



全国高等教育自学考试餐饮管理专业(专科)
中国餐饮业职业经理人资格证书考试
指定系列教材

总主编 杨 柳



餐饮管理与实务

全国高等教育自学考试指导委员会 组 编
中 国 烹 饪 协 会

马开良 编著

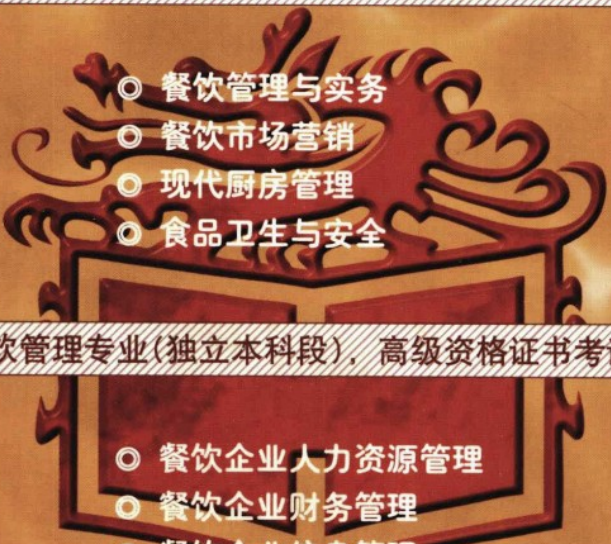


高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

全国高等教育自学考试餐饮管理专业
中国餐饮业职业经理人资格证书考试

指定系列教材

自学考试餐饮管理专业(专科)、中、高级资格证书考试指定教材

- 
- 餐饮管理与实务
 - 餐饮市场营销
 - 现代厨房管理
 - 食品卫生与安全

自学考试餐饮管理专业(独立本科段)、高级资格证书考试指定教材

- 餐饮企业人力资源管理
- 餐饮企业财务管理
- 餐饮企业信息管理
- 餐饮企业战略管理

ISBN 7-04-013909-X



9 787040 139099 >

定价 33.00 元

全国高等教育自学考试餐饮管理专业(专科)

中国餐饮业职业经理人资格证书考试

指定系列教材

总主编 杨 柳

餐饮管理与实务

全国高等教育自学考试指导委员会 组编
中 国 烹 饪 协 会

马开良 编著

高等教育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

餐饮管理与实务 / 马开良编著. —北京:高等教育出版社,2003.12

ISBN 7-04-013909-X

I. 餐... II. 马... III. 饮食业-经济管理-高等学校-教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 104607 号

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100011
总 机 010-82028899

购书热线 010-64054588
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>

经 销 新华书店北京发行所
排 版 高等教育出版社照排中心
印 刷 高等教育出版社印刷厂

开 本 787×960 1/16
印 张 18.5
字 数 340 000

版 次 2003 年 12 月第 1 版
印 次 2003 年 12 月第 1 次印刷
定 价 33.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

组 编 前 言

当您开始阅读本书时,人类已经迈入了21世纪。这是一个变幻难测的世纪,这是一个催人奋进的时代,科学技术飞速发展,知识更替日新月异。希望、困惑、机遇、挑战,随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。抓住机遇,寻求发展,迎接挑战,适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习,终身学习。

作为我国高等教育组成部分的自学考试,其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学,为每一个自学者铺就成材之路。组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。毫无疑问,这种教材应当适合自学,应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息,有利于学习者增强创新意识,培养实践能力,形成自学能力,也有利于学习者学以致用,解决实际工作中所遇到的问题。具有如此特点的书,我们虽然沿用了“教材”这个概念,但它与那种仅供教师讲、学生听、教师不讲、学生不懂,以“教”为中心的教科书相比,已经在内容安排、编写体例、行文风格等方面都大不相同了。希望读者对此有所了解,以便从一开始就树立起依靠自己学习的坚定信念,不断探索适合自己的学习方法,充分利用已有的知识基础和实际工作经验,最大限度地发挥自己的潜能,以达到学习的目的。

这套中国餐饮业职业经理人资格证书考试教材(同时也是高等教育自学考试餐饮管理专业的指定教材)是根据目前我国餐饮业发展的实际情况和行业从业人员的知识结构水平,由中国烹饪协会与全国高等教育自学考试指导委员会办公室共同组织编写的。教材中运用大量实际案例,深入浅出地解释概念性问题,十分符合餐饮业的特点。中国餐饮业职业经理人资格证书考试是迄今为止我国惟一的餐饮管理类资格认证,这对推动我国餐饮业职业经理人队伍建设有着非常重要的意义。

由于首次合作编写,不当之处难免,希望读者提出宝贵意见和建议。

全国高等教育自学考试指导委员会
中 国 烹 饪 协 会

2003年11月

郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581698/58581879/58581877

传 真：(010) 82086060

E - mail: dd@hep.com.cn 或 chenrong@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社法律事务部

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)64014089 64054601 64054588

策划编辑	黄小齐
责任编辑	陈瑞清
封面设计	于 涛
责任绘图	郝 林
版式设计	史新薇
责任校对	朱惠芳
责任印制	韩 刚

目 录

第一章 餐饮业概论	1
第一节 餐饮业的发展	1
一、中国餐饮业的发展	1
二、国外餐饮业的发展	4
三、餐饮业的发展趋势	7
第二节 餐饮企业的类型	11
一、商业综合性餐饮企业	11
二、商业单纯性餐饮企业	12
三、非商业性餐饮服务企业	16
第三节 餐饮业的特点	17
一、生产、销售即时性	18
二、劳动密集、技艺性	18
三、生产、服务手工性	19
四、有形与无形结合性	20
五、工艺流程配合性	21
六、质量认定主观性	22
第二章 餐饮管理导论	27
第一节 餐饮管理的基本职能	27
一、计划	27
二、组织	28
三、协调	29
四、指挥	30
五、控制	30
六、评估	31
第二节 餐饮管理目标	32
一、实现餐饮企业资源的最佳配置	32
二、为顾客提供优质、周到的出品和服务	33
三、为企业创造持续、理想的经济效益	33
四、倡导饮食文明,弘扬发展餐饮事业	34
第三节 餐饮管理内容	35

一、餐饮企业人力资源管理	35
二、餐饮企业经营效益管理	36
三、餐饮企业物资原料管理	36
四、餐饮企业产品质量管理	37
五、餐饮企业工作秩序管理	38
六、餐饮企业卫生安全管理	39
第三章 餐饮市场调研与计划管理	43
第一节 餐饮消费者与需求分析	43
一、餐饮消费者类型	43
二、餐饮消费者需求分析	45
第二节 餐饮市场调研与经营环境选择	48
一、餐饮消费特点	48
二、餐饮市场调研	50
三、企业环境与经营选址	59
第三节 餐饮经营计划管理	63
一、餐饮经营计划的意义与要求	63
二、餐饮经营计划的内容	65
三、餐饮经营计划的编制	67
第四章 餐饮组织机构	72
第一节 餐饮人员与组织	72
一、餐饮从业人员	72
二、餐饮组织原则与形态	76
三、餐饮组织机构图	77
第二节 餐饮岗位职责	83
一、岗位职责制定	83
二、餐饮管理岗位职责	85
第三节 餐饮与相关部门的联系与沟通	94
一、餐饮与相关部门联系与沟通的方式	94
二、餐饮联系与沟通的部门	96
第五章 菜单管理	99
第一节 菜单的作用与种类	99
一、菜单的作用	99
二、菜单的种类	102
第二节 菜单设计	107
一、菜单设计的原则	108
二、菜品选择	109
三、菜单内容	111

四、菜单制定程序	113
第三节 菜单定价	119
一、菜肴的价格构成	119
二、菜单定价原则与程序	120
三、菜单定价方法	125
第四节 菜单制作与评估	130
一、菜单艺术设计	130
二、菜单常见设计错误	139
三、菜单评估	140
第六章 餐饮原料管理	143
第一节 原料采购管理	143
一、原料采购目标与方式	143
二、原料采购程序	147
三、原料采购质量控制	149
四、原料采购数量控制	150
五、原料采购价格控制	152
第二节 原料验收管理	154
一、原料验收的方法与程序	154
二、原料验收的要求	156
第三节 原料贮存与发放管理	157
一、原料贮存管理	157
二、原料盘存管理	162
三、原料发放与领用管理	164
四、原料调拨管理	165
第七章 餐饮服务管理	166
第一节 宴会管理	166
一、宴会种类及其特点	166
二、宴会部门组织	168
三、宴会预订管理	171
四、宴会台面设计	175
五、宴会服务管理	178
第二节 零点管理	179
一、餐厅的种类	179
二、中餐服务方式	180
三、西餐服务方式	181
四、服务流程管理	184
第三节 酒吧管理	185

一、酒吧的种类与特点	185
二、酒吧组织	188
三、酒吧销售与成本管理	191
第四节 客房用餐管理	196
一、客房用餐部门组织机构	196
二、客房用餐服务	197
三、客房用餐管理要领	198
第五节 服务质量管理	199
一、餐饮服务内容	199
二、餐饮服务质量控制	201
第八章 餐务管理	209
第一节 餐务管理组织与职能	209
一、餐务管理组织机构	209
二、餐务管理职能	213
第二节 餐务工作管理	214
一、餐具洗涤	214
二、银器保养	218
三、餐务保洁管理	219
第三节 餐务物资管理	220
一、餐具、物品管理	220
二、餐务设备管理	221
三、大型活动物品筹措管理	223
四、餐具损耗管理	223
第九章 餐饮促销	226
第一节 餐饮促销的目的与意义	226
一、餐饮促销的目的	226
二、餐饮促销的意义	228
第二节 客史档案管理	229
一、客史档案的作用与内容	229
二、客史档案资料搜集	230
三、客史档案的管理与使用	232
第三节 餐饮促销方式	232
一、餐饮店内促销	232
二、餐饮店外促销	238
三、餐饮全员促销	242
第四节 美食节促销	244
一、美食节主题策划	244

二、美食节计划制定	247
三、美食节实施管理	254
四、美食节评估总结	258
第十章 餐饮成本控制	262
第一节 餐饮成本构成与特点	262
一、餐饮成本构成	262
二、餐饮成本及其控制的特点	265
第二节 餐饮成本核计	266
一、餐饮成本计算	267
二、成本日核算与月核算	272
第三节 餐饮成本控制与分析	276
一、餐饮成本控制	276
二、餐饮成本分析	282
参考文献	284
后记	285

第一章

餐饮业概论

餐饮,既催生人类文明,又展现人类文明。餐饮与人类的关系似鱼水之切。餐饮管理对繁荣、发展餐饮事业,创造人们良好、健康的饮食条件,倡导人们科学文明、积极有益的就餐及生活方式,起着不可或缺的基础和先导作用。宾馆、饭店餐饮,酒楼、餐馆餐饮,机关、学校、企事业单位食堂餐饮,构成了本书餐饮管理的涵盖对象。本章将就餐饮业的发展进步过程,加以简单回顾,旨在发现餐饮变化之轨迹、发展之趋势。本章还系统分析了餐饮业的特点,为有效实施餐饮管理作好认识上的铺垫。

第一节 餐饮业的发展

火的发现和使用、人类社会初期的餐饮,为人类文明进步发挥了积极推动作用;而今天繁荣兴旺的餐饮,又是人类社会日益进步的结晶。国内、外餐饮发展虽然进程不完全相当,但发展规律和轨迹是基本吻合的。随着中国加入 WTO、经济全球化进程的推进,探讨、展望餐饮业的未来,餐饮业的明天更加精彩。

一、中国餐饮业的发展

中国餐饮具有悠久的历史、灿烂的文化,是东方文明的重要组成部分。中国餐饮业伴随着历史的推进,菜品日益增多,服务日臻精良,规模不断扩大,内涵越发丰富,积淀渐趋丰厚。

(一) 先秦南北风味出现雏形

《礼记·礼运》篇说:“古者未有火化,食草木之食,鸟兽之肉,饮其血,茹其毛。”火的发现与运用,使人类进化发生了划时代的巨变,从此结束了茹毛饮血的蒙昧时代,进入了人类文明的新时期。有目的使用火之后,人类经历了石烹、

陶烹、铜烹时代;秦汉以后,先进、有益的铁刀、铁锅成为沿袭至今的高效能、无公害器具。铁器时代的到来,为餐饮的发展带来了重大便利和促进。

史至先秦,中国餐饮南北风味已见端倪。西周《八珍》是当时宫廷菜肴的典式,是北方菜的代表作,其用料多为陆产,其制法多依殷商,其地域西起秦晋,东及齐鲁,属黄河流域地方风味。而《吕览·本味》、《楚辞·招魂》所列菜肴,则呈现南方菜的特色,水产禽类居多,属长江流域地方风味。这种南北地方风味的分野已十分明显。

(二) 两宋餐饮市场流派纷呈

先秦之后,汉代餐饮市场食品已很丰盛,“熟食遍列,殽旅成市”,“殽旅重迭,燔炙满案”,“众物杂味”,花式品种繁多。经历南北朝少数民族和中原餐饮文化的交融,到了隋唐两宋,餐饮市场更加繁荣。市场上除了售卖酒食的酒肆,还有各类专营面食、包子、小食的酒馆、茶楼、小吃店。餐饮市场的经营层次也更加明确:有以达官贵人、文化名流为服务对象的高级酒楼;也有普通层次、档次较低的众多酒馆,“兼卖血、脏、豆腐羹、火鹿螺蛳、煎豆腐、蛤蜊肉之属,乃小辈去处”;还有走街串巷、遍及都会小城的饮食担子。到了唐代,天下扬一益二,交广齐名,南味一分为三:西南、长江中上游,川味占优势;东南、长江中下游,淮扬味占上风;而岭南、珠江流域和闽江流域,则粤闽味占主导。到了宋代,开封、杭州均有北食店、南食店、川饭店,还有山东、河北风味的“罗酒店”。在东京汴梁,在临安的饮食市场上已经出现了不同地方风味的专营酒楼。至此,中国四大菜系实际已基本形成。

(三) 明清饮宴规模盛大

明清两代,特别是明洪武、永乐两朝和清康熙至嘉庆期间,北方的饮食市场逐渐繁荣。饮宴规模是一个国家在一定时期经济、政治、文化发展的产物,也是一个民族烹饪水平的重要标志。明清时期,各种主题宴席不断出现,最富盛名的宴会莫过于清代的满汉全席。满汉全席集山珍海味、奇珍异食于一体,其奢侈豪华登峰造极。元明以后餐饮理论研究也越来越丰富。《饮膳正要》、《本草纲目》等有关餐饮营养卫生、食品科学理论方面的巨著陆续面世;古代最优秀的餐饮理论著作、清代袁枚所著《随园食单》也同时面世。这些理论研究为发现、把握餐饮发展规律,巩固、繁荣中国餐饮产生着深远的影响,发挥了极大的引导和启发作用。

(四) 当代餐饮蓬勃发展

历史进入当代,尤其是经过20世纪最后20年的改革与调整,我国的餐饮业以新的格局、新的面貌出现在21世纪。20多年来,中国餐饮业有了长足的发展(见图1-1)。时至2002年,全国拥有350万家餐饮企业、1800万从业人员,“九五”期间年营业额增长幅度保持在20%,餐饮业成为国民经济各行业中增长

速度最快的行业。当代餐饮的战略地位显著提高,主要表现在:(1) 餐饮业是一个重要的生活环境和投资环境产业;(2) 餐饮业是国民经济发展新的增长点;(3) 餐饮业是国家扩大内需的重要支柱之一;(4) 餐饮业是居民休闲消费、社交消费、喜庆消费和旅游消费的重要组成部分;(5) 餐饮业是发展市场经济、从事商务活动的重要场所;(6) 餐饮业是吸纳社会就业和扩大再就业的重要渠道;(7) 餐饮业是发展中国外向型经济包括进入国际市场的一个重要行业;(8) 发展餐饮业是缩小地区差距和推动城市化进程的一个重要途径。

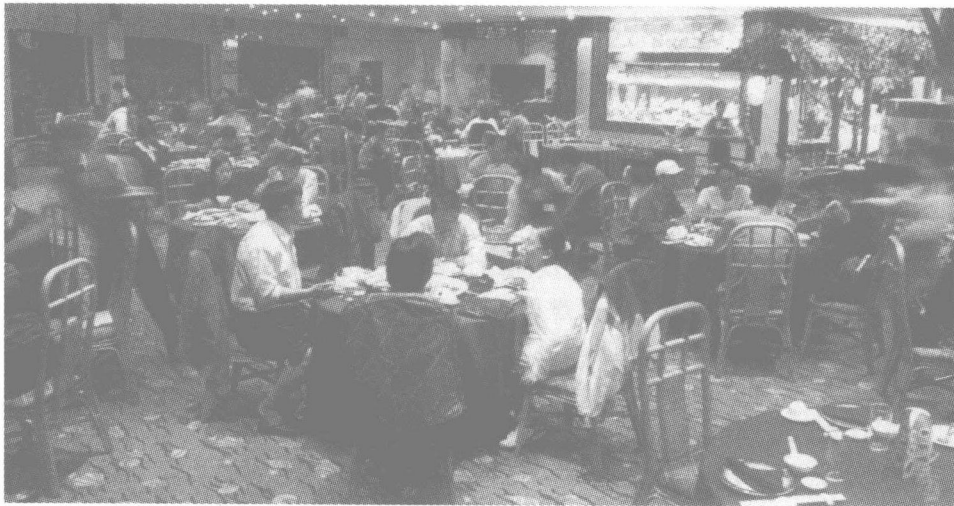


图 1-1 当代餐饮繁荣兴旺

伴随着中国加入 WTO 的步伐,中国社会同时迈进了经济全球化和知识经济时代,餐饮业在获得新的发展动力的同时,发展空间也发生了明显变化:(1) 社会向餐饮业提出了新的消费需求,包括消费者对膳食品种、菜点质量、餐饮环境、文化氛围、服务水平、营销方式等方面;(2) 社会的发展,同时为餐饮业的推陈出新提供了新的条件,如新的原料、新的设备、新的能源、新的科技等;(3) 餐饮业的市场环境也有了新的变化,即餐饮市场既有竞争又有商机,既要面向国内市场又要面对国际市场;市场更加广阔,但竞争又更趋激烈。与此同时,当代餐饮在企业经营和发展战略上,正在朝向科学、系统、理性、强大的方向稳步前进:(1) 积极推进创新,实现餐饮企业可持续发展。餐饮企业从自身实际情况出发,建立包括菜点创新、技术创新、服务创新、环境创新、机制创新、管理创新、市场创新在内的企业创新体系。通过广泛深入和富有成效的创新活动,降低成本,提高效率,增加盈利能力,提升企业档次,增强企业的市场竞争力。餐饮企业还自觉推广绿色餐饮工程,在能源、资源、环保上做认真细致的工作,探寻和保护企业发展不竭的动力。(2) 加快传统餐饮向现代化餐饮转化的步伐。逐步改变长期以来存在的随意性生产、作坊式经营和经验型管理的落后方式。在继承发扬传统优秀饮食文化与烹饪技艺的基础上,不断加快现代餐饮的发展步伐。加强国际交流合作,向标准化操作、规模化经营、科学化管理的方向努力,以促进和加快餐饮业现代化、工业化、产业化和国际化的发展进程。(3) 努力挖掘和开拓餐饮业的发展空间。成功的餐饮企业不仅向全国市场拓展,向欠发达地区拓展,向农村和小城镇市场拓展,向国际市场进军;而且还不断提高工厂化、社会化生产水平,积极发展便民、利民的新型加工食品。

二、国外餐饮业的发展

国外餐饮业的发展主要体现在综合型的饭店餐饮、餐馆餐饮和非商业性餐饮的形成与发展。

(一) 综合型饭店餐饮的形成与发展

现今的饭店和其他集住宿与餐饮等服务于一体的服务设施是从早期的小客栈和其他旅行者临时栖息的场所逐步发展而来的。在古代,一些小客栈在提供旅行者住宿和餐食的同时,还向客人提供含酒精的饮料和娱乐活动。小客栈的主人们将所有可以利用的食物制成餐食,通常有足量的葡萄酒和啤酒,外加奶酪、蔬菜、蛋糕和面包。在罗马帝国时期,客栈已经非常普及。

在中世纪,天主教会管理着许多招待所——客栈的一种、寺院和其他宗教寓所,以此为旅行者提供休息场所。成立于 1048 年的宗教团体——耶路撒冷圣约翰骑士团(the Knights of Saint John of Jerusalem),曾建立了很多教堂和寺院,用

以保护来往于耶路撒冷的朝圣旅行者。实质上,是天主教会经营了第一家连锁饭店。英国、美国,与其他地方一样,住宿业和餐饮服务是伴随着旅行线路发展起来的。

在 20 世纪早期,大型的现代化饭店在美国的各大城市拔地而起。这些饭店逐渐受到旅行者的青睐。许多公众性的重要活动和特殊盛会经常集中在饭店及饭店的餐饮场所举行。20 世纪 50 年代,一些饭店的餐饮经营质量经历了短暂的下降。20 世纪 70 年代中期,饭店餐饮服务经营又出现了新的生机。今天,饭店的餐厅是各部门实现利润计划不可缺少的组成部分。饭店的重要活动空间,诸如大堂、多功能厅,经常被用做提供餐饮产品的场地。经验丰富的主厨、优质的餐饮产品及服务以及声势浩大的社区促销活动,为饭店的餐饮经营树立了崭新、有益的形象。

(二) 餐馆餐饮的形成与发展

咖啡馆是国外早期餐饮的一种类型,于 17 世纪中期便出现在英国。餐馆及其名称,最初于 1765 年出现在法国巴黎。此前,只有客栈和餐食包办商才提供大众餐饮服务。被称为“traiteurs”的餐食包办商们组织了一个成员有限的行会。他们指控一个创制了用羊蹄加白料酒做成汤餐的小汤贩与行会竞争,并把小汤贩送上了法庭。然而法庭却判定这个特色汤没有与行会制作的任何菜品发生竞争,并且允许小汤贩继续营业。小汤贩将他的汤称为“体力恢复汤”(le restaurant divin)进行推销。餐馆(restaurant)一词由此而来。

在美国,首家餐馆的美誉属于 1827 年在纽约市建立的德尔莫尼克餐馆(Delmonico's)。到 1923 年,德尔莫尼克家族已经经营了 9 家餐馆。这些餐馆以举办豪华的宴会和提供广博的菜品而著名。像德尔莫尼克这样以昂贵价格提供高水平餐饮的餐馆在许多城市中并不多见。美国绝大多数餐馆都为顾客提供简单而廉价的餐饮品种。

第一个大规模连锁经营餐馆的是美国弗雷德·哈维(Fred Harvey)。19 世纪 20 年代,美国拥有了足够的机动车,于是便支撑起了一个新型的餐饮服务设施——路边餐馆。20 世纪 60 年代,这种新的餐饮经营方式大部分被店内快餐服务特许经营公司所取代。

快餐特许经营企业(亦可称为“fast food”)对餐饮服务业所产生的巨大影响是空前的,其特许经营至少在 20 世纪的二三十年代就出现了,当时 A&W 根汁饮料公司(A&W Root Beer)和霍华德·约翰逊快餐公司(Howard Johnson's)就出售了公司某些单位的特许经营权。三明治快餐公司——最初的汉堡包快餐公司,占据了餐饮业中餐馆的快餐市场。汉堡包可以追溯到中世纪,而汉堡小圆面包的首次出现是在 1904 年举行的圣·路易斯博览会上。今天,汉堡连锁快餐公司,在世界范围内已家喻户晓。

（三）非商业性餐饮形成与发展

非商业性的餐饮设施类型较多。对非商业性餐饮设施的发展起到十分重要作用的主要有工商企业、医院和学校三类机构中设立的非商业性餐饮设施。

罗伯特·欧文一直被誉为“工业餐饮服务之父”。他年轻时在苏格兰的一家工厂担任厂长,当时欧文对英国纺织业工人们所受压迫的状况感到震惊。1815年前后,欧文为他的工人和工人的家属开办了一个“大食堂”(eating room),这是他所制定的改善工人工作条件总体计划中的一个组成部分。欧文的做法非常成功,继而在世界范围内得到了广泛传播。到19世纪90年代,一些工厂、保险公司、银行和其他企业为雇员们提供了餐饮服务。到1902年,自助食堂式的餐饮服务才被引入工商企业,当时在美国马萨诸塞州的普利茅斯市,为普利茅斯绳索公司(the Plymouth Cordage Company)建起了一座大楼,里面设有一个厨房、两个自助食堂和部分娱乐设施。第一次世界大战期间,向工人提供餐饮服务的工商企业数量猛增,到第二次世界大战期间更是急剧增长。二战结束后,由工作单位提供餐饮服务的工人数量大约占产业工人总数的1/3。现今,提供餐饮服务的不仅仅是大型工业企业,越来越多的小型工商企业也正在为其雇员提供餐饮服务项目,以此来提高雇员的士气和劳动生产率。

早在公元前600年,在印度和埃及就已有简陋的医院,并向病人提供饮食。19世纪中期,重视饮食健康在医院中变得重要起来。随着人们对营养与康复及健康关系的认识,医生们开始求助于餐饮服务行业来为他们的病人创造健康饮食。在两次世界大战期间,受过训练的饮食学家非常成功地为军队医院的伤病员提供了合理的饮食。今天,提供让病人选择菜品的菜单已成为绝大多数医院的餐饮服务规范。现代化医院的餐饮服务项目以提供内容丰富的菜单、高质量的食品以及先进的食品制作和服务设备为特色。许多医院的餐饮服务项目在很多方面可以与商业性的餐饮服务企业相媲美。实际上,国外一些医院的餐饮服务设施以向雇员提供可以带回家的饮食来与商业性的餐饮企业进行竞争。

虽然学校在古代早已存在,但一般都不提供餐饮服务。建立于12世纪后半叶的英国牛津大学和剑桥大学的学生虽在校园里居住,但却不得不在他们的佣人的帮助下自己烧饭。最终,这些大学中也开设了公共食堂,并提供非常正规的晚餐。到1776年,美国建立了10所大学。在这些大学开办的初期,每个大学都提供风格各异的餐饮服务。在美国中小学提供餐饮服务始于19世纪中叶,并逐渐发展成为涉及千百万中小學生日常用餐的现代化的餐饮服务项目。早期大学层面的学校餐饮服务表现为桌餐服务方式。今天,大学以及中小学更青睐自助餐服务方式。