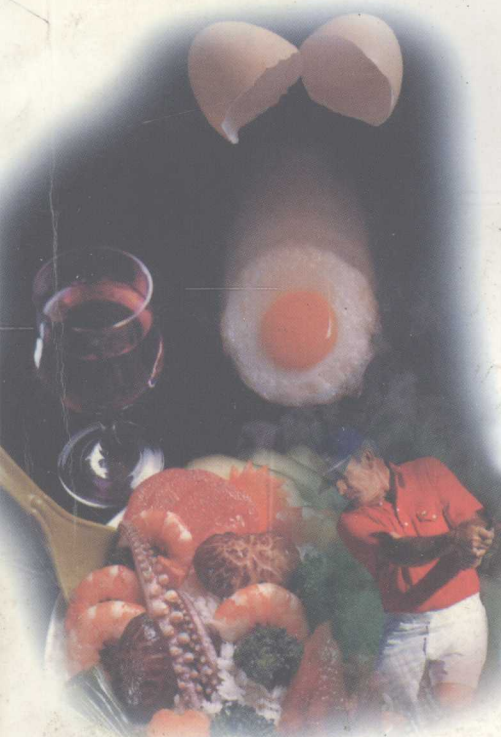


RENSHENG SILE

人生四乐

范建军 郭少文 何雪艳 安君富 著



现代择业新三十六行

登
快
料
饮
游
旅
乐
娱

给你指点迷津 为你创造辉煌

求职 择业 转行 指导

海天出版社

现代择业·新三十六行丛书

人生四乐

——快餐业 饮料业
旅游业 娱乐业

总创意策划：李五一

主 编：李五一 班国春

张会军 杨楚斌

副 主 编：~~宋国涛 肖炳南~~

粤新登字 10 号

策划编辑 宋 城

责任编辑 班国春

责任技编 卢志贵

现代择业·新三十六行

人生四乐

范建军 郭少文 何雪艳 安君富

海天出版社出版发行

核工部中南二三〇印刷厂印刷

新华书店经销

787×1092 32K 80 印张 1500 千字

1997 年 1 月第 1 版 1997 年 1 月第 1 次印刷

印数 1—10000

ISBN7—80615—608—9/G·172

定价：95 元

本册定价：9.50 元

目 录

第一编 快餐业

第一章 快餐火中国.....	(2)
第一节 没时间吃饭的现代人.....	(3)
第二节 麦当劳来了.....	(6)
第三节 看我们的!	(10)
第二章 踏进神秘之门.....	(17)
第一节 你喜欢吃吗?	(17)
一、充满激情地生活/18	
二、有心处处是学问/20	
第二节 他能 我能 你也能	(23)
一、笑一笑,胃口好! /24	
二、每天都有一个新太阳/24	
三、成功只待有心人/26	
四、展现你的风采/27	
第三节 鲜花与陷阱	(29)
一、人生得意须淡然/29	
二、店铺开张有七问/31	

第三章 小店的大学问 (35)

第一节 “一招鲜”战法 (35)

一、店的名，树的影/36

二、打出你的招牌菜/38

三、不一样就是不一样/40

第二节 谁令春色满人间 (43)

一、人不是机器/44

二、难以忘怀的笑容/45

三、饭桌前的主持人/46

第三节 你也能成麦当劳! (49)

一、小店里的小门道/49

二、精打细算夫妻档/51

三、中国人不让“麦当劳”!/52

第二编 饮 料 业

第一章 喝出新感觉 (56)

第一节 可乐冲击波 (56)

第二节 饮不尽 品不绝 (63)

第二章 走进缤纷的饮料业 (68)

第一节 进门前的自我敲打 (69)

一、转变观念，树立正确的就业观/69

二、检查自己的知识储备和职业技能/70	
三、强化自己的商业悟性,抓住机会/71	
四、培养竞争的勇气和魄力/73	
第二节 练就十八般武艺	(75)
一、敏感的“味觉”是饮料业首要的素质要求/75	
二、掌握饮料业运转的操作技巧/76	
三、研究、开发能力/77	
四、具备诚信的商业道德/78	
五、研究消费者的心理与行为/79	
六、占有第一手资料 把握市场脉搏/81	
第三章 饮料汪洋 扬帆远航	(85)
第一节 质量是永恒之舟	(85)
第二节 立足本职 乘风破浪	(93)
第三节 口味日新 饮料月异	(102)

第三编 旅游业

第一章 万众瞩目的旅游业	(111)
第一节 源远流长 方兴未艾	(111)

- 一、历史的影子/111
- 二、旅游业的形成/112
- 三、国运盛,旅游兴/114

第二节 大显身手 前景璀璨..... (118)

一、旅游业，百业旺；百业旺，旅游盛/118

二、各具特色的旅游使之魅力无限/120

三、世界旅游业的大趋势/122

四、“中国要成为旅游大国”/125

第二章 你想成为一名旅游业的员工吗?... (128)

第一节 知己知彼 百战不殆..... (128)

一、旅游业有很大的用工容量/128

二、旅游业需要怎样的人？/130

三、你适合从事旅游业吗？/132

第二节 始终保持平常心..... (137)

——这世上并非就您最不幸。/138

——就业观念非转变不可。/140

——“最优秀的人才总是跳来跳去”。/141

——期望值不要太高。/143

——女人要面带动人的微笑。/144

——将军夫人与中尉妻子/146

第三节 打好求职第一仗..... (148)

一、初次见面别让主人讨厌您就成/148

二、从更深层次上吸引对方/151

三、可有可无的忠告/153

第三章 成功之路在你的脚下 (157)

第一节 牢记公司的“不准” (157)

- 一、明知故犯最容易伤筋动骨/158
- 二、“做人要讲原则” /160
- 第二节 热爱是最好的老师…………… (162)
- 一、旅游业也是道德经济/162
- 二、树立一个可信赖的形象/165
- 三、迅速熟悉每一个游客的情况/167
- 四、协调但不要强求/168
- 第三节 创造旅游精品…………… (171)
- 一、文化优势与竞争优势、发展优势/172
- 二、耐得重复/176
- 三、鸟之双翼，车之两轮/177
- 第四节 给外国游客以“国民”待遇…………… (180)
- 一、在游客这个角度都是一样的/181
- 二、只有民族的才是世界的/184

第四编 娱乐业

- 第一章 闲暇时光乐处多…………… (189)
- 第一节 娱乐世界五光十色…………… (189)
- 一、娱乐，人生的精神需要/189
- 二、普天同乐/190
- 第二节 欢欢乐乐前景看好…………… (195)

一、娱乐市场的潜力有多大? /196

二、娱乐业的未来走势将如何? /198

第二章 天生我才必有用 (206)

第一节 人生定位..... (207)

第二节 角色大亮相..... (210)

第三节 主持人溯源..... (225)

第四节 主持人的基本功..... (231)

一、主持人的交际能力/231

二、主持人的应变能力/233

三、主持人的参与能力/235

第五节 进军娱乐业..... (238)

一、投资兴办娱乐场所/238

二、闯进娱乐厅/242

第一编 快餐业

当麦当劳、肯德基长驱直入，在神州大地上安营扎寨之时，人们突然发现，中国的快餐饮食业正大旗易帜了。是坐以待毙，还是奋起还击，这就看我们传统的美食文化能否在国人之中享有一席之地了。

第一章 快餐火中国

十几年前，对于中国人来说，“快餐”、“汉堡”、“麦当劳”这些浑身散发着洋味儿的词汇，大概就象“海外星云”一样，听过，知道，但仅此而已。

今天，还有几个人没有亲口尝一尝麦当劳的汉堡包和薯条、肯德基的炸鸡、加州的牛肉面呢！

洋餐铺天盖地而来，国货也不甘落后。香妃鸡、田园鸡、包子、拉面、羊肉泡，纷纷改头换面，快将起来。

快餐，已经是众多都市人的心中所想、口中所食、目中所见了。

走上北京街头，不出三五步，就会发现几家快餐厅，几处餐饮点。

你要是随机采访路边的行人，三个人中，准有一个对现有工作不满意，正在寻找新的机会。

越来越火的快餐业，岂不是有心人的绝妙良机！

餐饮，向来是外行进入获得成功最多的行业。

快餐，眼见得在中国大地上一天天地蓬勃起来。

有志之士，时不我待！

第一节 没时间吃饭的现代人

世界以加速度向前。二十世纪的人们，有越来越多的知识要学，越来越多的工作要做，还有越来越多的快乐要去享受。

然而，时间的脚步永远是不快不慢的。

原始人浑沌度日，不辨冬夏，每天照样享受着二十四个小时，一点也不会少。现代人日理万机，焦头烂额，每小时也只能有六十分钟，一分钟也不曾多。

所以，人们只有加快脚步，一路小跑地争分夺秒了。

所以，人们没有多少时间去精心筹划、耐心制作、细心品味每一顿饭菜，越来越多的时候，人们只需要填饱肚子。

于是，有了快餐。

让我们回到三十年代美国吧。

加州南部的小镇。穿镇而过的公路上，车来车往，十分繁忙。

吱——！刹车声中灰尘四起，一辆满载矿石的大货车急停在路边餐馆门口。

“嗨！”一个身穿白大褂、动作灵活的小伙子立即迎上打招呼。

“汤姆！”驾驶室象响起了闷雷，伸出来一只又黑又壮

的大脑袋。

“老伙计，是你呀！快下来吃点美味，歇歇脚。”“不啦，还急着走呢！照老规矩，要俩面包，夹上几片烤肉，又省事又省钱，味道也不错，哈哈。”

几分钟后，卡车到来所扬起的尘土还没有落下，汤姆就托着两个纸包出来了。他把包丢进车窗，捏着司机递来的钱招了招手，卡车就又卷起一阵尘烟，远去了。

没有人想到，这些为过往司机服务的所谓“免下车餐厅”所创造的简便经济的就餐方式会迅速风靡全国，其中的一个毫不起眼的小店——麦克唐纳兄弟店会膨胀为世界知名的餐饮业巨人，而面包夹肉演变成的汉堡包竟成为美国食品乃至美国生活的象征！

快餐业的大树，已经深深植根于人们的日常生活之中了。

麦当劳，兴盛快餐业的超级巨人，因此成为美国神话中最神奇的一个。

本世纪四十年代，麦克兄弟在加利福尼亚的小镇——圣伯纳蒂诺开了间简陋的快餐店，主卖汉堡包、奶昔、炸薯条。因为味道不错，清洁卫生，生意相当红火。

有一天，推销纸杯的商人克罗克来到这家小店，要求与麦克兄弟合作，广建分店，进行连锁经营。

几年后，统一采购、统一配料、统一菜单、统一标志、统一经营思想的麦当劳快餐店遍地开花，汉堡包的销售量

与销售额如同神奇的雪球，越滚越大。

九十年代，雄踞美国餐饮业头把交椅的麦当劳，销售额已经逼近二百亿美元，连锁店达一万余家。

除了麦当劳，汉堡包、肯德基炸鸡店、必胜客比萨饼店等也拥有了五十亿美元以上的销售额，五千家以上的连锁店。

如今的美国人，已经习惯于在长途旅行的时候，随便停在某个小地方的麦当劳店前，来两个与纽约店味道完全一样的汉堡包，加一杯可乐，来解决吃饭问题。

不愿意做饭的年轻人，高兴到环境优雅的快餐店去坐一坐，吃一顿。

精打细算的小夫妻，发现自己买菜做饭花了时间，却并不经济，索性一块儿上快餐店去享受服务，何乐而不为！

周末、节假日，人们都休息，整天忙碌的家庭主妇也要喘口气，况且吃惯了自己家煮的饭也都想换换口味，所以，上快餐厅成了自然的选择。

中午，只有个把小时吃饭和休息时间的公司职员、上班族，无暇出外大嚼，只能端着订购的快餐外卖，三口两口地完事，然后继续酝酿下一步宏伟规划。

快餐业，是现代社会的宠儿。

七八十年代以来，在美国经济萎靡不振、各业疲于维持的大背景下，只有快餐业一枝独秀，一直保持着10%左右的高速增长。

当然是许多才华出众的人物，如克罗克，造就了快餐业的辉煌，更是越来越多的夫妻就业者，越来越多的晚婚、离婚者，越来越多的旅游、休闲者，越来越多“没时间吃饭的现代人”，创造了快餐业今天的繁荣和明天的灿烂前景。

快餐，诱人的新产业。

第二节 麦当劳来了

中国古人有话，“民以食为天”，吃饭是头等大事，决不能草率马虎。如果做不到“食不厌精，脍不厌细”，至少也得不言不语，细嚼慢咽，万万快不得的。

上千年田园生活的舒缓步调，数十年社会主义大锅饭的悠哉悠哉，中国人早已习惯了慢条斯理地走路，吃饭，游玩，工作，说话，思想。

能不能快一点呢？有些人心急如焚，然而谈何容易。

快餐，百分之百舶来品，看起来与中国人很不相宜。

终于，中国出现了“深圳速度”，中国人也都讲起了“时间就是金钱”。

快餐开始大行其道了。

首先是一个满脸大胡子的美国老头儿率领着炸鸡军团杀入北京。就在举世闻名的天安门广场边上，肯德基家乡鸡店开张了。

炸鸡来了，汉堡包自然不甘落后。快餐鼻祖麦当劳经过精心筹划，在神州第一商业街——王府井的南口，竖起了巨大黄色的 M 字招牌。不久，这种招牌就东一个西一个地在北京街头冒出来了。

必胜客，鹰将军，万德福，大快活，种种洋式洋味的快餐，分南北两路，从北京，广州，上海，纷纷抢滩登陆，要在中国无边的大市场上任意驰骋。

这种情景不由得使人想起八十年代初好莱坞 007 系列电影的导演到北京来时说的一番话。

从埃及的金字塔，到纽约的摩天大厦，从西伯利亚的冰原，到亚马逊的热带丛林，出神入化的间谍英雄詹姆斯邦德在电影上几乎游遍了世界，唯独没有到过中国。

让 007 在神秘的东方国度，在皇宫、长城、泰山、黄河的背景前大展雄姿，该多么刺激啊。

因此，一个美国导演组来到北京，考察这种构想的可行性，结果，他们大失所望。

“北京，没有贩毒，没有恐怖，没有红灯区，没有黑社会，没有汽车追逐和枪战，让邦德来这儿干什么呀！”

美国人这样说。不过在离开北京前，他们留下一句耐人寻味的话：

“再过十年，美国有的，北京差不多也都有了。”

抛开消极的一面，北京人的生活确实越来越具有现代气息了。衣、食、住、行，连呼吸的节奏都加快了。

纯粹美国味的快餐不但来了，而且轰轰烈烈，如火如荼。

“小莉，今天中午我请你吃肯德基，怎么样？”

“不行啊，小王已经请了我，也是去吃肯德基。”

这则广告确实反映了真实的情况，蜂涌而至、一尝为快的，大多是双双对对的年轻人，然而，到底洋快餐是不是真的“独一无二好味道”呢？

“妈妈，我们星期天还去吃麦当劳吧！我想再要一只麦当劳的小黄帽，强强已经有三顶了呢！”

儿童也是洋式快餐消费的大军。分析小孩的心理，瞄准父母的钱袋，麦当劳的促销手段真是到家了。

一时间，在号称“美食之国”的中国，在首都北京，竟然出现了排队等座吃快餐，全家老少品洋味的现象。

相形之下，饺子、包子等土味十足的食品，却无人问津，冷冷清清。

同样是快餐，甚至同样是面条，加州牛肉面红红火火，一家接一家地开分店。

现代化了的中国人，真地要连口味也一道“现代化”了吗？

您进餐馆要是没时间大吃，就吃快餐。如果您甚至没有时间进餐馆，为您准备的还有快餐食品。

方便面是近年迅速占领中国人肚皮的一种新玩意儿。

刺眼的阳光围着一团树影，路边，停着一辆黄色面的。