



餐饮业老板、主管和从业人员的工具书

餐饮业留客 实例分析

CANYINYE LIUKE

唯 高◎主编

SHILI FENXI



中国物资出版社



餐饮业老板、主管和从业人员的工具书

餐饮业留客 实例分析

CANYINYE LIUKE

唯 高◎主编

SHILI FENXI



15
唯高餐饮
经典书库

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

餐饮业留客实例分析 / 唯高主编. —北京: 中国物资出版社, 2011. 7

(唯高餐饮经典书库)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 3734 - 2

I. ①餐… II. ①唯… III. ①饮食业—商业经营—研究 IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 054666 号

策划编辑 黄 华

责任编辑 黄 华

责任印制 方朋远

责任校对 孙会香 饶莉莉

出版发行 中国物资出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.clph.cn>

经 销 新华书店

印 刷 三河市西华印务有限公司

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 3734 - 2/F · 1529

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 16.75

版 次 2011 年 7 月第 1 版

字 数 265 千字

印 次 2011 年 7 月第 1 次印刷

印 数 0001—3000 册

定 价 32.00 元

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

《唯高餐饮经典书库》编委会

编委会主任 王盛华

编委会副主任 黄 华 温俊伟 于保政

本书总策划 广州唯高策略发展有限公司

中国物资出版社

编	委	王盛华	黄 华	温俊伟	于保政	曾郁娟	伍福生
		贺立峰	爱建设	赵 琦	孙庆和	冯锦伟	黄永成
		赵玉芳	王丽华	王建华	王爱华	王玉珏	王恒祥
		王恒流	王 瀚	袁舒秋	宋家凡		

总 序

乘改革开放的快车，经历了三十多年的风风雨雨，现今的中国餐饮业已经成为市场化程度最高、竞争最激烈、发展速度最快的行业之一。它曾经吸引了成千上万投资者的目光，并给了其中许多人以丰厚的回报。只有经营过餐饮企业的人才会明白，日进万金其实不是神话，而是完全能够实现的事情。

但是，面对新开的餐馆越来越多、赔钱的餐馆也日渐增多的残酷现实，不少业内人士既感到惶恐不安，又感到困惑不已。为什么昨天还客似云来的海鲜城，今天却少有人问津？为什么仅一墙之隔的两家火锅店，一家烟雾腾腾，一家却锅冷人稀？为什么麦当劳、肯德基等洋餐馆能春夏秋冬没有淡季，而不少中餐馆却时冷时热，有时甚至该旺不旺？为什么有些昨天还几乎是一贫如洗的下岗职工，今天已经变成了腰缠万贯的餐馆老板；而有些昨天还是指指点点地吆喝着的老板，今天却又重新回到了打工仔的行列……

据我们调查得知，从投资者、老板到各级从业人员，都很想探究所有这些问题的奥秘，很想餐饮业这一宝山中挖到金矿。但是，一个实际困难却摆在他们的面前，那就是在茫茫书海中，介绍健康食品、家庭菜式的不少，但介绍怎样开办、经营餐馆的书籍却不多，即便有也是零零碎碎，且不够通俗易懂，缺乏可操作性。现在，我们可以满怀信心地告诉读者，这个困难可以解决了！

我们在经过长期准备和酝酿之后，与中国物资出版社、广东烹饪协会、香港维高餐饮经营管理策划公司联合策划、出版了《唯高餐饮经典书库》系列丛书，填补了这方面的空白，以推动中国餐饮业的发展，帮助众多餐饮业老板和从业人员圆其创业梦与发财梦。

《唯高餐饮经典书库》系列丛书的作者们，既有资深的餐饮业老板、总经理、高层主管和培训人员，也有专家、教授、作家、记者和编辑，他们都以强烈的责任心，深入餐饮业基层，对老板、员工反复采访，收集了大量的第一手资料，并认真研究餐饮业的理论知识。本系列丛书，是他们对餐饮业创造的宝贵财富。

本系列丛书涵盖的范围广，涉及餐馆运作的方方面面，包括经营技巧、经营理念、管理方法、服务技能和员工培训等许多细节，内容极其丰富，知识面极其广阔，因而具有全面性和实用性。

本系列丛书既有深入浅出的理论阐述，也有生动有趣的实例，可操作性强，可读性也强。

本系列丛书还力求在创作理念上与时代同步，有一定的超前性，蕴涵着一定的指导意义。

我们深信，《唯高餐饮经典书库》系列丛书一定会成为广大读者的良师益友，一定会为他们带来美好的“钱景”。

《唯高餐饮经典书库》编委会

2011年2月

前 言

进入 21 世纪，餐饮业依然是充满生机而又竞争激烈的行业。正因为“民以食为天”，所以餐饮业才有“百业之首”之说。

生活中，我们每天都离不开吃，就是这个“吃”字，国人也吃出了名堂。中国菜肴在烹饪中有许多流派，其中最有影响和代表性的、为社会所公认的就是：鲁、川、粤、闽、苏、浙、湘、徽菜系，即被人们常说的中国“八大菜系”。因此，“中华饮食文化”很自然地就成为海外朋友了解中国的窗口。同时，也成为本行业经营者竞争、赚钱的焦点。

但是，作为一个经营者，如果经营不得法，不善于创新或以品牌特色吸引客人，不懂得善用管理和服务进行经营或推销，就难以在市场竞争中站稳脚跟，也难以吸引回头客。

过去，人们对吃的认识只停留在果腹上。随着国家的日益富裕，人们知识文化水平的日益提高，人们观念中的饮食已经不再是为了果腹、饱肚，而是以此为基础，提升到了文化的层面和艺术的境界。

现在，人们在吃的形式上改变非常大，消费者对口味的选择也就相对挑剔了许多。对于今日经营餐馆的业内人士来说，这的确是一个高难度的挑战。当然，也不失有更多因地制宜、足以发挥行业特点的优势可供选择。因此，围绕着饮食作宏观的和微观的深入探讨，是切合时宜的，也是很有必要的。

广州毗邻港澳，是对外经济文化交流及领导饮食新潮流的重要策源地。食在广州流传历史已久，海内外皆久负盛名。而八大菜系之一的粤菜，以其取材不限、注重质和味，滋味清鲜、百菜百味、变化无穷的特色成为海内外最受欢迎的菜式。粤菜主要由广州菜、潮汕菜、东江菜组成，以广州菜为主，

具有选料博杂、制作精细、口味趋于清淡、富于季节性变化、讲求营养科学的特点。因而，广州饮食业规模在全国首屈一指。

进入 21 世纪的餐饮业，“八大菜系”仍然主导消费市场。但毕竟时代进步了，“一人一把号，各吹各的调”。这种板块式的经营方式，虽说各具特色，自成一家，但如果还坐井观天，不求进取，一味强调“正宗”，单靠“炒冷饭”去经营，是难以长久吸引客人的。只有不断输入新的经营理念、新的品牌、新的服务和新的营销方法，才能促使消费者“留步”。

在当今的网络时代，社会生活日新月异。但是，以“人”为本的餐饮业，20%靠的是硬件，80%靠软件投资。要想“永远留住客人”，仍然要靠人的思想观念、靠人的创造力发挥能动作用。这些，电脑显然还无法取代，更谈不上教你如何赚钱。经营餐饮业，常常会碰上许多不可预料的问题，事实往往与投资前的愿望相差甚远。所以，必须做好策略规划、组织推断、相关的管理和发展计划，才有可能将生意由小做大，并做得红红火火，永远将消费者挽留住。

本书所介绍的，就是餐饮业面对当今时代的发展，应如何培养自己的经营意识；如何运用别具一格的创新特色，以一流的管理和服务，长久吸引客人、留住客人。一句话，成功在于不断地探索和进取。

本书是餐饮行业从业人员如何提高经营意识的必备参考读物。饮食爱好者也可借此丰富有关知识，了解有关窍门，增添情趣和提高生活品位。

唯 高

2011 年 4 月

目 录

创新篇 不断创新是留住客人的法宝	1
跨世纪的饮食街	3
花园荔枝湾的风情录	5
白天鹅创新二三事	6
二沙岛的艺术酒家	9
广州酒家的名牌优势	11
老字号的创新菜肴	13
雍雅山房的创意篇	15
意境清新的红楼宴	17
创意十足的涂画吧	18
回归自然的“热带雨林”	20
“阿丽雅”的艺术魅力	21
女子钟情的酒店	23
令人神往的故事酒吧	24
“LOVE”咖啡厅	26
在园林中设“八仙宴”	27
广州城的“东北风”	29
五星饭店的“大众午餐”	31
新派素食在广州	33
相约在运动城餐厅	36

古装新貌的莲香楼	38
情侣钟爱餐厅电影院	39
大宾馆引进小餐厅	41
惬意人生“百味居”	43
“君子饭店”留住客人	44
君悦酒店的“大排档”	46
“月牙滩”倾情	48
“田园庄”的绿色风味	49
山东鲁菜落户羊城	51
老外钟情“桥头堡”	52
“怡景”的浪漫人生	53
中西合璧的蔬菜餐	55
大连创建“半餐制”	56
“白领”钟情音乐厨房	58
漳州酒店的“新闻早茶”	59
餐厅开进购物广场	60
春交会的创新文章	62
特色篇 有特色就会有客人	65
经久不衰的清平鸡	67
烧鹅仔的品牌效应	68
“白云”的健康菜	71
流花湖畔“一窝粥”	72
黄婆洞的山间特色	74
特色“酱骨头”	76
绿茵阁的咖啡心情	77
谭老板的郊外餐馆	78
再见“随园菜”	80

约会在知青酒家	82
闻名遐迩的东江菜	84
“锅栈”的胡椒虾	86
菜香不怕路途远	88
“海派”特色餐厅	89
驰名九记路边鸡	91
鑫隆的风味黄焖鹅	92
“三哥”的美味鱼头	94
“王馒头”的拉面	95
梁山寨特色酒家	97
功夫在“酒”外	99
“老房子”的怀旧特色	100
亨利美式烤肋骨	102
“狮岭”的风味屋	103
“上海滩”的名菜	105
“土菜”的新鲜感	107
京城的“涮羊肉”	108
杰克的特色酒吧	109
子夜品尝新鲜猪什	111
喜吃“瓦罐鸡”	112
荔湾特色名小吃	114
“悉尼”的招牌菜	116
“俱乐部”式的特色酒吧	118
芳村满街驴肉香	119
石牌食肆“一条龙”	121
道滘的裹蒸粽	123
京城的“阿文上海菜”	124
新城区的粤西菜	126

大排档的美味羊肉	127
洞庭湖的特色土菜	129
一杯茶，也有道	130
管理篇 欲求客似云来 更要善于管理	133
东方宾馆的常新面貌	135
金都饭店网住客人	137
花园酒店的红棉精神	139
总经理酒会留住客人	142
“红泥”为何会成功	143
小酒吧的成功要素	146
融资经营促进发展	148
服务篇 让客人永远认同你的服务	153
“闹钟快餐”快节奏	155
“新雅”上门做家宴	156
为残疾人铺路	158
“亨祥”代客保管剩酒	159
餐厅里的儿童乐园	161
提倡节俭消费的餐厅	163
信息饭店的信息服务	164
为顾客“祈求好运”	165
无微不至的服务	167
钓鱼尝鲜两相宜	168
“补偿到位”的承诺	169
名厨教你做家宴	171
提供奇特服务的餐厅	172
“宴会之王”的秘诀	174

为上帝配送“森林菜”	175
为儿童服务的酒店	177
“眼神”意识服务	179
为“上帝”建游泳池	180
一切为了顾客满意	183
“魔术师”为你服务	185
“永和大王”送餐到户	187
“厉家菜”的特色服务	190
玫瑰花瓣显真情	191
“贴身管家”之服务	193
名厨掌勺乔迁宴	195
“请”客人入住酒店	196
创出高水准的服务	199
忌讳篇 至高境界的给予是精神和意识	201
忌经营不得法	203
忌管理混乱	205
忌财务管理不善	207
忌造成客人不满	209
忌拒不承认错误	210
忌服务态度恶劣	212
忌不懂装懂	213
忌造成客人超预算	214
忌粗心大意	216
忌报错菜价	218
忌货不符实	219
忌当面指责客人	221
忌不兑现承诺	222

忌不尊重客人	224
忌欺瞒客人	225
忌安排客人同席不当	226
忌服务不到位	227
忌厚此薄彼	228
忌“张冠李戴”	230
忌随意说“不”	231
忌硬要客人认错	232
忌只懂道歉	234
忌缺乏整体意识	235
忌不懂自己的“角色”	236
忌误收小费	238
忌忽视客人的忌讳	240
后记	242



创新篇

不断创新是留住客人的法宝

一家饭店的经营能力，将完全取决于它的创新能力。除了管理上的创新外，还要注重观念的创新和环境的创新。创新，是永远留住客人的基本因素。

跨世纪的饮食街

走进广州中国大酒店的食街，会有一种非常新鲜的感觉。它曾经是中国的第一条“高级食街”，伴随着中国大酒店的开业而诞生，以经营全国各地不同的风味食品为主。它推出的饮食风味，不论是地地道道的广州人，还是远道而来的外国人，都十分迷恋。

20 世纪 80 年代，广州“的士”司机万先生第一次与朋友光临中国的“第一食街”，其感觉是十分自豪的。万先生还记得，当他们坐在光洁明亮的食街里，品尝着各种不同民族的风味小吃：饺子、面食、煎饼、小菜，并同时享受着五星级的服务，又吃又喝了一个中午，花费才几十元。这几十元，还令他和他的朋友大开眼界：他们亲眼看到了美国人的即席分摊“AA 制”，感到好奇又新鲜，并看到西方人像小孩学步那样学拿筷子的诙谐场面。

进入 21 世纪，中国大酒店又斥重金翻新了这条食街，以广州西关独特的建筑风格加以装饰：明代的酸枝桌椅、古朴的陶制茶具、典雅的浮雕屏风和各种特色摆设，浓厚的西关风情，让你仿佛身处昔日西关。中国大酒店新食街除“街道”主体外，还有两个包厢、两个包房，并以西关主要街道名称命名之，如多宝轩、华贵轩、长寿轩等，给人以亲切感。不过，西关风情的主题并不代表在食街里只能尝到西关美食，人们还可见识到东南亚各国的特色佳肴。

越南菜蔗虾：这道菜是以新鲜甘蔗去皮切成长条状（约 10 厘米）作为中轴，以鲜虾肉拌以少量猪肉剁成虾胶糊在甘蔗上。成品蔗虾如纺锤状，将其放入油中炸至金黄色即可。金黄色的蔗虾放在以白纸衬底的藤篮上，再衬以