

饮食业基础知识

李昌东 主编



中国商业出版社

国内贸易部部编中等技工学校烹饪系列教材

饮食业基础知识

李昌东 主编

中国商业出版社

(京)新登字 073 号

图书在版编目(CIP)数据

饮食业基础知识/李昌东主编. —北京:中国商业出版社,
1995.1

ISBN 7-5044-1305-4

I. 饮… II. 李… III. 饮食业-基本知识-教材 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 12020 号

责任编辑:梁俊魁

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京印刷二厂印刷

1995年1月第1版 1997年1月第3次印刷

787×1092毫米 32开 7.5印张 150千字

定价:9.00元

* * *

(如有印装质量问题可更换)

编 审 说 明

国内贸易部部编中等技工学校烹饪系列教材是为了更好地为我国社会主义市场经济建设服务,主动适应我国第三产业迅速发展需要和人民饮食结构的变化,大力提高烹饪职工队伍素质,由我司根据《中华人民共和国职业工种分类目录》和有关教学文件的要求,组织有关烹饪高级讲师、特级烹调师和长期在教学第一线任教的教师编写的。经审定,可作为国内贸易部系统中等技工学校教材,也可作为职业中学、中级技术等级培训教材和企业职工自学读物。

《饮食业基础知识》是烹饪系列教材之一。由吉林市商业技术学校高级讲师李昌东编写。最后由有专家教授集体审阅。

在编写过程中得到了许多学校领导和教师的大力支持,在此一并致谢。由于编写时间仓促,水平有限,缺点疏漏在所难免,请广大读者提出宝贵意见,以便进一步修订完善。

国内贸易部教育司

一九九四年十月

目 录

第一章 饮食业概述	(1)
第一节 饮食业的产生与发展.....	(1)
第二节 饮食业的经营特点.....	(7)
第三节 饮食业的地位和作用.....	(11)
第二章 饮食企业	(16)
第一节 饮食企业的概念及类型.....	(16)
第二节 饮食企业的内部分工及组织结构.....	(20)
第三节 饮食业的网点设置.....	(27)
第四节 饭店的设计与设备.....	(31)
第三章 饮食企业管理	(38)
第一节 饮食企业管理的意义.....	(38)
第二节 饮食企业管理的任务和职能.....	(45)
第三节 饮食企业管理的原则和方法.....	(54)
第四节 饮食企业管理的基本制度.....	(63)
第四章 饮食企业经营	(75)
第一节 饮食企业的经营目标和经营方针.....	(75)
第二节 饮食企业的市场开发.....	(83)
第三节 饮食企业的公共关系.....	(98)
第四节 市场调查和市场预测.....	(108)
第五章 采购与储存	(117)
第一节 采购.....	(117)
第二节 储存与保管.....	(128)
第六章 厨房生产	(135)

第一节	厨房在经营中的作用.....	(135)
第二节	厨房布局和设备.....	(136)
第三节	厨房生产业务.....	(144)
第四节	厨房管理.....	(148)
第五节	菜单及其设计.....	(162)
第六节	厨房生产的现代化.....	(172)
第七章	餐厅销售与服务.....	(174)
第一节	餐厅与布局.....	(174)
第二节	餐厅设备和用具.....	(184)
第三节	餐厅销售.....	(187)
第四节	餐厅服务.....	(196)
第五节	顾客需求分析.....	(209)
第八章	饮食业从业人员素质和职业道德.....	(214)
第一节	饮食业从业人员素质.....	(214)
第二节	饮食业从业人员职业道德.....	(223)

第一章 饮食业概述

第一节 饮食业的产生与发展

一、饮食业的概念

饮食业的范围很广,在不同的国家又有不同的解释。在我国,饮食业是指专门从事加工烹制饮食品、提供消费设备、场所和服务性劳动,供顾客就地进行饮食消费的行业。主要包括各种类型的酒馆、饭馆、面食店、小吃店、冷热饮店、早点铺、夜宵店、宾馆、招待所的餐饮部门,以及流动饮食摊等。

饮食业是国民经济中一种特殊的行业,它在生产经营活动中,首先要源源不断地购进各种饮食原料,包括各种成品、半成品和各种鲜活原料,然后将这些购进的原料加工烹制成各种美食佳肴,通过提供一定的场所、设备和服务性劳动,将加工烹制后的食品销售给消费者,供消费者就地进行饮食消费。因此,它同时兼有商品购销、商品生产、商业服务三种职能。

二、我国饮食业的产生

饮食业是一个具有悠久历史的行业。它是伴随着商品生产和商品交换的产生、发展而逐步形成的。《资治通鉴》云:“神农日中为市,致天下之民,聚天下之货,交易而退。此立为市。”传说中的神农氏社会,已经有进行交换的原始市场。随着社会生产力的发展,商品交换数量的增加,范围的扩大,市场逐步发展为集镇。食物市肆上不仅有珠宝象牙之类的贵重货物,也

有了更多的饮食店和熟食品供应。因此,《论语·乡党》中就有了“沽酒市脯不食。”之说。《韩非子》记载的一个宋人卖酒的故事,也有“悬帜甚高”一语,说明酒店以诏旗做幌子招徕顾客,已在战国时期出现。

三、我国饮食业的发展

秦汉时期饮食业初具规模。秦汉时期饮食业做为一个行业已初具规模,酒楼、饮店在城市中日益兴旺。特别是西汉时期,经过文、景之治,社会生产力得到了较大的发展,都市经济大为繁荣,饮食市场上也出现了“熟食遍列,淆旅成市”,“淆旅重迭,燔炙满案”,“众味杂物”遍市的繁荣景象。饮食业的经营收入也达到了可观的程度。《史记》载:卖浆(酒)小业也,而张氏千万;胃脯简微耳,浊氏连骑。张氏因卖浆而家财千万,浊氏因卖胃脯发财致富,出门时坐骑相连,可见经营饮食是非常赚钱的。还有追求婚姻自由的司马相如和卓文君弃家出走,也在四川临邛当垆卖酒,留下了才子佳人开酒店的佳话。汉初,中原与西域各国就有民间来往。张骞通西域和丝绸之路开通后,政治、经济、文化诸方面的交往更加频繁,西域商人开始在中原经营饮食业,将“胡食”传入内地,丰富了中原地区的饮食市场。

隋唐五代饮食业已相当发达。隋唐五代的饮食业相当发达,不仅表现为饮食品种丰富多彩,制作的技术较高,而且经营方式灵活多样。从品种看,饭有黄粱饭、大麦饭、团油饭等;粉面食品有饼、酥、糕、包子、饺子、馄饨、面条等;菜肴更是名目繁多,有用生虾烹的“光明虾炙”,用羊、鹿舌拌的“开羊炙”,还有“鲜鲫银丝脍”、“镂金龙凤蟹”等。从技术上看,面点制作技艺已达到“饼可映字”,“面可穿结带”之程度。烹调技艺不但讲究色、香、味,还重视刀功和菜肴形式美。从经营方式看,有

作坊、店肆、摊贩，也有推车、肩挑叫卖的小贩，灵活多样，十分方便。特别是隋唐以来，由于生产的发展，政治中心的迁移变化，海运漕运的兴盛，我国南北大都会日益增多，进一步推动了饮食市场的繁荣发展。大业六年（公元 610 年），“诸蕃请入丰都市交易，帝许之。先命整饰店肆，檐宇为一。盛设帷帐，珍货充积，人物华盛。卖菜者籍以龙须席，胡客或过酒食店，悉令邀延就坐，醉饱而散，不取其直（值）”《郡国志》。这样大规模地让外国使者和商人在市场“醉饱而散”，反映了饮食市场供应力量的强大，也说明市场上的酒楼饭店已具备了接待外宾的能力。唐代京都长安，东西市酒楼饭店林立，摊贩遍及各坊里，酒楼饭店的接待能力更强大。“两市日有礼席，举铛釜而取之。故三五百人之饌可立办也”（李肇《国史补》）。三五百人的酒席可以立即办好，其经营规模之大可想而知。在这些酒楼饭店中还有以西域女子来做招待的。在遍布全市的小吃店里，出现了不少风味名食，如辅兴坊的胡麻饼，颁政坊的馄饨，长乐坊的稠酒等等。不唯京都饮食市场繁荣，连乡村也有酒店。“借问酒家何处有？牧童遥指杏花村”正是这一情况的反映。

宋代是饮食业发展史上的重要时期。宋代的饮食业在我国饮食业发展史上占有极重要的地位。由于北宋王朝的建立，结束了五代十国战乱割据的局面。这期间，国家统一，政治稳定，生产发展，是我国封建经济继唐之后又一兴盛时期。随着都市的繁荣，饮食业较之过去有了更大的发展。特别是京都汴梁，为了适应统治阶级穷奢极欲的享乐生活，维持数量庞大的城市人员和往返京都流动人口的饮食需要，逐渐形成了一个繁盛的餐馆行业。据史书记载，当时汴梁的著名饮食店和餐馆上百家，在京城街巷，酒楼、食店、饭馆比比皆是。北宋著名画家张择端的《清明上河图》生动而真实地描绘了北宋汴京沿

汴河自“虹桥”到水东门内外的生活面貌和酒楼、餐馆的繁荣景象。北宋汴梁的高级酒楼和大型酒店称为“正店”，著名的有“樊楼”、“遇仙正店”、“乐楼”、“会仙楼正店”等。据《东京梦华录》记载：樊楼“三层相高，五楼相向，各有飞桥栏槛，明暗相通。珠帘绣额，灯烛晃耀。”经常在那里饮酒的多至千人。自公元965年，宋太祖诏令开封府三鼓以后的夜市不禁，于是餐馆的营业时间不再受限制，夜市自日暮开始“直至三更尽”。除了“酒楼正店”外，宋代都市还有许多中小型的食店餐馆，有的称作“分茶”，有的称作“脚店”。著名的有：曹婆婆肉饼、薛家羊饭、万家馒头、张家饼店等等。无论“正店”，还是“脚店”，都有周到的服务。客人进店后，店伙计先是打招呼，安排座次，然后摆上筷子及擦筷子纸，问客所需酒菜，即刻报知厨房，须臾便将酒菜送到桌上，全部服务程序井然。值得一提的是宋代的水上餐馆——“餐船”。据《梦粱录·湖船》所载：杭州左江右湖最为奇特，湖中“大小船上，不下数百舫……买卖羹汤时果”，餐船经营的菜点逐渐形成自己的独到风格。至今，“船点”仍为中式点心的一枝奇葩。在饮食市场不断发展壮大的同时，饮食业本身的经营管理水平和服务技能也有很大提高。从有关记载中可以看出两种新发展：一是饮食业内部的分工更加精细，出现了“四司六局”的设置。《都市纪胜》记载：“官府贵家置四司六局，各有所掌，故筵席排当，凡事整齐。都下街市亦有之。常时人户每遇礼席，以钱倩之，皆可办也。”这四司六局是：帐设司、厨司、台盘司、茶酒司；果子局、蜜煎局、菜蔬局、油烛局、香药局、排办局。这四司六局分工具体明确，互相配合，工作起来有条有理，忙而不乱，置办大量酒席就可以做到从容不迫，服务周到，应付自如。二是服务技能和服务质量很高。在杭州酒楼，“凡下酒汤羹任意索唤，虽十客各欲一味，亦自不妨，过卖

铛头记忆数十、百品，不劳再四，传喝如流，即便递送，供应不少违涣。酒未至则先设有菜数碟，及举杯则又换细菜，如此屡易，愈出愈奇，极意奉承。”宋代京都讲究饮食的习尚及其繁盛的餐馆业，导致各地“效学京师”，促进了全国饮食业和烹调技术的发展。南宋时期，随着政治中心的南迁，原来汴梁的许多酒楼、食店也迁至临安开业。据耐得翁《都城纪胜》中称：“京城（临安）食店多是旧京城（汴梁）人开设。”北方餐馆业的南迁，推动了我国历史上最大的一次饮食习俗和烹饪技术的变化，影响十分深远。南宋的餐馆业在经营上也多仿学汴京，不仅店堂设备仿汴京，就连唱卖也都仿汴京声调。临安餐馆业的繁荣是北宋汴京餐馆业的延续和发展。南、北宋餐馆业的发展是我国饮食史上重要的一页。

明代的官办餐馆业有较大发展。明代，中国资本主义萌芽，商品经济有了较大发展，工商业日益繁荣，出现了一批工商业城市，如河南的朱仙镇、湖广的汉口镇、江西的景德镇和广东的佛山镇等工商业都较发达。据统计，全国较大的工商业城市，明初就有 30 多处，明末增至 50 多处。^①其中大部分是商业城市。城里“人烟稠集，金粉楼台”，“华区锦肆，坊市棋列”，往来商人“丰筵华服，意侈相高”。为了促进餐馆业的繁荣，以满足封建统治阶级享乐的需要，明代兴建了一批官办酒楼。明洪武廿七年八月，工部奉钦命在南京先后兴建酒楼 15 座。落成之日，“诏赐文武百官钞，命宴于醉仙楼。”官办餐馆业带动了民间餐馆业的进一步发展。

我国近代餐馆业技术与经营并重。清代，城市市场更加繁荣，商业网点稠密。据统计，到鸦片战争前夕，仅北京、苏州、武

① 林文益《中国商业简史》第 294 页

汉三个城市的商业铺户已超过百万家。^①各地的饮食业已很发达。秦淮河一带集中了许多茶食店、酒店、饭店以及“市人担而卖之”的小吃。著名的餐馆有利涉桥的“便宜馆”和淮青桥的“新顺馆”，经营盘馐和“扣肉、微园、荷包蛋、咸鱼、焖肉、煮面筋、螺羹……”。此外，江浙地区还有以“烹鱼煮笋”闻名的扬州“朴江春”酒店，以“冰盘牙箸，美酒精肴”闻名的苏州“三山馆”酒楼，以“酒果珍馐咸备”而闻名的杭州“五柳居”酒楼。这个时期，满菜已成为餐馆经营的重要品种。顾禄《桐桥倚棹录》卷十中收录了当时餐馆所卖满汉大菜及汤炒小吃的菜单。1840年鸦片战争之后，清政府被迫与帝国主义列强签订不平等条约，五口通商，国门大开，欧美各国的商人纷至沓来，西餐的技艺相继传入，沿海城市及北京先后出现了中西合璧的餐馆，但始终为数不多。清末民初，北京的一些餐馆，利用御厨的外流，经营起仿膳菜点，各地相继形成了一批经营高级菜肴的名餐馆。有些名店一直维持到建国后，如北京的“同和居”、“沙锅居”、“致美楼”、“便宜坊”，上海的“杏花楼”；广州的“陶陶居”。老字号餐馆的存在和发展，是因为这些店不仅拥有精湛的烹饪技术，形成自己独特风格，而且有较高的经营管理水平。这些名店的经营发展史，反映了我国近代饮食业技术与经营管理并重的发展趋向。

新中国饮食业经历了曲折的发展过程。中华人民共和国成立后，我国饮食业的发展走过了一段曲折的道路。新中国成立后到1956年，饮食业主要由私人经营，国营餐馆不多。建国初期，饮食业曾出现过畸形繁荣。经过打击投机倒把，稳定市场物价的斗争，这种虚假繁荣很快消失。1956年至“文化大革

① 林文益《中国商业简史》第349页

命”前,饮食业实行全行业公私合营,从而使我国的饮食业进入一个新的时期。国家采取措施大力挖掘传统品种,恢复失传技艺,重视行业技术人员的培训,发扬优良传统,恢复传统名菜,迅速提高了饮食业的技术水平。饮食业走上了健康发展的轨道。“文化大革命”时期,由于“左”的思想影响,将饮食业一些优良传统都当做封资修的黑货而加以批判,饭店实行自我服务,技艺失传,经营品种单调,餐馆网点数大幅度下降。我国饮食业的发展处于停滞状态。粉碎“四人帮”以后,特别是党的十一届三中全会以后,大力发展商品经济,饮食业迅速恢复和发展起来,网点、人员逐年增加。1978年,国家恢复了技术职称制度。各地相继恢复和开办了饮食服务技工学校,办起了厨师培训班,为饮食业输送了大批烹饪服务技术人员。1983年全国烹饪名师技术表演鉴定大会在北京召开,而后又先后两次举办全国烹饪技术大奖赛。这一系列的全国性的大交流、大检阅,极大地推动了烹饪技术的发展,对饮食业的振兴产生了深远的影响。目前,在经济体制改革不断深化,市场经济逐步建立的过程中,饮食业更加活跃,无论饮食网点的数量、人员素质、经营品种、服务水平都达到了前所未有的程度。我国饮食业已进入一个崭新的发展时期。

第二节 饮食业的经营特点

饮食业是随着生产力的发展,逐步从人们自我服务和家务劳动中分化独立出来的经济部门,成为一个直接为群众日常生活主要是饮食生活服务的行业。饮食业所担负的商品加工、商品流通、服务三种职能使其成为一个特殊的行业,从而也就决定了其经营上的特点。

一、提供多种形式的使用价值与交换价值

社会劳动有物质生产劳动和非物质生活劳动。饮食业职工的劳动,既有物质生产劳动,如烹制各种菜点,又有非物质生产劳动,如餐厅服务。这两种劳动都是社会必要劳动,都是为社会需要提供使用价值。不同的是,前者是以物化劳动产品的形式提供使用价值,而后者服务性劳动是以“活动”形式提供使用价值。对“服务”,马克思科学地概括为:“服务是劳动使用价值的表现。”并高度评价了这种服务性劳动,把它称为提供特殊使用价值的劳动。饮食业同时向消费者提供饮食产品这种有形的劳动,又提供具有特殊形式的使用价值和交换价值。在这里两种劳动有机地结合为一个整体。

二、经营服务过程与消费过程的统一

饮食业是直接向消费者提供产品和劳务的,必须直接接触消费者,才能达到经营服务活动的目的。它和工农业产品供应不同,工农业产品要通过流通、分配环节向消费者提供消费品,在时间和地点上都不一致。其生产、交换和消费不在同一空间、时间上进行。而饮食业向消费者提供的产品和劳务活动与客人的消费一般而言是在同一空间、同一时间、同一地点上进行。经营服务过程和消费过程同时发生,两者取得了统一。这种面对面的服务和消费的特点,对饮食业在物质条件、工艺技术和人员素质上提出了更高、更直接的要求。虽然饮食业向消费者提供的消费通常是一经提供随即消失,但也不是虚无飘渺的幻觉,而是可以实实在在感受到的东西。如在饭店就餐,服务人员耐心细致、周到热情的服务就会给客人以美好的物质和精神上的享受。

三、经营环境的重要性

由于饮食业的经营服务和消费在同一时空进行,从而对

饮食环境也就提出了更高的要求。从外部环境看,必须使客人感到就餐方便,有方便的停车场所,有醒目而独具特色的广告宣传 and 门面装修;从内部环境看,店堂内部装璜典雅、空间合适,窗明几净,或者是配以具有一定情调的音乐、装饰品等都会给客人以美好的心理感受,从而增加对该饭店的好感。在现代乃至以后,饮食业向客人提供的绝不能仅仅是美味的食品。虽然客人进店是以美食做为消费的核心内容,但这仅仅是客人消费需要的一部分。所以重视饮食业店堂内外经营环境的美化,借以烘托经营特色,增加消费者的心理感受是现代饮食业经营者们普遍重视的一个问题。

四、强而独特的技艺性

各种劳务均有其特定的提供方式和技术要求。饮食业所提供的劳动虽然以一定的工具设备为依托,但是在目前条件下,饮食业手工操作比重还较大,不像工农业生产可以迅速普遍地使用机器或化学药品代替手工劳动,更难于在短期内发展为电气化、自动化。即使在工业发达的国家里,饮食业生产的手工操作比重也较工农业大得多。而且,饮食业生产中的烹调技术、面点制作、造型与刻花、琳琅满目的名菜名点都有其独特的技艺与规格。这些都要借助于手工操作来发挥,在相当长的一段时间内,并非机器所能完成。更重要的是烹饪技术的技巧性,更是远非机器所能替代。我国的菜点品种内容丰富,花样繁多,制作精细。这些多彩多姿的菜点,宛如一件件艺术珍品,基本上是靠手工操作完成的。它们各有其质量要求,各有其操作技法。同时它们也可以通过厨师的再创造因人而异、因时而异。同一品种,因食用者的要求不同,口味就可以适当调剂。所说“食无定味,适口者珍”就是这个道理。不同的品种,也可以根据季节、地区的差别灵活地选择处理。所说“冬宜浓

厚,夏宜清淡”也就是这个道理。更重要的是厨师在技术操作中的一料之差、一技之差、一念之差都会使得成品的口味、形态、质地、色泽各异,变化多端,维妙维肖。这都体现着一种技巧性。高明的厨师所制作的菜点,之所以能使食用者得到食欲和精神上的高度满足,赞叹不已,其中的关键就在于“技巧”二字。色泽的协调美观,在于火候掌握、原料搭配的技巧;香气四溢,在于各种调料兑制、投放的技巧;味美可口,在于调制的技巧;形状整齐美观,造型生动逼真,在于刀工、勺工运用和设计装盘的技巧。凡此种种,一道完善的菜点无不是靠巧妙地综合运用各种熟练的技巧来完成的。所以说强而独特的技术是烹饪技术的一大特色,从而也就构成了饮食业经营的一个特点。当然,强调技术性并不排斥积极采用,努力掌握新设备、新技术,使烹饪技术发展到一个新阶段。

五、具有较强的地方特色

饮食业的产品、劳务的交换活动,不同于其它商品交换活动,不存在商品在时间上、空间上的转移,不存在商品的地区间调拨,主要是就地服务。同时,我国地广人多,又是一个多民族国家,各地区、各民族的生活习惯不同,消费方式各异,因此形成地区间、民族间在饮食和劳务需求上的差别。这种需求上的差别决定了饮食业经营服务活动具有较强的地方性。如山西人爱吃酸的,云贵川喜欢辣的,长江南偏爱甜的,东北人偏重咸的等等。这一特点就要求饮食业的经营必须因地制宜,以符合当地人民的饮食需要。

六、服务对象的广泛性

饮食业的服务对象是相当广泛的,既包括国内各个民族、各个阶层、各个地区的广大顾客,也包括来自不同国度和地区的宾客。这些服务对象中的文化修养、消费水平、生活习俗、爱

好各异。因而形成了多层次、多规格的消费需求,这是不以经营者的主观意志为转移的客观现实。所以,饮食业的网点布局、建筑结构、设备条件、人员素质和经营服务的项目、内容、形式与方法都必须适应这种需求并跟上消费的变化,防止单一化、简单化。只有这样,企业的经营活动才能蓬勃开展,充分实现劳务和商品的使用价值和交换价值。

七、经营活动的波动性

饮食业所提供的某些产品具有稀有、脆弱的特点,如山珍海味总是供不应求,食品的自然寿命很短。饮食业服务性劳务,不只是商品推销的附加劳动,而是一种“特殊使用价值”。这种“特殊的使用价值”既不能事先储存,又不能事后补充。季节变化、气温、节假日等因素的影响,使饮食业的经营活动呈现出一定的波动性和风险性。一般来说,饮食业在一年中有几个月营业额高,表现为旺季,其余几个月营业额低,表现为淡季。这种营业额高低的变化具有明显的季节性。实践证明,旅游季节、寒暑假、婚嫁集中的季节,饮食业的营业额大幅度上升,经济效益好。而在春节前后的一段时间,饮食业就进入淡季。淡、旺季每月营业额相差很多。因此,饮食业的经营,应在旺季充分发挥自己的优势,满足消费者的种种需求,不断提高经济效益;淡季到来时,努力开展营销攻势,提供多种服务,刺激消费,力争淡季不淡。

第三节 饮食业的地位和作用

一、饮食业属于第三产业

1985年,国家统计局根据各个行业、部门在国民经济中的地位 and 作用,对产业进行了划分。