

The most Profitable
& Investment in the
CATERING INDUSTRY

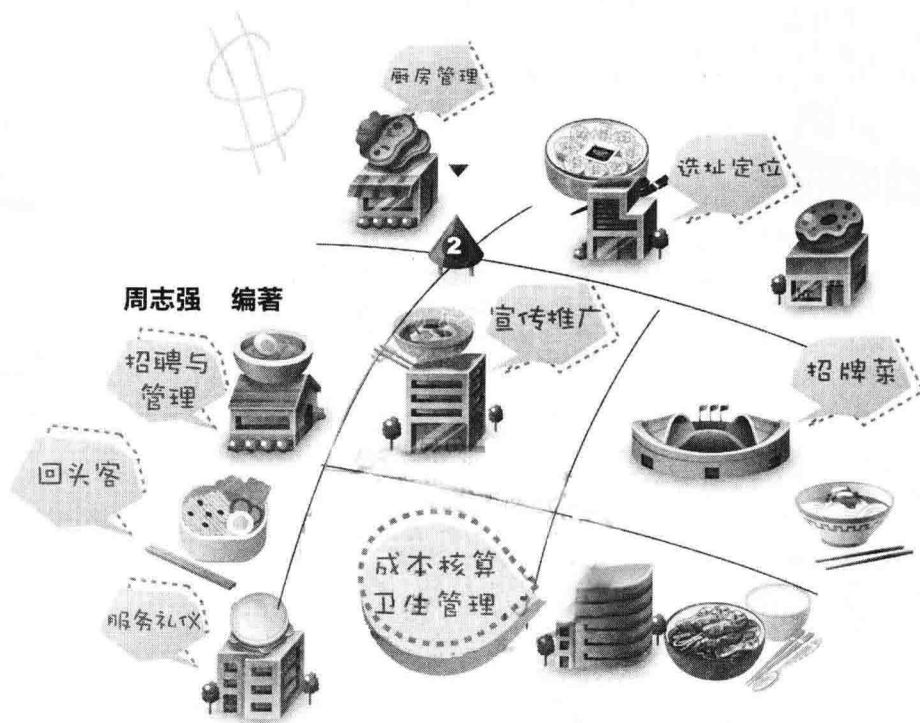
如何开家 赚钱的 餐厅?



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

The most Profitable
& Investment in the
CATERING INDUSTRY

如何开家 赚钱的 餐厅?



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

本书详细讲解了开餐厅从前期筹备到运营管理的各个环节, 书中没有枯燥乏味的理论, 也没有空洞的教条, 只有实用的做法, 每个环节应该怎么做以及特别的注意事项, 在本书中都有详尽的讲解。

本书是餐饮业创业者的成功指南, 也是随查随用的实务宝典。

图书在版编目(CIP)数据

如何开家赚钱的餐厅/周志强编著. — 北京: 中国铁道出版社, 2012. 6

ISBN 978-7-113-14456-2

I. ①如… II. ①周… III. ①餐馆—商业经营
IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 058365 号

书 名: 如何开家赚钱的餐厅
作 者: 周志强 编著

策划编辑: 张亚慧
责任编辑: 苏 茜
责任印制: 赵星辰

读者热线电话: 010-63560056
特邀编辑: 赵树刚

出版发行: 中国铁道出版社 (北京市西城区右安门西街 8 号 邮政编码: 100054)
印 刷: 三河市兴达印务有限公司
版 次: 2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷
开 本: 700mm×1 000mm 1/16 印张: 16.25 字数: 323 千
书 号: ISBN 978-7-113-14456-2
定 价: 32.00 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书, 如有印制质量问题, 请与本社发行部联系调换。

前言

聚焦国内外，无数人在餐饮行业实现了自己的创业梦想，无数人投资餐饮行业赚取了人生“第一桶金”，餐饮行业造就了无数的亿万富翁。

肯德基的创始人哈莱德·桑德斯 65 岁时，才创立肯德基炸鸡店，貌不惊人的肯德基炸鸡店由此步入快速发展的通道，成长为一个巨大的餐饮帝国，哈莱德·桑德斯因此也获得了巨大的财富和声誉。

大家所熟知的麦当劳，是由一个汽车餐厅起步发展为今天的餐饮帝国的。

号称中国式的麦当劳——永和大王，其第一家店在上海开张的时候，总投资才 5 万美元，经营的品种也很简单，就是豆浆、油条等简单的食品。而现在，永和大王在全国已有 80 多家分店，年营业收入达到了 3 亿多元人民币。

这样的财富例子数不胜数。在餐饮业快速发展的今天，投资餐饮行业不失为一种明智之举。投资餐饮行业缺少的不是冒险和眼光，而是勤奋和踏实。

德勤中国在 2011 年 11 月发布了《2011 年中国餐饮行业投资研究报告》，指出 2011 年中国餐饮行业收入达 1.76 万亿元人民币。中国餐饮行业已经成为国内第三大产业，外出就餐或者叫送外卖已经成为一种生活方式，预计行业的零售额将不断增长。

投资餐饮行业，赚取人生“第一桶金”指日可待。

每一个有创业梦想的人都适合开餐厅，开餐厅既可以是小投资，也可以是大投资。小投资适合本金少的创业者创业，一样可以有大作为。资金充裕的创业者、或者已经成功的创业者想开辟新的项目，可以选择开餐馆，大投资有大作为。

但是开餐馆涉及的环节比较多，筹备初期琐事繁杂，无数的创业者正是被繁杂的琐事吓到，耽于梦想中而迟迟不敢行动。本书写作的初衷正是为每一个创业者分忧，指导创业者稳步、有效地筹备开业、经营兴旺。

本书详细讲解了开餐厅从前期筹备到运营管理的各个环节，书中没有枯燥乏味的理论，也没有空洞的教条，只有实用的做法。对于每个环节应该怎么做以及特别的注意事项，都进行了详尽讲解。

开餐厅的前期筹备工作非常重要，选址、给餐厅起名、装修、配置菜单等，每个细节都不能疏忽。万里之行始于足下，万全的筹备工作为成功的运营奠定了基础。

餐厅开业后，运营管理是餐厅成功的关键所在。原料采购、厨房管理、控制成本、人员管理是餐厅赢利的保障。餐厅服务人员服务礼仪培训、卫生管理、促销、培育回头客，这些环节是餐厅脱颖而出的保障。

本书是每个创业者的成功指南，也是随查随用的实务宝典！创造财富传奇的餐饮业富翁们还在续写着传奇，未来创造餐饮业财富传奇的也许就是你！

最后，祝愿每个人在创业路上走得顺风顺水。

编 者

2012年3月

目 录

第 1 章 了解餐饮业	1
1.1 餐厅种类	3
1.2 适合自己的餐馆	6
1.3 餐饮业未来发展的趋势	6
第 2 章 餐厅选址与定位	11
2.1 餐厅选址关乎经营成败	13
2.2 选址调查研究内容	14
2.3 餐厅选址应遵循的基本原则	17
2.4 选址调查常用方法	18
2.5 对所选地址进行衡量与评估	20
2.6 如何为餐厅定位	22
2.7 如何为菜品定价	23
2.8 确定市场定位	25
2.9 为餐厅起个大气名字	26
第 3 章 开餐厅相关手续	29
3.1 办理开业审批手续流程	31
3.2 办理餐饮服务许可证	32
3.3 办理《餐饮服务许可证》具体过程	34
3.4 办理营业执照	38
3.5 领取营业执照后续工作	40
第 4 章 打造“吸引眼球”的餐厅	43
4.1 独特的装饰风格	45

4.2	餐厅外观设计	45
4.3	招牌的设计	46
4.4	店门设计	48
4.5	橱窗设计	49
4.6	餐厅总体布局	50
4.7	餐厅前厅规划设计	52
4.8	餐厅的空间分隔	55
4.9	餐厅的光线与格调	56
4.10	餐厅的局部装饰	57
4.11	包间的装修设计	60
4.12	餐厅厨房的设计	61
4.13	餐厅的特别设计	63
第 5 章	制作富有吸引力的菜单	65
5.1	菜单的形式	67
5.2	菜单设计应遵循的原则	67
5.3	对菜单设计制作人员的要求	70
5.4	菜单设计和制作有哪些程序	71
5.5	一份完美菜单所包含的元素	72
5.6	菜单设计制作中应注意的细节	74
5.7	制作不同种类菜单需注意的问题	76
5.8	特别菜单——婚宴菜单的设计	78
第 6 章	开发主打招牌菜	81
6.1	设计招牌菜的注意事项	83
6.2	如何成功打造招牌菜	86
6.3	设计招牌菜的方法	88
6.4	推广招牌菜	91
6.5	为招牌菜命名	91
第 7 章	招聘与管理员工	95
7.1	撰写得体的招聘启事	97

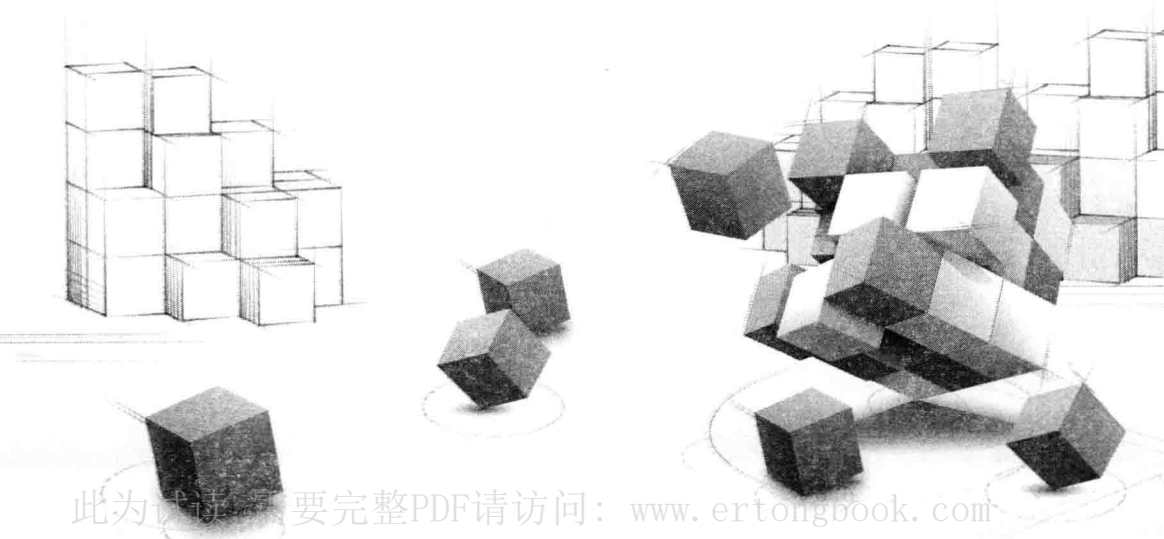
7.2	面试求职者的技巧与要点	98
7.3	重点考察应聘者哪些方面	100
7.4	员工内部招聘的方法与步骤	101
7.5	培训新员工	103
7.6	考评员工的工作绩效	104
7.7	建立有效规范的管理制度	106
7.8	调动员工的积极性	108
7.9	建立优胜劣汰机制	111
7.10	什么情况下辞退员工	112
7.11	辞退面谈技巧	114
第 8 章	员工服务礼仪培训	117
8.1	接待顾客时要做到的服务礼仪	119
8.2	为顾客斟酒上菜时的礼仪	122
8.3	服务人员的姿态	124
8.4	服务人员的服饰	127
8.5	服务语言的培训	128
8.6	培训服务人员微笑服务	133
8.7	推销语言运用技巧	133
第 9 章	餐厅的宣传推广	137
9.1	广告营销	139
9.2	开展广告宣传策划	142
9.3	选择合适的广告媒体	143
9.4	专人推销	145
9.5	电话推销	147
9.6	全员推销	147
9.7	菜单推销	148
第 10 章	如何培养回头客	149
10.1	餐厅培养回头客的必要性	151
10.2	如何培养忠诚客户	151

10.3	为顾客提供个性化的服务	156
10.4	了解顾客为什么投诉	158
10.5	处理顾客投诉	159
10.6	艺术地处理顾客的投诉	160
10.7	针对不同类型的顾客提供有效服务	162
10.8	经营并维护顾客信任	164
第 11 章	如何做促销	167
11.1	打好公关战	169
11.2	餐厅促销制胜法宝	171
11.3	促销方略一：优惠促销	172
11.4	促销方略二：赠品促销	174
11.5	节假日促销	175
第 12 章	原料采购与存储管理	177
12.1	采购是餐厅经营的第一道关	179
12.2	原料采购的质量标准	180
12.3	原料采购的方法	181
12.4	原料采购的程序	183
12.5	选对人是采购工作的第一把刀	184
12.6	建立完善的采购制度	188
12.7	选择及制约供应商	190
12.8	存储室的要求	191
12.9	存储原料的注意事项	194
第 13 章	餐厅厨房管理	197
13.1	厨房区域安排的原则	199
13.2	厨房如何装修	199
13.3	厨房应有的部门	201
13.4	厨房用具	203
13.5	厨师长的选择	204
13.6	餐厅必备的五大管理制度	205

13.7	厨房有序运转的日常管理制度	208
13.8	合理处理好餐厅正厅与厨房之间的关系	213
第 14 章	经营成本核算与控制	215
14.1	餐厅成本有哪些	217
14.2	餐厅成本特点	219
14.3	成本控制的意義	220
14.4	导致餐厅成本增加的行为	221
14.5	成本控制的两大原则	224
14.6	成本控制的有效措施	225
14.7	成本控制的“四化”	226
14.8	控制人工成本	228
14.9	降低物质消耗成本	230
14.10	减少能源消耗成本	231
14.11	用标准化作业控制成本	232
第 15 章	餐厅卫生管理	235
15.1	卫生是餐厅永续经营的前提	237
15.2	餐厅正厅的环境卫生	239
15.3	餐厅厨房的卫生管理	241
15.4	洗手间的卫生管理	243
15.5	设备清洁	244
15.6	餐厅服务人员的卫生管理	244
15.7	餐厅卫生管理的辅助手段	246
15.8	对垃圾进行无害化处理	248

第1章

了解餐饮业



近些年餐饮业有了很大发展，投资餐饮业也成为很多人的第一选择。不过在正式投资餐饮业之前，有必要对我国的餐饮业有一个初步的了解。

1.1 餐厅种类

在开餐厅前，有必要了解餐厅的种类，这样便于定位。此外，还要了解餐饮的主要内容和特色。

1. 中餐厅

中国幅员辽阔，民族众多，民俗殊异，基于地理、气候、风俗、民情、经济等因素，塑造了多样的文化性格，形成了独特的饮食习惯与奇妙的烹饪方法，有所谓“南甜、北咸、东辣、西酸”的特点。

饮食随地域而变化万端，各地区均形成了自己独特的菜系，既有小吃，又有大菜，种类丰富。这就为中式餐厅的开设提供了得天独厚的条件。

2. 西餐厅

西餐厅是指装潢西化、供应欧美餐饮及以西式服务为主的餐厅。为方便喜爱西餐的消费者，大部分的西餐厅都供应套餐，例如 A 餐和 B 餐，其顺序大致是汤、沙拉、主菜、甜点，最后上饮料。

有些西餐厅为吸引更多的客人，甚至还会供应排骨饭、鸡腿饭等中式菜供客人选用。因此现在吃西餐并非“有钱”人士的专利，也没有需要特别讲究的餐饮礼仪，其休闲娱乐的性质大于正餐的性质。

目前，除了大饭店和高级牛排馆还保持传统西餐的风味外，一般的西餐厅都具有别样的情趣。

3. 自助餐

自助餐的宗旨是以低廉的价格快速供应营养丰富、菜式多样的饮食，以供在外工作、学习的人食用。

目前自助式除了广泛运用于学校、机关等团体外，还被一般商业型餐厅普遍接受。自助餐已成为全世界流行的一种用餐方式。

自助式餐厅的雏形源于 1891 年美国密苏里州堪萨市的 YWCA（基督教女青年会）。

1893 年汤姆逊（John R.thompsom）在芝加哥购买了一家餐厅，并且成功地引进这种服务观念，由顾客亲自到餐台选取其所喜爱的食物。

这家餐厅便成为美国第一家自助式餐厅，同时也是第一家使用电动输送带及中心配给制来控制食物供需的餐厅。到 1926 年，汤姆逊在中西部及南部已拥有 126 家餐厅。

自助餐可以分为两种形式。一种是客人自行至餐台取菜，而后按所取菜品样数付账；另一种也是客人自行取菜，但是在一次性付清费用后可供顾客吃到饱。

两种方式都是自助型或半自助型的。在人工费用昂贵的当今社会，这种服务方式是餐饮的潮流趋势。

以往自助式餐厅餐台的设计都采用一字型，顾客都是从同一方向进入，拿到食物后，再耐心等待结账。现在很多自助式餐厅的餐台已经设计为自由流动型和锯齿型，使顾客能从所需食物点切入，极为灵活，可减少排队的辛苦和时间的浪费，提高顾客的满意度，提高餐厅的使用率。

20 世纪 70 年代开始推行的“吃到饱”的自助餐，对餐饮业的经营方式产生了极大的震撼。自助餐的推行，使消费者不再需要特别精通点菜的技巧，也不用再受套餐组合的约束，因此这种餐饮方式广受消费者的喜爱，尤其是最近两三年，更成为各大饭店的主要餐饮业务。

4. 盒饭

盒饭业又称为快餐业，可以说是以米饭为主食的民族的一大餐饮特色。随着都市人生活形态的转变，中午吃自带盒饭的情况已日渐稀少，使得大都市的快餐行业迅速发展。

提示：盒饭的主要供应对象是学生、工厂和机关的员工及医院中的病人，价格主要设定在 4 至 12 元之间，菜品内容则因价格的不同而有所不同，大致有主菜类（如炸排骨、鸡腿）、半荤菜类（蛋、肉丝炒菜）及素菜类三种。

因为盒饭食用方便,而且现在中式、西式或混合式盒饭品种齐全,价格也较为合理,所以90%以上的顾客在午间都将盒饭作为午餐食用。其缺点则是菜品质量及卫生状况参差不齐。

目前盒饭业正在逐渐摆脱过去厨房式的制备方式,从改善调理工作人员的工作习惯和工作环境着手,采用制度化的采购与科学化的生产系统,以求能达到预期的营养和卫生目标,减少因食用盒饭引起食品中毒的可能。

5. 旅游饭店

旅游饭店可分为国际旅游饭店和一般旅游饭店,其中国际旅游饭店除了为国外访客提供住宿上的需求外,还以其高雅的格调、精美的餐具、世界的饮食观和完善的服 务,吸引大量本地的客源;加上饭店的场地大、设备齐全、员工专业水准高,因此,可同时兼具美食宴会、婚丧喜庆、展示会议等其他功能,充分发挥餐饮的边际效用,引导餐饮潮流的盛行。

6. 冷饮店

炎热的夏天,最吸引人的莫过于清凉的冰品冷饮了。冷饮业的市场因此迄今屹立不摇。

冷饮业的销售形式,有传统的冰店,供应各式各样的冷饮;也有近年来流行的自动售货机;甚至还有从国外引进的冰淇淋、酸乳酪、冰淇淋店,提供较卫生、较昂贵的冷饮。

冷饮业最大的问题是卫生不能保证,如果冷藏设备不够,食物原料置于室温下,很容易引起细菌滋生繁衍;若以手直接对冷饮进行处理,也易造成食物污染。

目前的冷饮店已一改传统冷饮店经营时的不足,正以格调高雅的装潢以及连锁的经营方式,呈现出崭新的经营风貌。

7. 摊贩

摊贩是饮食文化的一部分。要了解中国饮食文化的特点,必先品尝街头摊贩小吃的美味。只要有人聚集处,就会有摊贩出现,而且大半的摊贩跟吃有关,这

可能是和传统的“走到哪儿，吃到哪儿”的饮食习惯有关。在市场里、公园旁、街口转角，摊贩可以说是“无所不在，无孔不入”。

摊贩的性质和欧美所谓的快餐车类似，往往在人流聚集之处就可以见到，如集市、儿童乐园、运动场等。他们以提供简便快速的食物为主，如热狗、三明治和饮料，供应的食物琳琅满目、应有尽有。

摊贩充分利用极小的空间，用最少的人力、物力创造最大的利润，而其合理的价格和地点的方便性（常是近在咫尺之间），也能使消费者“趋之若鹜”。

1.2 适合自己的餐馆

参照下表找到适合自己的餐馆。

如何划分	具体划分	
餐馆所在地域	所处区域	南方
		北方
	所处城市	沿海
		西部
		省会
		偏远山区
投入总成本	20 万以上	
	10 万以上	
	5 万元以上	
	1 万元左右	
顾客定位	高端人士	
	工薪阶层	
	学生、低收入家庭	
用餐结构	菜馆	
	面馆	
	快餐	
	火锅	

1.3 餐饮业未来发展的趋势

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，才有可能在激烈的市场竞争中获得成功。未来的餐饮业将主要沿着以下方向发展。

1. 优质高效的快餐化道路

我国著名的科学家钱学森先生就曾经提出，应在我国的一些大城市，建立快餐中心，以规模经营的高效率和低成本，来满足广大群众的饮食需要，加快家务劳动社会化的步伐，促进我国经济的发展。

随着城市生活节奏的加快，居民收入水平的提高，社会上对快餐的需求量日趋增大，质优价廉高效率的快餐店必将受到广大居民的欢迎。

目前我国餐饮行业的生产力还比较低，有必要通过发展快餐公司，搞集约化经营，提高餐饮业的生产效率，把许多家庭从繁杂的一日三餐的劳作中解放出来。

美国在餐饮食品加工方面拥有较高的生产效率，就是因为美国拥有一大批重视规模经营的大公司，如泰森食品公司是世界上规模最大的禽肉加工厂，每周能加工 2600 万只鸡。其销售额占全美国快餐店销售总额的 80%。

事实上，我国各地已有许多饭店和各类餐饮企业，通过经营快餐业务而使自身获得了良好的经济效益。快餐业在未来将有极好的发展前景。

2. 更加强化餐厅的格调和就餐氛围

当前有着良好的环境氛围的快餐店和一些大酒店，受到了人们的欢迎。

现代社会的消费者，在进行消费时往往带有许多感性的成份，容易受到环境氛围的影响。在饮食上他们不太注重食物的味道，但非常注重进食时的环境与氛围，要求进食的环境“场景化”、“情绪化”，从而能更好地满足他们的感性需求。

因此，相当多的餐馆，在布置环境，营造氛围上下了很大的功夫，力图营造