

高职高专院校咖啡师专业系列教材

咖啡制作与服务

*Coffee Making
and Service*

李伟慰 周妙贤 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

高职高专院校咖啡师专业系列教材

*Coffee Making
and Service*
咖啡制作与服务

李伟慰 周妙贤 编著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

咖啡制作与服务/李伟慰, 周妙贤编著. —广州: 暨南大学出版社, 2015. 8
(高职高专院校咖啡师专业系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 1492 - 0

I. ①咖… II. ①李…②周… III. ①咖啡—配制 IV. ①TS273

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 142298 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州良弓广告有限公司

印 刷: 深圳市新联美术印刷有限公司

开 本: 787mm × 960mm 1/16

印 张: 13

字 数: 246 千

版 次: 2015 年 8 月第 1 版

印 次: 2015 年 8 月第 1 次

印 数: 1—3000 册

定 价: 49.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

总序

改革开放以来，中国咖啡业进入了一个快速发展时期，成为中国经济发展的一个新的增长点。

今日的咖啡已经成为地球上仅次于石油的第二大交易品。咖啡在世界上的每一个角落都得到普及。中国咖啡业伴随着国内对世界的开放、经济的繁荣，得到迅速发展。星巴克（Starbucks）、咖世家（Costa）、麦咖啡（McCafe）、咖啡陪你（Caffebene）等众多世界连锁咖啡企业纷纷进驻中国的各大城市，已成为人们生活中必不可少的部分，咖啡文化愈演愈浓。

近十年来，咖啡行业在广东也得到迅猛的发展。广州咖啡馆的数量从最初的几十家发展到现在的一千多家，且还有上升的势头；具有一定规模的咖啡培训机构有数十家；咖啡供应商比比皆是。民间组织每年还不定期举办各类的咖啡讲座、展览会或技能比赛。享有“咖啡奥林匹克”美誉的世界百瑞斯塔（咖啡师）比赛（World Barista Championship，简称 WBC）选择广州、东莞、深圳作为选拔赛区，旨在引领咖啡界的时尚潮流，推广咖啡文化，为专业咖啡师提供表演和竞技的舞台。

随着咖啡馆的不断增多，作为咖啡馆灵魂人物的“专业咖啡师”也日渐紧俏。咖啡馆、酒吧的老板们对高级专业咖啡师求贤若渴。但从市场的需求来看，咖啡师又处于紧缺的状态。据中国咖啡协会的资料显示，上海、广州、北京、成都等大中城市的咖啡师每年缺口约 2 万人。

顺应社会经济发展的需求，努力培养咖啡行业紧缺的咖啡师人才，是摆在高职高专院校面前的重要任务。广东创新科技职业学院精心组织了著名的教育界专家、优秀的咖啡专业教师、资深的咖啡行业专家一起编写了这套“高职高专院校咖啡师专业系列教材”，目的是解决高职高专院校开设咖啡师专业的教材问题；为咖啡企业培训咖啡人才提供所需的教材；为在职的咖啡从业人员提升自我、学习咖啡师相关知识提供自学读本。

本系列教材强调以工作任务带动教学的理念，以工作过程为线索完成对相关知识的传授。编写中注重以学生为本，尊重学生学习理解知识的规律；从有利于学生参与整个学习过程，在做中学、在做中掌握知识的角度出发，注意在学习过程中调动学生学习的积极性。

在本系列教材的编写过程中，编者尽力做到以就业为导向，以技能培养为核心，突出知识实用性与技能性相结合的原则，同时尽量遵循高职高专学生掌握技能的规律，让学生在学习过程中能够熟练掌握相关技能。

本系列教材全面覆盖了国家职业技能鉴定部门对考取高级咖啡师职业技能资格证书的知识体系要求，让学生经过努力学习，能顺利考取高级咖啡师职业技能资格证书。

本系列教材在版式设计上力求生动实用，图文并茂。

本系列教材的编写得到了不少咖啡界资深人士的热情帮助，在此，一并表示衷心的感谢！

广东创新科技职业学院
高职高专院校咖啡师专业系列教材编写委员会
2015 年 3 月



前言

在开始编写本书前，笔者已深感咖啡浪潮正在中国大地兴起。中国的年轻一代已经逐渐认同品饮咖啡这种简约、时尚的生活方式，进而转变成为一种日常消遣放松的方式。由于咖啡的特殊文化背景，令许多怀揣创业梦想和时尚情调的人热衷于投资经营咖啡馆。然而，咖啡馆的投资经营除了涉及资金筹措以外，投资人对于咖啡行业的认知和专业化程度也是非常重要的。因此，作为咖啡师专业教师，笔者希望本书的内容能够给予未来的咖啡从业者较为专业的咖啡制作与服务技能的指导。

本书从咖啡师角度入手，通过认识咖啡馆、意式咖啡制作和单品咖啡制作三个项目将内容展开。每一个项目都有十分具体的任务实施，并按照学习规律给予读者充分的指引，希望读者能够较较好地学习咖啡知识和任务的实施。在咖啡师群体中，对咖啡萃取技术的追求和创新技艺的精益求精几乎到达疯狂的状态，本书也收集了一些业内比较认同的专业技术帖，以引导读者向着相关的方向进行拓展学习。

本书的编写任务由李伟慰和周妙贤共同完成，李伟慰负责编写项目一和项目二，周妙贤负责编写项目三。本书采用项目教学法，通过建立典型的工作情境，按照学习者的学习规律进行编写。

在本书的编写过程中，笔者走访了相关的行业企业，并得到了业内同行的大力支持。首先要感谢“咖啡沙龙”提供的分享文章和图片，作为业内知名的权威品牌，其资讯量足以帮助咖啡行业的很多人，感谢咖啡沙龙！同时还要感谢广东创新科技职业学院李灿佳副院长给予的全程指导和支持！

本书内容涉及了一些咖啡馆的相关场景，要感谢提供场景拍摄的相关部门。他们是广州市旅游商务职业学校咖啡厅、澳门诚品国际有限公司的 Q - Cafe 广东金融大厦店、东莞木兰朵西餐咖啡厅、顺德大良 Friday 咖啡厅。有了众多同行的支持与配合，才使得本书的内容更加充实。

由于咖啡技术的日新月异，本书难免有不足之处，欢迎专家学者及广大读者批评指正。

作 者
2015 年 5 月

目录

总序	001
前言	001

001

项目一 走入咖啡馆

任务一	认识咖啡馆的类型	003
任务二	认识咖啡馆的功能	019
任务三	咖啡馆的设备	038
任务四	咖啡师的职业生涯规划	057

063

项目二 意式咖啡的制作与服务

任务一	意式浓缩咖啡的制作	065
任务二	卡布奇诺咖啡的制作	083
任务三	花式咖啡饮品调制	099
任务四	咖啡拉花创作	129

139

项目三 单品咖啡的制作与服务

任务一	认识单品咖啡	141
任务二	咖啡的萃取技术	152
任务三	手冲滴滤法	162
任务四	虹吸壶冲煮法	183
任务五	冰滴壶滴滤法	193

参考文献	200
------	-----

项目一 走入咖啡馆



图 1-1 台北 GABEE 咖啡馆吧台

咖啡是一种日常饮品，在国外更是人们的精神饮料。在意大利，人们一般都会选择到咖啡馆喝意式浓缩咖啡；在美国，人们更喜欢喝大杯的美式咖啡；在大洋洲，人们则更加喜欢到咖啡馆点一杯 Flat White；在中国的海南省，人们喜欢喝具有东南亚风情的炭烧咖啡。

人们生活品位的不断提高，使得咖啡这个舶来品在中国的消费量日益增长。据有关资料显示，目前中国的咖啡消费量正以每年 15% 的速度递增，并将逐步成为世界上最大的咖啡消费市场之一。

项目目标：

1. 能描述不同类型咖啡馆的特点
2. 能根据不同类型的咖啡馆进行产品的组合
3. 能描述咖啡馆装饰的风格特点
4. 能描述咖啡馆的主要设备
5. 能维护咖啡馆的设备
6. 能描述咖啡师的主要特色和技能
7. 能为自己的咖啡师职业生涯进行一些规划

任务一 认识咖啡馆的类型

● 学习线索

咖啡馆的类型有很多，不同类型咖啡馆的投资规模和经营模式也不同。要准确地对咖啡馆进行分类是有一定难度的，人们通常按照咖啡馆所服务的消费人群和经营的咖啡饮品进行分类。咖啡师了解咖啡馆的类型能够使其较好地理解咖啡商业形式，有助于为客人提供咖啡产品的销售服务。

● 导入情景

Simon 非常喜欢咖啡，所以他经常沉浸在咖啡馆里，而且他特别喜欢某个国际知名连锁咖啡品牌。最近有个朋友给他介绍了一家精品咖啡馆，而他却感叹于自己对精品咖啡馆的了解甚少。



图 1-2 美国 GOOD 咖啡馆
(本图源自“咖啡沙龙微信”)

● 任务描述

选定区域内比较典型的咖啡馆进行调研，确定其类型，并根据该类型咖啡馆的特点撰写调研报告。

● 相关知识

一、 咖啡馆的分类方法

近几年，随着国际交流活动的频繁展开，人们的生活方式也在发生着变化，咖啡这个舶来品在中国的消费量日益增长。咖啡行业处于激烈竞争的状态，各种类型的咖啡馆都存在。然而，由于行业的发展水平依然比较低，业内对咖啡馆的分类尚不明确。根据我国目前的咖啡馆业态情况，基本可以按照下面的情况进行分类。

咖啡馆的投资主体是多样的，根据投资主体的不同可以将咖啡馆划分为国际连锁品牌咖啡馆（如星巴克咖啡连锁、咖世家咖啡连锁）、国内连锁品牌咖啡馆（如猫屎咖啡连锁、太平洋咖啡连锁）、国内外合资连锁品牌咖啡馆（如豪丽斯咖啡、漫咖啡）和私营精品咖啡馆。



图 1-3 上海质馆咖啡馆外观



根据经营项目来划分，咖啡馆则可以分为传统咖啡馆、酒吧咖啡馆、餐饮咖啡馆和主题咖啡馆。



图 1-4 上海质馆咖啡馆内饰

按照咖啡豆供应商类型来划分，咖啡馆可分为商业咖啡馆和自家烘焙咖啡馆。



图 1-5 深圳华侨城 GEE 咖啡馆



无论哪一种咖啡馆的经营,都不可完全取决于经营者的主观愿望,而应考虑到环境的特点和顾客的需要。一般来说,按照公众消费习惯的普及程度进行分类最能反映咖啡馆的发展形态。

二、国内主要咖啡馆的类型

1. 休闲型咖啡馆

此类型咖啡馆具有一定的特色和主题。其所处的环境往往是在古迹、非热点旅游景点内或周边,经营内容和环境有很特别的内涵和韵味。这种类型的咖啡馆的顾客也具有特定的消费目的,他们通常是专门来访,一般都有很充裕的时间。顾客并不急于离开,无论是挑选饮料还是等待制作都表现得比较悠闲,所以咖啡师有很充裕的时间精心制作每一杯咖啡。



图 1-6 休闲型咖啡馆

这是目前国内最流行的咖啡馆类型,特别是带有私人性质的中小型咖啡馆。因此,为了降低房租成本,人们通常找一些相对较偏、距离商业中心较远的地方来建造咖啡馆。由于顾客和咖啡师的时间都比较充裕,咖啡饮料的种类设置也相对较多,以便客户有更多的选择。

2. 商务型咖啡馆

这类型咖啡馆通常设在办公环境内或附近,包括工厂、写字楼、大专院校和其他机构内部或附近。其顾客群通常是办公人员,他们没有太多的空闲时间,往

往是在上班前，或工作时间内需要咖啡来帮助提高效率，或消除疲劳，同时，咖啡馆也是他们的交流场所。

国内现有的这类咖啡馆以国际大型连锁咖啡机构为主，也包括一部分国内的连锁咖啡馆。其特点是规模较大，因此这种场所的租金通常很高，小型投资者无力承受。其咖啡的制作品质不高，往往靠舒适的环境、豪华的装修来吸引顾客，相当于商务洽谈和会友的场所。顾客一般没有非常充裕的时间，不便于设置太多、太复杂的咖啡种类。常以最流行和传统的咖啡饮料为主，以便顾客快速找到自己所喜欢的咖啡饮料，不耽误时间。



图 1-7 商务型咖啡馆内饰

3. 街边饮料店、售货亭

这是国外非常流行的一种咖啡服务方式，也是大多数国际大型连锁咖啡机构的主要服务方式。其特点是快速服务，包括汽车专用通道，以便开车的人不下车就能买到一杯咖啡。有些是在某些临时活动场所提供特定时间内的咖啡服务。

目前这类咖啡服务在国内还很少见，主要是因为在卫生管理方面没有相应的条款和约定，所以很多人即使有这方面的想法，也无法实施。上海等地有这样的先例，可能是因为制度不明确，能否申请到合法的经营执照要看个人的能力和机遇。该类咖啡服务的要求就是简单方便，绝大多数人都是买了咖啡之后一边走一边喝，大多没有座位。点单时间不宜太长，不适合设置太多的品种，一般只设置最常见的品种，让想喝到自己喜欢的咖啡的人满意即可。



图 1-8 街边咖啡吧

4. 咖啡餐厅

这是一种快餐厅的经营理念，一般饭店里都有，其作用是全天提供简单的餐饮项目。由于一些正餐厅在非就餐时段不营业，所以，如果这时顾客需要就餐，通常会选择到这样的地方来。在一些特殊地带，如机场、火车站，这类餐厅 24 小时营业，以便于人们在饭前与饭后继续逗留。

由于目前国内的咖啡服务受到了制作品质的限制，大多数咖啡馆的咖啡饮料销售情况不是很好，因此很多咖啡馆转向提供就餐服务。然而该类服务的价格相对较高，如果所在地区的客户消费能力和需求不一致，经营的效果就不会很理想。这是一种餐饮结合的服务场所，即非正餐，也不完全是休闲式咖啡馆。顾客的类型较多，全天营业不分时段，基本情况与麦当劳等大众化餐饮服务场所相似。

5. 俱乐部型咖啡馆

该类场所通常设置在环境内部，不允许外部人员进入。因此它更多的是一种服务条件，而不是商业经营环境。根据服务对象的特点，设置要求通常比较高，需要提供高档而优质的服务，或根据服务对象的需要和环境要求，可能需要设置餐饮服务项目。该类型咖啡馆只能作为一个附加项目，不能要求盈利。

目前这类咖啡馆较少，只在个别场所内才有。因为人们太过于追求盈利，所以难以设置成功。少数电影院勉强设置简易的咖啡馆，但未能达到应有的效果。



该类场所的服务对象通常也是在工作时间内到访，因此服务项目不宜设置过多，以能够满足人们对自己熟悉的咖啡饮料的需求为原则即可。作为一个附加项目，有的咖啡服务可能是免费的，有的可能是低价格销售的，这就需要环境管理机构与咖啡服务机构之间的协调与配合。



图 1-9 俱乐部型咖啡馆

6. 酒吧型咖啡馆

这类咖啡馆的服务时间通常是晚上，并以酒水的服务为主。国内习惯喝咖啡的人还比较少，更不会有很多人在晚上喝咖啡，但是对于很多习惯喝咖啡的外籍人士而言，晚上十一点之前喝一杯咖啡还是比较正常的，特别是在喝了较多的酒之后，喝一杯咖啡会感觉比较舒服。

国内酒吧的种类过于单调，服务项目也比较单一。少数提供咖啡饮料的酒吧，难以把咖啡制作得很好，也并不在意咖啡的制作品质，毕竟咖啡在销售中所占的比例是非常少的。大多数开酒吧的人没有意识到，咖啡实际上是最能作出区别的饮料。虽然它带来的利润并不算大，但是可以起到区分和强化品牌的作用。而唯有品牌可以吸引到更多的顾客。由于咖啡在中国现有的酒吧环境中主要还是作为一种补充的服务项目，因此设置的种类不宜太多，制作不宜过于复杂，只要保证品质，能提供基本的咖啡饮料即可。



图 1-10 酒吧型咖啡馆

● 任务实施

步骤一： 确定调查区域

确定调查的主要区域，一般可以按照经济发展程度来确定，然后在这个区域里选择一些比较典型的商业形态进行调查。

步骤二： 确定调查方法、架构

调查方法与架构的设计，是指在进行调查前，将调查工作项目作一个完整的规划，以期用最合理的成本、最适宜的方式及在最适当的时间来进行实地调查，进而获得最适用的调查对象。

调查方法的设计包括：问卷调查方式的选定、问卷设计、抽样设计、人员选择及访前训练。

步骤三： 展开实地调查

进行调查时，每天应审核调查结果，使非统计性偏差降至最低，以提高抽样