

中等职业学校饭店专业教学用书

中餐实务

ZHONGCAN
SHIWU

主 编 陆 朋
副主编 郝 璐 滕兰稳



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>



中等职业学校饭店专业教学用书

中餐实务

主 编 陆 朋

副主编 郝 璐 滕兰稳

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书主要包括餐饮概述、中餐服务基本知识、中餐服务操作技能、中餐对客服务技能、中餐服务拓展技能。通过本书的学习,使学生具备中级中餐服务人员所必需的基本知识和基本技能,熟练掌握中餐服务基本程序与方法,培养学生综合职业能力。

本书可作为中等职业学校教材,也可供职业培训人员参考。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

中餐实务/陆朋主编. —北京:电子工业出版社, 2008.10

中等职业学校饭店专业教学用书

ISBN 978-7-121-07489-9

I. 中… II. 陆… III. 餐厅—商业服务—专业学校—教材 IV. F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第153813号

策划编辑:涂 晟

责任编辑:李 影 徐 玲 特约编辑:李印清

印 刷: 北京牛山世兴印刷厂
装 订:

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 15.75 字数: 398.4千字

印 次: 2008年10月第1次印刷

印 数: 4000册 定价: 23.50元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

前 言

《中餐实务》是中等职业学校（3 年制）饭店服务与管理专业的专业课程用书，也可以作为饭店行业培训中级餐厅服务员和在职餐饮服务人员的教材。通过本课程的中餐基础理论的学习和到饭店餐饮部进行教学实习，使中等职业学校的学生掌握中级餐饮服务员及餐饮部基层管理人员所必需的基本知识和基本技能，熟悉饭店餐饮部运转的基本程序与方法，能够胜任餐饮服务及餐饮部基层管理工作。

本教材从中国饭店业的实际需要和中等职业学校学生的实际水平出发，深入浅出地介绍了餐饮服务的基础理论知识和基本技能。以强化应用为教学重点，内容侧重结合饭店中餐服务的实际，以大量图表为辅助，以模块的形式编写，突出专业技能的操作训练，具有“实用”和“实践”两大特点，从而使学生学以致用。

本教材共五章，第一章餐饮概述、第二章中餐服务基本知识、第三章中餐服务操作技能、第四章中餐对客服务技能、第五章中餐服务拓展技能，教学总课时为 60 学时，4 个学分，授课内容主要学时分配建议见下表。

序号	课程内容	基础	选学	实践	课时
1	餐饮概述	8	2		10
2	中餐服务基本知识	6	2		8
3 操作 技能	托盘			2	2
	斟酒			2	2
	餐巾折花			2	2
	摆台			4	4
	上菜、分菜、撤换餐用具			2	2
4 服务技能	中餐便餐服务	4		4	8
	中餐宴会服务	6		4	10
5	插花知识		4		4
	插花服务			2	2
	营销知识		4		4
6	机动	2			2
合计		26	12	22	60

本书第一章由河北师范大学旅游系陆朋编写，第二章由山西省长治市第一职业高级中学焦爱琳、杨艳编写，第三章由石家庄旅游学校高娇娜编写，第四章由吉林省延吉市延边林业学校毛静涛编写，第五章由郑州旅游职业学院肖靖、石家庄旅游学校郝璐编写。

本书由河北师范大学旅游系陆朋任主编，石家庄旅游学校郝璐、河北师范大学滕兰稳任副主编。本书由长春大学管理学院苗雅杰和长春职业技术学院花立明主审。

在本书的编写过程中，得到了电子工业出版社等有关领导和饭店行业专家的指导和帮助，作者所在学校的领导和同事也给予了热情的帮助，在此表示感谢。

为了方便教师教学，本书还配有教学指南、电子教案和习题答案（电子版）。请有此需要的教师登录华信教育资源网（www.huaxin.edu.cn或 www.hxedu.com.cn）免费注册后再进行下载，有问题时请在网站留言板留言或与电子工业出版社联系（E-mail:hxedu@phei.com.cn）。

由于编写者水平有限，时间仓促，书中存在不妥之处在所难免，敬请专家和读者指正。

编 者

2008年10月

目 录

第一章 餐饮概述	1
第一节 餐饮业发展概况	2
一、中国餐饮业发展概况	2
二、外国餐饮业发展概况	4
三、现代餐饮业发展趋势	5
第二节 餐饮部在旅游饭店中的地位和作用	8
一、餐饮在旅游业中的重要作用	8
二、餐饮部在旅游饭店中的地位和作用	9
第三节 餐饮部的经营特点	10
一、餐饮生产的特点	10
二、餐饮销售的特点	11
三、餐饮服务的特点	12
第四节 餐饮部的组织结构及各部门的职责	13
一、餐饮部的组织结构	13
二、餐饮部各部门的职能	16
三、餐饮服务人员的岗位职责	18
第五节 餐饮服务人员的基本素质	22
一、思想素质	22
二、业务素质	25
三、身体素质	30
四、心理素质	32
第二章 中餐服务基本知识	38
第一节 中国酒水知识	38
一、酒水概述	38
二、中国酒知识	39
三、软饮料	55
第二节 中国菜肴知识	60
一、中国菜的特点	60
二、中国菜的构成	61
三、中国名菜介绍	62
第三节 中式面点简介	83
一、中式糕点	83
二、中餐宴席点心	84

第三章 中餐服务操作技能	92
第一节 托盘	93
一、托盘的种类及用途	93
二、托盘操作程序与规范	93
第二节 中餐斟酒	96
一、酒水服务的准备	96
二、斟酒服务的流程与标准	97
第三节 餐巾折花	102
一、餐巾的作用	102
二、餐巾花的分类	102
三、餐巾花的选择和摆放要求	102
四、餐巾折花的注意事项	103
五、餐巾折花的基本技法	103
六、餐巾折花图谱	108
第四节 中餐摆台	125
一、选择餐桌	125
二、摆放桌椅	126
三、铺台布	126
四、放转盘	127
五、围餐椅	127
六、摆放餐具	127
第五节 上菜	132
一、中餐上菜	133
二、中餐摆菜	134
第六节 分菜	135
一、分菜工具的使用	135
二、分菜的方法	135
三、分菜注意事项	136
四、特殊菜肴的分菜方法	136
第七节 撤换餐用具	137
一、撤菜盘	137
二、撤换餐碟、小汤碗	137
三、撤换烟灰缸	138
四、更换台布	138
第四章 中餐对客服务技能	144
第一节 中餐服务基本环节	144
一、餐前准备	145
二、迎宾服务	147
三、就餐服务	148

四、餐后结束工作	151
第二节 中餐便餐服务工作	155
一、零点餐厅服务	155
二、团体餐服务	161
三、茶坊服务	164
四、客房送餐服务	166
第三节 中餐宴会服务程序	168
一、宴会的种类和特点	168
二、宴会设计	172
三、宴会预订程序	177
四、中餐宴会服务程序	182
第四节 自助餐服务程序	187
一、自助餐的特点	187
二、自助餐厅的要求	188
三、自助餐的服务程序	190
第五章 中餐服务拓展技能	197
第一节 插花知识	197
一、插花基础知识	197
二、插花的造型设计	208
三、餐厅插花	216
第二节 菜单拟定	219
一、菜单在餐厅服务中的作用	220
二、餐厅菜单的种类	220
三、点菜技巧	225
第三节 投诉的处理	231
一、处理投诉的指导思想	231
二、常见投诉的处理	232
三、处理订餐服务中的投诉	234
四、处理就餐服务中的投诉	235
五、处理餐厅安全方面的投诉	236
参考文献	240

第一章 餐饮概述



学习目标

1. 了解中外餐饮业发展的概况及发展趋势。
2. 了解餐饮部在旅游饭店中的地位和作用。
3. 掌握餐饮生产、销售和服务的特点。
4. 了解餐饮部的组织结构及各岗位的职责。
5. 掌握餐饮服务人员应具备的基本素质。



案例导入

自助餐上的香蕉

有一位美国客人入住某饭店，他个性孤僻，不喜言笑，单身。在饭店住了一周，几乎从不开口，不跟人打招呼，更难得让人看到一丝微笑。楼层服务员觉得这位客人极难伺候，任凭他们如何笑脸相待，主动招呼，所得到的总是一张铁板的脸，天天如此。

每天早上，他爱去自助餐厅吃早饭。当他吃完自己挑选的食品之后，便开始在台上寻找什么东西，一连三天都是如此。第一天，餐厅服务员小梅曾问过他要什么东西，他没吭一声，掉转头便走出餐厅。第二天小梅又壮起胆询问他，他还是一张冷峻的脸，小梅窘得双颊发红。当这位美国客人正欲步出餐厅时，小梅又一次笑容满面地问他是否需要帮助，也许是小梅的诚意感动了他，他终于吐出“香蕉”一词，这下小梅明白了。第三天早上，那位沉默寡言的客人同平时一样又来到自助餐厅，左侧一盘黄橙橙的香蕉吸引了他的注意力，绷紧的脸第一次有了一丝微笑。站在一旁的小梅也喜上眉梢，又一次领悟到“精诚所至，金石为开”的道理。

在接下来的几天里，饭店每天早餐都特地为他准备了香蕉。

几个月后，这位客人又来到该饭店。第二天一早他步入自助餐厅，原以为这次突然“袭击”，餐厅一定没有准备香蕉。孰料走进餐厅，迎面就是引人注目的一大盘香蕉。这位“金口难开”的客人看到小梅，第一次主动询问是不是特意为他准备的香蕉。小梅嫣然一笑，告诉他昨晚总台服务员已经给餐厅带来了他入住本店的信息。“太感谢你们了”，美国客人几个月第一次向酒店表示了发自内心的感谢。

· 想一想 ·

1. 餐厅服务员小梅哪些地方做得好？



2. 餐厅服务员应具备哪些素质？如何提供令客人满意的服务？

俗话说“民以食为天”，餐饮是人类赖以生存和发展的重要物质条件之一。人类生活中最基本、最重要的活动是餐饮。餐饮活动是随着人类的出现而产生的。随着社会生产的发展以及人们价值观的改变，人类对餐饮及其服务的要求越来越高。餐饮业的发展水平不仅反映着一个国家或地区的经济发展水平及在开发和利用自然资源方面的能力，而且也体现着该国家或地区的物质文明和精神文明的程度。

第一节 餐饮业发展概况

餐饮，词面上有两个含义，《辞海》解释：餐为“饮食”，饮为“喝”、为“饮料”。中国古代指餐饮为“饮食”，是最恰当的。因为食指“吃”，也指“食物”，饮指“喝”，又指“饮料”，故“饮食”也就是“喝酒、吃食物”。

在改革开放前，中国的酒楼称饮食店，餐饮业称饮食业。随着社会的发展和饭店的增多，诞生了“餐饮”一词。“餐饮”来源于“餐馆（Restaurant）”一词，按照法国百科大辞典的解释，是使人恢复精神和气力的意思。可以帮助人恢复精神与疲劳的方法，就是进食和休息，于是人们开始以 Restaurant 为名称，在特定场所提供餐食、点心、饮料，使客人在此场所中得到充分休息，而且能够恢复精神，在这一种方式进行获利，这就是西方餐饮的雏形。

由此可见，餐饮业是一个历史悠久的行业，是指利用餐饮设备、场所和餐饮原料，从事饮食烹饪加工，为社会服务的生产经营性服务行业。古今中外，餐饮业为客人提供饮食就餐服务的社会职能并没有改变。餐饮的发展受国家的历史文化、气候环境、经济发展水平、宗教信仰和传统习惯等诸多因素的制约。中外餐饮业有自身的发展历史，但也相互渗透、促进和推动。

一、中国餐饮业发展概况

（一）考古发现

考古工作者经过考古发掘，揭示了大约在 170 万年前，生活在中国这块土地上的人类祖先已经开始有意识地利用火来加工、烧烤食物并取暖驱寒。火是人类走出蒙昧时代，进入文明时代的标志。中华民族的摇篮之一——长江中下游地区的考古发现进一步显示，大约在六、七千年之前，生活在今天浙江省余姚市河姆渡地区的先民们已经大面积地种植水稻并饲养牲畜。同时，人工酿酒开始出现，使得人们能以酒助兴，以肴佐酒。食物的生产改善了人们的物质生活，并为餐饮业的形成奠定了物质基础。

（二）最早的聚餐形式——筵席

何为筵席？唐朝以前的古人席地而坐，“筵”和“席”都是铺在地上的坐具。



《周礼·春官·司几筵》的注疏说：“铺陈曰筵，藉之曰席”。意思是说：铺在地上的叫做“筵”，铺在“筵”上供人坐的叫做“席”。所以“筵席”两字是坐具的总称，酒食菜肴置于筵席之前。记述战国、秦汉之间礼制的《礼记》有这样的记载：“铺筵席、陈尊俎、列笾豆”其中的“尊”、“俎”、“笾”、“豆”都是古代用于祭祀和宴会的礼器，分别用来盛放酒、牛羊或果脯、腌菜、酱菜的。这样，筵席又含有进行隆重、正规的宴饮的意思。“筵席”这个名词正是在这个意义上沿用下来的，后来专指酒席。

（三）夏、商、周三代——餐饮已发展为一个独立的行业

夏、商、周三代之后，餐饮业逐渐形成一个独立的行业。在商代，青铜器的制造、原始瓷器的出现、酿酒作坊和食盐的问世，为餐饮业的形成创造了条件。由于人们之间需要相互交流物品，在人群集中的“市”出现了专门经营面饭的摊铺，标志着中国餐饮业雏形的形成。周代起，中国出现了烹调食谱，《周礼·天官》中记录了我国最早的名菜——八珍。从《楚辞》中，可以看到所举的酒类和菜肴相当丰富，如《招魂》篇中所列的一份菜单，记有：红烧甲鱼、挂炉羊羔、炸烹天鹅、红焖野鸭、铁扒肥雁和大鹤、卤汁油鸡、清炖大鱼等。

周代的就餐礼仪与程式是极其讲究的，这从就餐垫坐的筵席数量和动用的鼎数多少反映出来。就垫坐的筵席而言，规定天子之席五重，诸侯之席三重，大夫之席二重。对于盛装菜肴等的鼎，规定天子九鼎，诸侯七鼎，大夫五鼎，士三鼎。后来，鼎不仅是盛装食物的用具，也成为王权的象征，故有“问鼎”一说。商周时期音乐助餐已经出现，而且宫廷中有专职服务人员及服务机构，并达到一定的规模。

（四）汉代与西域的交往促进了餐饮业的发展

自汉代以来，饮食业有了很大的发展。汉朝与西域的通商贸易使西部少数民族的饮食习俗传入中原，又将中原的饮食文化带至西部，长安市内为少数民族客商所建的高档客栈附近出现了大批的饮食店。铁器大量出现并用于烹饪之中，同时，瓷器已经产生，被广泛用于餐饮活动，使餐饮业在炊、餐具方面也大为讲究。

（五）唐宋时期餐饮业已具相当规模

唐朝以后的餐饮宴席已从席地而坐发展为坐椅而餐。北宋画家张择端的《清明上河图》，以不朽的画卷向后人展示了当时汴梁人的市井生活，酒楼、茶馆成为画面的重要组成部分。南宋时期，杭州出现各种服务内容不同的餐饮店。当时在西湖上已出现了提供餐食的游船，其中最大的游船可同时提供百十人的宴会。唐宋两朝，封建社会进入鼎盛时期，饮食文化得到很大发展，传统烹饪趋于定型，精致的菜肴、名点迭出。



（六）清代、民国时期——近代餐饮业发展的巅峰

到了清代，人们创造出集名饌佳肴于一炉，聚礼仪程式为一体的“满汉全席”，标志着近代中国餐饮的最高水平。在具有各种特色饮食风格基础上，清代形成了较稳定的地方风味流派，成为各大菜系发展形成的基础。

鸦片战争之后，西方列强用坚船利炮冲开了中国的国门，在沿海的通商口岸，如广州、福州、厦门、宁波、上海等地，及大都市天津、北京等城市出现了一些西餐馆，沿用西餐的进餐习惯。西餐服务也正是通过这些面向社会的营业设施，慢慢地与中式传统服务相结合。中国餐饮业在菜肴、营养、餐具、服务等方面出现了与国外餐饮业相互取长补短，共同发展的新局面。

（七）现代

现代中国的烹饪形成了以鲁菜、川菜、淮扬菜和粤菜为代表的中国菜，烹饪的繁荣促进了中国餐饮业的发展。中国的餐饮业正在走向世界。中国被誉为世界三大烹饪王国（土耳其、法国、中国）之一。

二、外国餐饮业发展概况

国外餐饮业起源于古代地中海沿岸的繁荣国家，基本定型于中世纪，其发展由于受诸多因素的制约，在不同的历史阶段、不同的领域各具特色。

14 世纪，位于亚、非、欧三洲交界处的土耳其形成了以食羊肉为主、烤羊肉为其传统名菜的独特烹饪风格，对形成和发展伊斯兰教国家的餐饮习俗和餐饮业有着历史功绩，因而被公认为世界三大烹饪王国之一。

16 世纪中叶，意大利成为文艺复兴的中心，由于商业经济的发达、艺术和科学的繁荣、宫廷王室的奢侈，使其烹饪技艺在吸收各地、各国精华的基础上形成了追求豪华、注重排场、典雅华丽的风格，成为“欧洲烹饪之母”。

18 世纪前后，法国成为欧洲政治、经济和文化中心。法国农牧渔业发达，物产丰富，有发展烹饪和餐饮业的优越物质条件。法国菜无论在菜肴组合还是烹饪技巧方面都比较科学。法国烹饪还能顺应时代潮流，它源于意大利宫廷，成形于路易封建王朝，法国大革命时期又涌向广阔的社会。在 20 世纪 60 年代，法国又提出“自由烹饪”，改革传统烹饪工艺，力求烹制时间短、味道鲜，更加符合现代生活的要求。法国人使得西餐的发展达到顶级程度，当今法式西餐的选料、烹饪，甚至服务在全世界盖世无双，因此，法国也被公认为世界烹饪王国，在世界上，特别是在欧洲处于无可匹敌的地位。

20 世纪，美国成为世界第一工业强国，它的烹饪和餐饮业是世界各地（先欧洲、后非洲和亚洲）移民和土著印第安人的大融合。为适应社会经济的迅猛发展，加快生活节奏，美国烹饪不太注重造型，却很注重营养，求新、求快。麦当劳快餐就是在欧、亚各国小吃基础上的新创造，它以营养较丰富、快速简便的特色，迅速推向世界各地。

同是工业强国的日本则同其他西方国家不同。日本餐饮业一方面保持和发展



着传统的饮食风格，注重食品的颜色、线条和型器的搭配原则，食用过程程式化；另一方面又为适应现代生活的需要，吸收欧美餐饮精华，大力发展快餐食品，形成东西方结合、古今并进、富有民族特色的新型日本餐饮业。

三、现代餐饮业发展趋势

随着生产力的发展，生活节奏的加快，人们的饮食结构和进餐方式、进餐习惯都在发生变化。为了适应这种社会发展，餐饮服务业也在不断地调整自身的经营方式，以满足市场的需求。

（一）大众化

由于家庭生活社会化，有力地促进了饮食服务业的发展。日益发展的市场经济改变了人们的生活方式，人们不愿把更多的时间花费在厨房里，而是更多的走进饭店、餐厅、酒吧。这样不但可以节省时间、精力，而且越来越多的人把这当作是一种舒缓紧张和疲劳，排遣个人寂寞与孤独，增进人与人之间交流感情的方式。这些都刺激了餐饮服务业的蓬勃发展。为了满足不同消费群体的需要，精明的商家办起了各种各样的餐厅、酒吧。现在，人们到餐馆进餐已极为普遍，不再是奢侈行为。

（二）集团化

饮食服务业由于经营比较简单，社会需要量大，所以发展得又多又快，竞争十分激烈。一些有头脑的管理人员，就开始向集团化发展，如：连锁经营、特许经营等。他们用同一店名、同一管理模式，互通信息、互相介绍客源，最大限度地减少经营风险，像希尔顿酒店集团、麦当劳、肯德基等都属于集团化经营。

（三）高档化

高档化表现在：一是食品质量高档化。为了满足一部分高消费者的需求，普通的菜肴已经退出餐桌，取而代之的是生猛海鲜等高档菜肴。二是餐厅装潢高档化。有的豪华，有的典雅，有的古朴，有的别具风格，目的就是招揽顾客。

（四）特色化

在餐馆酒肆相互激烈竞争的今天，如果没有特色是很难维持下去的。这个特色可以是餐厅建筑上的，可以是食品质量上的，可以是食品品种上的，可以是服务方式上的，可以是经营管理上的，甚至可以是服务员服装上的。例如上海最大的餐厅红子鸡，可容纳 2 500 人同时用餐，服务员均脚踏旱冰鞋，穿梭于客人之间，使客人在品尝美食的同时，也能观赏服务人员的“溜冰”技巧。当然，这也是提高服务效率的措施之一。

（五）中餐食品国际化

早在一百多年前，中餐就进入了西方国家，由于中餐美味可口，很快被西方



人接受。所以在西方谋生的中国人，从业最多的就是经营餐馆，直到今天仍然如此，可说是长盛不衰。据说，凡是有中国人的地方，就有中国餐馆，几乎遍布世界各地。很多国内著名的餐馆，如东来顺、全聚德等在海外都很受欢迎。

（六）中餐服务西餐化

西餐的食品虽不如中餐的丰富，但在进餐方式上却比中餐讲究，且卫生方便。如西餐采用分餐制，进餐者不必自己从盘中去取菜，而是由服务员分到每个人的餐盘当中，并且每吃一道菜换一次餐盘，可以保证每道菜的原汁原味。再比如自助餐，非常方便灵活，想吃什么自己取，想吃多少取多少。如果不设座位就更方便，客人可以自由活动，边走边吃，便于接触交谈，广泛交往。这些都是传统中餐所没有的，但现在中餐也已经广泛采用。此外，中餐宴会上使用餐巾，在上热菜之前先上汤，这些也都是学用了西餐的服务方法。

综观中外餐饮业的发展概况，世界餐饮业是随着人类经济活动的出现和文明程度的提高而产生、发展的。中外餐饮业在发展过程中既各自独立，又相互渗透：有的中餐采用了西餐的烹饪方法，有的西餐也采用了中餐的烹饪技艺；中餐吸收了西餐的咖啡、可可等饮料，西餐吸收了中餐的特有饮料茶叶；中西餐的餐具和服务程序都在相互取长补短，相得益彰。中外餐饮业一方面要纵向继承、发扬自己的优良传统，另一方面要横向加大交流，相互促进，共同发展，以创造世界餐饮业的新局面。

【小资料】

肯 德 基

肯德基所属世界上最大的餐厅集团系统——百胜全球餐饮集团，1997年从百事公司分拆上市，集团拥有肯德基、必胜客、泰贝尔在内的全球一百多个国家和地区的30 000家连锁餐厅，年营业额达250亿美元，居世界餐饮界之首，名列世界500强。总部设在美国肯德基州的路易斯维尔市，中国总部在上海。肯德基是世界上最大的炸鸡快餐连锁企业，在世界各地拥有11 000多家餐厅，遍布八十多个国家。

创始人——哈兰·山德士上校

1930年，肯德基的创始人哈兰·山德士在家乡美国肯德基州开了一家餐厅。在此期间，山德士潜心研究炸鸡的新方法，终于成功地发明了由十一种香料和特有烹调技术合成的秘方，其独特的口味深受顾客的欢迎，餐厅生意日趋兴隆，秘方沿袭至今。山德士上校一身西装，满头白发及山羊胡子的形象，已成为肯德基国际品牌的最佳象征。

山德士上校的成功起始于他40岁在肯德基州经营Corbin加油站时。为了增加营业收入，他开始自己制作各式小吃，提供给路过的旅客，他烹煮美食的名声吸引了过往的旅客，生意自此稳定地增长。在声誉日增的同时，当时的肯德基州



长 Ruby · Laffon 于 1935 年授予他为肯德基上校，以表彰他对肯德基州餐饮的贡献。

上校最著名的拿手菜，就是他精心研制发明的炸鸡。这是肯德基现今最受欢迎的产品，它是由上校在经历十年的钻研后，用调和出的神奇十一种香料配方烹制而成，令人品尝后吮指回味。美味的炸鸡虽然吸引了众多慕名而来的顾客，然而，传统的炸鸡方法却使顾客必须等待 30min 才可享用美食。到了 1939 年，这个难题在上校参观一个压力锅展示时得到解决。上校购买一个压力锅回家，做了各项有关烹煮时间、压力和加油的实验后，终于发现一种独特的炸鸡方法。这个在压力下所炸出来的炸鸡是他所尝过的最美味的炸鸡，至今肯德基炸鸡仍维持这项使用压力锅的妙方。

上校的事业在 20 世纪 50 年代中期面临一个危机，他的 Sanders Cafe 餐厅所在地旁的道路被新建的高速公路所通过，使得他不得不售出这个餐厅。当时的上校已 66 岁，但他自觉尚年轻，不需靠社会福利金过日子，而这反而成了他事业的转机。上校用他那 1946 年出品的福特老车，载着他的十一种香料配方及他的得力助手——压力锅开始上路。他到印第安州、俄亥俄州及肯德基州各地的餐厅，将炸鸡的配方及方法出售给有兴趣的餐厅。1952 年设立在盐湖城的首家被授权经营的肯德基餐厅建立。令人惊讶的是，在短短五年内，上校在美国及加拿大已发展有 400 家的连锁店，这便是世界上餐饮加盟特许经营的开始。

CHAMPS 冠军计划

C	cleanliness	保持美观整洁的餐厅
H	hospitality	提供真诚友善的接待
A	accuracy	确保准确无误的供应
M	maintenance	维持优良的设备
P	product quality	坚持高质稳定的产品
S	speed	注意快速迅捷的服务

市场定位

肯德基以家庭成员为主要目标消费者。推广重点是较容易接受外来文化、新鲜事物的青少年，一切食品、服务和环境都是有针对性地设计的。这是因为青年人比较喜欢西式快餐轻快的就餐气氛，并希望以此影响其他年龄层家庭成员的光临。另外肯德基也在儿童顾客上花费了大量的精力，店内专门辟有儿童就餐区，作为儿童庆祝生日的区域，布置了迎合儿童喜好的多彩装饰，节假日还备有玩具作为礼品，一方面希望培养小孩子从小吃快餐的习惯，另一方面也希望透过小孩子的带动，能吸引整个家庭成员都到店中接受温馨的服务。

战略起点与定势

先知先觉，起点本土
追求卓越，先发制人



系统整合，加速扩张

在中国的发展

1987年11月12日肯德基在中国的第一家餐厅在北京前门繁华地带正式开业。以此为起点，肯德基开始摸索，学习中国社会和市场，逐步打造具有中国特色的管理模式；

1992年全国餐厅总数为10家；

1995年，发展到71家；

1996年6月25日，肯德基中国第100家店在北京成立。这是一个里程碑，标志着肯德基在中国进入了一个更加稳步发展的阶段；

1999年，被中国消费者公认为“顾客最常惠顾的”品牌，并在中国名列前十名国际著名品牌的榜首；

2000年11月肯德基在中国连锁餐饮企业中第一个突破400家餐厅规模；

2001年10月发展到500家；

2002年2月达到600家，11个月以后的总数是800家；

2005年10月11日，第1500家肯德基餐厅成立。

至今肯德基已在全中国二百多个城市开设了一千四百多家餐厅，在中国餐饮业遥遥领先，平均增长速度高达70%。不仅如此，中国肯德基还一直保持着良好的经济业绩。

20年来，肯德基已经深深植根于中国，形成了一个高素质的团队和完整的管理体系。同时，中国肯德基也成长为中国餐饮业规模最大，收益最好的第一品牌，为推动整个产业的发展发挥着重要的作用。

第二节 餐饮部在旅游饭店中的地位和作用

一、餐饮在旅游业中的重要作用

（一）餐饮是发展旅游业的物质基础

随着世界性经济、文化的发展和人们交往的日益频繁，提供吃、住、行、游、购、娱六大要素的旅游业在世界各地得到了迅猛发展。在日益增多的旅游者的各项事务和全部旅程中，作为人类生存和发展的最基本条件之一的餐饮活动始终占据着非常重要的地位。它是旅游得以继续进行的物质保证。大批国内外旅游者前来游览观光、探亲访友、科学考察，需要品尝特色饮食风味，领略当地人民的生活情趣。餐饮业为其提供独特风味的菜肴、优美舒适的环境和优良周到的服务，不仅可以满足客人的饮食需要，而且高超的烹调艺术、独具特色的饮食产品，也是饮食文化的结晶，本身又可以成为旅游资源，广泛吸引国内外旅游者。可见，餐饮是旅游服务体系中的重要环节，是发展旅游业的物质基础。



（二）餐饮是旅游业的重要组成部分

餐饮在世界各地因食品原料、烹调方法、饮食习惯、文化背景等的不同，形成了丰富多彩的世界饮食文化。它对旅游者来说，不仅能满足旅行的基本生理需求，还能满足其寻求异地文化艺术的心理需求。正如不少外宾所言“到北京不吃烤鸭，等于没到北京”。可见，餐饮也是旅游活动的一个重要内容。从世界各地旅游消费调查中得知，餐饮消费在旅游业中所占比例日益增大。在世界旅游业发达的国家，如新加坡、西班牙等，其餐饮收入已经超过了饭店的客房收入，成为国家旅游业收入的主要部分。可见，一个有特色的餐饮业本身就是极富吸引力的一大旅游资源，是旅游业不可分割的组成部分。

随着我国旅游业的发展，餐饮业在其中的地位将不断提高，努力搞好经营管理，提高服务质量，是旅游业发展的需要。

二、餐饮部在旅游饭店中的地位和作用

餐饮部是旅游饭店的一个重要组成部分，它为客人提供优质的食品、饮料和良好的服务，承担着宴会、酒会、茶话会、冷餐会、点菜、包餐、客房送餐、酒吧等各项任务。其经营管理的好坏，直接关系到饭店经营的成败。

（一）服务直接影响饭店的声誉

美国饭店业的先驱斯坦特勒先生曾说过：“饭店从根本上说，只销售一样东西，那就是服务。”由于客人和饭店餐厅的接触比其他方面要多，因而餐饮服务的质量显得更加重要。

餐饮服务的质量，包含菜肴的质量和服务员的服务质量。厨房烹饪技术影响着餐饮服务实物产品部分的水平，餐厅服务水平则影响着宾客购买、接受该实物产品时的精神和心理状态。客人判断餐饮服务质量的的高低，往往是取决于餐饮部所提供的食品、饮料的种类、质量和服务态度、服务方式等，尤其是直接为客人服务的餐厅一线服务员的服务质量，他们的一举一动、一言一行都会在客人心中产生深刻的印象，而且常常由此评价一个饭店服务质量的好坏和管理水平的高低。餐饮服务的质量高，既可吸引客人，留住客人，还可增加饭店其他项目的收入。反之，客人可能另寻它处。可见，餐饮服务的好坏不仅直接关系到饭店的声誉和形象，也直接影响饭店的客源和经济效益。

（二）餐饮收入是饭店收入的重要组成部分

我国饭店的餐饮收入一般占饭店营业收入总额的 1/3，餐饮经营较好的饭店可高达 1/2，而其总投资往往只占饭店投资的 1/3 左右。餐饮收入和客房收入、商场收入一起被称为饭店的三大收入支柱。在美国，饭店餐饮收入一般占饭店总收入的 40%，客房收入占 50%，其他收入占 10%。显然，餐饮部是饭店的一个主要的赢利部门，其收入是饭店收入的主要来源。饭店能否获得成功，与餐饮部的经营有着直接关系，餐饮收入水平的高低主要取决于餐厅的等级规格、市场环境、客流量、人均消费水平和服务质量。