

普
经
管

全国
高职高专

旅游专业
规划教材

餐饮

服务与管理

主 编 ◎ 苏北春

副主编 ◎ 刘 纯 任曼殊

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



全国高职高专旅游专业规划教材

餐饮服务与管理

主 编 苏北春

副主编 刘 纯 任曼殊

人民邮电出版社

图书在版编目(CIP)数据

餐饮服务与管理/苏北春主编. —北京:人民邮电出版社, 2006.7

全国高职高专旅游专业规划教材

ISBN 7-115-14898-8

I. 餐... II. 苏... III. ① 饮食业—商业服务—高等学校: 技术学校—教材 ② 饮食业—
企业管理—高等学校: 技术学校—教材 IV. F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第066830号

内容提要

本书内容包括餐饮服务技能、餐饮管理理论与实务两大部分。在具体介绍餐饮服务部门的服务技能与服务程序时,尽可能与具体的服务岗位、服务环节相联系,与餐饮服务的实际操作规范相吻合;在具体介绍餐饮管理理论与实务时,以现代饭店餐饮管理知识为基础,重点介绍饭店餐饮部门的管理实务与运作方式,着力于反映餐饮业先进的管理理念、管理手段和方法。

本书可作为高职高专院校旅游专业教材,也可作为职大、夜大、函大和中等职业学校旅游与酒店管理专业的教材,还可作为酒店管理人员、服务人员的参考用书。

全国高职高专旅游专业规划教材

餐饮服务与管理

-
- ◆ 主 编 苏北春
副 主 编 刘 纯 任曼殊
责任编辑 许文瑛
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京铭成印刷有限公司印刷
新华书店总店北京发行所经销
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 19 2006年7月第1版
字数: 280千字 2006年7月北京第1次印刷

ISBN 7-115-14898-8/F·808

定价: 29.00元

读者服务热线: (010)67129879 印装质量热线: (010)67129223

《全国高职高专旅游专业规划教材》
编辑委员会

主任：胡德华

副主任：刘京

委员：（以姓氏笔画为序）

叶华胜 包锦阳 任昕竺

刘秀峰 邱云美 苏北春

沈忠红 洪美玉 柏杨

倪慧丽 程旭东 蔡敏华

魏洁文

本书编委会

主 编：苏北春

副主编：刘 纯 任曼殊

编 委：（以姓氏笔画为序）

叶 燕 刘 纯 任曼殊

苏北春 麻桃红

总 序

我国旅游业经过改革开放以来近30年的稳步发展，业已成为最具发展活力和潜力的产业之一。据世界旅游组织的预测，到2020年，中国将成为全球第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。

随着我国旅游事业的迅猛发展，社会对旅游人才的需求日益扩大，但与此同时，旅游市场的竞争也日益激烈。因此，培养出数量足够、素质较高且能充分适应和满足旅游市场需要的旅游专业人才，已成为当前我国高等院校、高职高专院校和旅游业界必须思考并解决的一个既重要又迫切的问题。

然而，要想培养出一支高素质的旅游人才队伍，关键是要编写出一套体系科学、内容新颖、切合实际、操作性极强的旅游专业系列教材。正是基于这样的需要，我们自2004年7月份起就开始精心策划、组织和联络，在广泛征求全国高职高专院校旅游专业的专家、教授、学者、学生以及旅游业界专业人士对旅游专业教材建设的意见与建议的基础上，成立了“全国高职高专旅游专业规划教材”编写委员会，并对教材的编写原则、体系架构和基本内容进行了充分的探讨，最后确定由直接从事旅游专业一线教学和科研工作，既具有丰富的旅游教学科研经验，又有丰富的旅游实践经验的专家、教授、学者和“双师型”教师担任本套教材的主编工作。

“全国高职高专旅游专业规划教材”编写原则与特色如下。

1. 注重基础，体系完整。本套教材的编写遵照教育部关于高等院校教学与教材建设的精神和教育部关于《高职高专院校人才培养工作水平评估方案》的要求，保证各科目基本理论和内容体系的完整阐述，符合旅游类专业学生的学习要求。

2. 观点新颖，研究前沿。本套教材在保持每一科目基本内容完整丰富的同时，给予足够的篇幅论述国内外旅游研究与应用的新领域和新动态，在继承传统教材精华的基础上，注重新法规、新政策、新方法的充实与完善，充分体现了前沿性、知识新、信息量大的特点。从而实现了“基础”与“前沿”的良好结合。

3. 联系实际，突出应用。本套教材的编写力求突出高职高专旅游类专业的应用

性特点。在编写过程中，作者密切结合自己多年的经验，在内容选择方面重视实用性，在不妨碍理解的前提下尽量减少理论的叙述，并采用大量实战性强的案例、阅读资料等加以论证说明，从而确保了学生和旅游业界的学习者能够学以致用，收到实效。

4. 风格清新，形式多样。本套教材在贯彻知识、能力、技术三位一体教育原则的基础上，力求在编写风格和表达形式方面有所突破，运用图表、案例、情景实训等形式，降低学生学习难度，增加学生学习兴趣，强化学生的素质，提高学生的操作能力。

由于我们的经验有限，教材中难免存在不妥和疏漏之处，我们期待着旅游界的同行、专家、学者和广大读者的批评与指正，以便我们能够紧跟时代步伐，及时修订和出版更新、更优的旅游系列精品教材。

胡德华

2006年1月

前 言

《餐饮服务与管理》一书是为了适应高等职业教育旅游与酒店管理专业教学改革的需要,按照高职教育培养应用型人才的要求,由人民邮电出版社组织国内部分高职高专院校联合编写的“高职高专旅游系列规划教材”之一。

本书共分十一章,主要内容包括餐饮服务技能、餐饮管理理论与实务两大部分。其中,第一章至第五章主要介绍饭店餐饮服务部门的服务技能与服务程序,内容尽可能与具体的服务岗位、服务环节相联系,与饭店餐饮服务的实际操作规范相吻合;第六章至第十一章是在介绍现代饭店餐饮管理知识的基础上,重点介绍饭店餐饮部门的管理实务与运作方式,着力于反映餐饮业先进的管理理念、管理手段和方法。

本书在编写中力图形成如下几个特点。一是针对性,即针对高职院校酒店管理专业毕业生的主要就业岗位安排教材内容和训练体系,注重知识与技能的相互渗透,尽可能体现高职教育以应用型高技能人才为培养目标的特点。二是实用性,本书与饭店餐饮业务的实际相联系,介绍目前较为流行的餐饮服务程序,以及餐饮管理工作中必备的理论知识和成功经验,使学生能够迅速掌握要领,尽快上岗并切实发挥作用。三是创新性,我们在编写体例上做了一些新的尝试,提供了服务技能的实训指导,收编了丰富的参考资料和大量案例,便于教学的组织与实施。综上,本书是一本以能力为本位、技能与实务相结合的实用型教材。

本书由苏北春任主编,刘纯、任曼殊任副主编,参加编写人员分工如下:

叶燕(常州旅游学校),第一章;

刘纯(苏州经贸职业技术学院),第二章、第三章、第四章、第五章;

麻桃红(丽水职业技术学院),第六章、第十一章;

苏北春(温州职业技术学院),第七章、第九章;

任曼殊(温州职业技术学院),第八章、第十章;

全书最后由苏北春统改并定稿。

本书可作为高职高专院校旅游专业教材,也可作为职大、夜大、函大和中等职业学校旅游与酒店管理专业的教材,还可作为酒店管理人员、服务人员的参考用书。

由于编者水平所限,书中难免有疏漏和不妥之处,欢迎广大读者批评指正。

编者

2006年3月

目 录

第一章 餐饮概述	1
第一节 餐饮服务的概念和特点	1
第二节 餐厅的种类与服务项目	4
第三节 餐饮部的地位与任务	6
第四节 餐饮部的组织结构	9
第二章 餐饮服务基本技能	19
第一节 托盘	19
第二节 餐巾折花	23
第三节 摆台	29
第四节 斟酒	39
第五节 上菜、分菜和撤换餐具	43
第三章 中餐服务	51
第一节 中餐服务概述	51
第二节 餐前服务	54
第三节 就餐服务	60
第四节 餐后服务	66
第五节 中餐宴会服务	69
第四章 西餐服务	79
第一节 西餐概述	79
第二节 西式早餐服务	87
第三节 西式正餐服务	90
第四节 西式宴会服务	95
第五节 自助餐服务	98

第五章 酒吧与咖啡厅服务	105
第一节 酒水知识	105
第二节 酒吧服务	118
第三节 咖啡厅服务	124
第六章 菜单设计与实施	139
第一节 菜单的作用与分类	139
第二节 菜单的筹划与制作	146
第三节 套餐菜单的设计与实施	158
第七章 食品原料的采购与贮存管理	163
第一节 食品原料采购管理	163
第二节 食品原料的验收与仓储管理	170
第八章 厨房生产与管理	179
第一节 厨房组织形式	179
第二节 厨房设计与布局	184
第三节 厨房生产流程控制	188
第四节 厨房的卫生管理	194
第五节 厨房的安全管理	196
第六节 厨房的设备工具管理	200
第九章 餐饮部人力资源管理	205
第一节 定员定额	205
第二节 餐饮企业员工的培训	213
第三节 餐饮企业员工的激励	217
第十章 餐饮销售管理	223
第一节 餐饮业的销售管理概述	223
第二节 餐饮业的市场分析与定位	226
第三节 餐饮产品的销售渠道	230

第四节	餐饮产品定价策略	233
第五节	餐饮促销	241
第十一章	餐饮服务管理	251
第一节	餐厅优质服务	251
第二节	餐饮服务质量管理	255
第三节	餐厅环境管理	264
附录	餐巾折花图例	273
参考书目	291

第一章 餐饮概述

学习目标

- 明确餐厅、餐饮服务的基本概念，把握餐饮部的一般经营特点
- 初步了解餐厅的种类和餐饮服务的基本项目，明确餐饮部的地位与任务
- 熟悉餐饮部的组织机构与部际关系

第一节 餐饮服务的概念和特点

一、餐厅及餐饮服务的概念

（一）餐厅的概念

餐厅是出售服务、菜肴，满足客人饮食需求的场所。餐厅必须具备下列三项条件。

- （1）具有一定的场所。换言之，餐厅是具有一定接待能力的餐饮空间和设施。
- （2）能够为客人提供菜肴、饮料和服务。菜肴、饮料是基础，而餐饮服务是保证。
- （3）以盈利为目的。餐厅是饭店的利润中心之一，餐饮工作者应致力于开源节流，增加盈利。

（二）餐饮服务

餐饮服务是餐饮部门工作人员为就餐宾客提供食品、饮料等一系列行为的总称。餐饮服务构成如下。

- （1）辅助性设备设施，如桌椅、餐具、服务用品等。
- （2）使餐饮服务易于实现的产品，如菜肴、酒水等。
- （3）明显的服务，即消费者感觉到的各种利益。
- （4）隐含的服务，即消费者的心理感受或其他附属于服务的特征。

二、餐饮部的经营特点

餐饮部的经营不同于饭店其他部门的经营，也在一定程度上有别于工业生产部门的经营。本节拟从餐饮生产、餐饮销售和餐饮服务3个方面阐述餐饮部的经营特点。

（一）餐饮生产的特点

餐饮部作为饭店中惟一生产产品的部门，既生产有形的实物产品，如各色美味佳肴，又生产无形的服务产品，如优良的进餐环境和热情周到的接待服务等。与其他产品生产相比，餐饮生产具有以下特点。

（1）餐饮生产属个别订制生产，产品规格多、批量小。餐厅销售的流程基本上是客人进入餐厅后，由客人点菜名，然后将所点的菜名制成产品。它与工业大批量、统一规格生产成品是不同的。这一特点给餐饮产品质量管理和统一标准带来了一定的难度。

（2）餐饮生产过程时间短。餐饮生产基本上是现点、现做、现消费，就餐者从点菜至消费的时间相当短暂。一家生意兴隆的餐厅，只有依靠经验丰富的厨师，才能满足客人的需求。

（3）餐饮生产量难以预测。与工业产品的生产不同，餐饮生产只有就餐者上门，才能生产产品，而就餐者到来的时间、就餐人数、就餐者的消费要求很难准确预估，所以，餐饮产量的随机性很强且难以预测。

（4）餐饮原料、成品容易变质。餐饮原料、餐饮成品均属于食品类，门类众多。大多数的原料是鲜活货，具有很强的时间性和季节性，处理不当极易腐烂变质，而餐饮成品也同样具有如此鲜明的特征。餐饮原料及成品的质量与时间成反比关系。必须对餐饮原料及成品加强管理才能控制餐饮成本。

（5）餐饮生产过程的管理难度较大。餐饮部的生产从食品原料的采购、验收、贮存保管、领用、粗加工、切配、烹饪到销售服务和收款，整个过程中的业务环节很多，任何一个环节出现差错都会影响产品质量，所以这也就带来了管理上的困难。

（二）餐饮销售的特点

（1）餐饮销售量受餐饮经营空间大小的限制。餐饮部接待客人的人数受到餐饮经营面积的大小、餐位数量多少的限制。因此，餐厅必须在已确定的硬件条件下，提供预定服务，改善就餐环境，提高服务质量与翻点率，从而增加餐饮的销售量。

（2）餐饮销售量受就餐时间的限制。一般人的就餐时间大致相同，进餐时间一到，餐厅宾客盈门，高朋满座；而时间一过，宾客席终人散，餐厅门可罗雀。餐饮就餐时间、经营状况呈明显的间歇性。餐饮部应在正常就餐时间之外做文章，如延长各经营点的营业时间，提供外卖，以提高餐饮销售量。

（3）餐饮经营毛利率高、资金周转较快。饭店餐饮部的综合毛利率一般都较高，

以三星级饭店为例，其毛利率一般在50%左右，四星级和五星级饭店的餐饮毛利率更在70%左右。如果做好有关费用的管理，餐厅能产生出相当部分的纯利润。另外，餐饮的销售收入中，相当一部分是以现金为主，而餐饮原料半数以上是当天采购、当天生产并销售的，因此，餐饮经营的资金周转也较快。

(4) 餐饮成本中固定成本占有一定比重，变动费用的比例也较大。各种餐厨设备、贮存设备的投资，使得餐饮成本中固定成本占有一定比重。另外，餐饮变动费用，员工的报酬，水、电、煤等消耗，餐饮原料的支出等均在餐饮成本中占有相当比例。因此，餐饮工作人员必须尽量减少原材料消耗，降低各项费用指标，节支增收。

(三) 餐饮服务的特点

餐饮服务是餐饮部员工为就餐宾客提供菜肴、饮品等活动的全过程。餐饮服务可分为直接对客的前台服务和间接对客的后台服务。前台服务是指餐厅、宴会厅、酒吧等营业场所的工作人员面对面为宾客提供的服务；后台服务则是在客人视线不能及的地方，如厨房、管事部等人员为生产、服务而进行的工作。前台服务与后台服务相辅相成，后台服务是前台服务的基础，前台服务是后台服务的继续和完善。只有高质量的菜点，没有良好的服务不行；只有良好的服务，没有高质量的食物也不行。因此，味美佳肴只有配以恰到好处的服务，才会受到宾客的欢迎。餐饮服务大致有如下特点。

(1) 无形性。同其他任何一种服务一样，餐饮服务不能够量化。餐饮服务的无形性是指餐饮服务只能在就餐宾客购买并享用了餐饮产品后，凭生理和心理满足程度来评估其质量的优劣。餐饮服务的无形性给餐饮部经营带来诸多困难，况且餐饮服务质量的提高是无止境的。这就需要我们前台、后台一起抓，服务态度、服务技能一起抓，全方位提高餐饮服务水平。

(2) 一次性。餐饮服务的一次性是指餐饮服务只能当次使用，当场享受。这同饭店的客房、客机的座位一样，如当日租不出去，或当班没满座，那么饭店或航空公司所失去的收入是无法弥补的。因此，餐饮部应接待好每位宾客，在接待中注意自己的每一个言行举止，给客人留下美好的印象，使回头客成为回头客，最终使回头客成为常客。

(3) 同步性。同步性即直接性。餐饮服务的同步性是指餐饮部的绝大多数产品的生产、销售、消费几乎是同步的，餐饮产品的生产过程，也就是就餐者的消费过程。同步性要求餐饮部搞好餐饮销售环境，每位餐饮服务员工上岗之后全身心地投入到推销与服务中去，做到“宾客至上”，为企业售出更多的产品。

(4) 差异性。餐饮服务的差异性主要从两个方面反映出来：一方面，餐饮服务员工年龄、性别、性格、受教育程度、培训程度及工作经历等各不相同，他们为就餐者提供的服务也不尽相同；另一方面，同一名服务员在不同的场合、不同的时间和不同的情绪中，其服务方式、服务态度等也会出现一定的差异。餐饮部应制定出餐

饮服务质量标准和操作程序标准，经过强化训练，使员工的服务工作尽可能规范化、标准化。同时，在对服务工作的管理上要做到制度化。

第二节 餐厅的种类与服务项目

一、餐厅的种类

（一）点菜餐厅

点菜餐厅是饭店的主要餐厅，它供应中西菜点。点菜餐厅要做到菜点品种多，供应节奏合理，服务周到。因此，前台、后台所有工作人员应具有良好的服务意识、熟练的业务技术、高超的操作技能和高质量的服务水平。

（二）团队餐厅

当前，我国的旅游饭店大多接待包价旅游团队和国内外的会议团体。无论是包价旅游团队还是会议团体，都由旅行社或会议主办单位包餐并规定用餐标准。因此，我国的旅游饭店大都设有团队餐厅。团队餐厅主要供应中式包餐，也安排适当的西式菜点。团队餐厅安排菜点时要尽量做到每餐不同，各有特色，特别要注意安排地方风味菜点，为团体宾客提供良好的服务，给他们留下美好的印象。

（三）咖啡厅

咖啡厅是小型的西餐厅。它供应比较简单而又大众化的西式菜点、酒类饮料。其服务时间较长，服务也较迅速，宾客对此颇感方便，而且咖啡厅的价格较西餐厅来说要便宜得多。

（四）酒吧

酒吧是专供宾客享用饮料、休息和娱乐的地方，也是饭店增加业务收入和利润的一个部门。酒吧主要供应中式、西式酒类饮料和小吃。现代酒吧往往与舞厅融为一体，宾客在酒吧不仅可以享用酒类饮料，还可尽情跳舞。一般的旅游饭店都设有舞厅酒吧，如迪斯科酒吧、娱乐性酒吧、录像酒吧、卡拉OK歌舞厅、网吧、咖啡吧等。

（五）特色餐厅

特色餐厅又称风味餐厅。中国幅员辽阔，各地自然条件和风俗习惯各不相同，因而各地形成了许多不同特色的菜系。除著名的八大菜系外，尚有许多各具特色的地方菜肴。因此，旅游饭店根据自己服务对象的不同，可设风味餐厅，制作有特殊风味的菜肴以满足客人的需要。有些饭店还推出西式风味厅和专门供应各地风味的

“食街”，为宾客提供特色的菜点。

（六）自助餐厅

自助餐厅是一种快餐餐厅，目前，世界上许多国家和地区都很注意发展这种餐厅形式。它主要供应西式菜点，但也供应中菜、中点。自助餐厅具有节省用餐时间、手续简便、价格低廉、品种多、风味不同的优势，颇受宾客的欢迎。

二、餐厅服务项目

餐厅服务项目指的是为满足客人在饭店中的需求，向客人提供的服务内容。服务项目是随着客人的需要而变化的，任何一家饭店都不可能百分之百地满足所有客人的要求，所以，饭店要在考虑成本和客人需求的情况下，尽量协调好这对矛盾。

饭店中的餐饮服务项目大体上可以分为普通服务项目和特殊服务项目两类。

（一）普通服务项目

普通服务项目按餐饮场所及设施的功能又可分为：

- （1）中餐早餐、正餐服务（零点、套餐）；
- （2）中式宴会服务；
- （3）西餐早餐、正餐服务（零点、套餐）；
- （4）西式宴会、冷餐会、鸡尾酒会服务；
- （5）自助早餐、自助正餐服务；
- （6）会议服务；
- （7）酒吧服务。

（二）特殊（特色）服务项目

1. 客房就餐

客房就餐服务是星级饭店为方便客人、迎合客人的特殊要求（如起早、患病、会客、夜宵、聚会等需要）而提供的服务项目。此项服务不仅可以增加饭店的经济收入、减轻餐厅压力，而且能体现饭店的档次。大型星级饭店的客房送餐部通常是饭店餐饮部下属的一个独立部门，它一般提供不少于18小时的服务；中小型星级饭店的客房送餐组常设置于咖啡厅。客房送餐服务的主要项目如下：早餐、全天候送餐、下午茶点、各种酒水饮料、房间酒会、VIP客人赠品等。

2. 外卖服务

外卖服务是指饭店根据客户需求派员工到客人驻地或客人指定的地点提供的宴请服务。常见的外卖形式有冷餐酒会、鸡尾酒会、中西餐宴会等。外卖服务是体现高星级饭店经营水准的一个标志，它同时体现了饭店餐饮的最高技术水平和服务水平。外卖服务从开始策划、实地调查、组织人力物力到实施计划、现场督导、圆满

结束，自始至终都要求饭店各部门通力协作，以保证各个环节顺利完成。

3. 主题庆祝活动

主题庆祝活动是指，饭店根据客人提出的确切主题或为了营造节日气氛而精心策划和组织的餐娱活动，通常称之为“Party”。主题庆祝活动常常充满丰富的想像和无穷的乐趣并带有新奇的内容。无论是菜肴饮品的制作、菜单的装潢设计、环境的装饰布置、服务人员和客人的服饰要求等都应与主题相符。主题庆祝活动将餐饮和娱乐巧妙地结合在一起，充分体现饭店餐饮艺术水平和展示全方位多元化的餐饮服务，如圣诞新年晚会、化妆狂欢舞会、国庆晚会等。主题庆祝活动也可根据客人的意愿在客人指定的地点举行。

第三节 餐饮部的地位与任务

餐饮部是现代饭店中的一个重要部门。它不仅要满足客人对餐饮产品和服务的需求，为饭店在社会上树立良好的企业形象提供一个窗口；还要为饭店创造较好的经济效益。本节着重叙述餐饮部的地位及其相应的任务。

一、餐饮部在饭店中的地位

餐饮部在饭店中的地位，同社会的发展进步、饭店业的日新月异密切相关。饭店业发展初期的餐饮部，受到社会经济发展和人们生活水平的限制，往往只能提供一些简单、经济的饭菜，处于饭店中的从属地位，它主要解决住店者对餐食的基本需求。21世纪初期以来，随着社会生产力的迅速发展，国际、国内各种交往的日益频繁，饭店业因城市的发展而得以迅猛发展。另外，伴随着世界经济的迅速增长，人们的生活水平得到了极大的提高，社会生活节奏加快，妇女就业增多，越来越多的人去饭店、餐馆用餐，这给餐饮业的繁荣与发展提供了条件。餐饮业内部本身的竞争也日趋激烈，饭店经营管理者开始利用本身的餐饮服务、餐饮特色来吸引就餐者。所有这些因素促进了餐饮业的发展，使餐饮部在饭店中的地位得以显著提高。

（一）餐饮部生产满足人们基本生活需要的产品

饮食是维持生命的基本条件。西方著名心理学家马斯洛将饮食列为人类五个需求层次中最基本的需求。饭店离开了餐饮服务就不能成为旅游者的“家”。对相当部分的住店客人而言，饭店的餐饮场所是他们主要的膳食消费地点。现代饭店的餐饮部不仅拥有众多的餐厅、宴会厅，还有酒吧、音乐茶座、KTV包房等餐饮设施，这些都为饭店所在地的各种消费层次的人们提供了优美的餐饮消费环境。因此，拥有一个完善的、与饭店经营定位和客人消费要求相适应的餐饮部，是搞好饭店经营的