



新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

CANYIN FUWU YU GUANLI

餐饮服务与管理

张水芳 主 编
王焕宇 副主编



旅游教育出版社



教育部
职业教育与成人教育司
教育部职业教育与成人教育司
教材 2019 年 12 月

教育部职业教育与成人教育司

餐饮服务与管理

主编 王 强

副主编 张 强





新编高职高专旅游管理类专业规划教材
谢彦君 总主编

CANYIN FUWU YU GUANLI

餐饮服务与管理

张水芳 主 编
王焕宇 副主编



旅游教育出版社

责任编辑:郭珍宏

图书在版编目(CIP)数据

餐饮服务与管理/张水芳主编. —北京:旅游教育出版社,2012.5

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 2403 - 1

I. ①餐… II. ①张… III. ①饮食业—商业服务—高等职业教育—教材 ②饮食业—商业管理—高等职业教育—教材 IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 087967 号

新编高职高专旅游管理类专业规划教材

谢彦君 总主编

餐饮服务与管理

张水芳 主 编

王焕宇 副主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	19.125
字 数	300 千字
版 次	2012 年 5 月第 1 版
印 次	2012 年 5 月第 1 次印刷
定 价	32.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

新编高职高专旅游管理类专业 规划教材编委会

主 任 谢彦君

委 员 (按音序排列)

狄保荣 韩玉灵 计金标

姜文宏 罗兹柏 王昆欣

张广海 张新南 朱承强



经过将近三年的策划与组织,旅游教育出版社的“新编高职高专旅游管理类专业规划教材”终于要整体付梓印行了。本套丛书不管是在编写宗旨的确立还是在撰著者的遴选方面,都经历了一个较为严谨而细致的过程,这也为保证丛书的质量奠定了一个良好的基础。

中国的高等旅游教育和旅游产业发展,已经度过了三十多个春秋。从20世纪70年代末的筚路蓝缕到今天已蔚为大观的局面,这当中包含了几代学人和业者共同努力、共同创业的艰辛。在今天看来,尽管在这个知识和行业共同体中曾经并依然存在着观点、思想和认识上的碰撞和摩擦,但一路前行的步伐却始终没有停止过。这也是中国旅游教育界、旅游产业界呈现于世人的最令人鼓舞的风貌和景观。

在整个高等旅游教育体系中,职业教育的发展,只是在最近的十几年中才真正被政府纳入到大力发展的战略框架当中,并在今天形成了占据旅游高等教育半壁江山的势头。如果站在整个旅游高等教育的视野来审视旅游职业教育和普通教育在整个旅游高等教育中的局面,大家会有一个基本的共识:旅游高等职业教育在人才培养方面,无疑更加体现了专业细分、供需对接、学为所用的人才培养效率和效果,并不像旅游本科教育那样,每年的毕业生有70%以上流入其他行业或领域,从而造成社会教育资源的极大浪费。这个问题学界多有认识、阐述和呼吁,并一致认为,其根源在一定程度上是由本科专业目录管理过于僵化的行政机制所造成。值得欣慰的是,最新的本科专业目录调整方案中,已经增设了饭店管理专业,这一举措借鉴了旅游专业高等职业教育按照旅游大类进行专业细化的成功方面,昭示了旅游大类下设专业(二级学科)进一步有限度细化的趋势。

不过,尽管旅游专业的高等职业教育有其成功的地方,但也不是没有问题。在专业格局有了科学摆布的前提下,人才培养的质量就取决于具体的人才培养方案了。在这当中,各个学校所拥有的教学资源、师资队伍、教材、教学法等方面的准备,就成为关键的教育因素。如果仔细盘点目前我国旅游专业高等职业教育在这一方面的家底,其实还很不乐观。在我看来,由于我们对职业教育在认识上还不够成熟,准备上还不够充分,操作上还有待完善,加之旅游职业教育向来多以接待服务为教育的主体内容,缺乏硬技术、高门槛,因此,中国的旅游职业教育,依然显得离岗位培训距离不远、差异不大。在知识体系和职业技能的衔接方面,始终没有找到最好的途径和策略。因此,旅游职业教育在培养人的职业深度发展空间方面,始终有浅薄无力的缺欠。这是一个需要警觉,同时也是一个需要时间才能加以解决的问题。

旅游教育出版社在策划本套丛书的初期,就曾意识到这个问题,并有努力解决这一问题的想法。在本套丛书的书目确定、作者遴选、写作宗旨的厘定等方面,都试图对上述问题作出回应。从各位作者所做的努力来看,本套丛书还是在一定程度上解决了这个问题。整套丛书中,不乏在这方面做得很好的,也有在其他方面展现了充分特色的著作。因此,希望本套丛书的面世能够给旅游职业教育提供一套比较适用的教材资源。

本套丛书的作者都来自职业教育工作的教学与科研第一线,他们在各自所长的学科领域也都多有建树。作为本丛书的主编,我十分感谢他们在编写过程中所作出的巨大努力以及展现出来的合作与奉献精神。

由于水平所限,加之本人对旅游职业教育的理解缺乏深度,因此,本套丛书还是会存在总体架构、基本思想和具体编写工作方面的诸多不足甚至错谬。希望广大读者和其他人士对本书的缺欠不吝赐教,以图再版时予以修正,避免贻误学生。

是为序。

谢彦君

2011年7月22日于灵水湖畔

前言

本教材是专门针对高职高专酒店管理和旅游管理学生编写的,是酒店管理专业必修的职业能力核心课程,被浙江省教育厅列为重点教材。

本书在体例和内容上都有一定的创新之处,特色主要表现在以下三个方面。

(1)内容体现职业性、应用性和实践性。教材编写过程中,按照餐饮企业的生产实际和岗位职业能力需求,将全书设计为入职篇、技能篇、业务篇、管理篇四大模块。同时参考了国家职业资格餐饮高级工、中级工的鉴定标准和国家旅游局星级评定标准中对餐饮的要求。既体现了高职教育模块化的发展趋势,也体现了工学结合、课证结合、紧跟行业的教学理念。

(2)结构体现模块化、渐进性。四大模块循序渐进:第一模块引领入职,讲述基础知识、培养服务意识、了解发展趋势。第二模块训练动手能力,掌握技能技巧、培养职业兴趣。第三模块梳理工作标准,掌握接待流程、熟悉操作规范。第四模块传授管理要点,树立管理意识、掌握管理技巧。

(3)理念反映前瞻性、灵活性。比如随着意大利经济学家帕累托“二八原则”的深入人心,餐饮企业普遍开始重视VIP客户的管理,在以往的教材中,还没有这方面的内容。本书专门安排一章讲述VIP客户的管理,既反映行业新动向,也为餐饮企业提供迫切需要的参考资料。而对于餐饮市场营销的内容,考虑到很多学校都开设“饭店市场营销”课程,内容有重复之嫌,所以本书不再专门安排章节。

本书由浙江旅游职业学院张水芳主编,负责设计大纲和编写体例,并完成全书的统稿、定稿工作;辽东学院王焕宇任副主编。各章执笔人员如下:浙江旅游职业学院张晶编写第一章、第四章;张水芳编写第二章、第三章;浙江旅游职业学院方敏编写第五章、第十章;渤海船舶职业学院杜甜甜编写第六章、第九章;王焕宇编写第七章、第八章。

由于编者水平有限,书中难免有疏漏和不妥之处,敬请广大读者批评指正。

编者

2012年3月8日

目 录

第一模块 入职篇

第一章 餐饮部概况	3
第一节 餐饮概述	3
第二节 餐饮部概述	11
第三节 餐饮发展现状及趋势	20

第二模块 技能篇

第二章 餐饮服务技能与技巧	29
第一节 托盘	29
第二节 餐巾折花	32
第三节 斟酒	40
第四节 摆台	47
第五节 菜肴服务	51
第六节 其他技能	54

第三模块 业务篇

第三章 零点服务	61
第一节 中餐零点服务流程与规范	61
第二节 西餐零点服务流程与规范	72
第三节 其他服务流程与规范	85
第四章 宴会服务	92
第一节 宴会概述	92

第二节	宴会预订	100
第三节	宴会准备工作	111
第四节	宴会服务流程设计	120
第五节	其他宴会服务	129

第四模块 管理篇

第五章	原材料管理	141
第一节	原材料采购管理	141
第二节	原材料验收管理	157
第三节	原材料库存管理	164
第六章	厨房管理	182
第一节	厨房组织结构及岗位职责	183
第二节	厨房的设计与布局的要求	193
第三节	厨房业务管理	202
第七章	菜单管理	218
第一节	菜单概述	218
第二节	菜肴选择与定价	230
第八章	餐饮成本控制	244
第一节	餐饮成本概述	244
第二节	餐饮成本控制	248
第九章	餐饮服务质量控制	256
第一节	餐饮服务质量	256
第二节	餐饮服务质量的控制	260
第十章	客户关系管理	268
第一节	客户及客户关系管理	268
第二节	VIP 界定与管理	280
参考文献		297

第一模块
人 职 篇

引言

俗话说:民以食为天。现代的中国饭店,虽已是集住宿、餐饮、休闲、商务、会议、展销、购物等于一体的综合性公共场所,但提供吃、住依然是其不可或缺的两大功能。餐饮部作为饮食提供部门,是饭店不可缺少的一个主要部门,其经营的好坏不仅直接关系到饭店的经济收益,而且还直接关系到饭店的品牌和竞争力。本章主要阐述餐饮及餐饮部的相关概念。

学习目标

1. 了解餐饮概况,熟悉中外餐饮发展历程,了解饭店餐饮发展趋势。
2. 了解餐饮部组织机构,岗位职责,从业素质要求。

第一节 餐饮概述

尽管世界上存在着不同的种族,各有不同的肤色和语言,但对于维持生存的饮食需求都是一致的。随着世界经济、文化的发展,人们生活水平不断提高,人际交往日益增多,人们已越来越重视饮食。全世界因食品原料、烹调方法、饮食习惯等的不同,形成了丰富多样的饮食种类。宾客希望通过品尝具有异国风情的美酒佳肴,领略具有异国情调的饮食文化,这不仅能使人得到必要的营养补充,也能从中受到饮食艺术感染,从而获得精神上的享受。

一、餐饮

西方的先哲,如苏格拉底、柏拉图、亚里士多德,或是康德、黑格尔,似乎都不谈有关饮食的问题。然而中国的先哲,几乎个个都要谈及这个话题。如老子说:“食

色,性也。”《礼记·礼运》称:“饮食男女,人之大欲存焉。”孔子提出过“食不厌精,脍不厌细”的观点,足以证明他对吃极其重视。所有这些关于吃的论述,充分证明了饮食在中国历史文化中占据着重要的地位和特殊的分量。

(一) 餐饮的概念

餐饮一词在《辞海》中的解释是:餐为“饭食”,饮为“饮料”,餐饮就是“吃食物,喝饮料(含酒水)”。中国古代餐饮通称“饮食”,是最恰当不过的了。又据说“餐饮”来源于西方的餐馆(Restaurant)一词,按照法国百科大辞典的解释,是使人恢复精神与力气的意思。而可以帮助人恢复精神并消除疲劳的方法往往就是进食和休息。于是人们以“Restaurant”冠名提供食物和饮料,使客人得以充分休息,恢复精神和体力的特定场所。由餐饮的上述两种解释,得出餐饮的两层含义:一是指饮食,包括吃的和喝的;二是指提供餐饮的行业或者机构,即从事餐饮业的组织(如餐厅、酒店、食品加工厂)或个人,通过对食品进行加工处理,餐厅和酒店还需提供相应的餐饮服务,以满足食客的饮食需要,从而获取相应的服务报酬。

(二) 饭店餐饮的地位和作用

1. 餐饮是现代饭店的重要组成部分

饭店餐饮部所管辖的范围包括各类餐厅、酒吧等传统的经营场所,如今大多数饭店的餐饮管辖范围已扩展至娱乐、会展等。餐饮部是客人经常活动的地方,是客人在饭店的活动中心。因此,餐饮部是现代饭店的重要组成部分。

2. 餐饮服务直接影响饭店声誉

餐饮部工作人员,特别是餐厅服务人员直接为客人提供面对面的服务,其服务态度、服务技能都会在客人心中产生深刻的印象。客人可以根据餐饮部为他们提供的餐饮产品的种类、质量以及服务态度等来判断饭店服务质量的优劣及管理水平的高低。因此,餐饮服务的优劣不仅直接关系到饭店的声誉和形象,而且直接影响饭店的客源和经济效益。

3. 餐饮为饭店创造可观的经济效益

向消费者提供餐饮服务是饭店重要的营利手段之一,我国饭店的餐饮收入一般占饭店总收入的1/3,但不同规模、档次的饭店,餐饮收入所占的比例也有所不同。餐饮经营规模大、功能齐全,餐饮收入所占比例就高;反之则低。同时,餐饮收入还受经营理念、经营方式、饭店位置、饭店内外部环境、经营品种、设备设施条件等诸多因素的影响,特别是当餐饮客源结构发生根本性转变以后,餐饮收入的多少以及其在饭店总收入中所占比例的大小都会发生变化。如今,餐饮业已步入微利时代,而通过扩大宣传促销、开发创新有特色的餐饮产品、增加服务项目、严格控制餐饮成本和费用、增收节支等手段,可为饭店创造较高的经济效益。

4. 餐饮是提高饭店竞争力的关键要素

(1) 餐饮的营销活动是饭店营销活动的主体。饭店要想在竞争激烈的市场中

占据一席之地,必须依赖有效的营销活动,而餐饮的营销活动则是饭店整体营销活动中的重中之重。因为对顾客来说,饭店最基本的产品之一就是餐饮,而餐饮不仅销售面广、影响大,其产品差异也比较大,所以,饭店餐饮的营销常常成为饭店营销活动的先锋。

(2) 餐饮品牌是饭店品牌的基础。当今社会是一个品牌竞争的社会,饭店经营也进入品牌经营时代。饭店品牌可以分为产品品牌和企业品牌。产品品牌是企业品牌的基础,餐饮产品是饭店的主要产品,而且它具有技术性强、专业程度高、对客人影响大等特点。因此,餐饮品牌往往是一家饭店能否扩大影响、提高知名度和美誉度的重要基础。

(三) 餐饮的特点

1. 餐饮生产特点

(1) 餐饮产品规格多,每次生产批量小。只有当客人进入餐厅点菜后,餐饮企业才能组织菜肴的生产与销售。这就意味着餐饮产品的生产与销售基本同步,而不能先生产后销售。因此,餐饮产品生产与工业产品大批量、统一规格的生产是明显不同的,这给餐饮产品的统一标准与质量管理带来了许多问题。

(2) 餐饮生产历时短。餐饮产品的生产、销售与客人的消费几乎同时进行,因此,客人从点菜到消费的时间相当短暂。这对厨师的经验与技术是一个很大的考验,对服务员的直接推销和对客服务能力也是一大挑战。

(3) 生产量难以预测。就餐客人何时来、来多少、消费什么餐饮产品等一直是困扰餐饮管理者的问题。大多数客人不通过预订而是直接上门来消费的,因此,客人的消费需求很难准确预估,产量的随机性强,且难以预测。

(4) 餐饮原料及产品容易变质。相当一部分餐饮产品是用鲜活的餐饮原料制作的,具有很强的时间性和季节性,若处理不当极易腐烂变质,因此,必须加强原料管理才能保证产品质量并控制餐饮成本。

(5) 餐饮产品生产环节多,管理难度大。餐饮产品的生产从餐饮原料的采购、验收、储存、加工、烹制,餐厅服务到收款,整个生产过程的业务环节较多,任一环节的差错都会影响餐饮产品的质量及企业的效益,因此,餐饮产品生产过程的管理难度较大。

2. 餐饮销售特点

(1) 餐饮销售量受餐位数量的限制。餐饮企业接待的客人数量受营业面积大小、餐位数多少的限制。在餐位全部满座的情况下餐厅不能扩大销售量。因此,餐饮企业必须改善就餐环境,提高餐位利用率,增加就餐客人的人均消费额。

(2) 餐饮销售量受进餐时间的限制。人们的就餐时间有一定的规律。就餐时间一到,餐厅高朋满座,而就餐时间一过,餐厅则门可罗雀。餐饮的销售具有明显

的间歇性。因此,餐饮企业应通过增加服务项目、延长营业时间等方法来努力提高餐饮销售量。

(3)餐饮固定成本及变动费用较高。餐饮企业的各种餐厨设备、用品的投资较大,且人力资源费用、能源费用、原料成本等的支出也较高。因此,餐饮企业应想方设法努力控制固定成本与变动费用,以提高企业的经济效益。

(4)餐饮经营的资金周转较快。餐饮企业的经营毛利率较高,且相当一部分餐饮销售收入以收取现金为主,而大部分餐饮原料为当天采购、当天销售,因此,餐饮企业的资金周转较快。

3. 餐饮服务特点

餐饮服务是餐饮企业的员工为就餐客人提供餐饮产品的一系列活动。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、酒吧等餐饮营业点面对面为客人提供的服务,而后台服务则是指仓库、厨房等客人视线不能触及的部门为餐饮产品的生产、服务所做的一系列工作。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与完善。

(1)无形性。无形性是服务产品的共性。尽管餐饮产品是具有实物形态的产品,但它仍具有服务的无形性特点,即看不见、摸不着,且不能数量化。餐饮服务的无形性是指就餐客人只有在购买并享用餐饮产品后,才能凭借其生理与心理满足程度来评估其优劣。

事实上,大多数餐饮消费者选择一家餐厅时,往往只凭他们所得到的有关这家餐厅的信息,如通过了解广告或亲朋好友的正面口碑宣传做出购买的决定。至于他们的选择正确与否,只能在他们亲临餐厅、亲自享用之后,凭生理、心理的满足度来评估、判断。

正因为服务的这一特性决定了餐饮产品无专利性的命运,因此,餐饮企业必须明确餐饮产品的革新、创新之重要意义,餐饮管理者也应充分认识到餐饮产品的生命周期是极其短暂的。

(2)一次性。餐饮服务的一次性是指餐饮服务只能当次享用,过时则不能再使用。这与航班的座位、饭店的客房、电影院的座位一样。当飞机空着一半位子起飞、饭店一天的客房出租率是30%、夜场电影准时放映而偌大的电影院却只来了十几位观众,那么,该飞机的空位、该饭店的空房、该电影院的空位便成了无法挽回的损失。因为它们未实现的销售永远无法弥补回来,即使第二天客满也无济于事。这就要求餐饮企业应接待好每一位客人,提高每一位就餐客人的满意程度,才能使他们一再光临。

(3)直接性。餐饮服务的直接性是指餐饮产品的生产、销售、消费几乎是同步

进行的,即企业的生产过程就是客人的消费过程。这意味着餐厅既是餐饮产品的生产场所,也是餐饮产品的销售场所,这就要求餐饮企业既要注重服务过程,也要重视就餐环境。

(4)差异性。餐饮服务的差异性主要表现在两个方面:一方面,不同的餐饮服务人员由于年龄、性别、性格、受教育程度及工作经历的差异,为客人提供的服务水平肯定不尽相同;另一方面,同一服务员在不同的场合、不同的时间,其服务态度、服务效果等也会有一定的差异。这就要求餐饮企业应制定服务标准,并加强对服务过程的监管。

二、中外餐饮发展历程

(一) 中国餐饮发展历程

1. 先秦时期

在新石器时代,由于没有文字,对当时饮食演变的概况我们只能依靠出土文物、神话传说以及后世史籍的追记进行推断。这个时代的饮食烹饪好似初出娘胎的婴儿,既弱小、幼稚,又充满生命活力,为夏商周三代饮食文明的兴盛奠定了良好的基石。到夏商周三代,随着生产力的提高,饮食变得丰富多样起来。具体体现在以下四点:

(1)烹调原料显著增加。习惯于以“五”命名。如“五谷”(稷、黍、麦、菽、麻籽),“五菜”(葵、藿、头、葱、韭),“五畜”(牛、羊、猪、犬、鸡),“五果”(枣、李、栗、杏、桃),“五味”(米醋、米酒、饴糖、姜、盐)等。总之,原料能够以“五”命名,说明了当时食物资源已比较丰富,人工栽培的食材成了主体,它们是当时烹饪原料中的佼佼者。当时的人们在选料方面也积累了一些经验。

(2)炊饮器皿革新,轻薄精巧的青铜食具登上了烹饪舞台。我国现已出土的商周青铜器物有4000余件,其中多为炊餐具。青铜食器不仅利于传热,提高了烹饪功效和饮食质量,还可以显示礼仪,装饰筵席,展现出奴隶主贵族饮食文化的特殊气质。

(3)菜品质量飞速提高,推出著名的“周代八珍”。由于原料充足和炊具改进,这时的烹调技术有了长足进步。一方面,饭、粥、糕、点等饭食品种初现雏形,肉酱制品和羹汤菜品多达百种,花色品种大大增加;另一方面,可以较好运用烘、煨、烤、烧、煮、蒸、渍糟等十多种烹饪技法,烹出熊掌、乳猪、大龟、天鹅之类高档菜式,产生影响深远的“周代八珍”。