

美 | 食 | 节 | 策 | 划 | 与 | 运 | 作



美食节策划与运作

邵万宽 主编 辽宁科学技术出版社



前 言

改革开放以来餐饮业的迅猛发展是十分引人注目的。据 1998 年统计,餐饮业营业额同比增长 15.7%,在国民经济各行业中增长速度名列前茅。就在这高速发展的同时,餐饮业也导致了竞争加剧,带给餐饮经营者的是喜中有忧。人们已知道,餐饮“无特色不灵”,致使广大餐饮工作者不得不努力探寻餐饮特色的新路子。在即将迎来 21 世纪的今天,我们将《美食节策划与运作》一书奉献给广大读者,目的是为广大餐饮工作者寻找一种餐饮活力,通过筑巢引凤来吸引广大的中外宾客。

《美食节策划与运作》是我国第一部专门论述餐饮美食节活动的一本著作。本书力求在理论性和实践性相结合的基础上从多角度、全方位探讨美食节特点、意义、主题、计划、菜单、装饰、台图、宣传、预算、管理等一系列内容,并适时探究了利用美食节活动振兴地方经济的思路。

本书力求具有三个突出特点:一是实用性强。本书讨论了美食节的各种类型,对其活动计划、装饰布置、方法特点进行了剖析,并且用详细的实例介绍给大家参照,可操作性较强。二是广泛的适用性。本书在写作内容上兼顾到高、中、低档餐饮企业,无论是涉外饭店的餐饮经营,还是普通的餐饮企业经营都有很强的适用性。三是先进性。本书从当代国内外的饭店和餐馆中进行多层次的探讨,具有超前引导性,有理论,有实例,并将它们进行系统的分析上升到理论。

本书由邵万宽构思并总策划,编写写作提纲。参加本书编写的有:邵万宽(第 1 章、第 2 章、第 3 章、第 4 章、第 10 章和第 7 章第二节)、周延文(第 5 章、第 6 章第二节、第 7 章第一节)、樊平(第 6 章第一节、第三节)、宋亚媛(第 8 章)、陈青(第 9 章)。初稿写成后,最后由邵万宽加工补充、统编全稿。本书在编写过程中,参阅了国内外有关资料,并一直得到了责任编辑陈慈良先生的热情关心和热诚帮助,在此,对为本书给予支持的各有关人士,谨致以衷心的感谢!

编 者

1999 年 8 月于南京

目 录

第1章 美食节活动概述

第一节 美食节与餐饮生机/2

- 一、美食节及其形式/2
- 二、美食节风起云涌/6
- 三、举办美食节的意义/9

第二节 美食节的特点/11

- 一、明显的阶段性/11
- 二、经营的灵活性/12
- 三、产品的多样性/12
- 四、组织的严密性/12
- 五、影响的广泛性/13
- 六、企划的创意性/13
- 七、审美的文化性/14

第三节 美食节的促销策略/14

- 一、美食节推广中考虑的因素/14
- 二、美食节促销的价值/16
- 三、美食节活动的辩证观/18

第四节 美食节的契机和步骤/20

- 一、美食节活动的契机/20
- 二、举办美食节的一般步骤/24

第2章 美食节主题选择

第一节 确定美食节主题的原则/27

- 一、根据餐饮规模,体现经营特色/28
- 二、树立餐厅形象,刺激消费需求/28
- 三、创造竞争优势,保证利润目标/28
- 四、市场供求结合,符合企业实际/28

第二节 美食节主题的种类/28

- 一、以某一类原料为主题/29

- 二、以节日为主题/32
- 三、以地方菜系、民族风味为主题/34
- 四、以与名人、名厨有关的菜点为主题/36
- 五、以仿制古代菜点为主题/38
- 六、以本地区、本饭店菜点为主题/41
- 七、以某种技法和食品为主题/43
- 八、以食品功能特色为主题/44
- 九、以某种餐具器皿为主题/45
- 十、以普通百姓大众化菜点为主题/46
- 十一、以喜庆、寿辰内容为主题/48
- 十二、以外来菜为主题/50

第3章 美食节的计划安排

第一节 美食市场调研/54

- 一、美食市场调研的内容/54
- 二、美食市场调研的方法/55
- 三、美食市场调查分析/56

第二节 美食节活动计划/56

- 一、美食节活动计划内容/57
- 二、美食节活动计划安排举例/57
- 三、精心策划与成功率/63

第三节 员工素质与美食节内容的培训/66

- 一、基础素质的培训/66
- 二、美食活动的意识培训/66
- 三、美食节内容的培训/68

第四节 美食节的服务与资料展示/73

- 一、美食节活动的积极服务法/73
- 二、美食节服务标准/76
- 三、美食节资料展示与咨询/78

第4章 美食节菜单的设计

第一节 菜单种类选择/84

- 一、美食节菜单形式决策/84
- 二、制订美食节菜单应考虑的因素/95

第二节 确定美食节菜单/96

- 一、美食节菜品确定的原则/96
- 二、菜单内容形成的过程/97

三、菜名与配方的认定/98

第三节 美食节创新菜单/104

一、创新菜的基本要求/104

二、创新菜的选拔/106

三、美食节创新菜单的确定/107

第四节 美食节菜单的定价/109

一、美食节菜单定价步骤/109

二、菜单的定价方法/111

第5章 美食节气氛与环境布置

第一节 美食节气氛营造/113

一、美食节主题气氛渲染/113

二、美食节气氛的创意/115

三、美食节场地选择/115

第二节 美食节的环境布置/123

一、环境布置对美食节的重要性/123

二、美食节的气氛布置/124

三、美食节入口处布置/125

四、其他布置形式/127

第三节 美食节的娱乐与服饰/133

一、美食节的娱乐安排/133

二、美食节服饰设计/139

第6章 美食节餐台装饰与营业用具

第一节 美食节与餐厅台面布置/145

一、台面布置在美食节中的重要性/145

二、餐厅台图设计应考虑的内容/147

三、中西餐美食节台图的设计/148

第二节 美食节台面装饰/152

一、布件装饰/152

二、餐巾折花装饰/155

三、美食节餐桌插花装饰/156

四、台面照明气氛烘托/159

五、小件饰物点缀/162

六、印刷宣传品装饰/166

第三节 美食节的营业用具/170

一、厨房设备用品/170

二、餐厅用品/171

第7章 美食节宣传与营销企划

第一节 美食节的广告宣传/174

- 一、美食节广告策划程序/174
- 二、美食节展示性广告/181
- 三、广播、电视与网上广告/184
- 四、美食节户外广告/186

第二节 美食节活动的推销/187

- 一、店内推销/188
- 二、电话推销/189
- 三、员工推销/191
- 四、通信推销/192
- 五、赠品推销/194

第8章 美食节营业预测与预算方案

第一节 美食节的营业预算/197

- 一、美食节营业预测与预算的重要性/197
- 二、美食节营业及成本预算的估测/198
- 三、美食节营业及成本预算的内容/199

第二节 美食节的预算编制/202

- 一、预算编制方法/202
- 二、保本点预测/206
- 三、目标利润分析/207
- 四、美食节的预算控制/208

第三节 美食节预算执行考核/213

- 一、实际收入与成本的核算/213
- 二、预算执行情况分析/213

第四节 美食节赞助商/216

第9章 美食节的营业管理

第一节 美食节营业控制的重要性/217

- 一、提高餐饮企业竞争能力的重要途径/217
- 二、发展壮大餐饮企业的基础/218
- 三、塑造企业形象，造就管理人才/218

第二节 美食节营业控制/219

- 一、采购控制/219

二、生产控制/220

三、销售控制/222

四、菜品与服务质量控制/224

第三节 美食节的档案管理/227

一、顾客意见征询/227

二、美食节资料的整理与保管/228

三、美食节跟进调查与总结评估/229

第10章 美食节的发展趋势与展望

第一节 美食节的发展趋势/232

一、美食节经营方式的更新/232

二、坚持面向顾客、面向市场的经营策略/234

三、美食节为文化节、洽谈会增辉/236

第二节 美食节的展望/237

一、美食文化要在餐饮开发中发挥优势/237

二、美食节要体现地区性和民俗性/238

第1章

美食节活动概述

建国 50 年来,我国餐饮业发生了深刻的变化。特别是改革开放近 20 多年的发展,使得中国餐饮业出现了前所未有的繁荣景象。放眼都市餐饮,酒店林立,食肆如云,南北菜系大合唱,中西饮食大交流;生猛海鲜、绿色食品、风味菜点、民族餐饮、仿古饮宴、外来餐式,各领风骚。而今,人们已从过去单一的“裹腹”年代开始迈向小康、富裕型的“求美食美味和营养”的时代。

目前,我国餐饮业在经营方略上不断开阔视野,把握趋势,加强调研,寻找突破口,注重特色经营,抢占市场,抓住契机,拓宽路子,寻找新的增长点。这是我国餐饮业取得成功的重要途径。在餐饮市场上,有国营、集体、外资、中外合资、个体和各种形式的合营企业,它们彼此之间充分开展竞争,力求在竞争中站稳脚跟,形成了多层次、全方位的竞争格局;竞争层次也由低层的价格竞争逐步走向高层次的质量竞争和企业文化竞争。

饮食市场的活跃,人民生活的丰足,广大百姓已开始从家庭的餐桌走到了饭店,并对菜品的色、香、味、形有所品评,对许多饭店的餐饮单调、菜肴老面孔有微词。在这样的形势下,面对优胜劣汰、适者生存的严酷竞争,这就要求餐饮经营人员深入了解买方市场,掌握社会需求,制定正确的经营和促销策略。

在餐饮企业运行之中,餐饮经营者们,为了争取好的社会效益和经济效益,除了做好优质服务以外,应该把目光盯住“餐饮特色”上,不断优化菜品质量,并根据季节、对象、市场行情的不同做出相应的变化和调整,这是在竞争中拥有客源的较好途径。餐饮特色是饭店企业在竞争中战胜对手的武器,只有坚持新、奇、特,不断推出新产品,新举措,才能使企业永葆生命力。如何创特色,这是广大餐饮工作者日益追求和思考的问题,它迫使许多的酒楼饭店要不断的动脑筋,才能有吸引力。求变、求新,正是当今广大餐饮工作者的生存之路,而开发系列菜、举办美食周(月)或风味美食节,应该是人们经常使用的一种促销方法和手段。

根据饭店自身特点,选择本店的有利时期,精心策划举办各种类型的“美食节”,可以取得以下几个好处:

第一,宣传饭店餐饮水平,树立饭店餐饮形象,在市场中增强竞争力量。

第二,向外界各团体组织、家庭、个人提供饭店餐饮产品信息,引导宾客消费。

第三,调动广大宾客的进食欲望和购买兴趣,满足广大宾客的猎奇心理,扩大产品需求。

第四,维持和扩大餐饮市场份额,巩固和增强原有市场地位。

第五,加速库存原料的周转和资金的周转,方便成本管理。

第一节 美食节与餐饮生机

随着社会经济的快速发展,社会各企业正在寻找适合自己的道路而稳步前进,以适应和满足新的市场需求,促进人类经济的福祉。社会的高度分工,每一行业都有其单独的经营法则。餐饮业也和其它企业一样,在寻找发展的策略者,以求得餐饮生机蓬勃,“创新”二字是餐饮乃至各企业的最佳的启示,美食节正是顺应这股潮流而产生的餐饮文化活动。

一、美食节及其形式

美食节,又称为食品节。它是在餐饮正常经营的基础上所举办的多种形式的系列餐饮产品推销活动。美食节和正常的一日三餐的产品销售方式略有不同,而是具有产品内容丰富多样、经营方式灵活多样、活动方式变化多端、社会影响范围广泛、组织管理过程复杂的一项食品展销活动。

从某种意义上说,食品节所包含的内容更广,它包括食品生产企业的推销活动,如“青岛啤酒节”、“镇江香醋节”、“97×厂保健食品节”等;还包括商家的食品推销活动,如节日的商场推销活动:“××商场中秋月饼节”、“××连锁商店酱菜节”、“98炒货食品节”等。美食节一般是专指餐饮企业的菜点、小吃食品的推销活动。

食品节	{	生产企业——食品节
		供销企业——食品节
		餐饮企业——食品节 / 美食节

美食节可以采用灵活多样的经营方式,餐厅零点、各式宴会、自助餐、美食月、美食周、烧烤会、池边晚餐会、花园啤酒等等。由于经营方式灵活,每次展销活动都具有明显的阶段性,其活动内容、活动方式、活动地点、菜点品种、就餐环境布置和组织管理方法都不完全相同。

美食节的形式是多种多样的,从范围来看,有一个餐饮部门、一个餐馆举办的美食节;有连锁店同时举行的美食节,如肯德基连锁店“新学期儿童套餐周”;有几家饭店联手举办的美食节,如“宁苏淮名师名菜巡回美食展”;有一个地区组织的美食节,如“南京夫子庙金秋美食节”(整个夫子庙地区上百家餐饮店家共同参与举办);还有一个

国家全社会参与的美食节,如“韩国酱菜美食节”(每年12月5日举行),俄罗斯土豆美食节(每年7月举行)等等。

图1-1为厂家、商家联手举办食品节的宣传广告。



图1-1 厂家、商家联手举办的食品节广告

图1-2为政府与产、供企业举办的食品节。



图1-2 政府与产、供企业举办食品节

美食节活动的就餐方式也是风格各异的,在策划活动时,为了丰富美食节的内容,根据人力、设施等条件,可以多项餐式并举,或增加和穿插一些特殊的文化、娱乐、游艺活动,以渲染美食节的气氛。对于能够提供一定文化内容的餐饮企业,都有条件举办美食节。如:

· 宾馆、酒店、度假村、公寓、娱乐场所中的餐饮部系统,包括:

各种风味的中西餐厅；

酒吧；

咖啡厅；

泳池茶座等。

· 各种独立经营的餐饮服务机构，包括：

社会餐厅、餐馆、酒楼、餐饮店；

快餐店、小吃店；

茶馆、酒吧、咖啡屋等。

本书着重从宾馆、饭店、涉外餐馆的角度介绍，小型餐饮机构可以套用。

图 1-3 和图 1-4 分别为金陵饭店“美国食品节”和新世纪大酒店“挪威三文鱼美食节”所散发的宣传品。

美国食品节

YOUR EXPERIENCE OF AMERICA

三月二十八日至四月十八日，金陵饭店为您呈现美国风情。

美国午餐牛排、肉排牛排、西冷牛排以及腰香山煎牛排，美国珍宝生蚝、洛杉矶风味炸鸡、美国美食、精制甜点。每款更有其它半磅炸鸡、美国风味炸鸡、美国风味炸鸡、美国风味炸鸡。

★ ★ ★

美食节期间，优惠供应美国风味啤酒，每位来宾均可获赠一杯美国风味啤酒。选用套餐及果汁四次惠顾美食节的宾客更可获赠一小瓶啤酒。套餐每位收费298元。

Dynasty Grill will bring you the authentic American experience from March 28 to April 18 between 6:00pm and 10:20pm, featuring famous steaks and other delicacies including U.S. T-Bone Steak, New York Sirloin Steak, U.S. Beef Fillet, U.S. Prime Rib, Eye Steak, U.S. Oysters with Lemon Tabasco, Creamy Lobster Soup, Los Angeles. You will be attended upon by our service team in jeans with the accompaniment of live guitar performance of American music. Come on! It's your turn to experience the real America.

Throughout the festival, American Beer is available at preferential price; each guest will be entitled to one glass of American cocktail. What's more, guests choosing the set menu and those patronizing the festival four times or more will get one small bottle of imported alcohol. Set menu is priced at RMB 298 per person.



图 1-3 金陵饭店“美国食品节”

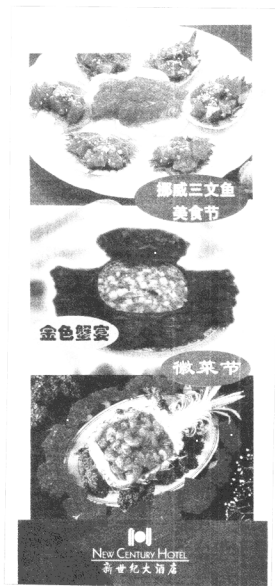


图 1-4 新世纪大酒店“挪威三文鱼美食节暨金色蟹宴、徽菜节”

二、美食节风起云涌

我国餐饮业的发展在改革开放以后是突飞猛进的,它较早地进入市场的行业,率先打破了传统的国营独家经营的局面,依靠市场作用,整个行业得到了快速发展和重大变化。

80年代以后,我国大中型饭店如雨后春笋般地矗立在各大、中、小城市,各酒店、餐馆、快餐店、酒吧、咖啡屋、小吃店等等琳琅满目,一派蒸蒸日上的喜人景象。作为我国第三产业中的一个传统支柱的餐饮行业,在社会活动与日常生活中具有不可缺少的地位,发挥着重要作用。

随着市场的日趋繁荣,餐饮经营领域不断拓宽,市场覆盖面越来越大。国内各大菜系菜品大轮回,纷纷登场亮相后,出现互相吸引交融与创新并存的局面,市场品种供应与服务能力增强,国外餐饮企业的进入也更为迅速,遍布世界各地的异国餐饮文化相继出现,餐饮风味之多是空前的。节假日市场也为餐饮业扩大经营提供了新的机遇。同时,餐饮业的发展已走出了行业本身的范畴,餐饮企业办厂、实行中心厨房;大型商场、购物中心、剧院、歌舞娱乐厅开办饮食店也呈不断上升趋势。行业间互相渗透、交叉融合的趋势日趋明显,我国餐饮业发展正向横向与纵向拓展。

在日趋繁荣的餐饮市场中,餐饮业正从单一的品种追求向品种与经营的全方位发展,面对广大人民的消费需求逐渐追求个性化,餐饮业也在不断追求食品的品质、卫生、营养、特色、方便、实惠与服务、环境和氛围。近几年兴起的歌舞伴餐、自助餐、小吃街、美食广场(城)、啤酒屋、家庭餐馆、大众食堂、快餐店、送餐公司、超级饼点屋、超市餐饮等新的经营形式已在一些大中型城市相继出现;美食节、展销月、名菜名点销售、有奖销售、以节促销活动等也受到广大消费者的欢迎。

旅游的飞速发展,饭店的餐饮产品不仅是重要的旅游资源,而且愈来愈显示出它的重要作用。然而,餐饮经营管理并非易事,它虽属于商业或服务行业范畴,却带有很多工业特点。因为餐饮经营不仅是服务工作,还包括食品生产等。

为使餐饮业在竞争日趋激烈中立于不败之地,结合本地本店特色,寻找出一条有利于本店餐饮经营的新途径,经营者可以通过自己的精心策划、运作多种品牌的产品,以使自己的经营多样化。在全方位考虑经营时,更新产品类型也是经营方式常变常新的一种手法。要求管理者不满足于传统产品,而不断创出新品,来迎合消费者对于不断变化的食品需求。这时,经营者们寻找到了一种赖以生存的变新的有利途径,即举办“美食节”活动,不少餐饮企业经常性地定期或不定期举办各种不同的美食节和食品展销活动,以期达到对都市市民和旅游者的吸引力。

当人们在都市的大街上细心浏览,并不难发现那街面上的横幅、高楼大厦的条幅、酒店的告示牌都不时地标志着“×××美食节”,再去随意地翻阅一下当地的日报、晚报,每天都可以在饮食广告栏中,发现花样繁多、名称各异的有关“美食节”的广告。对于餐饮企业来说,这几乎已经成了店家的一种习惯促销手段。面对强劲的市场竞争和占有客源,大饭店、小酒楼、美食城都将其成为一个争得市场份额的主创措施,由此便

出现了不同规模、不同名目、各式各样的美食节活动。且看部分报纸有关美食节的报道:

国际俱乐部饭店 澳大利亚美酒美食节

1998年10月8日至24日澳大利亚美酒美食节在北京国际俱乐部饭店隆重举行。这个由北京国际俱乐部饭店、澳大利亚商会和澳大利亚旅游局联合举办的活动将为中外宾客提供一次品尝澳大利亚“莽原风味”和种类繁多的红白美酒的最佳机会。

在17天的美食节自助餐中,可以在充满浓郁澳大利亚原始森林气息的“景苑咖啡厅”品尝3位来自澳大利亚名厨带来的风味美食,如:铁排生番茄汁鹌鹑肉和烤袋鼠排加沙漠香料。各类红白美酒任来宾畅饮。

丽都饭店 西班牙美食文化节

北京丽都饭店沁园咖啡厅在10月23日至11月1日晚餐时间内,将美丽而神秘的西班牙文化与美食引荐给京城百姓。西班牙美食特色之一是用料以海鲜为主。常见的品种有虾、鳗、蚝、鲑鱼和带子等。在调料上,西班牙美食家们喜用蒜茸作为调味品。

金陵饭店 举办台湾美食节

江苏省首次“台湾美食节”于1998年3月24日至4月8日在古都南京金陵饭店梅苑餐厅举行。此次美食节推出的40余种台湾知名菜点,给食惯淮扬菜的广大宾客一个品尝新鲜的难得机会。参加烹制这些佳肴的巧手高厨来自台湾的国际观光饭店之一的五星级饭店福华大饭店。

白天鹅宾馆 举行茶香美食节

广州白天鹅宾馆前不久举行了一次别开生面的茶香美食节,推出了20多款精心制作的茶香菜式,一展茶香美食风貌。

这些利用茶叶不同风味特点炮制而成的菜肴,是把茶叶先加开水焗出浓汁,再加精盐、糖等调味,以汁液腌制肉食,使肉入味,渗入茶味,浓浓茶味使人吃起来齿颊留香,回味无穷。

花园酒店 徽菜美食节展缤纷

阳春三月,广州花园酒店推出“安徽美食节”活动,邀请来自当地的广州第一家“黄山徽菜馆”的厨师大展精湛厨艺,为食客们奉上一系列安徽皖南、江淮及淮北平原

等长江、淮河流域的地方风味美食，展示物产富饶的鱼米之乡那特有的徽味古朴典雅风味和饮食文化。

阳光海滩 棕榈婆娑 中心大酒店举办东南亚美食节

南京中心大酒店于1998年5月30日至6月7日举办东南亚美食节，此次美食节汇集了印尼、马来西亚、泰国、新加坡、越南、韩国、日本等国的菜肴共60余款。东南亚各国饮食以清淡微辣、少油腻为主，同时部分国家受宗教和民族信仰影响，具有与众不同的生活和饮食习惯。此次美食节推出的菜肴有印阿咖喱、加多加多、越南牙车筷、江鱼仔炸豆饼、加拉山炸鸡、泰国式大虾、咖喱鱼头等，甜品有摩摩啫啫(新加坡)、可拉哥拉(印尼)、椰丝卷、水羊糕等。餐饮部为举办本次美食节作了精心准备。玫瑰园餐厅按东南亚风格装饰一新，色彩艳丽，图案新颖的桌布，衬托于阳光海滩、棕榈婆娑的热带背景，呈现出一派南亚风情，引人入胜。

上海滩举办宁波菜美食节

95金秋时光，沪上各种美食展、美食节、美食周、美食月活动竞相争艳亮相。从广菜、川菜等到生猛海鲜、火锅自助，如今大街小巷甬菜美食节随处可见。

以著名的甬江状元楼饭店为领头羊，让你鲜个够的各类小宁波、老宁波饭店酒店随处亮牌。甬菜能崛起申城，这与近年来人们尝遍偏甜、偏辣，过于清淡的菜肴后，又转向咸鲜并举的家庭口味有关，而甬菜不但鲜而爽，且经济实惠，商家又没有打着山珍海味的招牌，消费者有能力承受，这恐怕是甬菜受欢迎的最大原因。

上海都城餐饮公司推出 “田园风”美食节

上海都城餐饮管理有限公司针对粗粮食品三难：形状难看、食用难咽、烹调难做，特邀了社会一流营养专家，与公司的烹调大师们共同研制并推出了西餐、中餐、东南亚风格等三大系列，约50多个粗粮细做、粗细粮并吃的食品，并于1995年12月18日至1996年元月2日举办首届“都城《田园风》美食节”活动，以“满载田园新风味，土生土长好营养”为主题，从原料选择到烹调手法。调味方法和食物形态均有特色，例如：“鱼香南瓜煲”，具有宁气安神、降血脂的功效；“芋头石螺粥”具有滋阴润肺、降肝火的作用等。

湘菜美食月在穗举行

由湖南省政府驻广州办事处等六单位联合举办的“湘菜美食月”，1998年9月20日至10月20日在广州市湖天宾馆举行。

期间，一批曾为党和国家领导人以及外国国家元首和政府首脑在湘视察访问时烹制菜肴的湘菜大师来穗献艺。据悉，这次推出的湘菜有毛家菜、八大菜、湖南特色菜三大

系列共 70 多款。将在探索适应广东人特点,并继承湘菜原汁原味特色方面做出尝试。

绿色美食节 食出新感觉

随着人们对绿色食品的日益钟爱,现时酒楼食肆对绿色美食的制作愈加突出。广州金桥大酒楼 1998 年 7 月中旬起举办的为期一周的“绿色美食节”是一次绿色美食的大荟萃。绿色菜系家族中,不论根茎花叶实,也不论甜酸苦辣样样齐备,或蒸或煮或烧或炸或炒,展现出绿色美食诱人的魅力。那些普普通通的瓜果蔬菜在清新的口味与丰富的营养兼具中登场,诸如原汁南瓜蒸鸳鸯鸡、凤梨什锦船、八宝冬瓜盅、香蜜如意舫、甘笋汁馒头、菜汁花卷等,鲜美爽口,无不让人食出新感觉。

顺德清晖风味美食节揭幕

1998 年 7 月 28 日,一年一度的顺德清晖风味美食节在顺德清晖园内拉开了序幕。今届美食节更具特色,不但在古色古香的楚香楼内为食客提供了两百多款特色美食,更在园林各处搭建多处具有田园特色的草堂,游客们在领略清晖园古色风貌之时,即可就地品尝草堂内的田基美食,因而吸引了不少食客,连香港的旅游团亦闻讯而至。

清平饭店举办美食品尝月

为弘扬历届获奖名优和创新美食,广州清平饭店将从 1998 年 8 月 8 日起,为期 1 个月,举办美食精品品尝月。

参加今次美食品尝月的有宝华、上九、广源、滨江分店,品种达壹百多款,既有清平鸡等名牌美食,又有一批创新菜点。

三、举办美食节的意义

现代的餐饮店不再只是为顾客提供饮食的地方,它还具有社交功能、企业的文化氛围,对于宾客来说,人们的需求越来越多且日益复杂化。他们不仅要求餐厅提供质量可靠、色香味形俱全的菜品,而且希望得到精神上的满足。美食节活动在一定程度上丰富了餐馆经营的内容,使原本具有饮食功能的餐厅,也具有了多方面的功能,同时给社会带来良好的作用,影响较大。

1. 塑造餐饮企业形象

餐饮经营中定期地举办美食节活动对塑造餐饮企业形象,体现企业精神有重要作用。当前,许多企业希望通过各种途径来体现企业精神,形成自己的企业文化。因为企业精神对企业的长期发展,获得顾客的认可,带动企业的全面健康发展具有积极作用。通过美食节等活动来体现和展示自己的企业文化、企业精神具有直观性、具体性等优点。例如,南京中心大酒店,饭店的经营者通过定期举办中餐、西餐、日本餐、越南餐等多种多样的美食节活动,总经理亲自过问、协调,使中外宾客经常能品尝到耳目一新的新菜品,全店上下形成一种团结向上,宾至如归的气氛,从而体现企业团结拼搏、创

新的企业精神，树立了良好的企业形象。宾客对企业形象良好的企业多数会产生一种信任感，愿意到该企业消费，有利于企业经营。同时，企业精神也会激励员工更加努力工作。

2. 赋予餐厅新的功能

美食节活动给餐厅增添了新的色彩，满足了宾客的多种需求，餐厅已不局限于传统意义上的餐厅，而增加了许多文化氛围。如“红楼菜美食节”，把我国名著小说《红楼梦》中的饮食再现在人们面前，根据书中所描写的菜肴糕点加以烹制，其菜品结合书中人物不同的身份、性格和故事情节，配以不同的基色、调味，运用炸、烩、炒、蒸、炖、烤等烹饪技术融合而成。这种将《红楼梦》的人物、故事和吃的艺术结合起来，每道菜一个典故，一段佳话，从品味中可以引起对小说的兴趣和了解，也是一种美的享受。因此，餐厅又具备了文化的功能。

各种仿古菜美食节，厅堂布置古色古香，古画、古玩装饰配置，餐厅配上丝竹之调、京昆之曲，那乐声忽而蓝天白云，忽而高山流水，让人顿生思古之情。太湖宴美食节、海鲜美食节，把人带到太湖之滨、大海之旁，鱼米之乡、沙滩海岛让你映入眼帘，加之湖鲜、海鲜，使你留连忘返，乐不思蜀。这些，都是餐厅带给你新的功能。

美食节餐厅的新功能，不仅使餐厅走出了传统的饮食文化圈，而且把餐厅、娱乐与文化一起带入经济活动当中，给餐饮经营带来生机。

3. 满足客人求新心理

90年代以来，随着经济的发展，生活水平的提高，人们的消费观念也发生了变化。表现在餐饮上的转变是人们在进餐方式上产生了新的需求，要求形式多样、花样繁多的就餐方式，针对每个客人都有强烈的求新、猎奇的心理特点，餐饮经营者就要时时给客人带来新鲜感，不仅要在菜肴上不断翻新花样，使客人常吃常新，而且在经营方式上也要不断地推陈出新，使客人获得精神上的快慰，引起人们对生活的美好联想和感情上的共鸣。举办美食节活动正是顺应当客的愿望和社会的发展，在菜品上不断出新，在经营上立意新颖。

美食节活动在菜品质量上有更高的要求。就是在正常一日三餐的经营中来点新鲜感。满足客人喜新厌旧的进食心理。美食节活动的场地布置，也使在就餐的环境氛围上产生了新的特色，或清静幽雅、温暖舒适，或环境气氛热烈。在餐厅布局、设置、装饰上使客人视觉、味觉、嗅觉及心理上得到满足。美食节活动有时像吹来一股新鲜的风，在保持餐厅特色的情况下，开发了新食品，增加了新风味，迎合了消费者的求新、求变的心理。

4. 适应市场变化需求

在当今开放的年代，人们的消费观念也在不断的更新，对餐饮消费的需求，已不再满足传统的单一的就餐方式，总是在追求不断变化的消费形式。并且由于餐饮市场竞争