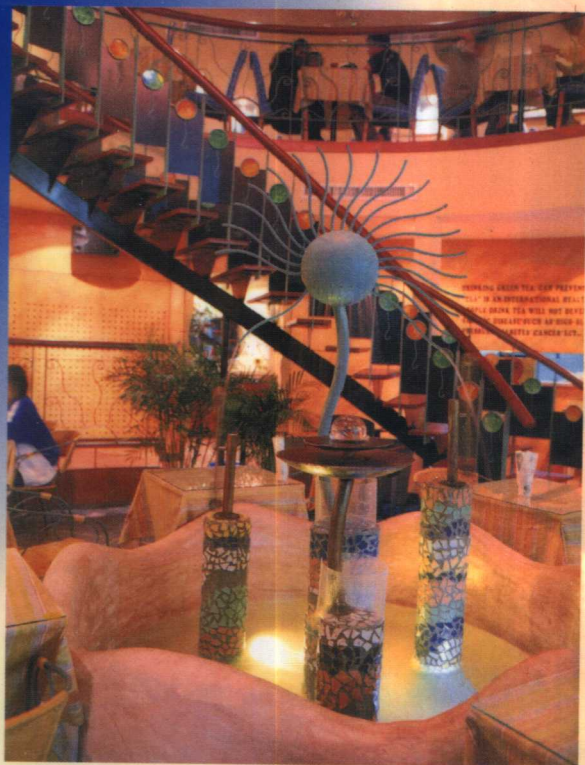




主题餐厅 设计与管理

ZHUTI CANTING SHEJI YU GUANLI

● 黄浏英/编著

辽宁科学技术出版社

黄浏英 编著

Huangliuying Bianzhu

主题餐厅设计与管理

zhuticantingshejiyuguanli

辽宁科学技术出版社

Liaoning Kexue Jishu Chubanshe

沈阳

Shenyang

图书在版编目 (CIP) 数据

主题餐厅设计与管理/黄浏英编著. —沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2001.1

ISBN 7-5381-3338-0

I. 主… II. 黄… III. ①餐厅-室内装饰 ②餐厅-经济管理 IV. ①TU238 ②F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 56027 号

出 版 者: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮编: 110003)

印 刷 者: 沈阳市第二印刷厂

发 行 者: 各地新华书店

开 本: 787mm×1092mm 1/18

字 数: 270 千字

印 张: 18.25

印 数: 1—4 000

出版时间: 2001 年 2 月第 1 版

印刷时间: 2001 年 2 月第 1 次印刷

责任编辑: 陈慧良

封面设计: 耿志远

版式设计: 陈慧良

责任校对: 周 文

定 价: 29.00 元

前 言

21 世纪是个讲求个性的时代,表现在消费行为上,大众化模式不再适合人们的口味,追求消费个性便成了一种时尚潮流。在这种时代背景下,以满足个性餐饮消费需求的主题餐厅将会成为一种新的流行趋势。

这种以满足人们享受消费环境为主,吃饭为辅的主题餐厅是在 80 年代由美国人创造发明的,因其独特的经营方式很快风靡世界。有记者这样描述主题餐厅:海盗船餐厅播放着恐怖音乐,天棚内悬挂着狰狞的骷髅头,人们在这样的环境下仍悠闲地呷着啤酒,谈笑自如;“太空舱”内,服务小姐一身宇航服,窗外不时有流星闪烁;“潜水艇”内鱼儿从舷窗游过,海浪不时奔涌;北京的地球之村则是一派丛林风光……这就是日益走近我们生活的主题餐厅。

本书从分析主题餐厅的内涵着手,抓住主题餐厅的两大本质特征——差异性和文化性,分六个篇章介绍了主题餐厅兴起的源泉、寻找主题的前提、主题餐厅成功的关键、主题餐厅发展的根基、主题餐厅活力的体现以及部分主题餐厅个案设计。书中索引了大量的案例以及图片,力求通俗地向读者朋友介绍主题餐厅的设计要点与管理要点。但由于编者学识有限、时间仓促,书中定有不少瑕疵,敬请各读者朋友指正。

编写的过程也是一个学习的过程。在编写本书的过程中,编者深感作为个体的渺小:正是因为辽宁科学技术出版社的陈慈良先生独具慧眼,才有“主题餐厅”这一新颖的研究主题;正是因为有同行朋友大量的研究成果,使得编者的编写过程有了丰富的素材;正是因为有朋友、家人的支持,使得本书能在较短的时间内顺利完成……在此一并表示深深感谢!

本书由浙江旅游学院的黄渊英同志编写,其中,浙江大学城市学院的陈颖同志负责编写了第四章的第一节、第五节和第六节、第五章的第二节以及第六章的第七节。

编者

2001 年 1 月

目 录

第 1 章 个性化消费：主题餐厅兴起的源泉

第一节 主题餐厅内涵分析/1

- 一、主题餐厅的含义/2
- 二、主题餐厅的本质/4
- 三、主题餐厅的特点/7

第二节 主题餐厅效用分析/12

- 一、优化餐饮市场结构/13
- 二、促成社会资源的合理利用/13
- 三、为中小餐厅的发展提供空间/13
- 四、促成“头回客”成为“回头客”/15
- 五、满足并引导顾客个性化消费/16
- 六、形成餐饮拳头产品,进而发展成旅游景点/17
- 七、形成文化创新基地/20

第三节 主题餐厅的分类/21

- 一、按地理位置分/21
- 二、按年龄因素分/31
- 三、按职业因素分/33
- 四、按文化类型分/34
- 五、按历史年代分/42
- 六、按民族民俗分/43
- 七、按宗教类型分/44
- 八、按发展规模分/44
- 九、按主题数量分/45
- 十、按区位特征分/47

- 十一、按文化根源分 / 48
- 第四节 主题餐厅产生的根源分析 / 50
 - 一、成熟的行业市场 / 50
 - 二、成熟的消费对象 / 58
- 第 2 章 广泛性调研：寻找主题的前提
- 第一节 市场分析 / 60
 - 一、市场细分 / 61
 - 二、确定目标市场 / 66
- 第二节 客源分析 / 71
 - 一、顾客需要分析 / 72
 - 二、顾客兴趣分析 / 74
 - 三、顾客动机分析 / 76
 - 四、顾客心理分析 / 78
 - 五、顾客购买行为分析 / 80
 - 六、顾客满意程度调查 / 83
- 第三节 餐饮产品分析 / 84
 - 一、餐饮产品构成分析 / 85
 - 二、餐饮产品特性分析 / 86
 - 三、餐饮产品类型分析 / 88
 - 四、餐饮产品要点分析 / 89
- 第四节 竞争者分析 / 91
 - 一、竞争者类型分析 / 91
 - 二、竞争者状况分析 / 92
 - 三、分析竞争者步骤 / 93
- 第五节 社会环境调查 / 93
 - 一、消费习俗 / 93
 - 二、人口环境 / 95
 - 三、价值观念 / 96
 - 四、法律政策 / 96
 - 五、经济状况 / 97

六、地域气候/97

第 3 章 差异化营销：主题餐厅成功的关键

第一节 差异化概念及优势分析/98

- 一、差异化概念/99
- 二、差异化优势分析/99
- 三、差异化支持因素分析/100
- 四、差异化变量分析 / 102

第二节 差异化变量之一：产品差异分析/103

- 一、产品差异化内涵分析/103
- 二、产品差异化的意义/104
- 三、产品差异化的途径/104
- 四、产品差异化条件/120

第三节 差异化变量之二：服务差异分析/122

- 一、服务差异化内涵分析：延伸产品的差别化/122
- 二、服务差别化的途径：构建服务文化/122
- 三、服务差异化的内容/127

第四节 差异化变量之三：服务过程差异分析/128

- 一、过程差异化内涵分析/129
- 二、实施过程差异化战略的意义/130
- 三、过程差异化战略的实施方法/131

第五节 差异化变量之四：人员差异化分析/134

- 一、人员差异化内涵分析/135
- 二、人员差异化途径/135
- 三、强化员工形象/137

第六节 差异化变量之五：市场差异分析/141

- 一、价格差异化/142
- 二、售后服务差异化/142
- 三、促销方式差异化/143

第七节 差异化实施要点/143

- 一、需求导向/143

- 二、动态均衡/144
- 三、系统操作/144
- 四、全程管理/145
- 五、攻心为上/145

第4章 科学化管理：主题餐厅发展的根基

第一节 市场定位管理/146

- 一、市场定位的必要性分析/146
- 二、市场定位本质分析/147
- 三、市场定位的原则/148
- 四、市场定位的基本内容/149

第二节 客源管理/151

- 一、客源需求管理/151
- 二、客源态度管理/153

第三节 区位管理/157

- 一、区位管理的基本内容/157
- 二、区位管理的重要性/157
- 三、区位管理过程/158
- 四、区位管理要点/160

第四节 卖场管理/161

- 一、卖场管理的重要性/161
- 二、卖场设计原则/163
- 三、卖场设计要点/173

第五节 店面广告管理/185

- 一、店面招牌广告/185
- 二、店名形象广告/187
- 三、餐厅标志广告/189
- 四、导向指示性广告/190
- 五、实物造型广告/191
- 六、橱窗陈列广告/192
- 七、灯箱灯饰广告/193

八、旗帜雨篷广告/193

第六节 主题餐厅成本管理/194

- 一、餐饮成本内涵分析/194
- 二、餐饮成本管理的作用/196
- 三、餐饮成本控制的方法/197

第七节 主题餐厅成败规律分析/201

- 一、主题餐厅成功规律分析/201
- 二、主题餐厅经验教训分析/209

第 5 章 动态性发展：主题餐厅活力的体现

第一节 主题更新策略/211

- 一、主题更新必要性分析：日益缩短的生命周期/211
- 二、主题更新原则：可持续性发展/212

第二节 主题发展策略：连锁经营/217

- 一、连锁经营优势分析/218
- 二、连锁经营发展模式分析/220
- 三、连锁经营类型分析/223
- 四、连锁经营方式分析/225
- 五、连锁经营误区分析/228

第三节 主题餐厅发展趋势/229

- 一、市场细分高度化/230
- 二、管理手段多样化/230
- 三、发展资本品牌化/234
- 四、市场定位大众化/236
- 五、主题产品新颖化/237
- 六、发展规模两极化/238
- 七、区域分布城乡化/238

第 6 章 多元化选择：主题餐厅个案设计

第一节 休闲主题餐厅设计/239

- 一、准确了解休闲的基本内涵 / 239

- 二、改革传统餐饮, 强调特色餐点 / 240
- 三、强化参与性节目, 寻求互动过程 / 241
- 四、把握休闲餐饮特点, 满足顾客休闲需求 / 242
- 五、迎合休闲时尚, 做好主题迭替 / 242
- 第二节 民俗主题餐厅设计 / 244
- 第三节 文化(学)主题餐厅设计 / 247
- 第四节 怀旧复古主题餐厅设计 / 250
 - 一、历史上的特殊事件 / 251
 - 二、历史上的著名人物 / 252
 - 三、文学作品中的历史事件 / 254
 - 四、特殊的怀旧实物 / 254
- 第五节 农家主题餐厅设计 / 258
 - 一、植物主题 / 258
 - 二、动物主题 / 261
 - 三、农家生活主题 / 263
- 第六节 保健主题餐厅设计 / 265
 - 一、通过查阅历史资料, 明晰健康、保健餐饮内涵 / 266
 - 二、药膳不是食物与中药的简单相加 / 267
 - 三、提倡并实践“生态餐饮”学说 / 267
 - 四、借助现代科技手段, 提高健康餐饮的针对性 / 268
- 第七节 水果主题餐厅设计 / 269
 - 一、利用水果的季节性特点使主题餐厅四季常新 / 269
 - 二、创造一种水果文化 / 270
 - 三、用水果主题引导一个健康饮食新概念 / 270
 - 四、水果菜肴设计 / 270
- 第八节 国宴主题餐厅设计 / 273
- 附: 其他特色(主题)餐厅 / 276
- 主要参考资料 / 282

第 1 章

个性化消费：主题餐厅兴起的源泉

随着社会的发展，顾客的心思越来越难以把握。五六十年代，十个顾客只有一个声音，到了 90 年代，一个顾客就有十个不同的声音。个性化、多样化的消费潮流使人人都希望通过产品或服务来表现出自己独特的个性和品位。因而，对于餐厅而言，其经营活动的终极战场应该是顾客的心灵，以富有个性的产品或服务接近、迎合顾客。越接近顾客，餐厅成功的机会就越大。而主题餐厅的出现，正是迎合了顾客日益变化的餐饮消费需求，它以定制化、个性化、特色化的产品和服务来感动餐厅所选定的诸多“上帝”发挥出了巨大的魅力。

主题餐厅的出现并非偶然，而是基于一定的社会条件。本篇拟在分析主题餐厅基本内涵的基础上，着重研讨主题餐厅的类别、效用以及兴起的原因。

第一节 主题餐厅内涵分析

在文艺创作中，主题是一个非常核心的概念。它是指在文艺作品中通过具体的艺术形象表现出来的中心思想，也称作主题思想。它是文艺作品内容的灵魂，任何一篇优秀的文艺作品都必须具备鲜明的主题，并且，题材的选择，人物的塑造，情节的安排，结构的组合，语言的锤炼都应服从表达主题的需要。作品的主题集中反映了作者对所描绘的生活的认识和评价，反映了作者的阶级立场和世界观。

正如一篇好的文艺作品需要有一个明确的主题，步入新时代的餐厅，也必须创设一个鲜明、独特的主题，才能在众多的同行中脱颖而出。那么，什么是主题餐厅，主题餐厅的基本内涵是什么，如何从本质上来把握主题餐厅，这些都是餐厅在创设主题时首先应解决的基本问题。

一、主题餐厅的含义

一般认为,主题餐厅是通过一系列围绕一个或多个历史或其他的主题为吸引标志,向顾客提供饮食所需的基本场所。它的最大特点是赋予一般餐厅以某种主题,围绕既定的主题来营造餐厅的经营气氛:餐厅内所有的产品、服务、色彩、造型以及活动都为主题服务,使主题成为顾客容易识别餐厅的特征和产生消费行为的刺激物。

简而言之,主题也就是题目。一个主题是“一个复现的题目或在该题目上构筑的各种变化”:一个时间、一个地点、一种思想状态,都可演变成为一种细节丰富、值得回味和逃避现实的主题环境。如旧上海的三十年代、如好莱坞的默片时代,如中美洲的热带雨林,如披头士的摇滚乐,这些特定的时间概念、地点概念、人物概念,都可作为主题,由此诞生了世界上最著名的旧浦江风情主题餐厅、好莱坞星球餐厅、热带雨林餐厅、硬石餐厅等。

主题也可看作是想象力和幻想驰骋的发射台。因为它需要人们通过丰富、大胆的联想和回忆,“亲临”世界各个地方、历史各个时期、理想中的香格里拉、现实中的风土人情,使顾客在富有异国情调的环境中、变幻莫测的时光隧道中享用美食佳肴,暂时抛却尘世生活中的生活特色和生活内容。尤其是对八十年代出生的新新人类而言,这种超脱现实的主题情境更具诱惑力和吸引力。

值得分析的是,主题餐厅和特色餐厅两者之间的关系。一般,提及主题餐厅,人们习惯上将其与特色餐厅等同起来。事实上,两者是相区别的概念。首先,主题餐厅一定是一个特色餐厅。主题餐厅的必备特质是特色,即主题餐厅生存和发展的资本是“个性化”的特色,如热带雨林、硬石等世界知名的主题餐厅无一例外都是以独特的品质傲立于世界餐饮。但是,特色餐厅不一定是主题餐厅。在现实餐饮市场上,存在着许多特色餐厅,它们一般以特色的招牌菜取得“特色”地位。如杭州西湖边著名的“楼外楼”是一家以经营杭菜为主的特色餐厅,其看家菜“西湖醋鱼”、“宋嫂鱼羹”、“西湖莼菜”、“叫化鸡”、“炸响铃”、“龙井虾仁”等蜚声海外,成为杭州餐厅中的一枝独秀。但是,从严格意义上讲,“楼外楼”不能称为是主题餐厅。因为主题餐厅除了要有特色鲜明的各类特色菜之外,还非常注重主题文化的深度开发,注重相应环境的营造,借助于环境突出其主题特色。而楼外楼的建筑风格虽有“仿古特色”,但流于一般的中式古建筑,没有淋漓

尽致地表现出杭州当地应有的基本文化特征。

因此，较之于特色餐厅，主题餐厅更强调从菜式到环境的全范围的特色化和鲜明化。著名的硬石餐厅（如图 1-1），就是一家以摇滚乐为主题的餐厅，把音乐与美国菜肴融于一体，成为美食和音乐的化身。



图 1-1 硬石餐厅

这家餐厅是西洋音乐的博物馆，收集和展出了许多世界乐坛明星的纪念品。以北京的硬石餐厅为例，一走进餐厅，即可看见正门上方墙壁上高悬着一辆红色的凯迪拉克轿车。据说是 1960 年制造的高级名贵的“老爷车”，只是不知是哪位歌唱家收藏。餐厅台阶有意设计成钢琴键，“钢琴键”一直通到餐厅走廊。沿着这走廊即可步入现代音乐的“天堂”。放眼望去，四周墙壁都是吉他和金唱片，酒吧台也是一把奇妙的吉他！天花板上是一幅图形壁画，西方著名的歌手在天坛和长城边高歌。餐厅设有表演台，可供各类乐队或顾客即兴演出，顾客在此可同时欣赏到西洋乐和新的流行乐。二楼为露台，意在体现人性、音乐与自然的天然吻合。值得一提的是，餐厅收藏品极为丰富，陈列出来的多达 400 种，这里有 Elton Johns 的眼镜和手提式键盘、Michael Jackson 的金属片手套、Everly 兄弟的吉他、Def Leppard 的吉他，披头士 45 英寸的金唱片，有 1966 年到 1967 年的迷魂音乐海报，还有多种由著名乐手签名的唱片、白金唱片以及音乐会的海报等。这是硬石餐厅的又一大特色：世界上音乐纪念品最广泛，最丰富的收集者。还有硬石 T 恤，带有硬石标志的各式别针、纽扣、手表、牛仔夹克等，也成为收藏品的热点，吸引

了一批批忠实的硬石迷。硬石餐厅的第三个特色，也是最主要的特色，就是拥有纯正的美国家乡菜肴。硬石整个餐厅可容纳 400 多位客人，客人可以品尝到硬石餐厅特色食品。因为硬石餐厅是面向大众的，所以，与一些高档餐厅比，硬石的菜并不算贵。它的特色食品有：水牛城辣鸡翅，烧烤肉丝三文治，硬石咸肉三文治，硬石墨西哥烤肉煎饼，烧烤猪排和各式风味汉堡；硬石的著名甜饼有地道的纽约芝士蛋糕、巨无霸巧克力核桃饼、巧克力仙蒂等。硬石的吧台也很有特色，呈一个大吉他形状。坐在吧台高脚椅上，要一杯硬石特色酒水：冰镇香槟鸡尾酒、硬石龙卷风或碎冰香槟鸡尾酒，吃着免费提供的美国大爆米花，听着超一流音响设备播放的 60 年代到 90 年代的西洋音乐，还可以到大厅中央尽兴起舞。如果恰好有人过生日，硬石餐厅会送上生日礼物，“寿星”高高地站在椅子上接过礼物好好风光一次。此时此刻，全场的口哨声和欢呼声会一浪高过一浪，让“寿星”充分体会到大家庭的祝福。并且，在硬石餐厅用餐若出餐厅办事，门卫会在顾客手腕上盖一个蓝色的印章，凭此可免去排队再次进入餐厅。硬石在店名、店内环境、菜点设计、活动安排等方面都集中体现了一个主题：摇滚乐和美式餐饮。

可见，主题的关键在于如何充分调动各种“因素”来深化特色，营造出一种无所不在的特色氛围。特色餐厅充其量只能称为“准主题餐厅”。大凡在菜式上有新意的餐厅就可称之为特色餐厅，对于特色餐厅而言，关键在于菜式上的突破。而对于主题餐厅而言，追求的则是从菜式、环境、服务、文化等方面的整体创新与特色。

二、主题餐厅的本质

从主题餐厅的内涵出发，我们可进一步分析主题餐厅的本质。一般，主题餐厅的本质可以从如下两方面来把握：

1. 主题的本质是差异

较之于大众餐厅，主题餐厅的优势在于强调差异——标准化基础上的差异化，即餐厅在激烈的竞争中，通过塑造一种与众不同的形象，使自己的产品与服务区别于竞争对手，优于竞争对手，进而使顾客偏爱自己的产品与服务。这种差异，就餐厅而言，应是全面的，不仅包括菜肴糕点、桌椅餐盘等有形的差异，还包括微笑服务、个别关照等无形的差异，不仅包括设施设备的多寡、优劣、新旧等物质属性上的差异，还包括广告宣传、营销策划等销售环境上的差异。因此，对于主题餐厅而言，经营的着眼点应放在标准化之

上的差异化，应努力寻求各种不同的差异——即主题。在餐饮市场跨入买方市场的今天，差异化是餐厅营销人员手中的武器。差异的优势越明显，该餐厅在竞争中的优势就更多，成功的机会也就越大。

当然，对于任何一家餐厅而言，可供选择的主题是非常丰富多彩的，如地域上的差异、历史上的差异、文化上的差异等。但是餐厅在确立主题时，应始终站在顾客的立场上考虑问题，做顾客的“同盟军”，而不是站在他们的对立面，必须从顾客的立场出发，要调查分析顾客的所有需求，包括细微的需求，从而确定主题。

主题餐厅的本质就是差异，餐厅所选定的主题切忌重复和随大流，否则，容易使“特色”走向反面，变成没有特色。现实市场上一波又一波的“跟风式经营”，使得一个又一个的模仿者成为市场的“淘汰者”。因此，餐厅要善于正确分析自身的优势和劣势，发挥本餐厅各种资源的综合优势，扬长避短，形成其他餐厅一时难以模仿的主题，使本餐厅的主题具有较长时期的稳定性，从而逐步形成垄断优势。

为实现这一目标，餐厅要进行市场细分。在市场细分时，餐厅不要贪大求全，因为千奇百怪的消费需求需要由各具特色的餐厅——来满足。市场定位越大，越难以形成主题，就越难有稳定和固定的客源群体（特大规模的餐厅除外）。餐厅要认识到市场这块“蛋糕”是不可能被某家餐厅独吞的，要明确自己分到哪一块，并保证这一块“蛋糕”能拿到手，拿稳。大凡成功的主题餐厅一般都“心平气和”，它们只经营一种风味，只突出一种特色，譬如美国的星期五餐厅做的是美国的食物，波伦娜重现的是德国的巴伐利亚风味，澳仕经营的是澳洲的菜点，而好莱坞重现的是默片时代的风格。

值得一提的是，餐厅一旦形成某类主题，并非绝对化地排斥其他客源。著名的酒店管理专家王大悟先生认为：“刚步入小康的中国，对主题的需求还不致那么执着和细致，尤其是有一定规模的餐厅，应一主几辅，以主题吸引主要客源，同时适当渗入拓展若干个其他细分市场。鉴于此，一些基本的、有较广泛市场覆盖面的产品和服务，仍应保留，并重视其质量。”

2. 主题的本质是文化

主题餐厅并不仅仅只是一个提供餐饮消费的场所，而应当是富有文化内涵的商业卖点，蕴涵丰富的主题文化特色。餐饮市场上，阳春白雪式的贵族餐厅可以成为主题餐厅，而下里巴人式的平民餐厅也可成为主题餐厅中的一族。个中原由何在？就是因为有不同的文化相支撑。主题本身并无高低贵贱

之分，主题的本质是文化。文化的雅和俗，文化的新和旧，文化的中和西，与主题的吸引力和产品的价格毫无关联，关键在于文化的独特性、惟一性和对口性。寻找文化，挖掘文化，设计文化，制作文化产品和服务，应是餐厅经营者在经营管理本餐厅时最重要、最具体、最花心思和精力的大事。文化选点成功，就等于主题经营成功了一半。

因此，从这一点上看，要求主题餐厅在创设主题时考虑两方面的要求：

(1) 专业上的文化要求。

所谓专业化上的要求，就是主题本身的文化内涵和工艺技术上的要求。真正使“主题”走红的不仅仅是菜点，而是从菜肴、氛围到服务都围绕一个精心挑选的主题展开。专家指出：主题餐厅不是就吃论吃，而是围绕一个主题，经营一种文化。环境的味道、服务的味道和食物的味道变得同等重要。

“太极茶道”主题茶馆内部环境都围绕深奥精辟的茶文化展开，欣赏环境就等于欣赏中国茶道的历史，并将这种文化通过服务淋漓尽致地再现出来，这就是专业上的要求。

再以都市非常流行的各类特色吧为例，以前，顾客并不在意主题本身有多少货真价实的东西，只要是新开的，顾客总会抑制不住自己的好奇去赶一趟热闹。这种不成熟的做法现在显然已经过时。目前，各类主题吧不仅会越来越普及，还将越来越带有沙龙色彩。有相同趣味、修养的人经常会在某个主题吧聚会，即所谓品位的分流。这就要求主题吧有强烈的专业色彩，以区别不同的消费口味。在上海，不仅有布吧、钟表吧等怀旧类的主题吧，还有像玻璃吧、首饰吧等较为新潮的主题吧，至于网吧、音乐吧、陶吧、影吧等更是比比皆是。这些特色吧之中，有的因存在明显的形式主义而缺乏深厚的文化内涵遭到顾客无情的冷落。如杭州红舞鞋舞吧的停业，就属于这种情况。而都市各类迪吧，大都“昙花一现”，个中原由，除了追求时尚的男女“忘恩负义”之外，很大程度上是经营者除了在规模、设施上竞争外，并没有在文化上进行深度开发，导致了形似而神不似的结果。

(2) 形象上的文化要求。

主题餐厅的形象就是氛围，这种氛围首先由服务场所的人员体现出来。一个成功的主题餐厅，从总经理到服务生都必须爱好并熟悉自己的主题。如汽车吧的老板肯定是个地道的爱车族，球迷吧的老板肯定是个地道的球迷，否则，就会使这种主题气氛大打折扣。

另一个就是本身的形象，即从文化的角度看，能给消费者多少真切的感

受。以不同主题亮相京城使馆区的酒吧街就在形象设计上搞得有声有色：

“流行一号”门前矗立着两个硕大的酒桶；具有捷克风格的“公牛吧”被巨大的牛头雕刻护卫着；“十二橡树”则被星星点点的红叶衬出了几分温柔；

“西部阳光”独具美国西部风情，一个木制的车轮高悬于天花板中央，牛头骨、马鞍、长剑、树皮、镖靶等分挂四周，一圈古朴的篱笆围出一片空地，在乐队演奏的粗犷音乐中，有年轻人陶醉地蹦迪，客人刚掏出烟，就马上有穿着牛仔装的服务生将一枝手枪对准你，当然，那是打火机；“巴比松”以法国的一个画派为名，着力刻画亲近大自然的风格，“巴比松”内展示着多件洋溢着自然气息的植物画作，灯光淡雅，砖墙素朴，舒缓的西洋古典音乐宛若流水；“酷吧”突出表达青春和前卫的感觉，装饰夸张，浓墨重彩，音乐也动感十足；“功夫吧”里满墙都是武术挂图，一进门，墙上的“武松醉打蒋门神”就令人精神为之一振，京剧脸谱、李小龙的图片等装饰独树一帜，这里还有太极名师现场指点，喜爱武术的客人尽可在此切磋武艺；而“非常院线”墙上陈列的是 Ausel Adansr 原作，顾客喜欢的话，可把这些作品买回家，整体布置充满艺术气息，中世纪风格的烛台映着昏黄的光，还可欣赏奥斯卡经典影片；“蓝梦吧”的空间布置则比较精巧，演奏台布置在中央。所有的这些酒吧餐厅，无一不是充满了个性、充满了文化。

因此，主题餐厅整个格局的布置、音乐的选择、服务的设计等，都是一门艺术。如粗狂而原始的装饰、朦胧昏黄的灯光、略带颓废的音乐，穿着休闲的服务员、衣着随便的“同味”客人等，所有这一切，都烘托出一种鲜明的氛围，从而形成自己的特色形象。

联系主题餐厅的两大本质特性，餐厅在创设主题时，必须体现一定的差异性和相当的文化性，这才是真正意义上有生命力的主题。

三、主题餐厅的特点

作为一种与众不同的餐厅，主题餐厅的特点绝不仅仅局限于“主题”。一般，一个相对成熟的主题餐厅应具备以下特点：

1. 鲜明的主题特色

鲜明的主题是主题餐厅生存和发展的资本，并且一旦确定了某个主题，餐厅的一切都将以此主题为中心，围绕主题展开经营活动：

首先，餐厅外观应体现相应的主题内涵，如美国有一家以“恐怖”为主题的餐厅，用冷硬的岩石作为餐厅外墙，并在外墙的正中悬挂了一个龇牙咧