员提供电话叫醒客人的服务并为客人留言。电话自动系统（电话计费系统）不仅使许多饭店里此部门的范围减少，而且能为饭店带来一笔收入。

### 预订部

房务部中的预订部通常负责饭店和客人之间的第一次交往。为了达到既赢利又有效同时让客人满意的目的，饭店必须具备合适的程序和制度为客人办理预订业务。

### 预订咨询

客人通过不同的方式要求饭店预订。例如给饭店要电话、写信、电传、电报或客人当面预订。

传真机的频繁使用为旅游者提供了一种新的预订方式。此外许多饭店，航空公司和汽车租用公司联合起来建立预订网络计划旅游的过程、机票、饭店和租车的预订方便简洁，只要打一个电话即可。

### 预订的可行性

不管客人采用什么方式预订，预订办理人在接受预订前必须确认是否有空房间。根据客人到达日期，入住的天数及需要的房型和房间数，预订办理人可利用预订登记本，墙上客房一览表或电脑系统来决定预订是否可行。所有这些方式有助于预订办理人防止超额预订。

预订部的目的就是随时随地把所有的客房都销售出去。房间全满正是饭店经理们所期待的事，客人一般不会再回到超额预订的饭店和连锁饭店，结果饭店就失去了一位常客。

### 预订的分类

保证预订——饭店客人相信，不管发生什么都要为客人保留房间直至客人到达或者直到第二天结帐时间。同样即便客人不住也要保证支付房费，除非客人根据饭店的规定，取消预订、下面是几种保证预订的形式：

信用卡保证——主要的信用卡公司已开发了一个系统，凡该公司系统的饭店对那些预订而没来客人的空房间的房费得到保证。

预付押金——预付保证金（部分预付款）要求客人在入住房前，先汇寄一笔钱给饭店。这笔钱可能仅仅是一天的住宿费加上税，或者是整个入住期的费用。

旅游代理商——虽然在二十世纪八十年代这种形式还是相当普遍，但现在一些较小的不常使用。因为只要有可能性，他们更偏向于使用信用卡或者预付押金。另一方面，大的旅社或国际旅社经常与大城市的饭店或连锁饭店达成预订协议。

团体预订——在团体保证中，一家公司或一个企业同意承担预订而客人没来的经济责任。这个程序当公司与饭店签订合同时事先双方就已确定。

饭店收据——这被认为是一种最佳的内部特别促销方式。旨在吸引回头客和新的业务。

不保证预订——饭店同意为客人保留房间到截止时间，如果客人到时不来，而另一位散客没有房间的话，饭店可以把房间让给他。当然如果超过截止时间，还有空闲的房间，饭店仍可接纳这位原订的客人。

确认预订——如果这是饭店政策的话，确认预订给了饭店 足够的时间通过把确认书寄给客人来核实客人的地址。客人在办理住宿登记时所要求填写的书面确认，陈述了双方的意向， 列举了具体的几点，如日期、房价、房价、房型、客人数。口头确认也是双方之间有约束力的协议。确认预订既可以是保证， 也可以是不保证的。



其他——饭店也可以设立其他的预订形式（参照标准如客人的类别和客源）仅供内部使用。比如 VIP 预订、会议代表预订、旅游代理商预订、预付预订。

总台——总台是饭店的中心。总台的职能：1）为客人办理住宿登记，分配房间；2）处理钱的交易；3）办理离店手续。所有这些都是房间调配员、收银员和夜审的工作职责范围。



登记——给客人输登记手续是前厅的中心工作。客人必须照饭店的要求办理登记。在此销售和分配房间，登记程序使用的计算机设备正越来越多地被各类饭店使用。

房架设在登记处，客房一览表显示了客房出租的最新状态。列出房号楼层并用标记、数字及事先印好的表格表明下列信息： 如房价、房间的硬件设施等。就住房而言，住房人的名字、登记日期、预期离店结帐日期。锁定的房间、应到客人的预订也同样在表中显示出来。房架有利于房间调配员掌握客房的分配， 以便更合理安排员工，提供更好的服务。

虽然在一些饭店里仍然可以看到登记手册，但更多的还是使用登记卡。登记卡可以作为客人帐目的一份表格，登记卡是

单个客人的，也可以同时办理同伴客人登记。登记卡容易保存， 方便今后建立客史档案时使用。

### 登记过程

客人与饭店第一次面对面的接触，是在他以达总公路办理住宿登记时，按照饭店的等级不同，客人受到门厅应接的热情接待，服务员可照看人的行李，前厅接待员欢迎他的到来，然后就开始为客人办理住房登记。具体过程分为以下几步：

1． 了解客人情况；

2． 填写住宿记录；

3． 房型、房价；

4． 注明付款方式——确定信用额

5． 分配房间。

已经预订的客人登记过程要比散客快得多，在预订的客人没到达之前，许多饭店通常做两件事：1）按照预订记录，填写登记卡（预先登记）和客人账户；2）在客人到达之前，分配房间号码（预先）。当客人办理住宿登记时，他们只要核对一下登记卡上的情况，然后命名。同时注明付款方式。这样前厅的工作人员就能确定信用卡限额，在饭店营业场所消费特权（范围）。到饭店就付现金的客人就不再限制消费范围。客人需预付自己整个入住期的费用。

### 前厅会计

前厅的会计系统是监督和说明客人财务收支金额的一个主要过程。

客人的帐务是在客人登记时建立的。客人在所有财务支出金额都记录在案。为了内部控制，所有的账簿、登记卡、收据

（以此为凭证把所有收费用转给前厅）应该按顺序，按时间记入账内。

客人的记账程序是以客人付款开始。付款的数额以及形式记录在收据上转给前厅。收据上的内容记录在客人的账上。所有的款项一到总台就要尽快地滚入其账户以保持账务的收支平衡。客人可以随时结账。饭店向客人收取全部服务费用，这一点也很重要。

### 夜审

饭店有其独特的两点：1）顾客被称之为客人；2）客人允许先享受服务和产品然后再付费。为此饭店必须每天保持账目的平衡和账目。这项工作通常是由夜审员在做夜班和早班的时间内完成。

夜审的主要目的是完成和核实客人的账户是否准确，并把这些核实的内容与部门的报告做比较。

### 结账离店手续

当夜审工作完毕，客人开始到前厅办理离店结账手续。 此时客人付清了所有费用，账单差额就是零。客人的结账



就叫做零账户。结账方式如下：

现金全额付款——收取现金结账付款。前厅的现金单子上记录下付款（部门的日记账用来控制内部现金）。

信用卡转账——账簿的差额从客户的分类账转到会计室的分类账上的以后从信用卡中收取。使用的金额可记入信用卡的收据上，由客人签名。

账单转账——账单中的差额，从客人的分类账上转到会计室的分类账上。账单送到公司，由公司支付。

### 邮寄问询处

问询处提供的服务有发放钥匙，处理信件，回答与旅游相

关的问题，介绍当地风景名胜，提供银行营业时间。与客人沟通也是为客人服务。

有些饭店把咨询服务，尤其在娱乐范围划归前厅行李领班办公室。还有的饭店由礼宾员给客人提供这方面的服务。礼宾员站在大堂特别关注客人，这样比较方便。总台就可腾出时间办理登记、结账和其他工作。礼宾部提供所有的信息，甚至饭店总经理也可根据礼宾员提供的信息来了解城市、交通、当地新闻及比赛活动等。这在欧洲已相当普通，而在美国，礼宾部的概念近来才刚刚开始。

旅游中心、商务机构一般会提供打印的宣传资料、手册简要地介绍该地区主要的旅游景点、文化活动安排、主要交通车辆的劳动时间以及商业、政府中心。客人们要获取这方面的信息是很方便的。

寄放钥匙文件架对该部门许多系统来说中及其重要。在总台看到的钥匙文件架给每间客房提供了鸽笼式格架。许多饭店里的客房电话也有类似的灯光显示器。前厅通过显示器，向客人显示有否信件。这点对客人很在帮助，因为他可以不去咨询总台而直接回房。



有利于办理邮寄、电话咨询和来访接待的信息架是按照客人名字的字母顺序排列的，这也是一个客人登记手续的参照物， 上面有客人名字、到达日期、所住的房间。

许多饭店现在使用计算机系统来取消或减少对信件以及有关客人服务手工处理的过程。

### 穿着制服的服务部门

这样称呼房务部里的这个部门是很恰当的。因为它的产品就是服务。该部门的员工们在客人面前尽职尽力。虽然工作不复杂，但作用却很重要，因为穿制服服务的员工在饭店里是每个接待客体最后一个送走客人。

穿制服的服务包括门厅应接员、行李员、电梯操作工（如果仍然存在）。大厅的行李搬运工也属于这个部门。在大饭店里， 由一个高级管理员主管这些服务项目。在小饭店里，前厅行李领班管理监督其他员工。其工作是在大堂副理或行政助理的指导下进行的。

门前服务员担当起饭店迎宾员的角色。他站在大厅的入口处，迎接来店客人、帮助客人拿行李，照料到达的行李和离店的客人，协助前厅行李员处理行李，为客人叫出租车，负责客人的停车场地。门前服务员应该十分熟悉当地的旅游景点、著名的建筑大楼，因为客人会经常向他们询问这方面的情况。



前厅行李员的主要工作就是送客人去客户。当客人办理完登记手续，前厅行李员被如到总台，领取房单和钥匙，查一下客人否有信件留言，然后质量关行李陪同客人到客房。一名称职的行李员会检查一下房间是否井然有序，电灯、电视和其他设备是否正常，向客人说明服务事项，回答客人的提问，把房单和钥匙在房间里。行李员对客人的礼貌、谈吐的机智、办事的效率让客人进一步感受到了房间调配员带给他们的这种温馨的感觉。由于行李员经常去饭店各部门，他们成了饭店的耳目。他们的就是报告他们的发生在饭店的事件。其他职责还名手离店客人搬行李，为客人办理中，处理信件，呼叫客人接电话， 为换房客人提行李。前厅行李员随时随地都会被叫去陪客人参观客房，或者给旅游团引路。因为他们直接与接触（客人经常要求帮助）前厅行李员就成了餐厅、酒吧、饭店其他服务的出色的销售代表。



### 电话总机

总机是一个不与客人见面但却是与许多客人经常接触的部门。在电话总机的控制下，电话总机的主管（在总机可担任或不担任话务员）处理饭店内部的、本地和长途电话。随着设备

技术的更新换代，他们的责任和工作量也相对减少了。例如， 在大多数新的饭店里，叫醒电话服务是自动的。

尽管如此，电话仍然是为客人服务的一个重要组成部门。因为接线员的主意和接电话的方式确实能影响客人对饭店及其服务质量的看法。

课文 **B**

##### 服务在旅游接待业中的作用

参照圈内某些权威人士下的定义“服务是消费者花钱购要所感受到的所有的行为和反应”。在旅游接待业中，为客人服务是服务或者有时是一种制度的职责。比如通过电视屏幕显示为远距离的客人办理结账手续。我们给服务的定义强调的是客人的全部感受。确实从客人的观点来看，服务是饭店及其员工的工作表现。

客人和服务人员自身都与服务工作相关。在接待业中举个例子，供应午餐，提供服务与客人消费是同时进行的。在处理的过程中，服务的经验是一个很重要的因素。如果服务员脾气暴躁，笨手笨脚，顾客显然不会满意。而一倍真诚热情，办事有效的服务员则可提高客人的情绪。



我们必须接受服务的有形性方面。世界上所有真诚热情的服务最不会准备一桌难吃的饭菜和一间肮脏杂乱的客房。同样如此，一位粗俗的服务员可以使一桌美味可口的饭菜大倒胃口， 就象混乱的前厅，劣质的行李员服务可以打消客人在一家外观漂亮的饭店逗留的念头。旅游接待业的产品既包括有形的产品

（饭菜、客房），也包括无形的产品服务。两者对饭店的经营成功都至关重要。

由于服务的对象是每一个人，就不可能奖品。只有客人的感受，因此人们普遍认为对服务行业来说唯一可接受的就是零次品。然而次品应该按照经营方式和客人的期望下定义。在麦

当劳，营业高峰时排长队是意料之中的事，只要等的时间不太长还是可以被客人接受。要是麦当劳餐厅又脏又乱，即使在营业高峰时也代表是次品，马上需要一个补救措施。在四季大酒店排长队，按他们自己的规定，这就是一个次品。

服务消费与它的产品财政管理，所以就没有存货。这无疑给旅游业增加了压力。为了达到尽可能高的利用效益，对大量购物的顾客给予特殊价，饭店的团体价就是批量购物价的一个例子。

让我们就服务的特点作人小结。服务对客人是个感受，对服务员是一个职责，无论哪种情况，服务都是无形的产品，客人与服务员老师服务行业的一部分。个人因素使服务质量难以控制。服务这个产品不同于制造业产品，因为不能消除客人的感受，所以服务的标准必须是零次品。最后一点，生产和消费同步进行，都没有存货。

### 服务的分类

服务一般可分为三类：电子机器服务、间接服务、面对面服务。



电子机器服务指的是从售货机到自动输住宿登记和离店结账等类似服务。其他还有客房里储备充足的电冰箱承担了客房送餐服务部的许多工作，自动拔打的电话系统。电子机器服务得到普遍认可，深受客人的欢迎，因为电子机器服务能给客人去除一些如排长队等的不方便。

间接服务包括电话接触。比如客房预订，餐厅预订或客房送餐预订。一些不露面的间接服务如以上提到的一般老师重复性的，按章处理。训练接电话的方式和由谁接这一类电话，并不在工作范围之内。但让客人对饭店保持良好的印象地是极其重要的。

面对面的服务最能给客人留下深刻印象。客人可以从服务

员的外表、举止上给他们做一个更多更好好的评价。经常与客人接触的服务员必须经过严格挑选培训，服务意识强，工作效率高，能代表饭店。在当今的服务业中，越来越多的是自动化服务，如有直接的服务也必须是优质服务。同样重要的是服务员在处理自动化服务提高质量地要能够体谅客人。

### 提供修改服务

服务应得“有益有利，要有友好的行动和表现”。正如我们 所提到的，一些服务项目是由机器或计算机提供的，唯一间接的个人接触通常是打电话形式。服务工作的最大挑战是人与人之间接提供帮助。

人性服务有两个基本方面：1）工作，工作需要技能：2） 客人与服务员之间的个人交往。

工作：胜任工作是任何服务工作的一个基本因素。客人不愿看到汤里有指甲，也不希望行李员把他们领错房间，或是总台查不到他们的预订。

人际交往的技能：与人交往的技能涉及到服务的另一方面是服务员（总台服务员）接触客人与客人交往的方式。认为能从客人那里得到良好反应的最好方式可能就是援助技能。这此最初都来自于心理专家对工作技能的研究。



热情助人态度的核心，有更全面的含义。服务员要设身处地为他们着想，总之他们的要有同感，要带着微笑面对客人。从某种意义上说，我们看到的不仅仅只是一个行动，而是真诚。那些理解技能在成功的人际交往中起作用的专业人员认为

目光交流、脸部表情、手势、肢体语言都是必须要学的技能。正确的目光交流是当别人与你交谈时或者你与别人交谈

时，要注视对方，目光要自然，要表现出一种继续交谈的兴趣和愿望。不自然的目光交流从来不注意对方，不是盯着对方就是目无表情，而当对方注视你时又迅速回避。

服务人员不仅要学会用热情助人的态度对待客人，而且要学会通过他们的行为向客人表明这种态度。正确交往应该是热情友好让客人感受到服务员对他是负责的，并对男女客人的行动都十分了解。

### 管理服务工作

挑战管理服务两个基本的方法，最根本一点，把服务为本的称这为产品，管理集中在控制由服务组成的工作。别外重要的一点就是以服务为本的过程，这个过程注重客人与服务员的交往，这两点并不相互排斥，以产品为基础的管理任何一个经营有效的服务单位都有目共睹。此外，注重对人的方式也就是以交往过程为主，这对任何经营管理来说都是必要的。



###### Multiple Choice:

* 1. The front desk is usually located the lobby of the hotel.
     1. near
     2. in
     3. at
     4. by
  2. Over booking indicates reservations than there are rooms or space in a hotel.
     1. few
     2. less
     3. more
     4. least
  3. The escorts the guest to his room, checks the room for orderliness and answers the guest’s questions about

service.

* + 1. waiter
    2. captain
    3. clerk
    4. bell person
  1. At the front desk the guest fills out with his name, home address and other information.
     1. an identification card
     2. a registration card
     3. a credit card
     4. a traveler’s check
  2. The hotel guests who do not make reservations are called

.

* + 1. no-show
    2. supervisors
    3. walk-ins
    4. chef
  1. The night auditor must balance and close the accounts

.

* + 1. at day time
    2. during the night and early morning
    3. at weekend
    4. once a week
  1. The door attendant serves as the hotel’s .
     1. greeter
     2. customer
     3. bell captain
     4. porter
  2. The room clerk is a front desk employee who the

guests and assigns them to their rooms.

* + 1. out going guest
    2. leaving guests
    3. welcomes
    4. registers
  1. Telephone system automation has become a for many hotels.
     1. profit maker
     2. center
     3. producer
     4. cause
  2. An advance deposit guarantee requires the guest to

the money to the hotel before their say.

* + 1. post
    2. order
    3. repay
    4. compensate

###### Translation:

* 1. 前厅部在提供客人方面起到了重要作用。
  2. 前厅由预订部、登记处、制服服务部、电话交换台、问询处等部门组成。
  3. 预订分为保证预订和不保证预订两类。
  4. 客户登记员为客人输登记手续和分配房间。
  5. 邮寄问询处发放钥匙、处理信件、回答客人的问题。

# 第十单元

课文 **A**

##### 餐饮服务

近来，许多饭店强调了餐馆部是饭店的盈利中心。明确认

定了餐馆部是饭店经营的赚钱部门。一个经营的餐馆不仅使饭店的质量等到旅游行业的公认，而且使其自身成为一名很有潜力的盈利商，并且比其他的行业有更大的竞争优势，也有得平均房价的上升并保持较高的客房出租率。

餐馆部的人事机构

在国际连锁饭店，从厨房的洗碗工到行政管理，在餐厅和宴会业务方面有许多要做的工作。餐馆部经理是管理中的关键人物。他负责制定该部门的经营政策，保证政策正常的贯彻执行。餐厅工作包括那些和公众接触的雇员，餐厅男、女领班、男女服务员、酒吧服务员、餐厅跑菜员。所有这些人都有责任为客人提供服务和营造用餐气氛，使他们成为餐厅的回头客。餐厅的制作工作在厨房。主管是厨师长。他的主要助手有



助理厨师长、厨师、厨房帮工和洗碗工。大多数的厨师长不仅负责食品的烹调，而且还要负责管理。他们在制定菜单、采购食品、接收和保管食品方面起了重要作用。险些之外，他们还要管理整个厨房人员。

### 制定菜单

菜单有两种，点菜和套菜。点菜和菜单上列有当天供应的所有菜，客人可以点他喜爱的菜。套菜是选择性组合。

制定菜单的重要性有两点：1.业主获得；2.顾客满意。餐厅采购食品的价必须低于实际收取的销售价，这样才能获得营业利润。

如果某一个菜深受顾客的喜爱但成本偏高，餐厅可以从菜单中去掉这个菜或者提高价格。如果第二点遭到客人反对，那么餐厅就失去了利润。菜单包括用不同方式烹调的吸引客人的各种食品。食品诱人是制定菜单时要考虑的一个因素，包括色、香、味、营养结构。菜的外观、形状、色彩的搭配，甚至盛菜的盘子都要吸引顾客的目光。事实上，让菜肴使客人赏心悦目是一门艺术。



制定菜单的人应该有一些基本的营养常识，餐厅要让客人吃得健康。菜单通常是几天前预先制定。餐厅吸引大众的家常菜在一段时间里基本不变，但在不同的季节会增加许多不同的菜。习惯上总是先制定菜，也叫做主菜，然后再定其他菜等。一些特色菜如开胃菜、甜点心、饮料等保持较长一段时间不变。菜单的式样就像一家餐厅的外观一样，是显示餐厅档次的

一种标志。顾客把它留任纪念品。

### 用餐的服务方式

用餐服务有许多不同方式，它反映了餐厅的服务水准，反映了不同国家不同的文化影响。第一种用餐厅的服务水准，反映了不同国家不同的文化影响。每一种用餐的服务方式都是为了满足顾客的需要。这一章介绍不同国家的六种用餐服务方式。



手推车服务

也叫做俄式服务。手推车服务提供了高层次的个性化服务。厨师长把生的或半生食品放在手推车上，手推车紧靠餐桌。整个食品工业制作过程在手推车上。顾客可以观看食物是如何制作的，这给客人用餐时增加一种兴奋的感觉。手推车服务是劳动密集型的服务，很昂贵。通常在豪华型的和高消费的餐厅里。

分餐服务

分餐服务的方法是厨师长把菜装在一个大盘子里，服务员把盘子放在餐桌的中央。每一位顾客有一个小盘，服务员用一

个公用的勺子把菜分到每一位顾客的盘子里。如果有很多道菜， 那么服务员在每一道菜用完后要给客人换上一个干净的小盘。这种服务提供了个性化服务。一般在高消费的餐厅里。

分食制服务

这种方法也叫美式服务，是因为在美国非常普遍。食物在厨房里的时候就被放在每一个盘子里，服务员把盘子端给每一位顾客。每人吃自己盘子里的一份。与分餐服务相比，分食制服务个性化服务是减少了，但劳动成本也相应减少。

家庭式服务

食物放在大盘子里。服务员把盘子放到餐桌中央。每位顾客自己直接动手食物或传递盘子。在中式餐厅里，如果招待很多客人，往往会用转台。盘子放在转台上，顾客只要轻轻地转动一下转台就够得着食物。这方式与在家用餐很相似，由此而得名。

宴会服务

宴会服务需要餐厅经理精心策划和协调。通常宴会服务采用分食制形式。如果是重大活动，比如国宴，常采用分餐服务来显示高层次人性化服务。亚洲国家国宴常采用分餐服务方式。

自助餐

自助餐允许顾客随意用餐，服务员与顾客之间的个人交往缩小到最低限度。食物放在顾客面前，他们可以自由挑选喜爱的食物，第一件食物都可略作品尝。自助餐为客人提供众多的菜肴，也很灵活。这种用餐方式在世界各地的餐厅和商业性餐厅里广泛采用。

用餐服务方式有多种多样，餐厅经理需要了解一下当地的主要用餐服务方式，并采用最有效的服务方式来满足客人的要求，获取盈利。

### 用餐服务的成功诀窍

有一名老话：生意场上无秘诀。要知道经营餐厅是如何成功的，人们应该去发现成功的经营商都在干什么。然后学一学餐厅经营成功的秘诀。

餐厅的经营成功可以总结为五个因素，五个好。虽然不是所有的成功都包括这五点，但是这五个因素确实重要，经营的成功离不开这五点。它们是：1。环境好 2。服务好 3。菜肴好

4。价格好 5。管理好

1．环境好

环境好首先是选址。我们听到一些成功人士说，选址是成功的一半。远址指的是餐厅的位置对顾客用餐比较方便。餐厅应该选在靠近居住区或者靠近主要的交通要道。



环境还包括餐厅的风格。许多成功的经营者认为餐厅应该有一个完整的风格，这样客人就会把体验这种感受作为用餐的一部分。这一切与餐厅的装饰相关。从菜单、菜单封面到服务员的工作服，从银、陶瓷餐具、玻璃器皿、餐厅布件到菜的烹调方式、服务方式。研究表明顾客非常注意餐厅、休息室和餐厅外部环境的干净卫生。这些是有助于餐饮以及饭店吸引回头客的重要因素。

2．服务好

当你想再次光顾一家餐厅，是因为受到了欢迎。这就是提供好的服务的最佳定义。服务好主要就是态度问题，首先是管理人员的态度。如果经理投入大量的精力倡导服务好，并礼貌对待客人和员工，那么这一切也会感染员工以友好热情的态度对待客人，使客人感觉受到了欢迎。

如果服务人员没有经常得到培训和鼓励这么去做，他们就很难做到坚持微笑服务和友好地面对每一位客人。管理部门的最重要的工作之一就是对服务人员要制定一个长期的培训计

划。即使是经营规模小的和一些比较偏僻的餐厅也要有妥善的培训计划。

餐厅服务的经营可以从经典的法式餐厅到快餐厅。每一种服务都有合适的服务标准（法式服务用在供应汉堡包的快餐店是不明智的）所有服务好的主要因素就是必须培训员工使他们认识到客人的重要性。他们必须意识到他们的取决于他们友好、礼貌的服务态度。任何一家餐厅的经都应该认识到客人喜欢得到重视。在用餐中经理应该知道客人的姓名，在他们的餐桌边停下来，和他们进行友好的交谈。如果出现了问题，只要经理和他们个别沟通一下就能解决问题。客人因此而高兴离去。

3．菜肴好

大多数人听朋友推荐一家餐厅，就是因为菜肴好。许多成功的餐厅经营者说菜肴好的意思就是同类的食品味道比其他餐厅好。好的食品是相对而言的，只要味美，色鲜，受到客人好评就是好的食品。饮料也同样如此。通常的做法只须这样：购买好的原材料，保存好，按照菜单标准，控制成本准备食品饮料，以诱人的菜肴进行馐和热情友好的优质服务来满足客人， 然后你才能达到预想的结果——食品饮料享受良好声誉。



4．价格好

衡量一家餐厅价格好而实惠，就是要和客人交谈，了解他们在你的餐厅用餐时，是否感到什得花这笔钱。如果有许多回头客（这一点对餐厅服务的成功非常重要），你就可以证明餐厅给予好的价值。一些餐厅非常昂贵，但仍有许多回头客。相反， 平均收价很低的餐厅，如果客人感到尽管价格比较经济实惠， 但服务和食物并不值这价格，也同样会失去客人。她的价格是在客人的心目上的。

好的价格与餐厅经营的规模、停车场、休息室和餐厅总体的卫生整洁相关。还有其他因素如用餐的盘子、服务的热情、食品饮料的价格等。有时候好的价格仅仅是经理希望客人有一

个美好的夜晚，能停下来和客人们聊一会儿。

5．管理好

餐厅经营包括前面提到的四个好，但是如果没有很好的进行监督管理和控制财务，很有可能导致餐营业又一个失败。除非经理亲自监督、保证餐厅经营符合标准，不然的话，餐厅营业就不可能成功。

管理控制可以扼要地概括为必要的控制产生的竞争价格， 保证所购买的东西都已收到成交，所收到的东西都已贮藏，所有的收入都收回，所有的钱都存银行，所有的账单都付了。内部控制制度同样保证餐厅的经营有一笔预算，经营产生的成本与预算作一番比较以确保成本不超过预算。如果成本超过预算， 经理必须查明原因并及时采取正确措施予以纠正。



课文 **B**

##### 墨西哥菜

以农家方式烹调的墨西哥菜由来已久，它继承了印第安人

——阿兹特克人和马雅人的传统的烹饪方式。它们的饮食文化和烹饪的原料主要围绕着玉米。玉米对他们的生活极其重要。在哥伦布之前居住在尤卡坦半岛的居民把玉米敬为女神。



热带农产品鲜艳的色彩给墨西哥菜一种特别的礼堂吸引力。由于供应充足，海产品食品在墨西哥菜肴中也很有名。

### 丰富多样化

当西班牙征服者在十六世纪占领了墨西哥，他们给当地的烹调加入了他们的影响。包括小麦（就是后来的玉米饼）水稻、牛肉、家禽、猪肉、绵羊肉和山羊肉。

墨西哥菜传统的制作都是劳动密集度高的工作，如精心准备的手工制作的玉米粉饼。但今天市场上有许多走捷径的方式来节省劳动力，包换冷冻、罐头装的半成品的玉米粉圆饼。

### 南北融合

墨西哥食品正朝着一个新的方向发展，向北方拓展。许多最流行的墨西哥菜被加拿大人所接受了。而不只是在南部的格兰河一带。

### 原汁原味



越来越多的餐厅正迎合着新的消费者对传统的墨西哥菜肴方面的兴趣。

### 发展机会

年轻的消费者不论在快餐店还是在高档的餐厅都显示墨西哥菜肴的强烈兴趣。麦吉说：“我们有许多敢冒风险不怕辣的年轻顾客，还有认识到墨西哥菜肴对健康有益的顾客。”



与此同时，统计的数字也有利于墨西哥菜肴。像麦吉这样的餐厅业主欢迎年轻的消费者。她说：“前景美好…我的考主顾都是年轻人。在很长的一段时间内，他们都将继续光顾我的餐厅。”



###### Multiple Choice:

* 1. A banquet usually includes formal .
     1. talks
     2. dinners
     3. speeches
     4. meals
  2. Many of the employees in food and beverage department have contact with the guests.
     1. frequent
     2. little
     3. a little
     4. no
  3. In restaurants the daily menu .
     1. is changeable
     2. remains the same for a long time
     3. varies from season to season
     4. changes according to the customer’s suggestion
  4. The person who plans the menu and supervises the kitchen staff is .



* + 1. waiter
    2. head waiter
    3. cook
    4. chef



* 1. Plate service is also known as .
     1. French service
     2. platter service
     3. American service
     4. cart service
  2. Good service first means .



* + 1. good attitude
    2. training program
    3. having polite conversation with guests
    4. know guest’s name
  1. The restaurant operation can not be successful

the manager gives necessary supervision.

* + 1. if
    2. as
    3. unless
    4. while
  1. is the key member in the food and

beverage department.

* + 1. Bartender
    2. The food and beverage manager
    3. Hostess
    4. chef
  1. Good environment location.
     1. starts for



* + 1. starts by
    2. starts with
    3. starts at
  1. The manager must take some correct action when the costs .



* + 1. below the budget
    2. exceed the budget
    3. no less than the budget
    4. is the same as the budget

###### Translation:



1．好的餐饮管理不仅有助于证实饭店的质量，而且成了饭店经营盈利部分。

2．餐饮经理的责任是制定出该部门的总的政策，并确保政策的正常执行。

3．影响菜单制定有两点，第一，业主的盈利；第二，顾客的满意。

4．餐厅服务成功的秘诀是环境好、服务好、菜肴好、价格好以及管理控制好。

5．任何制定菜单的人都应该有一些基本的营养知识。

课文 **A**

第十一单元

客房部

客房部是饭店最忙碌的部门之一。负责客房部工作的是客



房部经理。负责所有客房的清扫，保持所有公共场所的干净整洁都是客房部经理的职责范围。由于客房部的工作基本上都是

“幕后”工作，所以大多数饭店的客人对客房部并不完全了解。 客房部经理的工作并不引人注目，除非该部门工作出了差错。在小饭店里，客房部经理可能是唯一的管理人员。但在大



饭店里，另外还有一些管理人员如查房员，查房员保证客房的干净整洁。客房服务员（常常指打扫公共场所和客房走廊的员工）通常是在客房部主管的领导下进行工作，（在许多饭店里，客房瓿主管负责分配清扫客房和供应客房用品）。根据饭店的大小，配备一个或几个客户主管助理。

客房部的办公室在布件房。布件房的主管协调所有的工作。每天在这里分配工作。电传打字机（一种电子通讯设备，与打字机相似）直接与工程部、前厅保持联系，就放在客房部办公室。主要是与前厅保持联系，客房每天的营业额显示了保持联系的必要性。



客人一办完结账手续，总台通过电话或者电子信号通知客户部。客户办公室通过电话或电脑系统，把同样的信息通知客房部主管。一旦客房清扫完毕恢复原状，这情况又传回前厅， 因此前厅能准确了解客房的即时状态。

每天都要重复核对客房一到两次来确定了解客房的正确状态。这就叫“核对房架”，按照前厅的房间一览表和客房部的报告一间一间的核对。有电脑系统的饭店这个工作是由电脑自动

完成的。任何与这两个部门提供的情况不相吻合有出入，则由客房部主管再作手工核对。

客房部日班的主要职责是清扫的客房。在大多数饭店里， 夜班主要负责打扫那些晚上要服务的房间。任何特殊的 VIP 服务，比如晚订服务都由夜班来完成。此外，夜班的员工不要打扫办公室和公共场所。

客房部为饭店设立一个失物招领处。所有被饭店员工和顾客捡到的东西都送到客房部，由客房部按日期贴上标签，纪录保存。一般无人认领的贵重物品，保存三到六个月。如果到了指定日期没人认领，一般不捐给慈善组织。



一些饭店把照看小孩的托婴服务划为客房部的工作。大多数提供家庭业务的饭店都有这种服务。对照看小孩的人饭店事先作过调查，他们得到饭店的认可，一般都是比较负责的成年人。不是所有布件房的工作老师以行政管理为主，布件房里还存放着大量饭店经营所需要的订单、枕套、毛巾、台布。大的饭店都有自己的洗衣房。关于饭店内的洗衣房是否切实可靠， 是否有盈利，仍有争议。有些饭店有商业性的洗衣房。客房部的职责是保管布件的正确清单，所有的布件每天都要作质量检查，大多数提供洗衣服务的饭店都有一个单独的洗衣房，负责衣服的洗烫和质量控制检查。饭店可能还有缝衣房。客户服务员的职责要确保每一层楼的储藏室备足各种必要的布件。



客房部人数最多的员工是客房服务员和客房主管。他们上班时，要作值日报告。这个报告直接送到布件房。再根据每天收到的报告，发放钥匙。这个报告显示了客房的分配情况。通常要求打扫的客户和已退房优先打扫。

客房主管在到达分配楼层之后的首要工作就是清点客房， 核对报告。任何衷心感谢差异要马上报告给布件房，再由布件房报告给前厅。查房员通过定期的班次，检查客户。并反情况汇报到布件房。在下班之前，客房主管重新在手推车里备足下

一班要用的客房用品。谢绝服务和要求晚一些服务的客房要报告给下一班的管理员，目的是分配下一班打扫这些房间。

客房服务员与客户管理员在工作中要密切配合。一个典型的饭店员工的模式建议客房服务员与客房管理员的比例是非问题 5：1 或 8：1。客房服务员按时清扫大厅的地毯，保持公共场所的和走廊的干净整洁。客房内的繁重的清洁工作，按规定时间，分配给客房服务员来完成。这些工作包括用吸尘器和地毯清洗机清理地毯，打扫墙和护壁板，擦玻璃窗，透支家具彻底打扫，翻床垫。大饭店有专职的清洁工，比如专职的清洗地毯。



客房长期的租用所造成的陈旧，需要维修和清洗。对客房管理员和查房员来说，很重要的一点就是要经常检查客房要调换和维修的用品。大多数饭店有维修单，指明要求的维修单位拷贝页送到工程部，这些单子按日期记录下来，完成维修后， 再回到客房部备存。如果维修的项目不是重要，不需要马上解决的。可暂时搁一下，等到客店淡季时，再来解决。



客房部还负责购买所有客房必需品，和饭店的清洁用品， 并保管好所有物品听清单。



人们可能会认为客房部经理与客人接触的机会较多，其实并非如此。物品的清单。

人们可能会认为客户部经理与客人接触的机会较多，其实并非如此。客房部经理所通风到的是那些投诉客房部客人。客房服务员、管理员与客人保持接触这一点很重要，因为这影响到客人对饭店的印象。

课文 **B**

##### 饭店：新一代

没有登记台，只要跟着你的陪同来到客房，验证一下你的指纹就进入了未来的客房。二十一世纪及以后的客房就在图板

上。虽然客户的设计是出自于经济现实，而不是模拟显示，新世纪的客房和套房将不再是一个模式。重新发现给予客体他们所需要的这个信念促使饭店业主、建筑师、室内设计师抛弃传统的床位，重新考虑如何使用空间以及由谁使用。

用新的技术新方法设计客房，未来的标准房将不再有统一的标准。曾经仅仅是睡觉的空间效尤为工作、休息、恢复体力、娱乐的空间，因为这些都是按照客人的要求而设计的。



以下是一些会影响饭店设计经营的根本趋势

### 按顾客要求设计的客房

在十世纪八十年代，饭店的业主们利用优美的物品及免费的欢迎饮料来竞争生意。在新世纪里，客房本身效尤为竞争的工具。饭店的外观不一样，功能也不一样。



在商务饭店里，客房必须舒适，是有效工作的地方，是轻松看书看电视的地方，同时又是睡觉、洗澡、穿衣、化妆的地方。会议饭店和休闲饭店就不同了，我们一开始就是提供客人真正需要的东西，而不是凭我们的主观想象。

### 将来的建设



将来客房的设计都得对过去的饭店作改型翻新，特别在美国，客房每年要增加 2%。必须灵活的新成分来改进设施，不使空间有压抑感。亚特兰大世界假日旅馆公司产品开发部副总监维基戈登预测，“套间尽可用墙隔开，一边是会议桌，另一边是订，而不要在一间房内分隔。”

由于将来旅行会变得更频繁，客人不需要很多公共的空间， 而要求客户内更多的空间。新兴技术可以迁出错落几层的迷你型矿泉水池的浴室。甚至在许多旅游胜地饭店也是如此。

新趋势：更灵活舒适的家具，更标准的技术设备，室内传真连接着手机，尽量满意的多间浴室，更多专用的格局，设施

完美的小酒吧，组合式的小冰箱。

### 更安全更健康的客房

安全问题是出现在二十世纪九十年代的一个关键问题，现在仍然存在。对健康和安全问题的关注现在显得更为突出。

健康问题也影射着客房的设计。安装特别的过滤系统使客房内空气更加清洁。有些饭店已试装空气净化器和净水器，但必须符合标准。



另一个变化是客房浴室客人手忙脚乱的沐浴用品。这些用品不仅经得起洗，而且还能经受杀菌消毒过程。

### 基本设计



好消息：许多饭店的业主对新的设计方案更开明。

关心基本设计将会极大地影响豪华型饭店的发展。对中等饭店的新概念，对套房，经济房的新概念，比如分时共用饭店的新概念都将组成二十一世纪饭店设计工作的主要部分。

###### Multiple Choice:



* 1. Turn-down service is done by .
     1. the day shift
     2. the executive housekeeper
     3. the evening shift
     4. the room inspector
  2. A houseman does his work, especially in the of the hotel.
     1. public areas
     2. guestrooms
     3. bars
     4. offices
  3. Laundry service includes .
     1. washing
     2. dry cleaning
     3. washing and ironing
     4. pressing
  4. Some hotels provide child care services as function of

.



* + 1. the front office
    2. house keeping department
    3. engineering department
    4. food and beverage department
  1. The head houseman is responsible for the distribution of cleaning and .



* + 1. room service
    2. turn-down service
    3. laundry service
    4. guest room supplies
  1. The main responsibiiity of the day shift in housekeeping is to clean .



* + 1. all the guestrooms
    2. public areas
    3. offices
    4. the linen room
  1. The unclaimed articles are usually held in the housekeeping department for .
     1. one or two months
     2. three or six months
     3. two or four months
     4. five or six months
  2. The major communication for room assignment is with

.

* + 1. engineering department
    2. food and beverage department
    3. accounting department
    4. the front office
  1. The head quarters of the housekeeping department is in



.

* + 1. the guestroom
    2. the linen room
    3. the closet
    4. the lobby



* 1. Before going off duty, the housekeeper will for the next shift.
     1. report
     2. make a contact
     3. fill the linen cart with supplies
     4. shampoo carpets



###### Translation:

* 1. 客房管理包括清扫房间、调换订上用品、洗烫衣物等。
  2. 客房部经理负责客房部的工作。保持客房和公共场所的干净整洁都在他的职责范围之内。
  3. 洗衣部负责洗涤织物，洗烫服务包括干洗和烫熨。
  4. 贵宾就是非常重要人物。在饭店中，贵宾既可以是知名人士也可以是常客。
  5. 比较繁重的工作通常由客房男服务员来做。他们的工作包括擦玻璃、洗地毯、打扫饭店的公共场所。

# 第十二单元

课文 **A**

##### 饭店市场营销

什么是营销？这个术语常常错误地等同于销售或广告和公



关。虽然它包括这些活动，但有更多的内容。营销要综合运用销售、广告、公关、促销、推销和定价，从而获取最大利润。这是把购买方和卖方带到一起的成组成对的商务活动。

营销是顾客看得见的饭店业务活动，除销售，广告和公关还有其他的重要业务活动，例如形势分析（搞清客人想要什么， 需要什么和企业如何提供恰当的服务），作价格决策和提出发展策略与别的企业竞争相同的客源都是营销活动，它们对今日的饭店经营的成功至关重要。



营销和销售组织

与别的决策和部门一样，营销和销售的组织结构取决于企业的具体需求。营销部的头是营销总经理。营销处主任属总经理助理领导，然后他领导 4 个方面的人员。



销售经理——他管理销售代表（越来越多称之销售经办人） 和高职人员。销售部负责团体业务如：协会和公司的会议业务， 旅行旅游业务（经常去旅行社和旅游公司）等等。如会议不需要预订餐饮服务和客房，这就由会议服务部负责。如果会议用客房和/或需要餐饮服务，销售部就要与饭店其他部门联系。

会务服务经理——他负责销售部销售的团体客户需要的会场。通常会务部负责与新客户预定后的所有的联系。在别的一些企业，会务处主任的职责要到会议准备工作开始时才执行。如：会议需要餐饮服务，会务部必须与饮食部密切配合工作。

广告经理——他负责制定广告预算，决定哪些媒体是企业广告的效发布单位，制定广告用语和/或与饭店的广告代理人一起工作。

公关经理——他负责制定和执行短期和长期的计划，保证饭店呈现在社会和和服务市场面前的良好形象，并保持长期一致。

### 利益



饭店客人是灵活的，不会只光顾某一特定的饭店，他们普遍受社会和技术环境的变化影响。多数人受过高等教育，通过商务或休闲都熟知各种服务和标准。此外在服务接待和休闲业中有更多竞争对手试图让顾客享用它们的商品和服务。因此饭店经理如想达到其经营目标，即生存和获得，不得不努力工作， 营销他们饭店的产品。



饭店要以市场为主，重要的是必须进行系统的市场研究和市场细分，确定顾客需要。以顾客为主的活动结果是使全行业的提高标准，从而改善行业总体感觉。采用市场营销概念也许会激发员工的主人翁精神，因为大部分人都希望自己的成功与饭店联系起来，当然对饭店的利益是显而易见的。



### 实施贯彻

营销的概念和原则由参与者通过营销组合来实施的——即

“四 P”：即产品、促销、定价和地段。

### 产品

必须考虑产品的三个方面：

1． 饭店业的产品与制造业不一样，在有些方面营销工作更难。这些差异一般认为是多样、无形、不可分开和不可保留。

2． 提供给每个市场的产品要素各不相同，当计划营销工

作时，营销人员必须要考虑。例如：产品包装给经销商与给旅行代理人就不一样，营销经理在计划营销时必须考虑一点。

3． 产品寿命周期的概念。人们一致认可产品有期限，只有在期限内才能获得，因而需要开发新产品，在这个行业中有特别意义。这样的例子有：火车站附近的饭店减少，而大机场附近会出现许多现代化饭店大楼。

### 促销



促销是一个通用名称，用于说明营销中交际。营销组合的技巧包括以下几方面：

1． 通过媒体——电视、报纸、杂志、广播电台、影院和广告片等。



2． 个人销售——是一个人试图说服另一个人购买，面对面或通过电话进行。这是最常用的方法，应对所有的员工都培训做这种销售。

3． 销售促销就是短期奖励购物，例如：预定一餐送一瓶酒。

4． 公关——公关服务就是与潜在买方市场所在地有影响的团体建立良好的关系。



5． 直接——邮寄把邮件寄给潜在的买家。

6． 推销通常的形式是展示或展览，既可在交易会也可在饭店进行，例如：婚礼一条龙全包服务。

7． 宣传——通过运动比赛/名人无偿广告，如：在当地报纸报道名人入住饭店。

8．赞助——饭店出资赞助，如：给慈善单位或运动比赛 使用以上方法取决于要争取的目标观众、可得到的资源和

某一活动以往的成功率。

### 定价

定价是饭店业主的营销组合最生要的变数之至，确实它总能得到应有的重视。顾客对产品的价格和质量之间关系有强烈的感受。有的对价格不特别在意，例如：许多顾客在称之为高档餐厅用餐准备为一顿特色菜付高价。

在饭店业固定成本比例一般很高，不论经营情况如何，成本都是不变的。因此定价策略是营销组合中一个重要因素。通常有两种观点：成本为主和市场为主。即使在一个饭店内，对产品不同要素使用不同的定价策略。



饭店使用的定价策略如下：

1． 成本加成。



2． 保本定价。

3． 捐款定价。

4． 市场定价。

5． 级差定价。

### 地段



饭店的地段是决定营销成败的主要因素，如一旦地段定了就不易改变。鉴于这个原因选择最佳的方便顾客的位置很重要。

### 评估

营销一定是企业的内部变化发展的主要动因，所以要对营销每个要素不断地评价和重新评估。在计划进行中，经常要确定目的和目标，它们也一定要立即评估。产品政策和提供的产品应该检查，保证顾客继续满意。

市场细分的策略也必须不断评估，确保最有利的市场一般

都能等到。对产品消费需求方式和变化应该要关注并作出对未来影响的结论。

产品组合中每个要素的地位应该评估以期在每个市场消费者的需求和满意最大化。这样例子如：对饮食服务部，酒吧， 客房的定位要按照消费者感受，以及对消费者购买行为的影响进行。决定总利润也要密切关注价格变化。

促销方针和执行是大多数饭店的核心。



### 结论

以顾客为本的概念应该是经营的中心，体现到每项工作中， 是决策主要控制因素之一。

对管理层的挑战就是他们要意识到营销不能只是流于形式，它需要计划、实施、控制和评估。更重要的是，它是一个持续过程，而不是在预先设定好的场合下进行的。营销对一个饭店来说至关重要，它提供了最大的机会并把对影响饭店生存的威胁和危险减到最小。



课文 **B**



##### 旅游市场新挑战

旅行市场：主要特点

休闲旅行当今已成为基本需要并成为商品。渴望和迫切要示旅行和去“一个地方”现在看作为理所当然的事。总之，可以说，无论什么情况人们一定会抽时间采取一定的方法旅行。他们的旅行可以攻玉是短途，某个时候来个长假，或变更旅行标准等等，但赞许是必定的。

需求为断地增长已导致旅游业调整发展。现在我们下面星

相当量的过剩接待力。航空和别的交通业运力充裕。旅游经营者推出大量的全包旅行。在目的地吸引客人、决策者和产品经理的不仅仅是诱惑的价格，不有促销手段和大量的奖励，刺激他们住进接待力巨大的饭店。节假日价格有明显的下降趋势。人们应该注意到，在这样的环境背景下，30 年前可去的旅行和价格与现在旅行的便捷和低价不能同日而语。

随度假者的人数不断增加和旅游区的普遍发展，旅游业已经并仍然在进行变革和集中



### 信息——竞争发动机

信息领域的巨大发展对旅游业已有其影响，是刺激竞争的主要发动机。今天信息技术在经营师大的业务中夫总是经营者竞争力的唯一最大因素，实际上高度掌握信息技术能保证竞争优势。



信息技术不仅降低经营费用也能提高生产力，它开辟了营销新渠道，直接销售互动的电视旅行社或交易和最终通过互联网一对一的营销。

### 不断变化消费行为压力



至今种类产品和服务的消费者与不久前的消费者大不一样。我们每天都能接触到源源不断信息，毫不夸张地说，用指尖就可得到几乎各式话题的信息，事实详情，这样，现在消费者就具备以往没有的技能并有信心确定要求，提出要求，作选择和决策。

现代消费者带有强烈个人倾向或个人生活方式的购买力， 不会不对旅游业没有影响。他们不断增加的业余时间，对休闲活动的加深认识，对需要更多较智囊的旅行和假日已经使旅游业适应这种情况。新的旅游产品上市；灵活散客施的节目已经压倒团体包谷旅游，它过去是休闲旅游的主体。此外越来越透

明的市场和产品的信息提高了消费者的价格意识，结果坦步推动行业的价格竞争。

### 旅游市场的工作流程

由于消费行为的不断变化和新技术的投入，旅游市场的传统劳力也正在发生决定性的变化，主要从业人员的以往分工清晰的工作和定位正在重新定义。他们的工作范围内和面临市场由于越来越重叠也越来越模糊。



### 明日的消费者

明日的消费者不仅进一步增加知识的技能，不会在越来越多的要求和期待。市场透明度必将增大，消费者知道有信息提供，必将希望阴关和信息，无需自己的悼念，除了物价优惠， 单独 选择价格和决定性价格时代大都江堰市一去不复返了。



“时间就是金钱”的佳话不仅是时髦的话，虽然它对不同的人有不同意义。随着前面提到的个人生活方式的发展，旅行个性货摊趋势，在世界范围的旅游市场某些开发项目已停止。除了少数人，人们几乎不会于生态考虑不去购买某项旅游区节目，除非这个节目严重的自己的和感觉。经销商的声誉因环境而受损的话，可能性发生的事消费者远离它的品牌，这样的开发是不可能预见的，但现在不能这个。



### 新旅游市场的挑战

消费基金者在市场大量的建议和选择中寻找指南和指向， 就是有一个他们能确定和找到普通劳动者价值的地方。优秀的品牌是目的标志，有吸引力，劣质的品牌大多不受人注意，其产品和服务必然需求不大。

###### Multiple Choice:

* 1. It is obvious that activities selling, advertising, and public relations become important.
     1. other than
     2. other then
     3. such
     4. others



* 1. is true with other divisions and departments, the specific organizational structure of marketing and sales will depend on the specific needs of the property.
     1. That
     2. What



* + 1. Which
    2. As
  1. The hotel customer is currently being subjected

changes in the social and technological environment.

* + 1. to
    2. with



* + 1. of
    2. in
  1. it is essential that customers’ needs are ascertained by the use of systematic market research.
     1. For hotel to market orient
     2. For hotel to be market oriented
     3. Of hotel to market orient
     4. Of hotel to be market oriented
  2. Staff may also be motivated by the adoption of the marketing concept as most employees wish to be associated with successful business ventures. In this sentence “as” means .
     1. when
     2. like
     3. because
     4. so
  3. The three main aspects of the product must be taken into

.

* + 1. count



* + 1. accounting
    2. account
    3. an account
  1. The choice of technique depends on the target audience

 .



* + 1. to reach
    2. reaching
    3. to be reached
    4. reached
  1. Pricing does always receive the attention it .
     1. preserve



* + 1. observe
    2. conserve
    3. deserve
  1. The marketing activity must be the major agent of change within the organization, continual evaluation and reappraisal of each element of marketing is essential.
     1. therefore
     2. however
     3. yet
     4. nevertheless
  2. Marketing is essential if a hotel maximize its

opportunities and minimize the treats and risks to survival.

* + 1. has to
    2. is to
    3. was to
    4. had to

###### Translation:

* 1. 每一个企业都要与其他接待相同顾客的企业竞争。



* 1. 媒体是企业广告效的发布单位。
  2. 大多数雇员希望能与成功的企业联系在一起。
  3. 经理部必须评估每项促销策略对所有促销目标起多少作用。



* 1. 营销概念现在正在许多不发达区得到承认。

6.

课文 A

# 第十三单元

## 饭店会计

饭店经理每天要做出许多经营决策，他们靠报告了解决策的有效性。为了做决策，为了对报告有个总体了解，经理通过会计系统来掌握财务信息。一个好的经理必须了解和利用会计信息使工作有成效。经理保证要有精确和及时的会计信息，因为每日经营决策由此而定，定期报告也是根据它做的。经理必须完全了解会计系统如何积累和处理财务信息。



### 什么是会计？

会计可以看作“经营语言”。会计有其自己的词汇、规则、 程序来登记、分类、汇总财务信息，做出有意义的报表。经理

也许对新菜单和接待服务有非常好的创意，但在成为现实之前必须用数字表达——这就是会计信号。会计系统为有新创意的潜在价值作估价和核算。一旦要实施这些新想法，会计要详细估计实现计划的程度情况。会计是为达到目标（有利润或效益） 的手段，而它本身不是最终目的。

### 谁管理会计系统？



最高层经理最终负责企业财务状况，但由于总经理特别忙， 有大量重要工作，需要助于管理财务。小企业可以有一位簿记员或请外面会计师设计和管理会计系统，大企业需要几个员工登记和汇总或餐厅发生的大量财务往来。不管企业规模大小如何，会计人员必须有专业知识和技能，还应该有经验，客观地判断并注意为管理层决策提供及时准确的信息。这样的财务专家一般称财务总监或现在不太常称的审计长。会计系统应该有财务信息分类和汇总，财务报表和财务信息状况说明必须送交高层管理。



### 会计类别



会计师对会计分类各不相同，但大多数人都同意划分为财务会计、成本会计、管理会计、税务会计、审计和会计系统， 它们之间既有不同又有关联。

财务会计涉及收益、支出、资产和债务，采用基本的会计流程登帐、分类和汇总。

成本会计涉及凳帐、分类、分配以及报告日前的成本和未来成本。成本会计师按部门、工作、责任、产品和/或服务来决定成本。成本会计的主要目的是帮助经营人员控制经营。

管理会计目的是为饭店经营的各级管理部门提供信息从而加强管理。管理会计作各种经营报告，其中要与预算作比较。这些报告的主要目的是提供深层次信息作为管理决策根据。管

理会计在饭店各部门和在其他单位也许各不相同，所以管理会计师所用的管理科学技术也各有异。

税务会计是一门审核和填写交有关政府单位的税收报表。制定最小完税额的计划是税务会计师最重要的工作。重点是销售、许可证、工资和财产税。饭店既可雇用税务会计师也可请注册会计事务所的税务会计。

审计工作大多数由独立的外部财务审计师担当，他经常查饭店经营的财务报告。



过去几年中饭店已雇用内部的审计师。他们的主要工作是审查和评估内部控制系统。许多大饭店公司都有一套内部审计员，对下属的饭店审计协助加强经营管理。

最后虽会计系统。它的工作人员审核单位的信息系统，不仅包括会计系统也包括其他的信息系统：如客人的预订。由于饭店越来越多的经营工作计算机化，许多会计系统行家是电子数据处理专家如编程工程师和系统分析师。随着信息革命的继续，饭店企业会计系统员工的扩容趋势也将继续。



### 会计周期



为保证正确的精确记载财务往来，会计师已制定一套基本工作程序称之为会计周期。

### 管理会计

管理会计指的是用于处理历史和预测的住处的技术和概念，经理用它来做计划和控制决策。会计系统产生的数据必须分析和解读，看是否有意义。饭店经理使用各种不同的分析技术和报表来控制和计划饭店的经营管理。

### 内部控制

小饭店的记帐和控制系统仅局限于应对政府部门和债权人

的要求。由于小饭店业主自己负责所有的现金收入和支出，他们能保证业务顺利有效。但是随着企业的扩大或经营几个饭店， 经理越来越需要及时准确的报表和分析系统，从而控制管理业务。

### 其他会计管理技术

除了控制和预算还有许多管理会计系统。事实上管理会计系统的唯一局限是所得信息的逻辑性和有用性。其他重要的技术是成本分析，成本──营业额──利润分析和现金预算。



一量成本分析成可变和固定成本，经理可以使用成本── 营业额──利润分析成本法回答以下问题：



* 客房率多少是饭店的保本点
* 可变成本或固定成本增加或减少，销售会怎样？
* 如售价降低，供应多少饮食量才可维持同样的利润水准？现金预算特别有篮球控制饭店的现金流动。其目的是保证饭

店一定要支付到期的账单，现金过分充裕时，多余的钱就可作明知的投资。现金预算与经营预算的区别是它表示何时收齐现金，何时支付支出。而经营预算表示何时进行销售（不是何时收到现金）和何时支出（不是何时收到付款）。非常可能饭店在经营预算和收入报告中表示获得了利润，却没有足够的现金支付到期的账单。



### 会计周期（流程）

开始（下次） 会 计 周 期

（ 记 往 来日记账）

将日记账登 录 入 总分类账

制 作 试算表

作调整

制作结清后的试算表



结 清 收 益 和支出账

制作

财务报告

制作

调整试算表



课文 **B**

##### 饭店定价策略



饭店客房定价的一个重大问题是难确定需求和成本间的必

要关系。其结果饭店业倾向合用平均成本。平均成本定价经济效率很低，特别是饭店，因为它有相当大的固定成本，最典型的是它预订出许多客房面客人要过很长期间才入住的用房。

长期以来饭店有一整套明确折扣制度，所以客人都希望和依赖折。这些折扣大部分会混乱定价，因为折扣的依据明显不能反映追求最高的供需条件。

### 消费者的不同需要

饭店业面对大量不同的消费者，他们有不同的需求，因而

就有不同的旅行目的。一般这些目的分为休闲、度假（商务） 和出席专业会议及其他不同团体的聚会。

休闲饭店者往往对价格很敏感，愿意很早地订房保证得以低价。这部分市场大体上有负面的影响，但相对灵活的价格对客房需求是有弹性的，度假或商务旅游者日程变动大，不能像休闲旅游者那样很早订房，在订房周期内订得相对地晚一点， 但确定之后，他们的旅游可能是很紧急的。因此这部分人很可能对收取的价格没有休闲旅游者那么敏感。他们有负面相地非弹性价格的需求弹性。团体商务既具有休闲者的特性也有商务旅行者的特性。



团体需要很多的客房以及其他需求，它们要早作日程安排， 他们往往由专业会议组织者安排。这些人了解会议的经济规模， 他们往往由专业会议组织者安排。这些人了解会议的经济规模， 因此，团体对价格特别敏感。一般认为团体在价格需求弹性方面处于休闲和商务旅游者之间。



从概念上看，除了以上三种还有许多市场需求部分，相同的有不同收入层次、年龄段、个性、休闲或商务种类。向已故亲人悼别的、度假休闲、旅游者他们的动机要远强于度假人或周末去相邻城市游玩的人，公关或一日办事的商务旅游者的动机完全不同于高收入持有无限额支出帐户的经理。同样团体成员的需求也是不同的。有的人是商务旅游者，用支出帐户旅行， 有的人是休闲旅游者，花自己的钱



### 各市场部分需求变动

许多客房都被很早预定，这对饭店的计划目标很有用。大量没有的散客会增加业务的不稳定性，使定价策略得复杂化。提前预订极大地有利于对需求的日常管理。但不同的消费市场对各自的预订范围和预订期限又不径相同。

预订必须得有个下限，这是因为预订的客人不来而产生的

问题所致（一般称为“预定而没来的客人”）

### 产品的非保留性

客房只要有一天不出租就失去一天的效益。此房以后可能出租，但失去的收益永远收不回来，基于这个原因，就设有重奖奖励高客房率。这个非保留性是许多服务行业和接待行业都有的如航空公司。有的航空公司率先采用收益管理策略，其中的某一部分是为保持服务水平而特设的奖励。



### 高固定成本

高固定成本加重了客房业务的非保留特性，这就是说没有出租客房对饭店来说是没有积累效益的。基本成本与建造和维持饭店运行有关，与出租客房的数量无关。



与客房部有关的变动成本仅占客房部收入的四分之一左右，这个特点强烈鼓励低价出租，而不让客房空着。但如果公司要长期营业，固定成本还必须支付。

另外一点，这种行业也许不愿意给客房折扣是因为有了“统一价格”的概念，即客房一旦打折，顾客以后也就不想付高的房价了。



### 固定客房率

尽管需求多变，不可预测，但短期内的可供客房数往往相对比较固定。

### 区分提供的服务

由于有一大套供房方式，客房定价是复杂的。A 应对不同客房的需求（有景观房的，保护隐私的，远离噪音、或其他使人分心的事等）B 床位数量和床的尺寸不同，以及其他提供不同服务层次的变化。定价策略传统做法是把价位与上述的一些

情况联系在一起，决不会是别的情况。这些情况的客房是难以用最优法定价，因为它们对不同消费者存在不同的价位，但它们对饭店的成本有重大的意义。增加游泳池，客房送餐和会务活动都是成本昂贵的服务，必须用收益来填补。

### 经济定价原则

分配存量：合适的定价政策就是根据在预订周期内一个客户一天最大的需求基础上分配已有的客房存量。



市场细分：其次，合适的定价策略针对客人不同的主要分类，采用市场细分原则，如休闲、商务、团体。

### 特点



最后不能忽视饭店客房定价几个特点的重要性。它们是 A： 住房时间的长短不一 B：宴会和其他大的餐饮服务的统一采购，会场面积和饭店其他主要产品 C：订房不足和超额预订问题 D： 主要服务的变动如客房和床位类型或餐饮服务的种类 E：竞争对手运用的明扣的普通方式。接待数量大的顾客要给折扣，给政府雇员的折扣和旅行折扣。最后一点，认识公关目的比认识竞争原因更重要。



### 经济定价原则实例

折扣和增加服务：这是要鼓励客人住饭店时间尽量延长并使用另外的服务，如举办宴会和使用会议室。为此原因，数量折扣应适应于基本房价，特别在在商务旅游或其他客房率低谷期间，住房时间超过周末。最理想的是这些折扣应该与使用附加服务的价值联系起来，但难以确定。实际操作中，有许多合理简单的做法应该拓展。居住时间至少三天，超过三天就可给予折扣，住七天打九折。相似的做法也适用于租用会场和大型

宴会销售，都可在预订时决定。

政府工作人员和租房多的公司，住房打折就应该作另一类市场对待处理。应该意识到，承认这些团体对价格更为敏感， 但有房就要接待。不过对这样的市场的优先较低，在客房率接近客满期间可不予接待，除非他们有签过合同或持有大的经营份额。

大床或加床，大房间或位置好的客房（景观好）或客房加床等增值服务，如要增加饭店成本或客人所得的服务价值高都要附加收费。这种做法目前在大多数饭店已是标准程序，建议要继续执行。但名义上会增加饭店成本的附加服务。如随意选用特大号床或客房加床，饭店权当促销优惠。以最低成本使客人得到的服务价值增加，就无须另收费。许多一流饭店都是这个立场。



超额预订的策略：有可能就要避免超额预订，因为它会增加散客的额外费用，甚至可能引起法律责任。信用卡担保或预订的预付已大大减少了这个问题，但虽然许多饭店依然会有5% 的预订客人没来，也不愿意对担保预订收费，以免可能会产生的误会。有的客人住店时间比预订的长也会迫使饭店处于超额预订状态。



如饭店有严重的预订没来的问题，就应该制定起额预订策略，有客房空着的成本很高，要是计划好是不会租不出的，制定这样策略的第一个要求是要有预订没来的历史记录，从中计算出概率。

### 预订预测

许多统计学科根据过去的历史情况能用于预测预订。

目前的预测方法一般不超过未来 45 天。这样的时间只限于预订期的前期阶段。而用于商务客人的大多数客房在预订期的后期预定，对价格更加敏感的商务团体和休闲旅游者必须更早

地作出定价决定。

### 把预订价格和市场分开

没人能防止客人询问预订房价后而取消先前的预订。大多数客人不会问，但如果问及时应该给他们当时的低价。价格升的可能性比降的可能性大，因为在预订期内价格弹性预计都是下降的。这样客人都乐于作出提早预订的明知之举。不要使客人恼火，否则没有好处。



只有向全体旅游者价格打折的先例，不过没有向商务客人额外收费的先例。这种问题已经降到最低程度，因为休闲和团体旅游者倾向于提早预订而商务客人则是预定较晚。此外，有了价格差额可以这样处理，只要指出这段时间休假旅游者享受特别折扣。根据不同市场的人有许多种价差是普通现象，预订折扣很容易做到。团体折扣当然已是很普遍。



###### Ⅰ.Multiple Choice

1.  managers are responsible for the accuracy and timeliness of the accounting information,it is imperative that man-agers thoroghly understand how the accounting system accunlate and process financial information.



A.Because of B.For C.Since D.While

1. Accounting can the language business. A.think of as

B.thought of as C.be thought of D.be thought of as

1. These systems help to assess extent which plans become realities

A.to B.at C.in D.of

1. The general manager is busy a wide range of responsibilities



A.with B.in C.of D.at



1. Regardless of property size,accounting personnel must possess specialized technical knowledge and skills.In this sentence regardless of mesns

A.Despite

B.Without thinking about C.Thinking about D.Owing to



1. Management accounting is the branch of accounting to provide

A.designcd B.designing C.design D.to design

1. ,but services of tax accountans employed by certitied public accounting firms also used.

A.Not only tax accountants are employed by hospitality operations

B.Not only are employed tax accountants by hospitality operations

C.Not only hospitality operations employed tax accountants D.Not only are tax accountants employed by hospitality

operaitons

1. Auditing is most often associated with the independnt external audit called a financial audit In this sentence “associate” means



A.collect B.correct C.connect D.think



1. Managers are constantly faced with situations the knowledge of cost helps in decision-making.
2. that B.when C.which D.where



1. The operation has to pay bills . A.due to
2. when due C.when it due D.as due

###### Ⅱ.Translation:

1.会计是达到目标的工具（盈利或高效率企业）。

2.会计师门已建立了一整套会计主要程序。

3.管理会计指的是经理用于处理历史的和预测的信息。

4.会计系统产生的数据必须分析和解读。

5.内部管理由经理所用的程序和方法组成。

# 第十四单元



课文 **A**

##### 工程维修



工程维修在饭店管理中非常重要，饭店的大楼没有经常不

断的维修不会有效率高的经营。大楼及装修在内部的各系统需要维修，损坏的要修理和更换，控制系统和设备要校准，对能产生安全问题的地方要重视，还要作必要的大修和修复。如不充分的重视这些要求，大楼的运作会有问题，这会影响客人对饭店服务质量的看法，影响员工的工作气氛，客人和员要的安全以及经营利润。



工程部的职责是维修机器设备。现代化的饭店有大量的复杂的设备，其中有取暖和空调系统，电梯，自动楼梯，电气和管道维护，油漆房间和公用地区，修理损坏和用坏的家具，修理管道和照明设施，修补地毯，作日常的维护和一些其他小修工作。工程部的职务有总工程师、空调工程师、管道工、木工、电工，洗衣房和厨房设备维修工。

维修类别

饭店业维修分为五类----日常、保养、定期、紧急事故和客房维修。

一、日常维修

日常维修工作就是整个饭店的一般保养，每日一次或每周一次，员工培训和技能要求较低。这些日常维修工作不纳入正式工作任务系统中，就没有专门维修时间和材料的记录。例如清扫地毯、洗刷地板、擦洗容易擦的玻璃窗、割草、清理客房、铲雪和更换烧坏的电灯泡。

在饭店内许多日常的维修是客房部做的。客房部对大楼的维修工作的业绩有时被人疏忽。客房部对大楼的许多表面和材料的足够注意是整个维修计划的第一步。



二、保养维修

与日常维修相比，保养维修更具目的性和具体性，它是巡视和决策成分超过平时值班人员一般职责，保养维修工作周期远远长于日常维修，它要求其工作人员具有更高的培训和技能。保养维修往往按照供应商和大楼工程师的指导要求进行的。保养维修能延长设备寿命，最大降低设备事故，目的是使设备的运行保持或接近额定水平。



保养维修分三部分，巡视，小修和启用。巡视一般使用检查单，它的工作如：读出仪表数字并作记录，寻找渗漏，听有无异常声响，检查异常振动，检查装车和设备的工作情况，一般来说要观察需要保养维修的区域和设备。



保养维修的小修有修理、调整、更换等等，都要在巡视时进行。巡视工要带着工具和工作需要的备件。保养维修单的目的就是让员要知道要更换什么。

写用工单是以上各个工作逻辑的发展结果。

三、定期维修

定期维修指的是饭店根据工作任务书或相似的文件所发现的问题或需要提出的维修工作。保养维修能延迟问题的发生或作小修改，而定期维修意图是以与饭店整个需求相一致的有秩

序而及时方式满足已知的要求。

四、紧急事故维修

紧急维修无疑是昂贵的维修，一般它总是要求终止已排定的服务，就可能（或已经）造成问题，使客房退出服务或给客人造成不便，也可以使工作场所的质量下降，及相似问题。一般说可以推迟解决这样紧急问题，但带来很大的不方便。

根据提出者是谁，紧急维修分为两类。一是客人提的，往往有关于客房有失灵的设备。需要快速和礼貌回应，或是去修理或是把客人换到另一个房间（有关人员不希望一定要这样）。这个例子中紧急事故与客人对饭店的感受直接有关。二是如果员工提出的，立刻出现的问题也许不是客人的满意不满意，而可能是，如果问题不解决最终会造成客人不满。这一类例子如厨房的排水、阴井阻塞或游泳池的热水器损坏。



事故维修一般认为是最昂贵的，因为除了修理成本，结果往往有潜在的业务和生意损失。

五、客房维修

客房维修在饭店业有特殊意义

对于客人客房是住饭店时最看得见的地方之一



客房维修简单工作常常是工程部的大部分工作目标

前台工作人员不必担忧退出服务的客房和不愉快的客人。

### 员工培训

维修部门培训与饭店其他部门的有些不同。维修部雇用的许多人（电气工、油漆工、木工）都已有专业的技能。虽然有的工作职责可保持它们的技能水平，但培训的重点是让他们了解饭店的雇用标准和具体要求。这种培训可以分为总体培训、部门培训和岗位专业培训。

总体培训要告知单位全体员工必须遵守的守则，还告知福利、工作时间、出入、行李带出、制服、打上工卡和全体员工

其他共同项目。这样的培训可以由人事部为新员工举办，也可由各自的部门操作。

### 维修管理系统

为了有效的管理维修，要有记录，采用一些管理制度，制定工作标准。没有正确的部门工作程序，维修工作成本高而又不及时。



### 记录文件

大楼设备及它们的维修记录文件是工程部有效管理的主要因素。虽然我们强调与维修工作有关的记录文件，一定要想到文件这一。大楼蓝图常常指的是建成之后历年内发生大楼布局， 控制系统、电气及其他方面的改变。最理想的是这些改变都要在整套蓝图上标注，保存一套最新的，能表示大楼的现况的蓝图。这样理想情况是很少能达到的。但工程部蓝图越精确，动工时发生的意外就越少，工程部经手的工程所需的当前大楼蓝图资料的成本就越低，部门经理换人或更换员工也越容易。



课文 **B**



旅客安全

安全是饭店经理重要职责之一。客人都希望在一个稳妥安全的场所安睡、会客、就餐和娱乐。在饭店经营中安全指的是防偷、防火和其他紧急情况。

饭店经营保证安全主要的工作是保护人员和财产安全，客房安全钥匙保管、周边保卫等等。每个饭店都有区别，对安全的要求也不尽相同。

安全应该承认并作为管理工具，饭店不管是需要很多的保

安人员还是一个到几个的管理人员，安全的职责都要明确制定并执行，在制定工作守则时所有饭店管理层人员和管理员队伍都要参与。

### 注意可疑情况

饭店虽是向大众开放，但也是私有财产。饭店经营者有责任监视，有分寸的掌握楼内人员的活动，在这些方面饭店应订立如何接触和对待无关人员的制度。



允许进入客房区的人，有客人，客人的来访者和在责任区工作的客房部上班员工。员工可双是有效的保安力量的一部分

-----特别是在客房区。要对客房部员工进行培训使他们能发现可疑情况，无关人员和不受欢迎的人，看到闲逛、窥视门、敲门、紧张的人应该视为可疑，并要靠近。



对无关人员和不受欢迎的人要谨慎接近。如果员工感到受威胁或有危险，不要接近此人，而是到一个安全地方如储藏室， 锁上门，给前台或保安打电话。

如果一定要接近此人，员工要有礼貌。应该问他是否有事要帮忙，但不要说得太久。如果此人自称是客人，服务员要求看一下钥匙。如果不是客人，或是没有钥匙，服务员就各他说明饭店的规定并告诉他去前台的路。然后看他是否朝指的方向走去，之后打电话给前台或保安。



员工的朋友和访客不允许进入客房区或员工更衣间。饭店经理部选定指定的地方让他们等着与员工见面，这种做法可以减少偷窃可能。

### 客房安全

客房区安全对保证客人和员工的安全很重要。客房服务员尊重客人的财产，不可打开客人的行李和包裹，窥视客人的抽屉和衣橱。有的饭店制度不准服务员移动客人财物。这样规定

他们清扫客人物品周围的地方。

有的客人把贵重物品放在枕套内和靠垫之间，服务员在换布件时要格外小心。其他放贵重物品地方有衣橱顶和灯座下。清扫时服务员应该一直敞开门，手推车停在房门口阻止有

人从外面进入。此时如客人想进来服务员应礼貌地问客人姓名， 并要求出示钥匙，这就能保证清扫的房间是此客人住的。如客人没有钥匙，服务员告诉客人与前台联系。光想看看客房的客人是不允许进入的。服务员还要解释这是饭店的规定是为了客人的安全。



客房从不允许开着门而没有照看。清扫时，如服务员一定要离房，出去时要锁门，这个程序必须执行，即使离开几分钟也要这样做。



清扫之后所有的窗子和玻璃门都应该上锁，检查客房门看看是否锁了。不幸的是如果客人在客房内丢失一件物品，他们常会指认服务员。这就是要服务员对客人的物品关心周到和防止客房的任何失窃的另一原因。从大体上看一个谨慎和仔细的员工有利饭店的整体安全和客人的安全以及无扰乱的住店。

### 火灾



火警系统。消防控制系统，由于饭店火灾灾难影响都大， 美国各州和联邦政府法规，对饭店有更多的消防安全要求，要求包括安装烟雾探测器，灭火系统和警报。

烟雾探测器。烟雾探测器，饭店房间普遍都装烟雾探测器。有的探测器，与饭店警报系统之外的其他难熔的电线连接。有了烟雾。不仅仅在房间和现场响起警报而且在前台和维修部办公室控制板也响。

烟雾探测器测到烟就启动。

没有火灾烟雾探测器也报警。时间长的热水澡的蒸汽和客人抽烟的烟有时也引起报警。

灭火系统。灭火系统有喷淋器喷水灭火。

火警阀。火警可以由烟雾探测器、热探测器、喷淋系统和火警阀发出。火警阀高在公共部位例如大堂、走廊、电梯、出口等附近。这些阀是红色，需要人打碎玻璃或拉阀报警。员工应该知道它们的位置，在发现火和烟时他们知道如何报警。

消防安全培训。客房部员工要参与火灾时疏散客人和其他员工。有些情况要求客房部员工在还没着火的楼层客房寻找客人，确保全体客人撤离饭店。消防安全培训很重要，因此员工在实际紧急情况就知道镇定、作出专业的应对。



消防安全培训也应该指导发生火灾怎样报警，采取什么措施。培训教育应该有紧急疏散程序，列出客房员工的主要责任。培训应介绍紧急疏散后全体员工点名的方法。并告知在饭店指定的地方集合。



火灾的大部分死亡和伤害是烟和毒雾造成的-----不是火， 所以应该向员工演示怎样从充满烟雾的过道和房间逃出。要从这样的房间逃生，员工必须紧贴地面，用湿毛巾堵住嘴和鼻。要告诉员工火灾绝不能使用电梯，离开大楼一定走消防通道或楼梯。



指导员工如何扑灭垃圾箱或小范围的小火。各种尺寸不同的手提灭火器用于不同火势。告知员工灭火器的位置和如何使用。

### 钥匙保管控制

正确钥匙保管程序对客人安全和隐私权很重要。控制保管钥匙能减少客人和饭店失窃。客房部负责四种钥匙：应急钥匙、万能钥匙、贮藏室和客房钥匙。

钥匙类别。应急钥匙可开饭店的所有的门，甚至于客人已上双锁的门。

万能钥匙可开一个以上的房门。万能钥匙分三等：最高等

级是全万能，可开所有的房门，常常是所有储藏室门。如果客人把门锁死，这种钥匙就打不开。在一定要进入饭店一些和全部场所的紧急情况下，员工可以使用万能钥匙。它们存放在前台一备应这样的急。

第二等级钥匙是区域性的，这类钥匙只能开饭店某一区域的所有的门。可以发给检查员一个以上这样的钥匙因为他可能要检查几个服务员的工作。



第三等级是楼面钥匙。一般说服务员发有这样的钥匙可开分配他/她清扫的房间。如要求他扫的房间不止一个楼层或区域，就得有一个以上的这样的钥匙。楼层钥匙能开通本楼面的贮藏室——除非该室有专门的钥匙或用别的万能钥匙。

客房钥匙是发给客人的，这类钥匙只开一个客房，不用时存放在前台。



钥匙控管程序。使用记录本监控万能钥匙的分发。记录本注有领取日期、时间和领取人的签名。员工每次领取或归还都要在记录本上签名，发放钥匙的人也应该对每一次交接签名。在大饭店，布件间服务员分发和保管客房服务员的万能钥匙。在小饭店，由客房主管或前台负责。



领有钥匙的员工要一直随身带着，决不能借给客人和其他员工。签领的客房服务员要为钥匙负责，不能离开饭店。

钥匙丢失和失窃。钥匙丢失和失窃会造成安保问题。钥匙不见了，唯一的解决办法是为有关客房另换锁和更换钥匙既贵又费时，特别是第一等的万能钥匙。

钥匙卡系统。许多饭店使用钥匙卡系统。这种房间锁具使用一般的门锁和特殊塑料卡，卡起开门锁的钥匙作用。看上去像是信用卡，但带有孔眼，有的卡有磁条。这种系统使用电脑计算机编的密码卡开关门锁。

这个系统初次采购价格贵。但如卡遗失和遭窃另配的手续很快，不贵。计算机不会另配钥匙，而是为客房编新的门锁密

码。

万能钥匙可以通过电脑卡系统编制和取消。如果客房服务员负责一个以上的楼面，他只需要一张万能钥匙卡而不是几个楼面各一张卡。

### 失物招领

许多时候客房部要处理失物招领。招领的物品需存在安全的进出有限制的地方。每一班都要指定一个员工负责失物招领作为一部分工作。



大饭店布件间员工可以负责此事，小的饭店由客房领班或前台负责。员工发现客人遗留物品要立即交付给失物占领处。无论什么情况决不能放在不安全的地方，如服务员的手推车上。交到失物招领处的物品要挂标签、登记、安全存放。标签



要编号用于确定物品。登记册记录发现失物的日期、时间、地点及发现者。

登记册还要登记物品是否有物主认领及什么时候认领。 所有失物至少保留 90 天。90 天之后无人认领就应交管理

部门，由他们做适当的处置。许多饭店不无主失物捐给当地慈善机构。



###### 1. Multiple Choice :

1. A failure to provide adequate attention these needs can result in a poor operating performance of the building .
   1. of
   2. in
   3. for
   4. to
2. Routine maintenance activities are those which pertain to the general upkeep of the property recur on a regular basis. In this

sentence “pertain to” means .

* 1. belong to
  2. have
  3. result from
  4. keep on

1. Many maintenance activities department.
   1. carry on
   2. are carried on
   3. carry out
   4. are carried out

by the housekeeping



1. Preventive maintenance is directed and specifid.
   1. more much



* 1. much more
  2. very more
  3. more very

1. The preventive maintenance form itself gives the employee information on .



* 1. what to be replaced
  2. what replace
  3. what to replace
  4. what replacing

1. It is directed at keeping the equipment operating the rated level.
   1. at
   2. on
   3. in
   4. of
2. A prompt and courteous response which satisfies the guest with

a repair is .

* 1. call for
  2. call on
  3. called for
  4. called on

1. It is often performed by is available.
   1. whom



* 1. whoever
  2. whomever
  3. who

1.  training includes work orders, inventory control and emergency procedures.



* 1. So
  2. A
  3. Like
  4. Such

1. A constantly updated set of plans portrays the building

it actually exists.



* 1. like
  2. because
  3. as
  4. since

###### Translation:

1.大楼运行差会影响客人对质量的感觉。

2．维修工作包括修理损坏的家具和照明设施。

3．除了维修成本往往有业务的潜在损失。

4．培训主要重点是向员工告知企业的具体要求。

5．大楼的设备和记录对工程部有效管理有重大作用。

# 第十五单元



课文 **A**



##### 一个全球性行业



旅游已成为人类经历的一部分。早期航海有去新领域地殖

民，有法发动战争的，还有朝圣的，或者像十三世纪意大利探险家马可波罗穿越陌生的大陆开辟新的贸易道路。有些流浪者却是难民没有别的选择只能异地流亡，他们为饥荒、疾病或为政治、宗教所迫。他们面对的敌人和各种危险，往往来自强盗、恶劣的天气、野兽、和瘟疫、霍乱等疾病。



十八世纪后期工业革命开始后，旅行变得较容易，至少对于社会许多的特权阶层是这样。更结实的道路、铁路和蒸汽动力交通缩短了旅行时间，为工业发展创造更大的财富。这样就延生了诸如休闲和带薪假期的新观念。阿里斯多德们开始去温泉长途旅行或欧洲大陆的“大旅行”。

1800 年左右浪漫时代的出现点燃了寻求未知世界的新愿望。神秘的异乡客地风光，大山和文化吸引了作家和艺术家去了异国他乡，人类学家和生物学家进行探险，寻找遥远的陆地和民族。十九世纪未之前就已经出现整个旅游业，为有胆识的旅行者提供膳宿，有预订代理人，旅行指南，全包旅行、饭店、

铁路和井井有条的时间表。

而后的一个多世纪汽车的普及和道路、高速公路的扩展加速了跨大陆旅行，特别在欧洲和北美洲。但只是在二战之后出下了宽体商用喷气客机，以及高价汽油和廉价促销机票，使得国际旅行走向全球的广大阶层。

世界旅行组织——设在马德里的联合国附属研究机构收集全球的旅游资料，并帮助其 133 个成员国加强促进它们旅行部门。该组织定义的旅游是离开日常环境休闲、办事或出于其他原因一年以上的活动。



旅行技术重大进步加快了旅游发展。新的全球订房系统和计算机预定系统可使代理商落实航班发机票、订机票、订饭店和租车都很快。越来越多的个人旅行者——大多在工业国—— 直接通过互联网获取信息，费用往往很低，美国旅游业协会报告网上订航班和其他有关于旅游的人数在 1997 年至 2000 年翻



了五翻达到二千五百万。在 2000 年在这些服务上花了一百三十

亿美元以上，而 1997 年才八亿美元。

现今几乎三分之二的国际旅游者目的是度假、休闲和娱乐。不是访亲探友就是为健康、商务、宗教目的出游。但旅游者的品位在不断变化，根据奥利安娜普的研究（Anlianna Ponn）由于目的地过分商业化，旅人过多和过杂越来越不满，人们放弃已有半个世纪的大包价和标准化的大众旅游。取而代之的是更为灵活的散客旅游者人数不断上升，他们追求更个性化体验， 像探险、文化或大自然。上世纪 90 年代初对美国旅游者的一项研究支持这个变化。40%的人寻求“使生活更美好的”旅游。



世界旅游组织把这样的增长归因于这些地区人口的迅速增长，加强营销和繁荣发展，它预测到 2020 年亚洲是继欧洲之后的最受欢迎的目的地，吸引的旅游人数占世界四分之一以上。中国有望成为世界第四大旅游客源国——位于德国、日本和美国之后。俄罗斯和前东欧国家以后也将位于旅游目的地前例。

随着旅游在各地区发展，它在世界经济舞台上正发挥着更大的作用，但旅游活动的复杂性使得这样的作用很难衡量。世界旅游组织估计 1975 年至 2000 年国际旅游收入——旅游者在国外用于住、食、娱、旅行和国内交通等，比整个世界经济增长快 35%。从 1950 年的 130 亿美元到 2000 年的 4690 亿美元，

在未来 20 年有望增长 4 倍，达 2 万亿美元以上。这些数字如果包括国际机票费估计再增加 18%，如果再加国内旅游支出将翻4 倍。



就总收入而言，工业国仍然是旅游的无可争辩的紧急砝码。欧洲独占鳌头，是世界旅游收入最多的地区，其次是南北美洲和亚洲。欧洲和北美国家在旅游支出和收入两方面占前 10 位。中国是列入此两表中唯一的一个发展中国家。



旅游是世界贸易迅速发展的部分。旅游者在国外旅行购买的服务对所访国来说是出口。1999 年国际旅游这的国外支出占世界商品和服务出口的 8%，超过食品、纺织和化学品的国际贸易。旅游是服务领域中发展最快的出口，占世界服务出口 4% 以上。据世界旅游组织称它们在贸易中的优势还在扩大，它在

83%的国家出口单上列前五位，至少 38%个国家的外汇收入和主要来源。



另一种衡量旅游对经济影响的方法是看它对一个国家资源的广泛影响。旅游除了给饭店、餐厅、旅行社、旅游经纪人和交通增加收入外，还刺激其他经济领域的发展，像农业、建筑、开发新市场，提供就业，增加收入。衡量旅游资源的影响程度世界旅行观光协会伦敦的行业团体估计旅游观光在 2000 年经济活动中占了 3.6 万亿美元——或约占世界生产总值 11%，成为世界最大的行业。旅游在 2000 年也直接或间接提供 2 亿个就业岗位，世界总就业的 8%——每 12 个就业机会就有一个是旅游提供的。

今日，高达 90%的世界旅游企业是中小型的，从一个人经

营的企业到家庭客栈。大与全球经济其他领域一样在不断兼并。在1997 年至1999 年仅饭店和餐厅兼并和清偿超过190 亿美元， 高于前七年的总和。1998 年世界 10 大航空公司的利润估计约是国际航空运输协会所有 270 几家公司的三分之二。1999 年前五 大 饭店 连锁 公司 其中 有 万豪 国际 酒店 集团 （ Marriott International）、巴斯饭店旅游公司(Bass Hotel and Resorts)和齐司饭店国际集团(Chorce Hotels International)——拥有差不多世界客房的 14%，而同时 4 家欧洲旅行社在 2000 年就办理了约五千万旅游者的旅行。



兼并的动因是旅游业与其他服务领域相比有不易管理的特性。对旅游有兴趣的国际公司越来越方便进入世界市场。随着更多的政府把国家航空公司和其他国有服务企业私有化，减少国内补贴，支持改革贸易，投资政策更加宽松，就更是如此。特别是许多发展中国家，向旅游开放市场以便增加在世界



经济舞台的机遇。这能否带来很大的利益将取决于政府，看它们努力争取更多旅游者，发展对旅游，对社会或文化要求的平衡一致做到何种程度。

课文 **B**



##### 旅游业加速开发

中国旅游业有巨大的市场潜力，允许国际企业进入。中国的文化和丰富的旅游资源吸引世界各地的人们。

从二十世纪八十年代初中国旅游业不断地发展，已成为新的经济增长点，吸引越来越多的外国企业的注意。在加入 WTO 之后中国取消对外资的限制加快旅游市场国际化。

国家旅游局计划财务司司长说：“根据中国加入 WTO 的承诺，外国旅行社在 2003 年可以控股，也允许 2005 年来车成立独资旅行社”。中国国家旅游总局开始允许几个大的国际旅行社控股并成立实验社以便加快这个市场的开放。

巨大的潜在市场

中国旅游市场二十年的告诉发展已经形成了国内外旅游者一起发展的结构，同时中国旅游者也去外国旅游。

2001 年中国的旅游外汇收入是 178 亿美元，比上一年增加

9.7%，超过德国和英国，在世界市场上占 3.8%，继美国、西班牙、法国和意大利之后，中国位于第五位。外国旅游者三千三百三十万人，比 2000 年增加 6.2%。国内旅游收入达四千九百九十五亿元，增长 10.5%，这个增速超过全国经济增速 3.2%。一位官员预测到 2020 年中国将从亚洲旅游大国发展成为



世界旅游大国。入境的旅游者人数有望达到一亿三千五百万到一亿四千五百万，外汇收入将为五百二十亿到七百五十亿美元； 国内旅游收入为一万九千亿到二万七千亿元，总的旅游收入将超过三万三千亿元，占整个 GDP 的 8%。到那时中国将成为世界上最大的国际旅游国家之一。



### 加快开发步伐

作为中国最早开放的行业之一，中国旅游市场给外国投资者一个重要的地位。但是，优惠政策少和批准手续麻烦长期阻碍外资在中国的投资。近几年中国政府已经考虑把这个市场作为重要市场并给予支持。在 1998 年中央人民政府把旅游业定为全国经济新增长点，其他有房地产和信息产业。



中国有 12 个国家级和 100 个省级旅游胜地，它们享受进出口和税收的优惠政策。

北京申奥取得 2008 年奥运会举办权，也将大大地影响北京和全国的旅游业。北京要抓住机遇吸收外资，允许国外投资者进入旅游市场和开设独资旅行社。

国家旅游局政策法规司司长张家中说国家在加入 WTO 后承诺将加强开放。具体措施如下：

鼓励外资以持股公司或控股形式进入旅游服务市场，吸引声誉好有先进管理经验的国际知名旅行社，逐步取消中国旅行社市场对外资开放的地区限制。

对外资旅游项目的申请批准手续和原则进行协调和标准化，完善有关法律和法规，简化批准手续和标准，执行公开、公平和公正的原则。

完善旅游投资指导系统，帮助地方特别是西部地区科学地规划外资投资旅游项目，以及向国外投资者介绍具备优势的行业名单。



深化结构改革，完善经营和管理体系，提高服务质量，开拓新的增长点，即使引进新的投资项目，根据国际发展趋势和需求扩大开放旅游市场。



### 外国旅行社

进几年来，特别是入世之后中国已经取消对旅游市场的限制，因此有国际旅游企业已开始进入中国市场。

美国运通和中国国际旅行社（CITS）总社共同建立中国国际旅行社美国运通旅游服务有限公司，是中国入世后的第一家合资公司。它向海外地区的和国内的公司提供商务旅游管理服务，包括签证、订票、饭店预定和会议服务。它的业务填补了此领域内的空白。据预测商务旅游在中国入世后将迅速发展。商务旅游目前每年为四十亿美元，占亚洲总数的 17%。



上海市旅游管理委员会说在美国、日本和欧洲位列前十名的外国旅游社都是提前进入上海，建立独资或合资的旅行社。这个过程在中国计划入世前三年已经进行。

###### Ⅰ． Multiple Choice

1. Travel a part of the human experience.
   1. long has been
   2. has been long
   3. has long been
   4. is long
2. Refugees had little choice to move from place to place. A . except
3. only
4. besides



1. but
2. By the end of the 19th century, an entire tourism industry

.

* 1. would have emerged
  2. emerged



* 1. had emerged
  2. would emerge

1. It was only after World War Ⅱ international tourism became accessible to broader segments of the global population.
   1. that
   2. the



* 1. what
  2. an

1. Today nearly of international tourists travel for vacation, leisure and recreation.
   1. two third
   2. two thirds
   3. two three
   4. third two
2. The World Tourism Organization this increase to rapid population growth.
   1. attributes
   2. contributes
   3. distributes
   4. retributive
3. Today 90 percent of the world’s tourism enterprises are small or medium-sized businesses.
   1. many
   2. much



* 1. as many as
  2. as much as

1. A driving factor is the unregulated nature of the tourism industry

other service sectors.

* 1. comparing with



* 1. compared with
  2. compared to
  3. comparing to

1. Many developing countries are opening their markets to tourism

to improve their chances on the world economic stage.

* 1. in an effort



* 1. in effort
  2. in the effort
  3. in the order

1. Tourism stimulates expansion in other economic sectors

agriculture and construction.

1. as
2. such
3. the
4. like

###### Ⅱ. Translation

1．这些数字有望在 2020 年之前翻一番。

2．旅游仍然局限于世界人口中少部分较富裕的人。

3．更多的灵活自主的旅游者正追求更为个性化的经历。

4．这些数字如果把国内旅游支出包括在内将是四倍。



5．这要取决于政府把保护和开发平衡做到什么程度。

答案



###### Unit 7

1. Multiple Choice CDBBDCADBA
2. Translation
3. Many conferences include an exhibition so that the woule-be conference center has to provide space for exhibitions.



1. A convention center consists of a series of large halls which can be used for exhibiton.
2. The term “convention” is usually reserved for the larger meetings.
3. Like the conference business, the exhibition industry appears to be growing.
4. World fairs have attracted large numbers, making them important for tourism

###### Unit 8

1. Multiple Choice BDCDABCADC
2. Translation
3. A hotel not only offers food and shelter for guests, but also many other facilities.
4. The hotels have become more comfortable “home away from home”.



1. Hotel design is dictated (influenced) by the local cultural environment.
2. The failure of hotel design is criticized as “architectural pollution”.



1. The duties are divided between front-of-the-house positions and back-of-the-house positions.

###### Unit 9

1. Multiple Choice BCDBCBADAA



1. Translation
2. The front desk plays an important role in providing the services to the guests.
3. The front office consists of reservation department, registration department, the uniform service department, Public Branch Exchange, the mail-key information section and so on.
4. Reservation can be divided into types, one is guaranteed reservation, the other is non-guaranteed reservation.
5. Room clerk registers the guests and assigns them to their rooms.
6. The mail and information section distributes keys, handles messages and answers guests’ questions.

###### Unit 10

1. Multiple Choice DABDCACBCB
2. Translation



1. A good food and beverage operation not only helps to establish the quality of the hotel, but also becomes a profitable part of the hotel’s operation.
2. The responsibility of the food and beverage manager is to establish the overall policies in the department and sees that they are carried out properly.



1. There are two points which affect the menu planning. First the owner’s profit, second the customers’ satisfaction.
2. The secrets of success in food service are good environment, good service, good food and beverage products, good value and good management control.



1. Any one who plans the menu should have some basic knowledge of nutrition.

###### Unit 11

1. Multiple Choice CACBDABDBC
2. Translation
3. Housekeeping involves cleaning guestrooms, changing beds, washing and ironing.
4. The executive house keeper is in charge of the housekeeping department. The neatness and orderliness of all the guestrooms

and the maintenance of most public ares are among his responsibilities.

1. Laundry service is responsible for washing and valet service includes drying cleaning and ironing.
2. VIP stands for very important person Ina hotel a VIP may be either a celebrity or a regular guest.
3. Heavy work is done by housemen. Their work involves window washing, shampooing carpets and cleaning the public ares.



###### Unit 12

1. Multiple Choice ADABCCCDAB



1. Translation
2. Each property should compete with other properties catering for the same customers.
3. Media are the most effective outlets for the property’s advertising efforts.



1. Most employees wish to be associated with successful ventures.
2. Management must assess how far each promotional tactic contributed the overall promotional objectives.
3. The concepts of marketing are currently being given recognition in many of the undeveloped economies.

###### Unit 13

1. Multiple Choice CDAABADCDB
2. Translation
3. Accounting is a means to and end.(profitable or efficient operation)
4. Accountants have established a set of basic procedures.
5. Managerial accounting refers to the various techniques and concepts used by managers to process historical and forecasted in formation.
6. Data generated by the accounting systems must be analyzed and interpreted.



1. Internal control consists of all the procedures and methods adopted by the manager.

###### Unit 14



1. Multiple Choice DADBCACBDC
2. Translation
   1. A poor operating performance of the building may affect guest perception of quality.
   2. Maintenance work includes repairing worn or damaged furniture and lighting fixtures.



* 1. In addition to the cost of the repair, there is often the potential for loss of business.
  2. The primary focus of training is to inform the employees of the specific requirements of the property.
  3. Records concerning the building and queipment are a majcrcontribution to the effective management of the engineering department.

###### Unit15

1. Multiple Choice CDCABADBAD
2. Translation
3. These numbers are expected to double by 2020.
4. Tourism remains restricted a tiny, more affluent share of the world’s population.
5. More flexible and independent travelers are pursuing more personalized experiences.
6. These numbers would be four times higher if they included domestic tourism spending.
7. This depends on the extent to which the government balance protection with development.