

现代餐饮

管理培训丛书

怎样开好

一家餐馆

沈兴生 编著

ZENYANG KAIHAO YIJIA CANGUAN



化学工业出版社

现代餐饮
管理培训丛书

怎样开好一家餐馆

沈兴生 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

本书从认识餐饮业开始讲起,介绍了餐馆如何选址和装修、厨房设计、餐馆设备与用具、餐馆人员配备与培养、餐馆前堂服务管理、餐馆后堂厨政管理、菜品质量管理与创新、餐馆原料采购与管理、如何控制餐馆的成本、餐馆饮食卫生与安全管理、餐馆营销战略与技巧、中国饮食习俗、茶文化与酒文化等内容。

本书内容通俗易懂、科学实用,可供准备投资餐饮业和正在从事餐饮业经营的人士以及餐饮业从业人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

怎样开好一家餐馆/沈兴生编著. —北京:化学工业出版社, 2008. 10

(现代餐饮管理培训丛书)

ISBN 978-7-122-03702-2

I. 怎… II. 沈… III. 餐厅-商业经营-技术培训-教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 136294 号

责任编辑: 张彦 王蔚霞

装帧设计: 王晓宇

责任校对: 徐贞珍

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装: 化学工业出版社印刷厂

720mm×1000mm 1/16 印张 17 $\frac{3}{4}$ 字数 342 千字 2009 年 1 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686)

售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 38.80 元

版权所有 违者必究

出版者的话

随着社会经济发展和人民生活水平的不断提高,人们的餐饮消费观念逐步改变,外出就餐更趋经常化和理性化,选择性增强,对消费质量要求不断提高,更加追求品牌质量、品位特色、卫生安全、营养健康和简便快捷。大众的消费要求推动了餐馆服务水平的不断提高,在这种市场背景下,为了加强餐饮从业人员的素质,使餐饮从业人员的学习和培训有一个可供学习借鉴的权威性资料,特组织编写了《现代餐饮管理培训丛书》。本丛书共分为四本,包括:《现代餐厅服务与管理》、《餐饮服务员培训教程》、《怎样开好一家餐馆》、《点菜师培训手册》。

本套丛书是专为餐馆酒店老板、各级主管和一线服务人员精心策划的。具有前瞻性、实用性和权威性的特点,每一本都能提供新思维、新方法和新技能,激发餐饮业人士的创意和灵感。同时,编写过程中,内容与餐饮市场的深入结合,使本套图书具有了很强的操作性。

参加本套丛书编写的人员,有在餐饮企业工作多年的一线员工、管理人员,也有长期从事餐饮行业研究的专家、教授。“理论结合实践,语言通俗易懂”是本套丛书编写的原则。

希望此丛书能够为企业和个人提供帮助,协助餐饮业人士创造更佳的业绩。

化学工业出版社

饮食是人类生存的需要，我们中国的饮食文化源远流长，博大精深。特别是在经济快速发展的今天，在众多的行业当中，饮食业是最朝阳的行业之一！同时，餐饮业也是一个投资少，见效快的行业，所以越来越多的有识之士都想投资饮食业，以此来敲开财富的大门，实现财富的梦想和人生的价值。

近年来，我国的餐饮业发展非常迅速，据有关方面的统计，餐饮业的增长率要比其他行业高出十个百分点以上。可以说我国正迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔。但从另一个方面来看，餐饮需求又是复杂多变的，其消费口味和消费心理，都可能随着社会环境的变化而变化。餐饮企业必须根据自身条件和环境条件的要求，看清餐饮市场的发展趋势，选择适当的营销方法，才有可能在激烈的市场竞争中获得成功。

“创业难”人人皆知，“守业难”则时常被人作为提示成功者的警句。其实，守业难是一个课题，是一个不可回避而又必须要解决的严峻课题。所以，您要想投资餐饮业，就必须学习一些与餐饮业相关的知识和经验，使您在创业的道路上一路畅通，快速地奔向成功的彼岸。

为了给准备涉足餐饮业和正在经营餐饮业的朋友们提供怎样开好餐馆、如何选址、对人财物等如何管理、如何进行营销、菜品如何创新等方面的知识和经验，我们特编撰了这本《怎样开好一家餐馆》的书。其目的是让广大从业人员能从中学到更多、更实用的知识和经验，使自己的餐饮店在管理上、在服务上、在品质上等都能有很大的提高和完善，帮助餐饮从业人员从成功走向更大的成功！

《怎样开好一家餐馆》分别讲解了：认识餐饮业，餐馆如何选址和装修，厨房设计，餐馆设备与用具，餐馆人员配备与培养，餐馆前堂服务管理，餐馆后堂厨政管理，菜品质量管理与创新，餐馆原料采购与管理，如何控制餐馆的成本，餐馆饮食卫生与安全管理，餐馆营销战略与技巧，中国饮食习俗，茶文化与酒文化共十四章内容。为了使读者在阅读时便于理解和掌握，书中配备了一些表格和图片，尽可能达到图文并茂，通俗易懂，科学实用。

《怎样开好一家餐馆》在编撰的过程中，得到了众多餐饮从业人员，餐饮企业职业经理人，名厨大师以及部分烹饪专家学者的帮助和指导，也参阅和引用部分专家学者的专著资料，在此一并表示最诚挚的感谢！

《怎样开好一家餐馆》是写给准备投资餐饮业和正在从事餐饮业经营的朋友的，本书也适合餐饮企业的从业人员、烹饪培训院校的师生和烹饪爱好者阅读。由于作者水平有限，加之时间仓促，书中肯定存在很多缺点和不足，敬请广大读者批评指正！

编者

2008年8月

《现代餐饮管理培训丛书》编委会

主 任 张 羽

参编人员 孙明海 刘 勇 李志飞 张伟越
姚 林 闫 春 张秀华 王 丹
潘 昴 牛 亮 马世宇 彭明天
温平海 马少良 马传峰 沈兴生
袁小娟

目 录

第一章 认识餐饮业

第一节 中国餐饮业发展的三大特点	1
第二节 我国餐饮业现状和发展趋势	2
一、我国餐饮业年销售额和年消费分析	2
二、大众化餐饮市场现状	3
三、餐饮业发展趋势	8
第三节 我国餐饮业态分类	10
一、什么是业态	10
二、我国餐饮业态创新与分类	10
第四节 中餐文化和烹饪特点	12
一、中餐文化	12
二、中国烹饪的特点	13

第五节 中国菜主要风味流派	14
一、苏扬风味	15
二、巴蜀风味	17
三、潇湘风味	19
四、岭南风味	20
五、徽皖风味	21
六、齐鲁风味	22
七、闽台风味	24
八、钱塘风味	24
九、淞沪风味	25
十、燕京风味	26
第六节 西餐知识	28
一、西餐的概念	28
二、西餐主要菜式及特点	28
三、西餐礼仪知识	30

第二章 餐馆如何选址和装修

第一节 商圈与选址策略	32
一、商圈的重要性和分类	32
二、确定餐饮业商圈	36
三、餐饮业选址策略	38
第二节 餐馆如何设计装修	40
第三节 饮食环境的选择和利用	43
第四节 饮食环境的美化作用	44
一、功能与美感的统一	45

二、环境与心理的统一	46
三、民族感与时代感的统一	47
第五节 饮食环境的审美风格	47
一、传统东方风格	48
二、古典西方风格	51
三、乡村风格	52
四、现代风格	53
第六节 开餐馆前的准备	55

第三章 厨房设计与饮食环境美化艺术

第一节 餐馆厨房设计意义和原则	57
-----------------------	----

第二节 厨房整体环境设计	61
第三节 工作间的设计与布局	67

第四章 餐馆设备与用具的配制

第一节 餐馆常用的设备	80
一、烹饪设备	80
二、加工设备	81
三、辅助设备	83
四、排烟设备	83
第二节 餐馆常用的工具	83

一、常用刀具	83
二、烹饪工具	83
三、餐具	84
第三节 设备维护和管理制度	88
一、设备的维护	88
二、设备管理制度	90

第五章 餐馆人员配备与培养

第一节 餐馆前厅人员的配备	93
一、确定人员编制的原则	93
二、确定人员编制的方法	94
第二节 餐馆厨房人员的配备	94
第三节 餐馆从业人员应具备的素质	95
一、餐馆服务人员的素质	95
二、餐馆厨师应具备的素质	100
第四节 餐饮从业人员的培养	102
一、礼貌, 礼仪?	102
二、服务中严格遵守操作礼仪和 操作规范	102
三、服务中的五先原则	102
四、服务员的语言要求	102
五、托盘的使用方法	103
六、托盘的行走步伐	103
七、站立、行走的要领	103

八、如何进行推销	103
九、客人所分的类型和如何针对不同 类型的客人进行服务	104
十、中国茶的种类	104
十一、客人投诉的心理分析	104
十二、处理投诉的重要性	105
十三、识别对客人的投诉	105
十四、处理客人投诉的十个 步骤	105
十五、对客人服务的礼貌 禁忌	106
十六、常用礼貌文明用语	106
十七、工作区暂行服务标准	107
第五节 如何激励从业人员的工作 热情	107
一、员工工作滞后的原因	107
二、怎样激励你的员工	108

第六章 餐馆前堂服务管理

第一节 文明礼貌的含义	111
第二节 服务员的仪容、仪态、 仪表	114
一、服务员怎样为客人提供 心理服务	114

二、领班的岗位职责	115
三、迎宾员的岗位职责	116
四、服务技能培训及餐台设计 技巧培训	116
五、餐饮员工 10 个好习惯	117

第三节 中餐服务流程	120
------------------	-----

第四节 西餐服务流程	122
------------------	-----

第七章 餐馆后堂厨政管理

第一节 香港“五常法”	126
一、“五常法”的概念	126
二、五常法的方法	127
第二节 内地“包厨制”	138
一、包厨制的方法	138

二、包厨合同	139
第三节 标准菜谱的建立	141
一、标准菜谱的作用和内容	142
二、标准菜谱的式样	143
三、标准菜谱的制定程序	145

第八章 菜品质量管理与创新

第一节 影响菜品质量的因素	147
一、员工人为因素	147
二、客观自然因素	147
三、顾客因素	148
第二节 菜品质量控制的方法	148
一、阶段标准控制	149

二、岗位责任控制	151
三、重点控制	152
第三节 菜品的创新	153
一、菜肴创新的策略	153
二、菜肴创新的原则	157
三、菜肴创新的方法	160

第九章 原料采购与管理

第一节 餐饮采购技巧	162
第二节 采购成本的控制	164
一、建立严格的采购制度	164
二、建立供应商档案和准入制度	164
三、建立价格档案和价格评价体系	165
四、建立材料的标准采购	

价格	165
第三节 原料的贮藏管理	165
一、烹饪原料在贮藏中的质量变化	165
二、影响烹饪原料质量变化的因素	168
三、烹饪原料的贮藏方法	170

第十章 如何控制餐馆的成本

第一节 成本管理的作用	175
第二节 成本构成特点	175
一、原料成本	176
二、成本增长因素及控制	176
三、厨房成本的计算方法	178
四、调味品成本计算	183
第三节 成本控制方法	185
一、生产前控制	185
二、生产中控制	189
三、生产后控制	191

第四节 餐馆成本控制及低成本运作策略	191
一、成本控制的三个结合	191
二、与饭店成本升降紧密相关的三大要素	191
三、对低成本策略	192
四、成本控制的方法	193
五、劳动力成本的控制	193
六、能源的成本控制	194
七、物料消耗控制	194

第十一章 餐馆饮食卫生与安全管理

第一节 食品卫生法规和卫生监督

管理 197

一、食品卫生的法律规范 197

二、食品卫生标准 206

三、卫生监督管理 208

第二节 烹调的卫生管理 212

一、烹调之前的卫生管理 212

二、烹调过程中的卫生管理 ... 218

第三节 餐厅和餐饮服务卫生及

管理 223

一、餐厅的卫生管理 223

二、饮食服务卫生管理 227

第四节 意外伤害和预防 229

第十二章 餐馆营销战略与技巧

第一节 餐馆营销管理 231

一、餐饮营销的六大要素 231

二、餐饮营销观念演变的五个

阶段 232

三、餐厅市场营销策略 234

第二节 餐馆促销管理 237

一、餐饮促销的概念及作用 ... 237

二、促销的类别 238

三、餐饮促销组合的合理

运用 239

四、餐厅内部促销策略 241

五、餐饮促销的十种常用

方法 243

六、开展餐饮促销应注意的

问题 245

第三节 如何策划美食节 245

一、美食节促销活动策划 246

二、美食节的时机选择与有效

宣传 246

三、美食节的菜单设计与厨师

选聘 248

四、美食节的环境布置 249

五、美食节与联合促销 251

第十三章 中国茶文化与酒文化

第一节 中国茶文化 253

一、中国茶树的起源 253

二、中国饮茶简史 254

三、茶叶的种类 255

四、茶文化 257

第二节 酒文化 258

一、酒的历史和分类 258

二、酒礼 262

三、我国酒店的历史发展 263

附录一 餐厅经理岗位职责 267

附录二 餐厅领班岗位职责 268

附录三 收款员岗位职责 269

附录四 厨师长岗位职责 270

附录五 厨房主管岗位职责 271

参考文献 272

第一章 认识餐饮业

第一节 中国餐饮业发展的三大特点

中国烹饪协会最新发布二〇〇六年度全国重点餐饮企业经营情况分析报告显示,中国重点餐饮企业发展加快,市场集中度进一步增强,资产总额 405.3 亿元,连锁门店 1.45 万个,从业人员约 100 万人,分别比上年增长 27.01%、29.95% 和 19.9%。

经营成本降低,规模优势凸显。中国重点餐饮企业经营管理水平得到加强,在原材料购进价格增幅较高的情况下,经营成本大幅降低,经济效益明显提高,连锁发展的规模优势得到进一步体现。据调查,百家重点企业的原材料成本占营业额的 41.2%,比上年下降 2.36%;企业利润率达到 13.25%,比上年提高 3%。

连锁发展成规模,融资并购呈亮点。目前中国重点企业连锁门店总数已经达到 14489 个。

分析人士称,内资企业多以特许加盟方式进行规模扩张,外资企业则多以直营连锁发展进行品牌渗透。但随着经营管理经验的不断积累和品牌企业的迅速发展,内资企业对品牌发展,资本运作和管理创新的需求不断增强,融资并购成为餐饮企业发展的新亮点。

这份报告显示,2006 年度中国重点餐饮企业实现营业收入 832.12 亿元,同比增长 24.4%,增幅比上年提高 3.1%。不难看出餐饮业已经成为最具活力的行业之一。

我国餐饮业的发展正在呈现出以下几大显著特点:

家庭私人消费比例继续攀升,节假日餐饮市场更趋红火。目前家庭私人消费在餐馆的消费比重已占八成,餐饮企业节假日经营额比平日普遍增长 20% 左右。

个性化消费日趋明显,特色餐饮更趋突出。餐饮市场消费从价格选择为主向价格、品位、氛围,服务和品牌文化等方向转变,选择性和理性化消费特点明显增强。

菜品创新力度加大,地方菜纷纷崛起。从全国范围看,名菜品、名菜系的相互融合势头更加明显,健康美食和绿色餐饮已成为行业的重要选择。

连锁经营快速发展,企业多元化发展趋势增强。据中国烹饪协会对 2002 年全国餐饮业百强企业调查,其中 79 家采取了连锁经营模式进行扩张,比上年增加了

38 家,其营业额占百强企业营业额的 85.6%。

分析人士称,内资企业多以特许加盟方式进行规模扩张,外资企业则多以直营连锁发展进行品牌渗透。但随着经营管理经验的不断积累和品牌企业的迅速发展,内资企业对品牌发展,资本运作和管理创新的需求不断增强,融资并购成为餐饮企业发展的新亮点。

综上所述可以看出,快速、规模与连锁已成为中国餐饮业发展三大新特点。

第二节 我国餐饮业现状和发展趋势

一、我国餐饮业年销售额和年消费分析

随着中国国民经济稳定快速增长,城乡居民收入水平明显提高,餐饮市场表现出旺盛的发展势头,餐饮消费成为拉动全年消费需求稳定增长的重要力量。中国餐饮行业持续发展,营业额和就业人数都有所增长;中国餐饮企业开始重视品牌优势的塑造,注重企业规模的扩大,注重利用连锁经营和特许经营的方式进行扩张,市场的需求中体现出科学饮食的时尚。

根据有关部门统计的数据(见图 1-1):2004 年,全年餐饮业零售额实现人民币 7487.5 亿元,比上年净增人民币 1330 亿元,同比增长 21.6%,其增长率比上年高出 10%。2005 年餐饮业零售额实现人民币 8759.8 亿元,同比增长 17.7%,连续 15 年保持两位数增长率,比上年净增人民币 1336 亿元。随着我国国民经济稳定快速增长,城乡居民收入水平明显提高,餐饮市场表现出旺盛的发展势头,2006 年我国餐饮业的发展态势良好,预计可望突破人民币 1 万亿元大关,到 2010 年将预计突破人民币 2 万亿元。

据相关数据分析和我国餐饮企业发展的态势来看,我国餐饮业表现出如下一些特点:持续发展,营业额和就业人数都有所增长;我国餐饮企业开始重视品牌

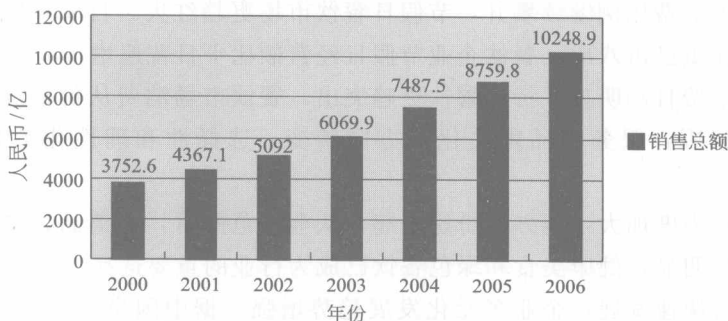


图 1-1 2000~2006 年餐饮业年度销售总额

优势的塑造,注重企业规模的扩大,注重利用连锁经营和特许经营的方式进行扩张,市场的需求中体现出科学饮食的时尚。我国的餐饮市场中,正餐以中式正餐为主,西式正餐逐渐兴起,但目前规模尚小;快餐以西式快餐为主,如肯德基、麦当劳、必胜客等,是市场中的主力,中式快餐已经蓬勃发展,但目前尚无法与“洋快餐”相抗衡。随着我国经济及旅游业的发展,餐饮行业的前景看好,在未来几年内,我国餐饮业经营模式将多元化发展,国际化进程将加快,而且绿色餐饮必将成为时尚。

经有关部门调查研究显示,我国一些大中城市的餐饮企业正出现两种发展模式。发展较好的餐饮门店正在向两极靠拢,一类是大型和超大型门店,一类是小型门店和缩微店。拥有几十张台面、百十来张台面的中型餐馆处于风暴中心,最容易开张倒闭。原因在于:大型门店可以依靠批发的优势获得成本上的便利,同时利用规模吸引就餐的人气和获取利润。小型门店和缩微店则依托方便快捷、价格低廉、特色口味等来吸引就餐的人气。除此之外,大型餐饮门店和超大型餐饮门店本身也在两极分化:一路是走向薄利多销发展模式,另一路则是走向精品路线的发展模式。而小门店和缩微门店两极分化的发展模式也比较突出:一路走价格低廉的大众化消费的模式,以低成本运营取得成功,但基本属于小本经营模式,没有主打产品,没有竞争的优势,很难把小店做大做强;一路走特色发展的模式,共同特点是特色鲜明,风味独特,菜点品种不多,在某一商圈是独此一家,属于餐饮业中竞争力较强的企业,这样的餐饮店不可小视,很有可能做成知名的餐饮企业,而且发展机遇较大。

二、大众化餐饮市场现状

(一) 需求量很大

随着居民收入的不断提高,居民消费观念、生活方式的变化和休闲时间的增多,越来越多的居民选择外出就餐,从社区的居民到工作繁忙的上班族、学业紧张的学生族,都倾向于外出解决饮食问题。

城市化进程推进过程中,不断增加的流动人口,由于其收入往往处于中低水平或者时间紧迫,也加入到在外就餐的队伍,构成了大众化餐饮庞大的潜在顾客群。同时,外出就餐也成为居民的亲友聚会的一种休闲娱乐方式。居民在外就餐的花费持续升高(见图1-2)。2005年全国人均餐饮消费支出达到680元,比2004年高出100元,同比增长17%。目前,上海、北京、天津、广东等省份人均餐饮消费支出已超千元,餐饮企业节假日市场的营业额较平日普遍增长20%以上。据商务部监测,2007年“五一”黄金周期间,全国实现社会消费品零售总额3200亿元人民币,比去年“五一”黄金周增长155%,其中餐饮业增长17%。

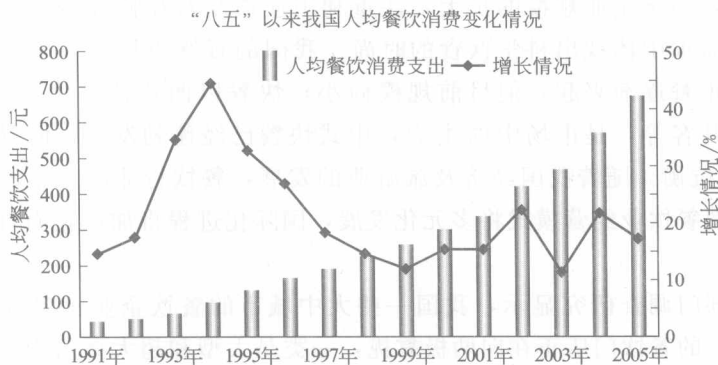


图 1-2 中国餐饮 1991 年~2005 年消费分析

(二) 市场增长速度很快

据国家统计局的统计, 1978 年全国餐饮业零售额仅为 54.8 亿元, 经过 20 年的发展, 到 1998 年餐饮业的零售业达到 2816.4 亿元, 比 1978 年增长了 50 倍。自 1991 年以来, 全国餐饮业零售额每年增幅都在两位数以上, 2005 年全国餐饮业零售额达 8886.8 亿元, 同比增长 17.7%, 比上年净增 1331 亿元, 占社会消费品总额的比重达到 13.9%。2006 年, 我国餐饮业市场活跃, 继续呈现又好又快的稳步发展态势, 餐饮消费实现历史性的跨越, 全年零售额首次突破一万亿元大关, 达到 10345.5 亿元, 同比增长 16.4%, 比上年净增 1458 亿元, 比同期社会消费品零售总额增速高出 2.7 个百分点, 比 GDP 增速高出 5.7 个百分点, 与改革开放初期的 1978 年相比增长了 188 倍。2007 年 1 至 4 月份, 全国住宿与餐饮业零售额累计实现 3880.1 亿元, 同比增长 17.6%, 比去年同期增幅高出 3.1 个百分点, 占社会消费品零售总额的比重达到 13.9%, 拉动社会消费品零售总额增长 2.4 个百分点, 对社会消费品零售总额的增长贡献率为 15.9%。商务部预计 2007 年餐饮业市场运行将继续以 17% 左右的速度高速增长, 中国人均餐饮消费支出将达 915 元, 全年零售额有望达到 12100 亿元。

(三) 市场进入门槛低

餐饮业的行业是一个起点较低的行业。投资者只要有一定场地、资金就可以营业。作为一种劳动密集型产业, 中餐传统手工、经验式的制作工艺特点也不会产生较高的行业技术标准门槛。不需要投入很高的技术、太多资金, 经营风险较低, 获利相对有保障, 尤其对于街头流动摊点, 又没有房租、税收等的压力, 吸引大量下岗失业人员或者城市外来人员加入大众化餐饮服务提供的行列。此外政府部门对于进入餐饮行业的限制措施也不严格。上述情况造成餐饮业繁荣的供应状况。

分布广泛激烈的市场竞争分化出多种大众化餐饮的业态, 如家常菜为主的大众

餐馆、满足快节奏生活的快餐,简捷方便的社区店和街道的早餐点,人口流动密集地段的便当与流动餐饮,适宜旅游与休闲的小吃广场等。这些业态形式,加上较低的行业进入门槛,巨大的潜在客户需求,形成了分布广泛的大众化餐饮市场。目前,各式各样的大众化餐饮企业充斥在城市的大街小巷,为流动人口、外出人员提供物美价廉、简单便捷的餐饮成品、半成品、方便食品等等。“放心早餐工程”推动着早餐点网络逐渐拓展,学校、医院、火车站等附近地区的流动餐点连续不断。国家统计局的数字显示连锁性餐饮企业也迅速扩张,2005年全国限额以上连锁餐饮业集团(企业)共计300个,三年增长了64个,其中快餐类从2003年的78个增长到2005年的117个。同时,全国限额以上连锁餐饮业门店数达到8514个,其中快餐业的门点数达到4178,两者比上年均增长了12.3%。

(四) 大众化餐饮存在的问题

(1) 安全、卫生等隐患较多 由于大众化餐饮企业规模不等,食品、服务质量参差不齐,人员素质整体不高,流动性相对较强,卫生部门的监管难以到位等原因,其卫生消防安全方面存在很多的问题。

俗话说得好,“民以食为天,食以净为本”。然而,最近几年我国有个别餐饮企业,发生多起厨房安全、食品安全等事故,给广大食客的就餐安全带来隐患,一连串的餐饮安全事故,给我们带来深刻的教训。2006年在我国北方某市爆燃事故中,有个海鲜大排档——个人经营饭店——未经过消防审批,私自后厨安装了液化气加压阀。饭店工作人员用燃烧的烟头查找后厨液化气的漏气点时导致燃爆,造成后厨工作人员3人重伤8人轻伤的严重后果。2006年6月,北京电视台调查发现,一道北京的时尚美味小吃——麻辣小龙虾铅和砷的含量超标。2006年8月,媒体曝光某餐饮企业为节省成本,在向食客出售“沸腾鱼”菜肴时反复使用的“口水油”事件。同月,北京等地发生“福寿螺”事件,导致多人感染广州管圆线虫病(属于脑膜炎一种)。后来经过有关部门的调查,仅仅因为厨师对于凉拌福寿螺操作理解有误而产生了这样的安全问题。再如,国人一向推崇的洋快餐业频频爆出食品安全问题。2006年2月有关部门在一个知名的快餐企业检查时,发现该企业的炸薯条检测中发现含高量有害物质——反式脂肪。2007年3·15前夕,在我国某地区快餐企业曝光使用“滤油粉”事件,以“抛光”混浊煎炸油,延长食用油的寿命,目前其安全性尚不能确定,但无疑已经引起消费者的广泛关注。诸多案例说明目前的餐饮市场安全隐患颇多。

(2) 能耗大 能源环境是经济社会发展的重要物质基础和外部条件。目前我国的现代化建设对能源的需求持续增加,环境的承载能力不断受到挑战。在此背景下党中央提出按照科学发展观的要求,转变经济增长方式,建设节约型社会和环境友好型社会。温总理将节能降耗和保证环境列为今年政府工作的重点。餐饮业作为高能耗产业,繁荣发展的背后还存在着大量不合理不科学的行为和现象。一是全国各

地餐饮浪费的现象严重,同时不注重废物回收,污染大气、地表环境,恶化人们居住条件,同时造成的部分水体污染,引起水生动植物的死亡。二是餐饮企业在用电用水以及消耗品方面也造成很大的能源浪费,如有些空调系统起行不加控制、锅炉无回收设施等。三是流动摊点,如露天餐饮、烧烤、早餐、夜市餐饮等,油烟、粉尘污染周边环境,影响市容市貌等,与政府倡导的高效节能、保护环境、居民提高自身生存环境的要求相悖。

(3) 经验技术不稳定 中国餐饮业一向采用经验型、手工操作为主导的方式,烹调过程中个人的随意性和模糊性很强,科学化、定量化和标准化程度很低。面向中低端市场的餐饮企业、流动餐点,菜品原材料货源杂、质量和价格不稳定,菜具不一致,盛器的使用不严格如一,制作的流程不标准,出品的时间不严格,色泽味道上也不统一,加之餐饮业从业人员的流动性非常大等,导致菜品的质量良莠不齐,稳定性较差,成为中餐发展的重要制约因素之一。同时与国外同行业相比,我国餐饮业整体的资金实力和技术水平还有略显不足,现今还未形成科学、规范的原料采购、运输,检验、菜品加工、销售渠道全程的跟踪监督机制;产品生产的质量标准、卫生标准和营养标准方面的工作做得还不够。中餐烹饪品种繁多、色香味形的优势反而转化为中餐企业的劣势。客人投诉菜品和服务不稳定的现象时有发生。

(4) 人员整体素质较低 由于餐饮行业进入的门槛低,对投资者资金、技术等要求都不高,政府对餐饮行业的进入限制很少,加上巨大的市场潜在需求,大量的下岗工人或外来的务工人员涌入其中,这些小摊贩充当了市场的补缺者。但随之而来的是从业人员整体素质相对落后,文化程度不高,没有过硬的专业技术,系统接受专业知识、技能和职业道德培训的很少,经营管理理念、复合管理能力更是几乎不具备,从而影响了整个行业的服务水平和发展。

(五) 促进大众化餐饮发展的政策建议

从战略高度认识,大众化餐饮对构建和谐社会的重要作用餐饮产业作为我国第三产业中传统的支柱产业,其持续快速增长,为经济增长作出了重要贡献。

根据《2006 中国餐饮产业运行报告》的数据,1997~2002 年餐饮业实际增加值占 GDP 的比重六年期间持续上升,从 1.22% 增长到 1.93%。同时,餐饮业因其具有商品消费与服务消费的双重特性,在满足大众的差异化需求、扩大社会就业、维护社会稳定、建设和谐社会方面都发挥着巨大作用。然而,在肯定餐饮产业对于国民经济发展的积极作用的同时,其发展过程中存在的诸多问题也应该引起政府相关部门的高度重视。充分使用政府规划的手段与市场调节的手段:一方面,在地区商业规划中,应当重视对大众化餐饮服务设施的配套建设。即各城市在发挥地方特色,科学规划城市发展布局的同时,应注重配套服务设施建设,发挥不同行业间的连带效应,提高产业的集中度。另一方面,借助市场化手段,调节餐饮企业的供给状况。由于餐饮业的进入壁垒较低,大量企业涌入,导致市场的无序竞争,某些企

业的运作欠规范,服务质量较低,因此需要充分发挥市场的调节作用,引导餐饮企业在就餐环境、菜品质量、服务水平、价格标准上下工夫,改善供应产品质量,满足不同层次的消费需求。

(六) 促进大众化餐饮发展的政策建议

政府加强管理,督促餐饮企业消除各种潜在隐患为保证居民就餐的安全,政府相关部门应加强卫生安全管理,增强在种植养殖、生产加工、市场流通、餐饮消费各个环节的食品监管力度,建立和健全各种卫生安全检验标准,并认真落实相关的各项规定,如《食(饮)具消毒卫生标准》、《饭馆(餐厅)卫生标准》、《一次性可降解餐饮具通用技术条件》、《商业、服务业经营场所传染性疾病预防措施》等,引导餐饮企业增强安全意识,加强原料进货检验验收制度、可追溯制度等制度建设,提高企业的卫生安全保证能力。对从业人员执行健康制度,开展食品安全教育。针对大众化餐饮企业存在的诸多隐患,还要重点抓好中小餐馆、流动餐点的卫生、安全监管以及人员密集及事故多发场所的消防安全,确保消防设施完好,疏散通道畅通,清查各种事故的隐患。

强化节能降耗。配合中央有关节能降耗、保护环境的相关要求,鼓励和倡导餐饮企业采取节能、节水和其他有利于环境保护的技术和设备,减少使用或者不使用浪费资源、污染环境的消费品。严格执行国家环保总局发布了《饮食业油烟排放标准》(GB 18483—2001)、《饮食业污水排放标准及测量方法》(报批稿)、《饮食业排水油及固体废弃物处理处置控制规范》(报批稿)、《恶臭污染物排放标准》等环保标准、法律法规和政策。组织宣传和引导居民的合理、节约、绿色消费。

鼓励中餐工业化的探索,加快中餐工业化进程,降低中餐的制作成本。将传统的中餐手工操作变成工厂化操作,提高菜品制作过程中机械化程度高,降低劳动强度,提高工业效率;在每一种菜点从原料到成品的制作过程均遵循特定的工艺流程,每一道工序都采用严格的操作规程和工艺条件;建立统一的菜点质量标准,并设立有相应的控制手段,降低制作成本的同时,有效地控制菜点质量。同时,商务部应牵头,联合中国烹饪协会、中国食品工业协会等组织选择有代表的、有实力的企业,进行重点中餐工业化餐饮企业培育,并组织各种相关技术的推广活动,促使中餐与国际接轨。

鼓励菜品创新,建立菜品标准化体系,奖励菜品的研究开发建立各种菜品制作程序及关键工序的技术标准,引导餐饮企业根据消费者多层次需求,提供相应的特色饮食,鼓励大量餐饮企业在菜品烹饪原料、使用的器皿、工艺的科技含量、风味特征、审美价值、营养功效等方面推陈出新,奖励各种菜品研发活动,打击剽窃他人菜品行为,从而遏制菜品同质化倾向,延长菜品经济生命周期,丰富菜品品种,增强餐饮产业可持续发展的能力,满足顾客不断变化的需求。

加强餐饮从业人员的培训,提高餐饮人员的素质由于我国目前的餐饮从业人员