

pengren



饮食业基础知识

全国中等职业技术学校烹饪专业教材

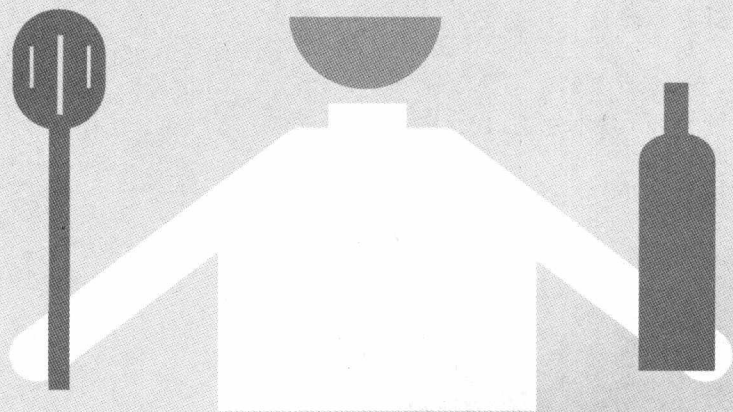
(第二版)



pengren pengren pengren

 中国劳动社会保障出版社

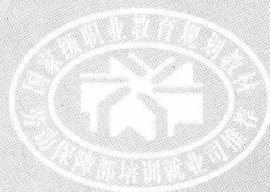
pengren



饮食业基础知识

全国中等职业技术学校烹饪专业教材

(第二版)



pengren pengren pengren



中国劳动社会保障出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

饮食业基础知识/卢红华主编. —2版. —北京: 中国劳动社会保障出版社, 2007
全国中等职业技术学校烹饪专业教材
ISBN 978-7-5045-5929-6

I. 饮… II. 卢… III. 饮食业-基本知识 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 021330 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出 版 人 : 张梦欣

*

中青印刷厂印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 10 印张 211 千字

2007 年 3 月第 2 版 2007 年 3 月第 1 次印刷

定价: 14.00 元

读者服务部电话: 010-64929211

发行部电话: 010-64927085

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话: 010-64911344

前言

Preface

为了更好地适应全国中等职业技术学校烹饪专业的教学要求,劳动和社会保障部教材办公室组织全国有关学校的职业教育研究人员、一线教师和行业专家,对中等职业技术学校烹饪专业教材进行了修订。

这次教材修订工作的重点主要有以下几个方面。

第一,坚持以能力为本位,重视实践能力的培养,突出职业技术教育特色。根据烹饪专业毕业生所从事职业的实际需要,合理确定学生应具备的能力结构与知识结构,对教材内容的深度、难度作了较大程度的调整。同时,进一步加强实践性教学内容,以满足企业对技能型人才的需求。

第二,根据餐饮行业发展,合理更新教材内容,尽可能多地在教材中充实新知识、新方法、新设备和新工艺等方面的内容,力求使教材具有鲜明的时代特征。同时,在教材编写过程中,严格贯彻国家有关技术标准的要求。

第三,努力贯彻国家关于职业资格证书与学历证书并重、职业资格证书制度与国家就业制度相衔接的政策精神,力求使教材内容涵盖有关国家职业标准(中级)的知识和技能要求。

第四,在教材编写模式方面,尽可能使用图片、实物照片或表格形式将各个知识点生动地展示出来,力求给学生营造一个更加直观的认知环境。同时,针对相关知识点,设计了很多贴近生活的导入和互动性训练等,意在拓展学生思维和知识面,引导学生自主学习。

本套教材可供中等职业技术学校烹饪专业使用,也可作为职工培训教材。

本次教材的修订工作得到了北京、河南、江苏、浙江、湖南、山东、四川、广东等省、直辖市劳动和社会保障厅(局)及有关学校的大力支持,在此我们表示诚挚的谢意。

《饮食业基础知识(第二版)》的主要内容有:饮食业概述,饮食企业的组织结构,饮食业市场营销策略,菜单策划与设计,采购、验收、贮藏与发放,厨房生产与管理,餐厅服务和管理,饮食成本核算与控制等。

本书由卢红华、王倩、王爱明、叶军编写,卢红华主编;赵子余审稿。

劳动和社会保障部教材办公室

2007年2月

第1章 饮食业概述 / 1

- 2 § 1—1 饮食业的概念、分类以及在国民经济中的地位
- 6 § 1—2 饮食业的特点与经营特性
- 9 § 1—3 我国饮食业的现状与现代饮食业的发展趋势
- 11 § 1—4 饮食企业的店址选择与整体设计

第2章 饮食企业的组织结构 / 16

- 17 § 2—1 饮食企业组织结构的设置原则
- 19 § 2—2 饮食企业的机构设置

第3章 饮食业市场营销策略 / 24

- 25 § 3—1 饮食业市场调研及分析
- 28 § 3—2 饮食业市场营销策略

第4章 菜单策划与设计 / 35

- 36 § 4—1 菜单的功能、种类与实施形式
- 42 § 4—2 菜品的策划及选择
- 45 § 4—3 菜单的定价原则、策略及方法
- 48 § 4—4 菜单内容、布局及装潢设计

目 录

Contents

第5章 采购、验收、贮藏与发放 / 52

- 53 § 5—1 采购
- 59 § 5—2 验收
- 62 § 5—3 贮藏和保管
- 66 § 5—4 发放

第6章 厨房生产与管理 / 69

- 70 § 6—1 厨房生产的特点、地位和作用
- 72 § 6—2 厨房的组织结构
- 76 § 6—3 厨房布局
- 83 § 6—4 厨房设备
- 89 § 6—5 厨房生产业务
- 92 § 6—6 厨房管理

第7章 餐厅服务和管理 / 101

- 102 § 7—1 餐厅的概念、种类、布局及室内环境
- 107 § 7—2 餐厅的设备和用具
- 111 § 7—3 餐厅服务
- 116 § 7—4 餐厅管理

第8章 饮食成本核算与控制 / 120

- 121 § 8—1 饮食成本核算的概念、意义和作用
- 123 § 8—2 饮食产品成本核算
- 133 § 8—3 饮食产品价格的核算
- 139 § 8—4 饮食成本的控制

附件 职业素养与规划 / 142

饮食业是国民经济的重要组成部分，也是我国传统行业之一。随着人民生活水平的提高，饮食业在国民经济中的地位日益重要。饮食业的发展不仅关系到人民群众的身体健康，也关系到国家的经济建设和文化传承。因此，研究饮食业的经营特点和发展趋势，对于提高饮食业的管理水平，促进饮食业的健康发展具有重要意义。

第1章 饮食业概述

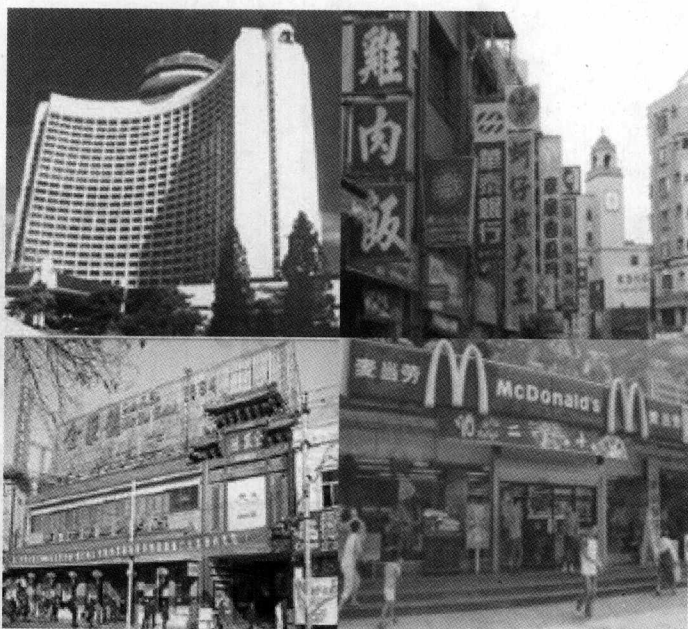
学习目标

1. 饮食业的经营特点和发展趋势。
2. 饮食业的地位和作用。
3. 饮食企业的店址选择与整体设计。





饮食业是国民经济中一种特殊的行业，它不同于商业和工业，也不同于纯服务业。饮食业是为人民群众饮食消费提供服务的经济部门，是我国现代化建设的重要组成部分。搞好饮食业，对于繁荣经济，活跃市场，丰富人民生活，发展旅游事业，都具有重要意义。



§ 1—1 饮食业的概念、分类以及在国民经济中的地位

一、饮食业的概念

饮食业是指专门从事烹饪加工和出售饮食制品，并提供消费场所、设备和服务性劳动，以满足顾客需求的行业。其范围广阔，经营形式多样，一般包括各种类型的餐馆、酒楼、面食店、小吃店、冷热饮店、酒吧、咖啡厅、早点铺、夜宵店、流动饮食摊，以及宾馆、饭店、招待所、度假村、娱乐场所等单位中的餐饮部门。这些商业性饮食企业或商业性餐饮部门，主要以营利为经营目的，并以此获得生存与发展，它们是饮食行业的主体。

从广义上讲，饮食业还应包括以后勤保障为主要目的的餐饮部门，例如学校、医院、疗养院、各类社会团体、企事业单位的食堂。由于经济发展水平和餐饮经营与消费方式的差异，不同地区和国家对饮食业的统计范围有一定的差别。我国目前对饮食业的统计范围主要是各类商业性饮食企业和商业性餐饮部门。随着我



国经济体制改革的逐步深入,越来越多的事业性饮食服务部门正在走向市场,饮食业的范围和规模正在迅速扩大。

二、饮食业的分类

国内饮食业的分类主要是为了便于进行餐厅评估、方便督导而形成的,大致可分为旅游饭店、餐厅、自助餐和快餐业、冷饮业、摊贩五大类,现将各类饮食业的主要内容及特色分述如下:

1. 旅游饭店

旅游饭店可分为国际旅游饭店和一般旅游饭店,其中国际旅游饭店除了为国外访客提供住宿上的需求外,还以其高雅的格调、精美的餐具和完善的服务等,吸引大量本地的客源,加上饭店的场地大、设备齐全、员工专业水准高,因此,可同时兼具美食宴会、婚丧喜庆、展示会议等功能,充分发挥饮食业的边际效用,引导饮食潮流的盛行。

2. 餐厅

餐厅是指外食者正式用餐的场所。一般餐厅依产品口味的不同,可分为中餐厅、西餐厅,其特色如下:

(1) 中餐厅 我国幅员辽阔,民族多,民俗殊异,往往基于地理、气候、风俗、民情、经济等因素,塑造了多样的文化性格,形成了独特的饮食习惯与奇妙的烹饪方法,有所谓的“南甜、北咸、东辣、西酸”,随地域而变化万端,各地区均形成自己独特的菜系,且既有小吃,又有大菜,如川菜、鲁菜、浙菜、粤菜、皖菜、苏菜、湘菜、滇菜、京菜、东北风味等,不一而足。

(2) 西餐厅 西餐厅的定义是指装潢西化,提供以西式服务为主的服务方式,供应欧美饮食的餐厅(见图1-1)。为方便大量不熟悉西餐的消费者,大部分的西餐厅都供应套餐(见图1-2),例如A餐和B餐,其用餐顺序大致是汤、沙拉、主菜、甜点及最后的饮料。有些西餐厅为吸引更多的客人,甚至还会供应排骨饭、鸡腿饭等中式菜品让客人选用。西餐在我国正日趋普及。国内大多数西餐厅都摒弃了特别讲究的传统餐饮礼仪。这种经营方式使西餐休闲娱乐的性质大于正餐的性质。

3. 自助餐和快餐业

(1) 自助餐 自助餐的宗旨是以低廉的价格快速供应营养丰富、菜式多样的饮食。目前自助餐除了广泛运用于学校、机关等团体外,还为一般商业型餐厅普遍接受。自助餐已成为全世界流行的一种用餐方式。



图 1-1 西餐厅的装潢具有欧美风格

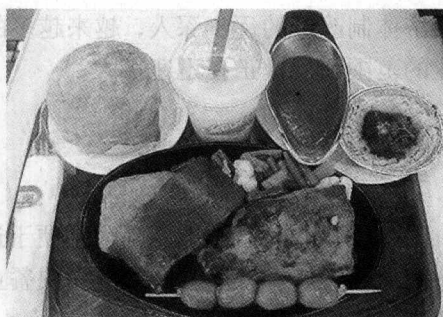


图 1-2 套餐为西餐的普及提供了便利

知识链接

自助式餐厅的雏形源自 1891 年美国密苏里州堪萨市的 YWCA (基督教女青年会)。1893 年汤姆逊 (John R. Thompson) 在芝加哥购买了一家餐厅, 并且成功地引进这种服务观念——由顾客自己到餐台选取其所喜爱的食物。它是第一家自助式餐厅, 同时也是第一家使用电动输送带及中心配给来控制食物供需的餐厅。1926 年, 汤姆逊在中西部及南部已拥有 126 家餐厅。汤姆逊成功的关键在于将人力成本降至销售额的 15%, 比其他饮食业的人力成本 (20%~30%) 低很多。

自助式服务的种类和特色见表 1-1。自助餐厅是客人自行至餐台取菜, 而后凭所取样数付账, 英文称之为 *cafetering*; 随意吃也是客人自行取菜, 但是一次付费用由客人吃到饱, 英文称为 *buffet*。这两种方式都是自助型或半自助型 (饮料由服务员供应)。在人工费用昂贵的现今社会, 自助餐模式对投资者来说很有吸引力。

表 1-1

自助式服务的种类和特色

种 类	特 色
自助餐厅	食物提前做好好, 随时供应客人自取所需要的食物 (饮料除外), 并按所取食物付账, 能在最短的时间内供应最多的客人
随意吃	与自助餐一样由客人自己端盘自取食物 (但烤肉则由服务员切割), 一次付费, 任由吃喝到饱

以往自助式餐厅餐台的设计都采用一字型, 顾客从同一方向进入, 拿到食物后, 耐心等候结账。现在已有改良, 如自由流动型, 顾客进入餐厅后可从所需食物点切入, 极为灵活, 可减少排队的辛苦和时间的浪费, 提高顾客的满意度, 提高餐厅的使用率。

20 世纪 70 年代开始推行的随意吃式自助餐, 对饮食业的经营方式产生了极大



的震撼。消费者不再因为不谙点菜技巧而不敢上大饭店,也不用受套餐组合的约束,因此,这种餐饮经营方式广受消费者的喜爱,尤其是最近10年,更成为各大饭店的主要饮食业务。

(2) 快餐业 我国的快餐业起步较晚,自1987年4月美国肯德基快餐连锁店在我国落户,现代快餐的概念才引入到我国。短短20年里,我国快餐业呈现出传统与现代、中式与西式、高档与低档快餐并存的市场格局。目前,我国快餐业的发展尚处于借鉴、模仿和积累的初创阶段,没有形成体系和规模。但快餐的消费市场与供应市场已基本形成,在沿海与内陆的一些大中型城市、旅游城市和经济较发达地区,快餐已成为人们在外活动就餐不可缺少的一种需求。

4. 冷饮业

炎热的夏天,最吸引人的莫过于清凉的冷饮,冷饮业的市场也因此常盛不衰。冷饮业的销售形式,有传统的冰店,供应各式各样的冷饮;也有近年来风行的自动售货机;甚至还有从国外引进的冰淇淋、酸乳酪店,提供较卫生、较昂贵的冷饮。目前的冷饮店一改传统冷饮店的弊病,以高雅的装潢或连锁的经营方式,呈现崭新的经营风貌。

特别提示

冷饮业最大的问题是卫生,如果冷藏设备不够,食物原料置于室温下,很容易引起细菌滋生繁衍,也易造成食物污染。

5. 摊贩

摊贩是我国饮食文化的一部分。要了解我国饮食文化的特点,必先品尝街头摊贩小吃的美味。只要有人聚集处,就会有摊贩出现,而且大半的摊贩跟吃有关,这或许是和传统的“走到哪儿,吃到哪儿”的饮食习惯有关。市场上、公园旁、街口转角,摊贩可以说是无处不在。

我国摊贩的性质与欧美所谓的快餐车类似,往往在人流聚集之处就可见到,如集市、儿童乐园、运动场等。他们以提供简便、快速的食物为主,如热狗、茶叶蛋、羊肉串、鸡蛋饼、饮料等,供应的食物琳琅满目、应有尽有,充分利用极小的空间,用最少的人力、物力创造最大的利润,而其合理的价格和地点的方便性,也能使消费者趋之若鹜。

深入了解

摊贩面临的主要问题

- (1) 难以合法化。由于成本和手续等原因,很多摊贩属于无证经营。
- (2) 卫生问题堪忧。摊贩多采用露天开放式经营,灰尘、蚊虫随时侵入,常常是病菌最佳的寄生环境,影响消费大众的健康。
- (3) 环境脏乱。一般摊贩常设点在住家附近,如果生活垃圾及污水排放未得

到有效处理, 周转环境脏乱, 则会影响顾客的光顾。

(4) 食品质量难以保证。摊贩通常只有简陋的厨具, 又缺乏专业的厨师, 因此无法保证质量。

由于摊贩具有传统饮食文化的特色, 且方便大众, 因此, 不能完全否定其存在价值。对于摊贩现存的问题, 监督机构应找出具体可行的办法, 或集中管理, 或开办讲习班训练从业人员, 甚至研究开发新的经营制度, 以保证摊贩的健康发展。

三、饮食业在国民经济中的地位

饮食业是国民经济的一个重要产业, “民以食为天”。开门七件事, “柴米油盐酱醋茶”, 件件事与吃有关。在现代社会, 很难想象, 如果没有饮食业, 社会将会怎样。改革开放二十多年, 特别是近十年来, 饮食业在我国有了持续、快速的发展, 饮食业在国民经济中的地位和作用越来越重要。

饮食业与人民群众生活紧密相关, 在市场经济条件下发挥着极其重要的作用, 如扩大内需, 拉动市场消费; 创造消费, 引导消费, 提高人民生活质量; 增加就业机会, 广泛吸纳劳动力; 建立新兴产业链条, 促进相关产业互动; 继承和弘扬中华民族饮食文化等。

§ 1—2 饮食业的特点与经营特性

一、饮食业的特点

饮食业不同于一般的专门从事生产的食品厂或专门从事销售的食品店, 也不同于提供单纯服务的娱乐服务业, 它具有区别于其他行业的基本特征。

1. 技艺性

饮食业是以优质的菜点和优良的服务提供给顾客的行业。饮食业的劳动需要一定的物质基础, 但是在目前条件下主要还是以手工操作为主。因此, 讲究技艺性是饮食业区别于其他行业的一个重要特征。我国烹饪包含多种传统技艺(见图1-3), 讲究选料、加工、火候、调味; 讲究菜点的色、香、味、形等。烹调方法有几十种, 品种之多, 技艺之高, 令人赞叹。销售服务同样也具有很高的



图1-3 抻面是中国烹饪的一种传统工艺



技艺性。因此,饮食业在经营活动中要十分重视技艺,对技艺精益求精,不断提高技艺水平,使精美的菜点与周到的服务互为条件,达到完美的统一。

2. 地域性

饮食业是在长期的历史发展过程中,随着人类对饮食的不断追求而逐步发展的。不同国家、不同地区、不同民族的地理位置、气候、生活环境和生活习惯不同,消费方式也各异。各地饮食业在菜肴制作、服务方式等方面都形成了自己的特色和风格,使饮食业的经营活动具有较强的地域性。例如,在菜系的分类上,西餐有法式、美式、俄式、英式之分;中餐有山东(鲁)菜、江苏(淮扬)菜、四川(川)菜和广东(粤)菜等不同风味,细分则更多,并在口味上有南甜、北咸、东辣、西酸之分等。因此,在饮食业经营活动中,要根据地区特点,因地制宜,保持风味特色,并设置有特色的服务项目,才能富有吸引力和竞争力。

3. 文化性

饮食产品不仅在风味上具有地域性的差异,而且也反映出不同地区人们的生活习惯、消费行为、宗教信仰等文化的差异。可以说饮食产品所包含的文化内容具有历史的追溯性和时代的延续性。人们在消费菜品和饮料的同时,能享受和了解到一个特定地区、特定时代人们的风俗和礼仪。

深入了解

饮食本身的色、香、味、形、器、名等因素具有丰富的文化内涵。从菜品本身来讲,它的起源、烹制、风味都具有一定的文化背景。尤其是一些传统菜品更具有深厚的文化内涵。就餐环境是饮食文化的组成部分之一。餐厅的设计装潢、功能布局、装修装饰风格都体现出一定的文化主题和内涵,都与其所经营的菜系相协调、匹配。餐厅的服务思想、经营观念从更高层次上展现了饮食文化。

饮食产品的文化性,使饮食企业经营的饮食具有一定的文化附加价值。饮食产品的文化特征使饮食企业有明显的经营特色。饮食企业独有的文化特色是企业融入不同文化地区的基础,是饮食企业的精髓所在,也赋予了企业较强的生命力。

4. 多功能性

饮食产品除了有满足人们基本生理需要的功能之外,还具有社交功能,人们借助于就餐可以增加相互交流的时间和机会。在饮食消费过程中人们谈天论地,说古道今,使素不相识的人互相交流,使朋友之间的友谊加深。另外,饮食产品还具有休闲功能,人们在和谐雅致的就餐环境中可以舒缓情绪、放松身心,从菜名、菜品的典故和寓意中增长知识。同时饮食产品还具有商业功能,餐厅作为人们谈生意的场所,有千万宗生意在这里签约完成。所以,饮食企业要为工作节奏快、生活紧张的人们,创造一个良好的就餐环境,使人们在享用精美食品的同时得到休息,恢复体力和精力。

5. 可组合性

饮食产品的可组合性体现在以下三个方面:第一,饮食原料的可组合性;第



二,菜品的加工方法、服务方式的可组合性;第三,菜品、饮料、环境、服务等综合的协调性。饮食产品的可组合性要求饮食企业不断地加强产品的开发创新,不仅要适时推出新品种,而且还要对老品种在保持其传统风格的基础上,不断提高生产工艺和产品质量,使产品精益求精。同时,饮食产品的可组合性也为创新提供了可能。

二、饮食业的经营特性

1. 饮食业行业周期性

饮食业的经营活动会受到季节、旅游业的发展程度、当地居民的消费方式和消费结构、气候、节假日、企业地理位置、交通条件等多种因素的影响。特别是季节、旅游业的发展程度、当地居民的消费方式和消费结构对餐饮经营的影响较大,这几个因素的改变必然使饮食业的经营活动呈现出一定的波动性。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。同时,要根据业务活动间歇变化规律,做好人力资源的调配和劳动组织,提高劳动效率和服务质量,降低费用消耗。

2. 饮食业行业集中性

在许多城市,餐馆往往带有一定的集中性(见图1-4)。在餐馆密集的地方,往往会出现商业吸引商业、人流吸引人流的现象,经过一段时间后,人们也就会习惯性地该地区看做饮食和娱乐的好去处,从而形成一方繁荣的局面。但在这类地方办餐馆,各饮食企业一定要有自己的风味特色,餐馆之间既要有竞争又要有配合,只有这样,才能取得成功。



图1-4 北京王府井小吃一条街集中了很多餐馆

3. 饮食业要素密集性

饮食业集生产、销售、服务、消费于一体。它不同于工业,处于生产领域,加工生产产品;又不同于商业,处于流通领域,组织商品销售;也不同于服务业,专门为消费者提供劳务。饮食业兼有生产、销售和服务三种职能,可以说,它包括了再生产的全过程。饮食业的生产、销售和消费的过程都很短,且紧密相连,这种情况决定了饮食业在生产和服务过程中分工细、工种多,各环节之间联系性、依赖性和制约性强。因此,饮食业在经营过程中要求管理精细,分工明确,组织严密,调度科学。



4. 饮食业经营风险性

饮食企业在经营过程中,难免会遇到各种各样的风险。如资金不足或占压、原料价格上涨、菜品降价损失、菜品不受欢迎、设备陈旧落后、服务质量低劣、企业内部管理松弛等。为此,饮食企业应预见、正视各种可能存在的风险,想方设法采取措施防范风险,弥补风险造成的损失,保证饮食企业不断发展壮大。

深入了解

一般来说,对于刚刚起步或初次进入新市场的饮食企业,首先应采取投石问路的方法,尽管这样做的当前利益并不大,但权衡全局,它有利于饮食企业脚踏实地地向经营目标迈进。其次,要多观察和注意同行业其他企业的所作所为。当发现其他企业在产品、服务或经营措施等方面有新举措时,就要深入进行调查研究。对其优点,要善于借鉴,还要有自己的创新;对其缺点,则要观察其采取什么改善措施及实施结果,然后拟定一套超越同行的行动方案。这种方法的实质就是把别人当做试验品,无论成功与失败,都能从中吸取别人的经验或教训,来制定自己的发展策略。

趁热打铁

饮食业有哪些经营特性?在投资时应考虑哪些风险因素?

§ 1—3 我国饮食业的现状与现代饮食业的发展趋势

一、我国饮食业的现状

目前,我国饮食业呈现出以下特征:一是行业规模大,市场前景好。饮食消费额正以每年15%以上的速度递增,发展潜力巨大。二是以大众消费为主,市场格局贴近百姓生活。近年来,在大众化经营的潮流下,一些家常菜馆、火锅店、小吃街、美食广场、快餐厅、外卖店等发展势头良好,如快餐已占到国内饮食业营业额的20%。三是现代经营方式和先进营销理念为传统饮食业带来强大生命力。据不完全统计,近几年在中国饭店协会排列的全国百家饮食企业中,将近半数实行连锁式经营的。四是饮食品种兼容并蓄,饮食市场百花齐放。在生猛海鲜、重庆火锅风靡不衰的时候,杭州菜取各家之长,逐渐成为创新菜的精品,并在沿海城市成熟走俏。五是市场竞争激烈,要求饮食业将多样化和个性化结合起来。在这样的情况下,不少城市饮食企业开始进行市场细分和定位,以适应假日、休闲、会展、旅游等多种消费需求。



二、现代饮食业的发展趋势

饮食业是一个历史悠久的行业。从古到今，其为客人提供就餐服务的社会机能并没有改变。但应该看到，世界经济的繁荣直接推动了各国经济的增长和人均收入水平的提高，给饮食业带来了广阔的消费市场，刺激饮食业不断发展。

当今，饮食业的发展表现在两方面：第一，随着社会生产力高速发展，人类生活水平日益提高，消费结构不断改变，现代饮食业正朝着经营模式多样、产品风味突出、设备先进、环境优美、服务质量优良、注重养生保健的方向发展。第二，世界经济文化的密切交流，促使世界各地饮食文化不断交融，催生出崭新的饮食业经营理念，并引来了日益激烈的行业竞争。

在我国，改革开放以来，国民经济实现了高速增长。城乡居民的消费结构，尤其是食品消费结构发生了明显的变化，正由“吃饱”向“吃好”转变。主食的消费比重下降，副食品的消费比重扩大。在我国相对发达的城市，外出就餐已成为居民经常的活动。这些城市的人们更多地追求饮食品口味的多样化、高档化和营养化，名、优、新、奇的特色菜点越来越受顾客的欢迎。当前，这种趋势正从城市向农村，从沿海向内地不断扩展。另外，人们的生活节奏也越来越快，需要日常饮食方式适应这种生活节奏。由此，提供符合健康要求的便捷饮食已成为当前饮食业发展的另一大趋势。

知识链接

1994年在新加坡举行的“中国烹饪迈向21世纪”专题讨论会上，有关专家指出：中国烹饪向两极发展的趋势明显，一极是随着人们生活节奏的加快，需要大力发展大众化的、普及的中式快餐；另一极则是随着人们生活水平的提高，有明显风味特色的餐厅会得到较大的发展。

深入了解

20世纪70年代我国香港地区经济大发展，饮食市场也随之兴旺起来，国内各菜系相继引入香港。同时，欧美、东南亚的美食也大量进入香港，给香港的厨师提供了一个极好的学习机会。他们在发扬粤菜传统的基础上，创造出了脍炙人口的新派粤菜，从原料、设备、烹调技法、格调上都大有创新，使粤菜成为耀眼的明珠。在内地，近年来粤菜在借鉴创新上也迈出了可喜的一步。它博采众长，兼收并蓄；北为南用，西菜中做，推出了许多既有粤菜特色，又颇具新意的精品名菜，赢得了很大的市场。正因为如此，继川菜以“物美价廉、味型多样、冲刺性强”的特点在北方刮起一阵旋风之后，粤菜又以它的“生猛海鲜、空运原料、高水平服务”风靡北方各大城市市场。在北京，也有一些颇有见地的饮食业者，集

中外名菜所长,创出一系列新菜品,使京菜重新焕发了青春,而大受顾客的欢迎。

§ 1—4 饮食企业的店址选择与整体设计

一、饮食企业的店址选择

对于饮食企业来说,店址的选择是至关重要的。店址是制定饮食企业经营目标和经营战略的重要依据,店址的选择关系着企业的长期发展,关系着企业的经济效益和社会效益。选择店址应考虑的因素很多,如交通条件、人口构成状况、地区经济发展水平、市政建设规划、地区经济管理情况等,但最主要的还是投资能力与经营意向。

高档餐馆:应设在交通便利,停车方便、安全的地点。周边环境应整洁、幽雅。往往设于大宾馆、大饭店集中的地段,以便接近客源。

中低档餐馆:可设在人流密集的地方,也可设在饮食业密集的地方或是新兴的居民小区。在饮食业密集的地方开餐馆,地段总客流量大,客人有选择的余地,只要有特色,就会有顾客。在新兴的居民小区开餐馆,可减轻竞争压力,尤其适于刚起步的餐馆。

特别提示

餐馆不宜与医院、药房或丧葬用品店相邻。

二、饮食企业的整体设计

饮食企业的整体设计主要是指饮食企业整个运转系统的设计、规划。一般包括店堂的命名、外观设计以及店内布局等。

1. 店堂的命名

餐馆或餐厅的命名是饮食企业整体设计中的一项重要内容。一个好的店名必须适合其目标顾客的层次,适合餐厅的经营宗旨和情调,这样才能为餐厅树立美好的形象,增强对顾客的吸引力。

高档餐馆:应尽可能选择显得高贵的店名,以便从名称上就能显示出餐馆的档次。但是,一些传统名店,特别是那些具有一定知名度的老字号饮食店,基于品牌保持的考虑,无论其名称是否高贵,均应保留。

中低档餐馆:可以人名、地名命名。以人名作为店名,如“麦当劳”(快餐)、“张生记”(酒店)、“九妹”(酒家)、“二姐”(餐厅)等,会使顾客感到温馨;以地名命名的餐馆,如“加州牛肉面”“晋阳楼”“杏花村”“老四川”等,会使顾客