

国家教委规划教材
中等职业学校饭店服务专业



餐饮服务

全国中等职业学校饭店服务专业教材编写组

陈修仪 主编

高等教育出版社

国家教委规划教材
中等职业学校饭店服务专业

餐饮服务

全国中等职业学校饭店服务专业教材编写组

陈修仪 主编

高等教育出版社

(京)112号

内 容 简 介

本书是国家教育委员会职业技术教育司和高等教育出版社共同组织编写的全国中等职业学校饭店服务专业教材,本教材已正式列入国家教育委员会所制定的八·五教材选题规划。全书依据劳动部和国家旅游局颁发的有关工人技术考核条例和等级标准,由经验丰富的专家编写和审定。全书共六章。内容包括餐饮概述、餐饮服务人员的基本素质、餐饮服务的基本技能、餐饮服务程序及方法、菜点、酒水知识、我国主要客源国(地区)的饮食习惯。

本书从中等职业技术教育饭店服务专业教学实际需要出发,用简明通顺的语言,全面阐述了餐饮服务的基本知识。

本书可作为旅游职业高中、中专、技工学校的服务专业的教材,也可作为旅游行业岗位培训用书和从业人员自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

餐饮服务/陈修仪编著. —北京:高等教育出版社,
1995. 7

ISBN 7-04-005296-2

I. 餐… II. 陈… III. 饭店:饮食业-商业服务-职业
教育-教材 IV. F719

中国版本图书馆CIP数据核字(95)第04447号

高等教育出版社出版
新华书店总店北京发行所发行
化学工业出版社印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 6.75 字数 170 000

1995年4月第1版 1997年4月第3次印刷

印数 56 248—90 257

定价 6.50 元

关于国家教育委员会规划教材的说明

为了贯彻国务院《关于大力发展职业技术教育的决定》，提高职业高中的教学质量，抓好教材建设工作，国家教育委员会职业技术教育司对通用性强、经济发展急需、专业开设稳定的一部分专业，以及必须统一要求的一部分课程，组织编写了少量的示范性教材。

这些教材正式列入国家教育委员会所制定的八·五教材选题规划。它是通过全国性专业教学研讨会，并在有关业务部门的指导下，与相应的教学计划、教学大纲相配套，由国家教育委员会组织的教材编写组编写而成。这些教材在理论体系和技能训练体系方面均作了新的尝试。

我们希望各地根据实际情况，认真组织试用，及时提出修改意见，使之不断完善和提高。

国家教育委员会职业技术教育司

1992年11月

前 言

本书是根据国家教育委员会职业技术教育司制定的“全国职业高级中学饭店服务专业教学计划(三年制)”、国家旅游局制定的《旅游行业工人技术等级培训考核大纲》和相应的《餐饮服务教学大纲》编写的专业课教材。

本教材从旅游专业的实际需要和职业高中学生的实际水平出发,深入浅出地介绍了餐饮服务的基础理论知识和基本技能。注重理论联系实际,突出专业技能的操作训练。在教材内容的安排上,力求体现职业教育重“实用”和“实践”两大特点,使学生学有所得、学以致用。因此,本教材不仅是职业高中的专业课教材,也可作为旅游行业培训中级餐饮服务人员和在职餐饮服务人员的教材。

参加本书教学大纲讨论的有张立柱、张慧敏、吴宝华、宋静文、朱启霞;参加本书审稿工作的有傅启鹏、孙介福、曹观华、赵宗清。全书由聂世超(二、六章)、陈蓉(三、四章)、陈临蓉(一、五章)编写。陈修仪任主编。傅启鹏任主审。

在本书编写过程中,我们得到了北京市教育局职教处、北京东城职教中心、成都旅游职业学校、四川锦江宾馆等有关单位的大力支持;并得到了四川省、成都市教委和旅游局的领导及同行关心指导和鼎力支持,在此表示深深的谢意。

由于水平有限、时间仓促,对书中的缺点、错误敬请广大读者批评指正。

编 者

1994年3月

目 录

第一章 餐饮概述	1
第一节 中、外餐饮业的发展概况	1
第二节 餐饮部在旅游饭店中的地位 and 作用	5
第三节 餐饮部的经营特点	7
第四节 餐饮部的组织结构及各部门的职责	11
第五节 主要餐、酒具的使用和保养	17
思考与练习	32
第二章 餐饮服务人员的基本素质	34
第一节 思想素质	34
第二节 业务素质	38
第三节 身体素质	44
第四节 心理素质	48
思考与练习	53
第三章 餐饮服务的基本技能	54
第一节 托盘	54
第二节 斟酒	57
第三节 餐巾折花	60
第四节 摆台	92
第五节 上菜	103
第六节 分菜	105
第七节 撤换餐用具	107
思考与练习	110
第四章 餐饮服务程序及方法	112
第一节 餐饮服务的基本环节	112
第二节 中餐服务程序及方法	116
第三节 西餐服务程序及方法	128
第四节 咖啡厅服务	142
第五节 酒吧服务	144

思考与练习	149
第五章 菜点、酒水知识	151
第一节 中国名菜简介	151
第二节 外国名菜简介	155
第三节 中、西点简介	160
第四节 中、外名酒简介	167
第五节 鸡尾酒简介及调制方法	179
第六节 软饮料简介	188
第七节 菜单知识及编制方法	192
思考与练习	196
第六章 我国主要客源国(地区)的饮食习惯	198
第一节 欧洲主要客源国的饮食习惯	198
第二节 北美洲主要客源国的饮食习惯	201
第三节 亚洲主要客源国(地区)的饮食习惯	202
第四节 大洋洲主要客源国的饮食习惯	207
思考与练习	208

第一章 餐饮概述

旅游饭店、旅行社和旅游交通是现代旅游业的三大支柱。而餐饮部是旅游饭店最重要的部门之一。本章介绍了餐饮业的发展概况、阐述了餐饮部在饭店中的地位、作用和任务,餐饮部的组织结构及有关服务岗位的岗位职责,以及餐酒具的使用和保养方法。

第一节 中、外餐饮业的发展概况

食品和饮品是人类赖以生存和发展的基本条件之一。餐饮活动随着人类的出现而产生。餐饮业则是随着人类社会的发展和城市的出现而孕育、产生和发展起来的。

餐饮业的发展受国家的历史文化、气候环境、经济发展水平、宗教信仰和传统习惯等诸多因素的制约。中、外餐饮业有自身的发展历史,但也相互渗透、促进和推动。

一、中国餐饮业的发展概况

中国餐饮业是世界上历史最悠久的产业之一。火是人类走出蒙昧时代,进入文明时代的标志。距今40万年前的北京人开始懂得使用火,具有最初的烹饪餐饮活动。在商代,青铜器的制造、原始瓷器的出现、酿酒作坊和食盐的问世,为餐饮业的形成创造了条件。由于人们之间需要相互交流物品,在人群集中的“市”出现了专门经营面饭的摊铺,标志着中国餐饮业雏形的形成。此后,秦、汉时期,中央集权发展了城市经济,“丝绸之路”引进了国外食品、饮品及文化,铁器更新了灶具、炊具。魏、晋至隋代,寺庙烹饪逐步形成,谢讽的《食经》为中国烹饪、餐饮理论的研究开了先导。唐、宋两朝,

封建社会进入鼎盛时期，饮食文化得到大发展，传统烹饪趋于定型，精致的菜肴、名点迭出。经元、明，国内民族大融合，资本主义一度萌芽，繁荣了城市商业经济，使餐饮业臻至成熟。到了清代，创造出集名饌佳肴于一炉，聚礼仪程式为一体的“满汉全席”，为近代中国餐饮业的发展划了一个圆满的句号。

现代中国的烹饪形成了以鲁菜、川菜、淮扬菜和粤菜为代表的中国菜，烹饪的繁荣促进了中国餐饮业的发展。中国的餐饮业正在走向世界的五大洲。中国被誉为世界三大烹饪王国（土耳其、法国、中国）之一。

中国餐饮业的发展长期受农业经济的影响，食物的植物性食品成分过大，动物性食品成分太少。中国传统膳食结构中，正餐具有主食、副食搭配的格局，利于形成“三低一高”（低糖、低钠、低脂肪和高蛋白）的科学营养结构，但动物性食品太少又暴露了中国传统膳食结构的不足。太低的蛋白质、脂肪和过多的碳水化合物，热能比值不甚合理。随着经济的发展，人民生活水平的提高，具有中国风味又符合现代科学营养结构的新膳食结构正在迅速形成。

中国餐饮业的发展主要是在封建社会历史阶段完成的。中国封建社会儒家的思想占统治地位达三千年，其行为规范和道德准则成为整个社会的精神支柱和灵魂。中国餐饮业中的“礼”、“序”，乃至许多菜点的设计和品名，无不浸透着儒家思想的影响：中餐在礼仪上讲究席次排座、尊卑有别、长幼有序、男女分席；餐饮过程严格有序；菜点的设计十分注重造型，并且取名亦有讲究，包蕴了某种思想观念，如“诗礼银杏”、“带子上朝”、“宫门献鱼”等。

中国餐饮业在发展过程中也在不断地借鉴、吸收其它民族、国家的精华。中国是一个多民族国家，中国烹饪以汉族烹饪为主体，融国内少数民族烹饪为一炉，作为中国烹饪一大代表的“全羊席”就是从蒙古族的烹饪引荐来的。中国烹饪也广泛吸收其它国家的食品原料，如葡萄、胡桃、蚕豆、胡葱、胡椒、辣椒等。中国烹饪四大骨干菜系之一的川菜的一个显著特征是使用“三椒”，即辣椒、花椒

和胡椒,其中辣椒和胡椒都是先后从国外引进而为我所用的,从此足见中国烹饪和餐饮业的博采风格。

现代中国餐饮业应继承、发扬民族文化的优秀传统,走开拓、创新之路。中国烹饪要以遵循现代营养科学的原则,使传统工艺更符合现代饮食的科学要求。菜肴在注重造型的同时,更要注重滋味和营养结构,以味为核心,以养为目的,在南北风味大会串、东西风味大交流中创造新的菜品。为适应社会主义市场经济的发展,应该加速发展包括快餐食品在内的食品工业和现代烹饪工艺,从而迎来中国烹饪的繁荣,迎来中国餐饮业的发展。

二、国外餐饮业的发展概况

国外餐饮业起源于古代地中海沿岸的繁荣国家,基本定型于中世纪,其发展由于受诸多因素的制约,在不同的历史阶段、不同的领域各具特色。

14世纪,随着奥斯曼帝国的扩张和伊斯兰教传播的影响,位于亚、非、欧三洲交界处的土耳其形成了以食羊肉为主、烤羊肉为其传统名菜的独特烹饪风格,对形成和发展伊斯兰教国家的餐饮习俗和餐饮业有着历史功绩,因而被公认为世界三大烹饪王国之一。

16世纪中叶,意大利成为文艺复兴的中心,商业经济的发达、艺术和科学的繁荣、宫廷王室奢侈,其烹饪技艺在吸收各地、各国精华的基础上形成了追求豪华、注重排场、典雅华丽的风格,成为“欧洲烹调之母”。

18世纪前后,法国成为欧洲政治、经济和文化中心。法国农牧渔业发达,物产丰富,有发展烹饪和餐饮业的优越物质条件。法国菜无论在菜肴组合还是烹饪技巧方面都比较科学。它选材广泛,即使肉菜也伴有多种蔬菜;烹饪方法考究,注意保留菜肴的营养成分。许多菜都生吃,以保留食品的热量和营养。大量采用复合调料(包括酒的运用),使菜肴的味浓郁多彩。法国烹饪还能顺应时代潮流,它源于意大利宫廷,成型于路易封建王朝,法国大革命时期又

涌向广阔的社会。20世纪60年代又提出“自由烹饪”，改革传统烹饪工艺，力求烹制时间短、味道鲜，更加符合现代生活的要求。因此，法国也被公认为世界烹饪王国，在世界上，特别是在欧洲处于无可匹敌的地位。

20世纪，美国成为世界第一工业强国，它的烹饪和餐饮业是世界各地（先欧洲、后非洲和亚洲）移民和土著印地安人的大融合。为适应社会经济的迅猛发展，加快生活节奏，美国烹饪不太重造型，却很重营养，求新、求快。麦当劳快餐就是在欧、亚各国小吃基础上的新创造，它以营养较丰富、快速简便的特色，迅速推向世界各地。

同是工业强国的日本则同其它西方国家不同。日本餐饮业一方面保持和发展着传统，注重食品的颜色、线条和型器的配搭原则，食用过程程式化；另一面又为适应现代生活的需要，吸收欧美餐饮精华，大力发展快餐食品，形成东西方结合、古今并进的富有民族特色的新型日本餐饮业。

由于西方经济的高速发展，物质的日益丰富，经济发达国家的餐饮业形成了以获取人体必须的营养素为主，讲求营养质量的传统风格。但因其食品有高能、高蛋白和高脂肪的特点，至使不少人营养过剩，体型过胖，成为不利于健康的因素，这已成为现代营养科学的一大焦点。

综观中、外餐饮业的发展概况，世界餐饮业是随着人类经济活动的出现和文明程度的提高而产生、发展的。中外餐饮业在发展过程中既各自独立、又相互渗透：中餐向西餐借鉴了增加饮食蛋白质的比重，西餐向中餐借鉴了增加碳水化合物的比重；有的中菜采用了西餐的烹饪方法，有的西菜也采用了中餐的烹饪技艺；中餐吸收了西餐的咖啡、可可等饮料，西餐吸收了中餐的特有饮料茶叶；中西餐的餐具和服务程序都在相互取长补短，相得益彰。中、外餐饮业都一面要纵向继承、发扬自己的优良传统，另一面要横向大交流，相互促进，共同发展，以创造世界餐饮业的新局面。

第二节 餐饮部在旅游饭店中的地位和作用

一、餐饮在旅游业中的重要作用

(一) 餐饮是发展旅游业的物质基础

随着世界性经济、文化的发展,人们交往的日益频繁,提供吃、住、行、(旅)游、购(物)、娱乐六大要素的旅游业在世界各地得到了迅猛发展。在日益增多的旅游者的各项事务和全部旅程中,作为人类生存和发展的最基本条件之一的餐饮活动始终占据着非常重要的地位。它是旅游得以继续进行的物质保证。试想,一个旅游者在活动期间找不到维系生命的餐食和饮料,很难想象他能够完成旅游。而一个旅游胜地不能提供餐饮服务,风景再好也不会招徕众多的游客。可见,餐饮是旅游服务体系中的重要环节,是发展旅游业的物质基础。

(二) 餐饮是旅游业的重要组成部分

餐饮在世界各地因食品原料、烹调方法、饮食习惯、文化背景等的不同,形成了丰富多彩的世界饮食文化。它对于旅游者来说,不仅能满足旅行的基本生理需求,还能满足其寻求异地文化艺术的心理需求。正如不少外宾讲的,“到北京不吃烤鸭,等于没到北京。”可见,餐饮也是旅游活动的一个重要内容。从世界各地旅游消费调查中得知,餐饮消费在旅游业中所占比例日益增大。在旅游业较发达的国家,如新加坡,西班牙等,其餐饮收入已经超过了饭店的客房收入,成为国家旅游业收入的主要部分。可见,一个有特色的餐饮业本身就是极富吸引力的一大旅游资源,是旅游业不可分割的组成部分。

随着我国旅游业的发展,餐饮业在其中的地位将不断提高,努力搞好经营管理,提高服务质量,是旅游业发展的需要。

二、餐饮部在旅游饭店中的地位和作用

餐饮部是旅游饭店的一个重要组成部分,它为客人提供优质的食品、饮料和良好的服务、承担着宴会、酒会、茶话会、冷餐会、点菜、包餐、客房送餐、酒吧等各项任务。其经营管理的好坏,直接关系到饭店经营的成败。

(一)餐饮服务直接影响饭店声誉

现代饭店从根本上说只销售一样东西,那就是服务。由于客人和饭店餐厅的接触比其它方面要多,因而餐饮服务的质量显得更加重要。

餐饮服务的质量,包含菜肴的质量和服务员的服务质量。客人判断餐饮服务质量的_{高低},往往是根据餐饮部所提供的食品、饮料的种类、质量和服务态度、服务方式等,尤其是直接为客人服务的餐厅一线服务员的服务质量,他们的一举一动,一言一行都会在客人心中产生深刻的印象,而且常常由此评价一个饭店服务质量的好坏和管理水平的高低。餐饮服务的质量高,既可吸引客人,留住客人,还可增加饭店其它项目的收入。反之,客人可能另寻它处。可见,餐饮服务的好坏不仅直接关系到饭店的声誉和形象,也直接影响饭店的客源和经济效益。

(二)餐饮收入是饭店收入的重要组成部分

我国旅游饭店的餐饮收入一般占饭店营业收入总额的 30~40%。而 1992 年,据 1138 家涉外饭店的统计,餐饮收入已占饭店总收入的 36%。若是大型会议饭店,餐饮部门收入可占营业收入总额的 50~60%,甚至 60%以上,大大超过饭店其它部门的收入。而其总投资往往只占饭店投资的 1/3 左右。显然。餐饮部是饭店的一个十分重要的部门,其收入是饭店收入的主要来源。饭店能否获得成功,与餐饮部的经营有着直接关系。

(三)餐饮部是树立饭店高品质形象的重要组成部分

一家饭店有没有自己的独特风格,属于哪种规格,其设备设施

如何,服务质量怎样等,都是客人很关心的问题,也常常是客人决定投宿哪家饭店的依据。餐饮部作为饭店最主要的部门之一,其规格和水准就是饭店星级水平的一个代表。一个环境优雅、菜肴可口、服务周到、独具特色的餐厅,无疑会提高整个饭店的知名度,为饭店争取更多的客源。反之,如果饭店没有一定规格和服务水平的餐厅,就不能称其为现代化的饭店。可见,餐饮部是树立饭店高品质形象的重要组成部分。

(四) 弘扬中华民族的烹饪文化

中国的烹饪文化源远流长,其内涵丰富,为世界人民所称道。如何继承、发展并展示这一文化,这是饭店餐饮部的一大职责。如天津利顺德大饭店,它设有以末代皇帝命名的“溥仪厅”、纪念班禅大师的“文都乡”、以京剧艺术家梅兰芳命名的“兰芳轩”,以及永志孙中山先生的“翠亨村”。它们不仅在餐厅的布置,服务等方面仿照名人当年在饭店的情景,而且在膳食上也突出了各自特色,分别以御膳、新派宫廷菜、佛膳及淮扬菜等为主,利用饭店的优越条件、雄厚的技术力量,使饭店的餐饮部成为弘扬中华民族烹饪文化的重要部门。

第三节 餐饮部的经营特点

餐饮部是以购进烹饪原材料,经过加工烹制成各种主、副食品,同时提供消费场所和设备,直接为消费者服务的部门。因此,它兼有加工生产、商品销售和消费服务三种职能。

一、餐饮生产的特点

餐饮部是饭店中唯一生产产品的部门。其产品可分为有形的实物产品(如各种美味佳肴和酒水)和无形的服务产品(如优雅的进餐环境和热情周到的接待服务等)。因此,它不同于一般的产品生产,独具特色。

(一)种类多、批量小

餐饮部为客人提供的食品、饮料的品种多达几十种甚至数百种,但客人需要的品种较少,数量较小,而且大多数产品不能成批生产。这给餐饮产品质量的稳定带来很大困难。这一特点要求在生产中,严格地按照标准食谱操作,把产品质量的误差减小到最低限度,同时还要保证产品生产成本的一致性。

(二)生产时间短

餐饮生产在时间上有其特殊性,它必须在客人进餐厅点菜后才开始进行,而从客人点菜到烹饪、服务、消费、结帐等一系列活动所花费的时间却很短促,这给餐饮产品的生产带来一定困难。为此,某些制作费时的菜点应作好充分准备,包括初炖、煮、熬等。缩短客人的进餐时间,可增加单位时间内的营业收入。

(三)生产量不固定

餐饮部的生产量随机性很强。因为进餐的客人多少不一,消费品种各不相同,消费量也各不相等,所以,其生产量一般很难预测,这给餐饮生产的计划性带来很大困难。要保持相对稳定的客源并不断吸引新的客人除了提供价廉物美的菜肴和优质的服务外,还要进行积极的产品促销,如扩大销售渠道,实行优惠供应、延长销售的高峰时间等,从而增加销售额。

(四)手工操作

餐饮产品特别是中餐产品的生产过程中,烹调技术、面点制作、造型与刻花、名师的名菜名点等都具有独特的技艺与规程,它们大都借助手工操作来发挥。在目前及相当一段时期内,不可能用机械化生产来替代。这使餐饮产品的生产具有劳动密集型的特点。因此,只有加强技术培训,提高技艺和熟练程度,才能缩短产品生产所需的劳动时间,降低成本,从而增加经营利润。

(五)原材料不易保存

生产餐饮产品的原材料,除各种粮食和调味品外,还有鱼、肉、禽、蔬菜等副食品。其中使用最多的是极易腐烂变质的各种鲜货原

料。用这些原料生产的产品也同样不容易保存。因而原料的购买一定要以精心设计的菜单来控制,根据菜单分析,研究菜点的销售、成本和利润情况,从而购买相应的原料,以避免浪费而造成的成本增加。

(六)生产过程中的管理较为困难

餐饮部的生产从采购、制作到销售服务的全过程,业务环节很多,任何一环出现差错都会影响产品质量,给餐饮生产过程的管理带来困难。只有进行有效的管理,不断改善生产、经营和服务状况,充分发挥人、财、物力的积极作用,才能提高质量,扩大收入,增加利润。

二、餐饮销售的特点

餐饮产品的销售是与生产、消费同步进行的,这使得餐饮产品的销售与其它产品的销售相比更具特点。

(一)销售量受餐厅面积的影响

旅游饭店的餐厅面积、餐位数量直接影响到进餐客人的人数。而每一客人的消费量也有一定的限度。要提高餐厅的销售量就必须提高服务效率和水准,提高座位周转率和客人的人均消费。

(二)销售量受进餐时间的影响

由于客人一日三餐的进餐时间大致相同,使餐厅销售量受到很大影响。所以,餐饮部应提高用餐时间以外的销售,如外卖、客房送餐、延长咖啡厅和酒吧的营业时间等,以此增大销售量,增加收入。

(三)商业利润高

由于餐厅装修豪华、环境高雅、服务周到,餐饮产品的市场价格就较大偏离其实际价格,因而餐饮产品的毛利率通常在50%以上,商业利润高。此外,餐饮部所销售的产品都是现生产、现销售的,因而购买原料的资金一般2~3天即能收回,资金周转较快。

(四)硬件投资与日常费用较大

餐饮业的硬件投资较高,如各种餐厨设备、餐酒具等。餐饮部

的业务环节多,各种原材料需要量大,所需劳动力成本及水、电、燃料等能源消耗较多,所以,日常费用支出也较大。餐饮部只有尽量减少消耗,降低费用,提高工作效率,才能获取可观的经济效益。

三、餐饮服务的特点

餐饮服务是餐饮服务人员为就餐客人提供食品、饮料的一系列行为的总和。它包括与客人面对面的各式餐厅、宴会厅、咖啡厅、酒吧、自助餐厅等处的前台服务,和客人视线所不能到达的厨房、洗涤、采购、储藏、财务等处的后台服务。两者的工作相辅相成。可以设想一下,菜肴做得很好,但服务不周,甚至冷言冷语,客人对餐厅的服务不会做出好的评价。相反,服务周到,热情,但菜肴质次价高,客人也不会做出好的评价。由此可见,后台服务是前台服务的物质基础,前台服务是后台服务的继续和完善。只有将美味佳肴与热情、礼貌、周到的服务相结合,才会受到客人的欢迎。

概括起来,餐饮服务具有以下特点:

(一)无形性

餐饮服务是餐饮产品的重要组成部分之一,但却是特殊的部分,即它在服务效用上的无形性。它不同于水果、蔬菜等有形产品,仅从色泽、大小、形状等就能判别其质量好坏。餐饮服务只能通过就餐客人购买、消费、享受服务之后所得到的亲身感受来评价其好坏。因此,餐饮服务效用上的无形性加大了餐饮产品的销售困难。餐饮部要增加销售额,就要不断追求高标准的服务质量,特别是提高厨师和餐厅服务人员的制作水平和服务水平,使就餐者愿意购买有形产品和享受无形服务。

(二)一次性

餐饮服务只能一次使用,当场享受,这就是说,只有当客人进入了餐厅后服务才能进行,当客人离店时,服务也就自然终止。正如饭店的客房当天不能出售就会给饭店收入带来很大损失一样,餐厅没有客源同样也是经济损失。所以,餐饮服务的“一次性”特点