

21世纪高等学校应用型特色精品规划教材

现代旅游酒店会展服务系列



酒水知识

缪佳作 倪晓波 主编



清华大学出版社

21 世纪高等学校应用型特色精品规划教材——现代旅游酒店会展服务系列

酒水知识

缪佳作 倪晓波 主编

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

为了适应当前我国酒店职业教育与酒店专业人才培养的需要,本书结合调酒师、茶艺师、咖啡师职业培训和职业技能鉴定的要求,以职业活动为导向,以职业技能为核心,是一本理论与实践相结合的教材。本书的主旨是普及酒吧基本知识,提高酒吧服务技能,讲授酒吧的经营和管理知识。本书以“调酒、茶艺、咖啡调制”三大技能为结构体系,系统地介绍了酒吧文化、服务流程和具体操作方法。本书内容丰富、通俗易懂、雅俗共赏、由浅入深,融知识性、趣味性于一体,并配有多种形式的教学手段来帮助学习者加强记忆,提高修养,掌握技能。

本书既适合应用型高等学校学生使用,也可作为酒吧文化爱好者和酒吧服务人员的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

酒水知识 / 缪佳作,倪晓波主编. -- 北京:清华大学出版社,2016
21世纪高等学校应用型特色精品规划教材. 现代旅游酒店会展服务系列
ISBN 978-7-302-42233-4

I. ①酒… II. ①缪… ②倪… III. ①酒—基本知识—高等学校—教材 IV. ①TS971

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第279136号

责任编辑:孟毅新

封面设计:常雪影

责任校对:刘 静

责任印制:宋 林

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 刷 者: 三河市君旺印务有限公司

装 订 者: 三河市新茂装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm 印 张: 17.25

字 数: 401 千字

版 次: 2016 年 2 月第 1 版

印 次: 2016 年 2 月第 1 次印刷

印 数: 1~3000

定 价: 39.80 元

产品编号: 065972-01

前 言

酒吧是销售酒水和酒水服务的重要场所,也是人们社交、休闲、娱乐的重要载体。从广义上理解,酒吧还可包括茶吧、茶馆、咖啡屋等多种形式。酒吧和酒水的新发展对酒吧从业人员提出了新的要求,作为旅游管理专业的学生,有必要与时俱进掌握全新的酒水、酒吧服务和管理方面的知识和技能。

本书特点如下。

(1) 结合职业标准,紧贴岗位要求。本书内容体系是根据国家职业标准,在研究了具体岗位工作内容和要求的基础上进行编排的,对产品和技能进行系统的介绍,从基础认知到基本技能再到专业技能,整本教材结构科学、合理,思路清晰。

(2) 使用范围更广泛,内容够用、实用。本书有别于以往的酒吧教材,在体系设计上把调酒师、茶艺师、咖啡师放在了同比重位置,对酒、茶、咖啡和雪茄等酒吧产品做了全面的介绍,内容选取上遵循够用、实用的原则,使读者通过阅读能迅速掌握酒吧主要工作范围的知识。

(3) 注重能力培养,技能易学、易掌握。本书较为强调操作能力的培养,从器具操作、器皿挑选等基本技能和服务流程的分析与介绍,到具体的专业技能的操作演练,如调酒师的鸡尾酒调制、茶艺师的茶叶冲泡要领及程序演示、咖啡师的花式咖啡调制。本书文字叙述平实易懂,图文并茂,使读者能在本书指导下进行正确的操作,从而掌握相关技能。

(4) 突出先进性和趣味性。本书“引导案例”和“课外资料”的内容大都选取酒吧行业的新理念、新动态和新产品,注重与行业发展保持同步,吸收国内外酒吧管理的新知识和新方法,同时紧扣现实,增加了健康养生的常识,经典历史的回顾和艺术审美的修养,内容具有一定的前瞻性和趣味性。

本书由缪佳作和倪晓波主编,各章节的编写分工如下:第一章、第二章、第三章、第四章、第七章由倪晓波编写,第五章、第六章、第八章、第九章、第十章由缪佳作编写。全书由缪佳作进行统稿和定稿。

本书在编写过程中,参阅了大量国内外文献和著作,并得到了有关高职院校领导、无锡诸多酒吧、茶馆和咖啡馆的大力支持和帮助,在此一并表示诚挚的感谢。

由于编者水平有限,书中难免有不足之处,恳请各位专家、业内人士批评指正,提出宝贵意见。

编者

2016年1月

目 录

第一章 酒吧概述.....	1	二、认识咖啡.....	64
第一节 酒吧的定义和分类	4	三、咖啡的种类和产地.....	70
一、酒吧的定义	4	评估练习.....	73
二、酒吧的分类	5	第四节 雪茄	73
评估练习	11	一、雪茄的历史.....	73
第二节 酒吧的组织机构与岗位职责	11	二、雪茄的分类.....	74
一、酒吧的组织结构.....	11	三、雪茄的鉴别与享用方式.....	75
二、酒吧员工的岗位职责.....	11	四、雪茄的储存.....	78
评估练习	15	五、雪茄的服务.....	78
第三节 酒吧的结构	15	评估练习.....	80
一、酒吧的结构	15	第三章 设备与器具认知.....	81
二、吧台设置	16	第一节 酒水的设备和用具.....	83
评估练习	23	一、酒吧的设备.....	83
第二章 产品认知.....	24	二、酒吧的用具.....	84
第一节 酒.....	25	评估练习.....	89
一、酒的概念	26	第二节 茶具	89
二、酒的功效	26	一、茶具的历史.....	89
三、酒的分类	27	二、茶具的分类.....	91
四、发酵酒	28	评估练习.....	94
五、蒸馏酒	39	第三节 咖啡器具	94
六、配制酒	46	一、咖啡器具的历史.....	94
评估练习	49	二、咖啡器具的分类.....	95
第二节 茶.....	49	评估练习.....	97
一、茶名称	50	第四章 酒水服务人员的职业素质.....	98
二、茶的历史	50	第一节 调酒师	100
三、茶的功效	54	一、调酒师的定义.....	100
四、茶种类	56	二、调酒师的素质要求.....	100
五、茶的储存	60	评估练习.....	103
六、茶的科学饮用方法.....	60	第二节 茶艺师	103
评估练习	61	一、茶艺师的定义.....	103
第三节 咖啡	62	二、茶艺师的素质要求.....	104
一、咖啡的历史	62		

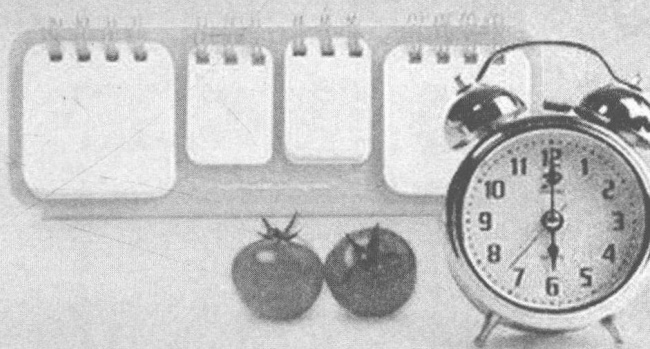


评估练习	106	评估练习.....	147
第三节 咖啡师	107	第三节 经典鸡尾酒配方	147
一、咖啡师的定义	107	一、经典鸡尾酒酒谱.....	148
二、咖啡师的素质要求.....	107	二、常见鸡尾酒酒谱.....	150
评估练习	111	评估练习.....	161
第五章 酒吧工作流程.....	112	第七章 茶艺演示.....	162
第一节 营业前的准备工作	115	第一节 绿茶茶艺	164
一、营业前的清洁卫生及检查 工作	116	一、绿茶识别.....	164
二、各岗位人员的准备工作.....	117	二、绿茶冲泡技巧.....	166
三、酒吧摆设	118	三、绿茶典型茶艺演示.....	167
四、服务人员着装准备.....	120	评估练习.....	170
评估练习	121	第二节 红茶茶艺	170
第二节 营业中的服务	121	一、红茶识别.....	170
一、引领服务	121	二、红茶冲泡技巧.....	171
二、点单、开单服务.....	122	三、红茶饮用方法.....	172
三、酒水服务	123	评估练习.....	174
四、送客服务	128	第三节 花茶茶艺	174
评估练习	128	一、花茶识别.....	174
第三节 营业结束后的工作	129	二、花茶冲泡技巧.....	175
评估练习	129	三、花茶典型茶艺演示.....	176
第六章 鸡尾酒调制.....	130	评估练习.....	177
第一节 鸡尾酒调制基础	132	第四节 普洱茶茶艺	178
一、鸡尾酒的起源	132	一、普洱茶识别.....	178
二、鸡尾酒的概念	133	二、普洱茶冲泡技巧.....	180
三、鸡尾酒的基本结构.....	134	三、普洱茶典型茶艺演示.....	181
四、鸡尾酒的分类	136	评估练习.....	185
五、鸡尾酒的命名	138	第五节 乌龙茶茶艺	185
评估练习	139	一、乌龙茶识别.....	185
第二节 鸡尾酒的调制	141	二、乌龙茶冲泡技巧.....	187
一、调制术语	141	三、乌龙茶典型茶艺演示.....	187
二、英式调制技术	142	评估练习.....	190
三、花式调酒技术	143	第八章 咖啡调制.....	191
四、鸡尾酒的创作	145	第一节 咖啡壶的使用	193
		一、虹吸壶.....	193

二、比利时皇家咖啡壶.....	195	二、酒吧营销及其含义.....	231
三、摩卡咖啡壶.....	196	三、酒吧营销的目的.....	232
四、法式压滤壶.....	197	评估练习.....	237
五、手冲咖啡壶.....	198	第二节 酒吧目标顾客确定与产品	
六、意式半自动咖啡机.....	199	分析.....	237
七、越南咖啡壶.....	200	一、目标顾客的确定.....	237
评估练习.....	201	二、产品分析.....	238
第二节 花式咖啡的调制.....	201	评估练习.....	243
一、调制咖啡的原料.....	201	第三节 酒吧营销策略和营销管理.....	243
二、单品咖啡的特点和口感.....	203	一、酒吧形象营销.....	243
三、经典花式咖啡的介绍和制作... ..	204	二、酒吧关系营销.....	244
评估练习.....	205	三、酒吧氛围营销.....	246
第九章 室内空间设计.....	206	四、口碑营销.....	248
第一节 酒吧的设计.....	208	评估练习.....	248
一、酒吧的设计理念.....	208	第四节 酒吧促销方式.....	249
二、酒吧的市场定位.....	208	一、促销的定义.....	250
三、酒吧的设计内容.....	213	二、广告促销.....	250
四、酒吧酒单设计.....	218	三、公共关系.....	251
五、主题酒吧设计.....	220	四、营业推广.....	252
评估练习.....	222	五、人员推销.....	253
第二节 茶室设计.....	222	评估练习.....	254
一、茶室的主体设计.....	222	第五节 酒吧营销的变革与创新.....	254
二、茶室的布置.....	223	一、网络营销.....	254
评估练习.....	225	二、公众号营销.....	255
第三节 咖啡馆设计.....	226	三、整合营销.....	256
一、咖啡馆的选址.....	226	四、直复营销.....	256
二、咖啡馆的店面设计.....	226	评估练习.....	257
三、咖啡馆空间设计.....	227	第六节 酒吧主题活动的组织实施.....	259
评估练习.....	228	一、酒吧营销策略.....	259
第十章 酒吧营销管理.....	229	二、酒吧主题活动策划.....	260
第一节 酒吧营销认知.....	231	三、酒吧主题活动组织实施.....	261
一、市场营销的概念和酒吧营销的		四、鸡尾酒会组织与管理.....	262
发展.....	231	评估练习.....	265
		参考文献.....	266

第一章

酒吧概述





酒店酒吧：美景雕琢高雅浪漫

华灯初上，沪上或现代或古典的建筑逐渐变成童话里的宫殿，精彩的夜生活也由此拉开了帷幕。对那些既要时尚，又要休闲，还要格调的时尚达人来说，数量不多，风情迥异的星级酒店酒吧或许是个不错的选择。

1. 多样现代派

在沪上的酒吧中，以景观见长的“空中酒吧”很是显眼。在浦东，有金茂大厦 87 层的九重天酒吧、香格里拉的翡翠 36 酒吧；在浦西，有 JW 万豪酒店 40 层的 JW's 酒吧、皇家艾美位于 65 层、66 层风格迥异的 789 酒吧。这些酒吧的共同点就是能以鸟瞰的姿态把上海的璀璨夜景尽收眼底。而酒吧自身的内容更是“八仙过海，各显神通”。

金茂大厦 87 层的九重天酒吧除了“高处不胜寒”的特色之外，还在于每晚都会出现的 3 个人：魔术师、算命师和剪纸师。酒吧经理告诉记者，魔术的魅力在于让人拍案称奇的同时解压释怀，具有中国传统文化的算命和剪纸也吸引了不少外国客人。九重天酒吧设计幽雅神秘，窄仄的楼梯连接着一个隐蔽的夹层酒吧，酒吧距离地面 330 多米，加上金茂特色的大落地窗户，眺望窗外，时而云雾缭绕，恍若隔世。这里不是热力四射、氛围动感的买醉场所，而是朋友间交心畅谈的绝佳之处。

浦东香格里拉酒店的翡翠 36 酒吧以位居 36 层、设计外形酷似翡翠珠宝盒得名。酒吧入口的设计酷似鸟笼，门帘徐徐旋转，引你进入别样洞天。炫目撩人的色彩设计冲击着你的视觉神经，展现了设计师对中国元素的诠释。吧台由翡翠色的雾状玻璃和真皮皮革包裹而成，犹如一个半开放的翡翠珠宝盒。内部装饰为豪华玫红色，鲜红色帷幔窗帘，属现代派风格。这里以观赏“最临近江景”酒吧著称。在西侧，黄浦江横亘眼前，似乎感到迎面扑来的水汽，向你倾诉一个温润多情的夜上海。酒吧北面，透过妖娆鲜红印花的帷幔看到东方明珠呈现的另一种姿态。酒吧对面是翡翠 36 餐厅，可以随时供应特色餐点。

皇家艾美 65 层的 789 酒吧很有特色：酒吧的一角摆放着一张白色的大床，轻纱围绕，可以和朋友或坐或躺在床上聊天。来自荷兰的酒吧经理介绍说，酒吧派对很丰富，每周四晚上有“拉丁狂欢之夜”派对，有专门的老师来教跳 Salsa 舞；每周五晚上是女士之夜，女士们可以体验一份“周五皇后”的礼遇：“皇后”般的恭迎，目睹皇室套房，任由香槟滑过唇齿。

同样现代风格的浦东福朋喜来登集团酒店酒吧则走起了运动路线。酒吧的装饰尽显运动特质，吧台桌面、吧台椅的小后背，都直接使用不锈钢面，有两面墙也采用了金属感的装饰。吧台顶的兽纹图案的灯罩和地毯动感的纹状遥相呼应，墙上挂着运动场景的照片。台球桌、足球游艺台摆放其中，每个桌上摆着骰子，还有各类益智类玩具。酒店的市场公关主任告诉记者，这里就像美国的小酒馆，客人可以大杯地饮用啤酒。

2. 优雅怀旧派

相对于现代风格的时尚设计,拥有怀旧气氛的酒店则带领客人穿越时光隧道。无论是神秘中世纪还是经典老上海,无论是慵懒的贵妃椅还是黑白怀旧的老照片,置身这些逝去的曾经,让人忘却尘嚣。

伴随着永不落幕的蓝调爵士,进入威斯汀的丽心酒吧,与舒缓的音乐相得益彰的是这里浓浓的怀旧气氛。酒吧的客人主要以酒店客人为主,大部分客人来酒吧更多是为了放松,怀旧氛围会让客人觉得很舒适。酒吧的座位安排是少见的家庭式排列,墙上10张相片里的人物都是美国爵士乐手。由于酒吧在二楼,窗外的景色与那些高层的酒吧相比不占优势,但是窗户的设计却很独特,外面的灯光不是通过窗户直接进来,而是先经过窗台前的大木格子,显得更为温柔。

在锦江汤臣洲际大酒店的爱吧,同样感受到了浓重的怀旧气氛。这个拥有160张座位的酒吧主色调是棕色、灰色,吧台、圆桌,甚至烛台都是比较规则的几何图形,就连投影仪投在墙上的图形也是三角形与圆形。几根摇曳的蜡烛,让墙上密密麻麻的黑白老照片更显怀旧。照片有几百张,有抬着轿子戴着清代帽子的士兵,有坐着黄包车盘着发髻的清代贵妇,有推着手推车的朴素百姓,还有学张果老骑驴子的商人,随意组合却可以看出时代的变迁。酒吧的工作人员告诉记者,这些照片都是从不同地方淘来的,如果客人喜欢,也可以购买。

3. 美酒佳肴派

凭借美味佳肴吸引顾客的酒吧中,JW's 万豪酒店以高档齐全的香槟雪茄以及各式特色的小点心赢得了不少分数;大宁福朋喜来登酒店的西班牙餐厅酒吧,则为你带来纯正的西班牙正餐以及特色 Tapas 小点心。

走进 JW's 酒吧印着无数玫瑰花图案的大门,走廊两边是波浪形的储酒廊,种类繁多的香槟酒在提醒人们这里以香槟见长。这里供应的香槟是上海最全的,而香槟酒本身气质奢华,又具备欢庆愉悦的氛围营造力,目前主推保乐力加的顶级香槟“巴黎之花”。当然喜欢雪茄的人,穿过一重上海风情装饰的玻璃门,就可以到优雅的 898 雪茄吧来享受雪茄带来的乐趣。对偏爱小食的女孩子来说,酒吧推出的“美食之旅”系列小食也是一个不错的选择,如“Wagu 牛排之旅”“三文鱼卷之旅”等,每个系列都由4种不同口味构成。下班后和几个好朋友在这里背倚城市美景,尽享美酒,一天的劳顿会顷刻消失。

大宁福朋喜来登酒店一楼的西班牙餐厅酒吧(Siempre Tapas)带来的是惬意的西班牙风情。充满幻想的多彩马赛克图案墙壁,精心放置的欧洲风情的鲜花及艺术品,西班牙风情让人神往。客人可以在高脚吧台喝上几杯,也可以在旁边的用餐区享用正餐。很多外国友人喜欢选择室外露天的雅座,他们觉得在户外更愉悦和放松。空气中弥漫的西班牙美食香味更是挑逗你的味蕾。这里供应西班牙特色的 Tapas 小吃和正餐,从鸡尾酒、葡萄酒到西班牙海鲜饭等,一应俱全,另外,餐厅还会定期更新菜单。

东锦江索菲特的 X Sensation 旋转餐厅把美食与美酒融为一体,酒吧风格现代却不失



神秘。入口处是华贵的银珠垂帘，透着深宫大院气息的深红色隔厅柜，灯光迷离的壁式酒柜，不拘一格延伸着枝蔓的装饰植物。这里的法国菜做得很出色，不仅秉持了法国菜系一贯精致的风格，更加入了许多上海元素。巴黎和上海，两座别具风情的摩登都市，在此刻遥相呼应，奏出了一支美妙绝伦的味蕾之曲。

(资料来源：刘晓兰，耿秋丽. 酒店酒吧：美景雕琢高雅浪漫[N]. 环球时报，2011-1-1.)

思考题：

1. 什么是酒吧？
2. 什么样的酒吧更吸引顾客？

想要管理好酒吧，必须先要认识和了解酒吧，从而掌握酒吧的运行规律，并善于在实践中运用酒吧管理理论，最终通过有效的执行管理职能来实现酒吧的各个经营管理目标。管理酒吧是一项极富挑战性的工作，酒吧管理要集科学性、技术性与艺术性于一体。本章是全书内容的基础，从这里走进五光十色的酒吧，领略不一样的风情，并最终成为极具魅力的酒吧服务与管理专业人士。

第一节 酒吧的定义和分类

教学目标：

1. 了解酒吧的定义。
2. 了解酒吧的特点。

一、酒吧的定义

酒吧一词来源于英文 (Bar) 的谐音，“酒吧”(Bar) 一词产生于粗犷的美国西部，西部人有点野，卖酒的小店老板生怕酒客打起架来砸了他们的柜台和货架，所以在柜台外面架起了栏杆，要打架就在栏杆外面打。Bar 就是“栏杆”“横梁”“棒条”的意思，从此，这样的小酒店就叫“吧”。最早的酒吧里是没有桌子和凳子的，是不想让喝醉酒的人待在酒店里；想喝酒就靠在栏杆上喝，喝完了走人。

到了 19 世纪，美国的大饭店里都开始设酒吧，上档次的饭店一般都有一个法式餐厅和一个美式酒吧。1919 年，欧洲开始兴起酒吧文化，而当时正是美国的禁酒年代。苏格兰人哈里·麦克埃尔霍恩在巴黎开设了一家“纽约酒吧”，他的酒吧有特色、气派，有火车站的候车大厅那么大。这个酒吧后来成为知识分子和文艺界人士聚会的场所，美国作家海明威、法国作家萨特、美国作曲家格什温等都是这里的常客。哈里的“纽约酒吧”供应 180 多种鸡尾酒。今天，全世界都有按哈里模式建造的酒吧。

随着社会的发展，酒吧由原先敞露变成封闭的室内经营方式，也不再只是提供单一的酒品。现代酒吧经营的品种涉及酒、茶、咖啡、简餐、雪茄等，提供的服务和经营特色趋于大众化、个性化、多功能化、现代化及娱乐性、休闲性等方向发展。酒吧与网吧、氧吧、球吧等时尚元素融合，成为现代酒吧经营的方向。从世界范围来看，酒吧业也越来越受到人们的

欢迎, 与现代酒店业的发展一样, 世界性的酒吧经营管理集团林立, 酒吧的风格日新月异, 成为经久不衰的服务性行业。

什么是酒吧? 狭义上, 酒吧就是专门出售酒水饮料和服务, 供人怡情、交友、聚会的营业场所。广义地说, 茶吧(茶馆)、咖啡吧(咖啡馆)具备相同的功能, 都出售酒、茶、咖啡等产品, 同属于一类娱乐休闲场所。

二、酒吧的分类

酒吧的分类方式有很多, 国际上也没有统一的标准, 一般可以按服务方式、服务内容和经营形式来分类。

(一) 根据服务方式分类

1. 主酒吧 (Open Bar 或 Main Bar)

主酒吧也叫英美正式酒吧, 在国外也有叫 English Pub 或 Cash Bar 这类酒吧的特点是客人直接面对调酒师坐在酒吧台前, 当面欣赏调酒师的操作, 调酒师从准备材料到酒水的调制和服务全过程都在客人的目视下完成。主酒吧不但要装饰高雅、美观、格调别致, 而且在酒水摆设和酒杯摆设中要创造气氛, 吸引客人来喝酒, 并使客人觉得置身其中饮酒是一种享受。

2. 酒廊 (lounge)

酒廊通常带有咖啡厅的形式特征, 格调及其装修布局也近似。但只供应饮料和小食, 不供应主食。也有一些座位在酒吧台前面, 但客人一般不喜欢坐上去。这类酒吧有两种形式, 一是大堂酒吧 (Lobby Lounge), 在饭店的大堂设置, 主要为饭店客人服务, 让客人可以暂时休息、等人、等车等。二是音乐厅 (Music Room), 其中也包括歌舞厅和卡拉 OK 厅。在饭店多数是综合音乐厅, 里面有小乐队演奏, 有小舞池供客人跳舞。

3. 服务酒吧 (Service Bar)

在中、西餐厅中设置。一般在中餐厅中较简单, 调酒师不需直接与客人打交道, 只要按酒水单供应就行了。酒吧摆设也以中国酒为主。西餐厅中的服务酒吧要求较高, 主要是有数量多, 品种齐全的餐酒(葡萄酒), 特别红、白葡萄酒的存放温度和方法不同, 需配备餐酒库和立式冷柜。在国外的饭店中, 西餐厅的酒库显得特别重要, 因为西餐酒水配餐的格调水准都在这里体现出来。

4. 宴会酒吧 (Banquet Bar)

宴会酒吧是根据宴会形式和人数而摆设的酒吧, 通常是按鸡尾酒会、贵宾厅房、婚宴形式的不同而作相应的摆设, 但只是临时性的, 变化很多。外卖酒吧 (Catering Bar) 是宴会酒吧中的一种特殊形式, 在外卖情况下摆。

(二) 根据服务内容分类

1. 供应纯饮品酒吧

相对于提供食品的酒吧而言, 此类酒吧主要提供各类饮品, 但也有一些佐酒小吃, 如果



脯、杏仁、腰果、果仁、蚕豆等坚果食品类，因为据科学验证，人们喝酒之后流失最多的就是此类食品中所含的物质，一般娱乐中心、机场、码头、车站等的酒吧属此类。

2. 供应食品的酒吧

供应食品的酒吧可分为以下几种。

(1) 餐厅酒吧。绝大多数餐厅都设有酒吧或吧台，这种附属于餐厅的酒吧或吧台大部分只是辅助餐厅中食物的经营，仅作为吸引客人消费的一种手段，所以，其酒水销售的利润相对于单纯的酒吧要低，品种也较少。但目前在高档餐厅中，其品种及服务有增强趋势。

(2) 小吃型酒吧。从一般意义上讲，有食品供应的酒吧的吸引力总是要大一些，客人消费也会多一些，所以，建议酒吧在有可能的情况下兼有小食品供应。因食品与酒水的消费往往是相辅相成的，所以有食品自然会使客人增加消费。小食品往往是有独特风味及易于制作的小吃，如三明治、汉堡包、炸猪排、炸鱼排、炸牛排等或地方风味小吃。在这种以酒水为主的酒吧中，小吃的利润高些客人也能接受。

(3) 夜宵式酒吧。这种酒吧往往是夜间的高档餐厅。入夜，餐厅将其环境布置成类似酒吧型，有酒吧特有的灯光及音响设备。产品上，酒水与食品并重，客人可单纯享用夜宵或其特色小吃，也可单纯用饮品，这种环境与经营方式对某些人也具有相当吸引力。

3. 娱乐型酒吧

娱乐型酒吧的环境布置及服务主要是为了满足寻求刺激、兴奋、发泄的客人，所以这种酒吧往往设有乐队、舞池、卡拉 OK、时装表演等，有时甚至是娱乐为主、酒吧为辅，所以其吧台在总体设计中所占空间较小，而舞池较大。此类酒吧气氛热烈、活泼，而强烈的灯光设计使人觉得冲动、兴奋，亮色和粗的模型显得刺激，在这样的环境中，客人心情会彻底地放松。大多数青年人较喜欢刺激豪放类酒吧。

4. 休闲型酒吧

休闲型酒吧通常也可称为茶座或咖啡吧，是客人在进行了一次紧张的旅行之后或公务之余松弛精神、怡情养性的场所。此类场所主要为寻求放松、谈话、约会的客人而设，所以要求座位舒适、灯光柔和、音响的音量小、环境温馨优雅。除其他饮品外，供应的饮料品种以软饮料为主，茶和咖啡是其所售饮品中的大项。

5. 俱乐部、沙龙型酒吧

俱乐部、沙龙型酒吧是由具有相同兴趣、爱好、职业背景、社会背景等的人群组成的松散型社会团体，谈论共同感兴趣的话题、交换意见及看法、定期聚会的场所，同时有饮品供应。如在城市中可看到的“企业家俱乐部”“股票沙龙”“艺术家俱乐部”“单身俱乐部”等场所。

(三) 根据经营形式分类

1. 附属经营酒吧

(1) 娱乐中心酒吧。附属于某一大型娱乐中心，客人在娱乐之余，往往要到酒吧喝一杯酒，以增强兴致。此类酒吧往往只供应含酒精量低及不含酒精的饮品，属增兴服务，使客人

在运动、兴奋之余,获得另一种状态的休息和放松。

(2) 购物中心酒吧。大型购物中心或商场中也常设有酒吧。现代社会购物也是一种享受,此类酒吧,往往为人们购物之后休息及欣赏其所购置物品而设,主要经营不含酒精的饮料。

(3) 饭店酒吧。此类酒吧为旅游住店客人特设,也接纳当地客人。我们知道,酒吧最早是在饭店的初级形式——客栈中出现的。虽然现在已有许多酒吧独立于饭店而存在,但饭店中的酒吧仍是随饭店的发展而发展,而且饭店中酒吧往往是某一地区或城市中最好的。饭店中酒吧设施、商品、服务项目较全,客房中可有小酒吧,大厅中可有鸡尾酒廊,同时还可根据客人需求设歌舞厅等,开展各种服务。

(4) 航空机、火车、轮船酒吧。为旅客旅途中消磨时光、增加兴致,航空、火车、轮船上也常设有酒吧,但仅提供无酒精饮料及含低度酒精的饮品。

2. 独立经营酒吧

相对前面几类而言,独立经营酒吧与其他大类经营无明显的附属关系,单独设立。但此类酒吧往往经营品种较全,服务及设施较好,或有其他娱乐项目经营,交通方便,也能吸引客人。

(1) 市中心酒吧。大部分酒吧都建在市中心,市中心酒吧一般设施和服务都较全面,常年营业,顾客逗留时间较长,消费也较多。由于设在市中心的酒吧很多,所以这类酒吧总是面临着竞争。

(2) 交通终点酒吧。交通终点酒吧设在机场、火车站、港口等旅客中转地,旅客因某种原因需要滞留及等候时,为消磨等候时间、休息放松,会去酒吧消费。在这类酒吧消费的客人一般逗留时间较短,消费量也较少,但座位周转率会很高。交通终点酒吧一般经营品种较少,服务设施也较简单。

(3) 旅游地酒吧。旅游地酒吧设在海滨、森林、温泉、湖畔等风景旅游地,供游人在游览之余放松及娱乐,一般都有舞池、卡拉 OK 等娱乐设施,但所经营的饮料品种较少。

(4) 客房小酒吧。此类酒吧设在酒店客房内,客人可以在自己的房间内随意饮用各类酒水或饮料。这种酒吧在国内饭店并不多见,它是高级客房才有的。但随着酒吧业的不断发展,这类酒吧已被许多大饭店采用。



课外资料 1-1

中国酒吧特色与地域发展

在中国,酒吧是一个移植过来的公共空间。与酒吧在西方嬗变的历史相比,可以说酒吧在中国只不过是一个没有历史的空间、一个舶来的想象性空间。酒吧这一想象性空间构成中国人关于西方的想象的空间和空间的想象。在这种关于西方的想象中,时尚的消费充斥其间。在许多人眼里,它所呈现的几乎就是西方人唯一的娱乐休闲方式,一个经常出现的公共交往空间。全球化的浪潮、经济一体化的趋势,从地理政治学的角度说,都只不过是西方化的过程。西方公共空间里所展示的西方化生活方式也就当然成为时尚效仿的对象。



然而，一个没有历史的空間，就像一個沒有歷史的人一樣，時髦起來總會是如此地輕盈。在這一片輕盈的曼舞中，酒吧已成為一個空洞的時尚風景。

一個空間舶移過來的無歷史的風景靠什麼來支撐它的時尚流行呢？泡吧一族也許會說，雖然我不了解酒吧的歷史，其實我從來也不想去了解什麼歷史。因為，我喜歡，並不需要理由；我體驗，並不需要歷史。對酒吧，我有我主張，我有我體驗，我有我想象。

酒吧在中國雖然是一個無歷史的空洞風景，但這一風景的空洞其實也並不是一片空白。否則誰都不願意站在一片空白的風景中嬉戲。是什麼填充了這一風景的空洞呢？填充充溢這一空洞風景的填充物是一些什么東西呢？應該說是文化想象。具體來說，是關於西方的文化想象構成了這些填充物。關於西方的文化想象成為酒吧風景的填充物，正是這些想象之物使酒吧的空洞在中國變得色彩繽紛，並極富特殊的意味。

20 世紀 80 年代初，關於西方的文化想象構成了當代中國普遍的社会心理現象。改革開放以來，國門大開。國人從封閉、專制、動亂、落后的歷史中走出來，開始睜開眼睛看世界。西方社會的發展進步令國人驚美不已。一種崇尚西方的社会心理迅速滋生並蔓延。20 世紀 80 年代家用電器的進口，西方的進步以具體可感的产品形式進入尋常百姓的日常生活之中。這是一種充滿誘惑、難以抵禦的物质力量。除了物质的力量，還有文化的衝擊，西方影視作品的引進傳播，更使人們從直觀感性的影像中感受西方的魅力。在 20 世紀 80 年代初的中國，人們在擁擠簡陋的小飯店用大碗喝着限量出售的啤酒；排着長隊用水壺打啤酒，回家後像過節一樣開懷暢飲。生活在這種境況下的人們，看到西方影視鏡像中燈紅酒綠的酒吧時，那種羨慕渴求的感覺可想而知。酒吧是隨著外國人來華而開始進入中國的。那時，只有涉外賓館即只接待外國人的賓館，才開有酒吧之類的消費空間。它成了一個既神秘又令人神往的地方。關於酒吧的文化想象，可以直接滿足人們對西方的崇尚心理。酒吧為人們提供了一個可以置身於西方氛圍的空間，它是關於西方的文化想象成為可以觸摸、可以感受、可以品嚐、可以體驗的實在場景。

從酒吧興旺的地域分布看，酒吧一開始多是在對外開放力度較大的沿海大都市發展起來的。北京、上海、廣州、深圳等大都市，先後形成了較有規模的酒吧集聚地帶。比較有名的有：北京的三里屯和北海後街酒吧一條街、上海的衡山路和茂名南路酒吧一條街、廣州的沿江路和白鵝潭酒吧一條街。這些酒吧集聚地帶的形成都與外國人旅居之地有着緊密的關聯。它們大都在外國使館區，如北京的三里屯；或是外國遊客較多的豪華賓館附近地區，如上海的衡山路酒吧一條街和廣州的白鵝潭酒吧一條街。這種空間的鄰近與接近，表明酒吧的空間生產與西方化有着十分緊密的聯繫。

從酒吧的名稱來看，西方化的追求與模仿對酒吧的風格產生了至關重要的影響。酒吧在宣傳自己時，經常標舉自己的英式風格、美式風格、歐式風格等，並以此作為招徠顧客的經營招牌。經過網上的查詢，我們看到酒吧命名的西方化是一個極為普遍的現象，如愛爾蘭酒吧、威尼斯酒吧、蘇格蘭酒吧、聖保羅酒吧、法蘭西酒吧、巴黎酒吧、夏威夷酒吧、好萊塢酒吧、香榭麗舍酒吧、爵士酒吧、諾亞方舟酒吧、雞尾酒酒吧等，無一不直接坦露

西方化的风格。这些西式的招牌,展示着酒吧的西方化形象,满足着人们关于西方的文化想象。

应该看到的是,中国对西方的文化想象,一直存在着过度诠释的现象。这种过度诠释的文化想象,直接来自人们对西方认同的痴迷心态。在许多人眼里,外国的月亮都比中国的圆。过度的想象与诠释,夸大了西方的一切,使西方的一切成为时尚流行,成为人们心向往之的追求,成为风靡一时的潮流。“吧”字的风靡流行便是这种过度想象与过度诠释的产物。在西方,大多数情况下,Bar 主要特指酒吧这一空间场所,而在中国,“吧”的意指几乎扩展到所有的公共消费空间。于是,便有了各种各样的“吧”:茶吧、网吧、影吧、泥吧、陶吧、书吧、氧吧、聊吧、说吧等。“吧”取代了“馆”“院”“楼”“坊”“店”等古老的空间场所词汇,使所有的消费空间场所附着上鲜明的西方色彩,成为一种风靡空间的流行时尚。

区域特色

“有音乐,有酒,还有很多人”。一般人对酒吧的认识似乎只至于此,作为西方酒文化标准模式,酒吧越来越受到人们的重视。“酒吧文化”酒吧,悄悄地,却是越来越多地出现在 20 世纪 90 年代中国大都市的一个个角落。北京的酒吧品种多多,上海的酒吧情调迷人,深圳的酒吧最不乏激情,它成为青年人的天下,亚文化的发生地。酒吧的兴起和红火整个中国的经济、社会、文化的变化都有着密不可分的关系,酒吧的步伐始终跟随着时代。

北京。北京是全国城市中酒吧最多的一个地方,总共有 400 家左右。经常去泡吧的人主要是:在华的外籍人士、留学生、生意人、白领阶层、艺术家、大学生、娱乐圈人士及有经济能力的社会闲散人士等。北京的酒吧一般装饰讲究,服务周到,而酒吧的经营方式更是形形色色,各有特色。从音乐风格和装饰风格的区别也决定了消费对象的情趣选择。北京的酒吧是国内最多种多样的:利用废弃大巴士的“汽车酒吧”;与足球相关的“足球酒吧”;能在里面看电影的“电影酒吧”;充满艺术情调的“艺术家酒吧”,还有挂满汽车牌照的“博物馆酒吧”,当然,能连上 Internet 的“网吧”更是遍地春风。北京的酒吧有大有小,生意也有好有坏,大的像“向日葵”(已停业)有六七百平方米,小的如“年华”只有 20 多平方米。

上海。上海的酒吧已出现基本稳定的三种格局,三类酒吧各有自己的鲜明特色,各有自己的特殊情调,由此也各有自己的基本常客。第一类酒吧就是校园酒吧,集中在上海东北角,以复旦、同济大学为依托,江湾五角场为中心,如“Hard Rock”“单身贵族”“黑匣子”“亲密伴侣 Sweet Heart”等。从吧名就能“嗅出”其中的气味。这批酒吧最大的特色就是前卫,前卫的布置、前卫的音乐、前卫的话题。变异夸张的墙面画,别出心裁的题记,大多出于顾客随心所欲的涂写,不放流行音乐,没有轻柔的音乐,从头到尾播的都是摇滚音乐,每逢周末有表演,常有外国留学生夹杂其中,裸着上身忘情敲打。第二类是音乐酒吧,这类酒吧主要讲究气氛情调和音乐效果,都配有专业级音响设备和最新潮的音乐 CD,时常还有乐队表演。柔和的灯光、柔软的墙饰,加上柔美的音乐,吸引着不少注重



品位的音乐爱好者。日常经营往往都有音乐专业人士在背后指点,有的经营者就是音乐界人士和电视台、电台音乐节目的主持人。第三类是商业酒吧,这类酒吧无论大小,追求的是西方酒吧的温馨、随意和尽情地气氛,主要集中在大宾馆和商业街市。

深圳。深圳最早出现的是一间名叫“红公爵”的酒吧,它没有表演,也没有卡拉OK,人们只是在里面喝酒、聊天和跳DISCO。它的地方不大,装修也较随意,但却很受人欢迎;座位很拥挤,但使人更亲近;舞池很小,但DJ播出来的音乐却使人跳得很疯狂。酒吧成为一种急速发展的亚文化现象,开始受到深圳社会的关注,并吸引不同年龄、不同阶层的人去尝试和参与。各式各样的酒吧和DISCO开始在深圳流行起来,这种新的娱乐概念开始成为深圳生活的主流。深圳的酒吧最主要的特点是大型的音乐Party(DISCO)及疯狂的电子音乐。那种强劲节拍的牵引和身处人群的参与感,令许多人几乎忘了自己。

1996年年底,在欧美及日本风行多时的Rave Party(锐舞派对)和Club Culture(俱乐部文化)开始正式传入深圳。1997年10月在HOUSE举办的Ministry of Sound Party和在“阳光JJ”举办的The Future Mix Party第一次让深圳人领略到Rave Party的疯狂魔力,由欧洲顶级DJ所带来的新兴电子音乐和舞曲令人疯狂起舞直至通宵达旦,他们的精彩现场混音和打碟表演令深圳人耳目一新。由Rave Party所引发的音乐、时装和娱乐潮流在酒吧和DISCO里成为一道风景,映照深圳城市的生活夜空。

成都。成都是中国西部酒吧的缩影,这里最出名的莫过于九眼桥酒吧一条街。而近年,发展了更多的夜店聚集地,如少陵路、兰桂坊,这里特别要提到的是兰桂坊。

20世纪80年代,当加拿大商人盛智文博士(Allan Zeman)将西方的休闲享乐生活方式以美食、美酒的形式带入香港兰桂坊时,这条位于市中心但却并不出名的小街迅速成为当地年轻人、商家、外国人士和旅客相约的乐土。在盛智文博士的带领下,兰桂坊随着过去几十年不断发展,现已拥有超过100间酒吧、餐馆、会所和生活商店。每天热闹的气氛及四季不断的丰盛节目总为大家带来无限惊喜,国际大都会气色浓得化不开!兰桂坊已成国际风尚的完美对接……

2009年,盛智文博士决定把兰桂坊这个伴着香港人成长的品牌带来中国的四川省省会、有“天府之国”美誉的成都,为当地人民引进一种全新的香港国际化生活方式和态度。地处成都香格里拉大酒店和即将开业的天府时代广场之间的黄金地段,毗邻东大街金融区和未来的地铁出口,成都兰桂坊是兰桂坊集团目前在国内最大的投资项目。它是为成都日新月异的消费需求精心打造的集购物、餐饮、娱乐于一体的多元化休闲中心,致力于营造兰桂坊品牌所带来的欢乐和惊喜,为追求时尚、高品质生活的人士带来无限畅想和期待。清晨舒展身心的SPA和独具匠心的造型设计,午间创意无限的佳肴,下午香浓的咖啡小歇,引领时尚的购物天堂,晚间良朋共享的醇酒美食,子夜酒吧和KTV的高歌狂欢……成都兰桂坊精彩纷呈的时尚派对和特色节目让人们激情澎湃,流连忘返!

(资料来源:残霏.酒吧文化[OL]. 百度百科, <http://baike.baidu.com/view/40747.htm>, 2015-3-21.)