

SICHUAN FOLK

OPERATION  
THE CHINESE M

巴國布衣  
**中餐操作规范**

中国驰名商标  
中国餐饮名店  
中国餐饮百强企业



布衣餐饮丛书编委会 编

四川出版集团  
四川人民出版社

# SICHUAN FOLK

OPERATION OF  
THE CHINESE MEAL

ISBN 978-7-220-07238-3



9 787220 072383 >

ISBN 978-7-220-07238-3  
定价: 138.00元

巴國布衣  
中餐操作规范

布衣餐饮丛书编委会 编

四川出版集团  
四川人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

巴国布衣中餐操作规范/布衣餐饮丛书编委会编. —成都:四川人民出版社,2008.6

ISBN 978-7-220-07238-3

I. 巴... II. 布... III. 饮食业—企业管理—经验—四川省 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 111240 号

BAGUOBUYI ZHONGCAN CAOZUO GUIFAN

**巴国布衣中餐操作规范**

布衣餐饮丛书编委会 编

责任编辑  
封面设计  
技术设计  
责任印制  
出版发行

网 址

发行部业务电话

防盗版举报电话

印 制

成品尺寸

印 张

插 页

字 数

版 次

印 次

书 号

定 价

秦蜀鄂

蔡海儒

周 明

丁 青 李 进

四川出版集团(成都槐树街2号)

四川人民出版社

<http://www.scpph.com>

<http://www.scrmcbs.com>

E-mail:scrmcbsf@mail.sc.cninfo.net

(028)86259459 86259455

(028)86259524

四川嘉华印业有限公司

1850 mm×2450 mm

37

56

725 千

2008年6月第1版

2008年6月第1次印刷

ISBN 978-7-220-07238-3

138.00 元

■ 著作权所有·违者必究

本书若出现印装质量问题,请与工厂联系调换

电 话:(028)85751999

# 《布衣餐饮丛书》

## 编辑委员会

主任：何 农

副主任：何 学 胡志强

委员：（以姓氏笔画为序）

王胜武 王 锋 刘明友

刘青江 成 军 任海波

苏一祥 陈 伟 陈 海

周 明 曹明亮 韩 峰



## 序

在巴国布衣创立之始，我们就立定了一个志愿：要建立一个现代化的餐饮企业。什么叫做现代化？我理解其中的核心就是一种理性、自觉的精神，而这种精神反映出来，就应该是行为的规范。

川菜是一个传统的行业，而我以前曾经从事了十年的川剧研究，川剧和川菜虽然显得相距甚远，但细细地观察，其间却有不少共同之处，从行规到组织的形式乃至运行的细节往往都遵循相似的方式。比如在传统的戏班子里，角（也就是核心演员）是绝对的核心，其他的東西都要围绕着他（她）来展开；而传统的餐饮店，大厨则是当然的主角，统领着一个店的上上下下，我把这样的形式称“演员中心制”和“厨师中心制”。在舞台上，现代戏剧早已转型为“导演中心制”，而我们的传统餐饮是不是也应该转化成“经理中心制”呢？我认为答案是不言而喻的。在传统与现代之间，川菜和川剧有太多的同构和相似，以我们对传统戏剧的理解，在川菜中也应该能找到发挥这些理解和思考的空间。

带着这样的想法，我们介入了餐饮行业。当然，在行业技艺方面，我们还有很多空白，但完全可以通过引进专业人才弥补。而在做企业的思路，我觉得完全没有必要在行业中亦步亦趋。正因为如此，在巴国布衣草创时期，我们被称作“外行”，而巴国布衣的成功在行业里被叫做“外行打败了内行”。回过头看，其实外行有外行的优势，起码可以带来新鲜的思维方式而且可以避免遗传的不良基因。有句



老话“功夫在诗外”，我想我们对于诗外的东西可能投注了更多的目光，可以看见一些别人熟视无睹的东西，而且可以为我所用，于是形成了一些企业的竞争优势。

传统的行业中总是浸润着许多的传统习惯思维和行为方式，人们运用起来毫不费力、自然而然，正所谓“日用而不自知”。当然，这样的思维和行为并非没有效果，但从市场发展的角度看也必然会越来越多地显出其局限。谁能够率先超越旧的思维和习惯，谁就有可能在市场上占得先机。在我看来，这是一条不易的道理。巴国布衣创立的本身，就是一种体现。

传统的东西是祖先留给我们的财富，把这份财富用活、用好乃至发扬光大则是我们的责任，而不问时代、环境的条件只是简单地在我们身上去复制，我认为不是继承而是不肖。在餐饮上，我觉得产品内容和经营机制是可以适当分离的，用现代化的方式去经营传统的内容才是一条有前途的大道。所以巴国布衣很传统，因为它保留了传统的味道；而同时又很现代，因为它突破了传统的机制。正因为如此，巴国布衣才是一个有活力的企业。

创立一个企业和持久地经营一个企业并不能简单地划等号，创立一个企业有一次成功的机会把握也许就足够，而持续的经营则必须依赖一整套完整而有效的方法。这种方法不能单靠一些个人的颖悟和才干去运用，而应该成为可传达的、全体员工能够共享的东西，这就是企业能力。在这样的格局下，一个新手有可能以最短的时间成为一个合格的工作者，而不必重复漫长的摸索过程，我认为这就是企业的学习能力。把复杂的东西简单化，是我们做企业的一种思路，但我们并不冀望以此走捷径，而是在大量本来就比较简单的技能、技巧上不用耗费太多，把有限的精力和资源用在更重要、更关键的地方。用书面化的方式把一个餐饮企业的所有行为加以记录、规范，同时又在这个基础上寻求改进，我认为是一个有效的提高途径，也是企业能力的自觉积淀。因此，巴国布衣刚刚在经营上形成一个成型的基本格局，就开始投入精力进行书面规范的制订和整理。1997年，第一份《巴国布衣操作规范》整理成形。以此作为一个开头，巴国布衣规范的制订和整理就成了一项长期的工作，其中的复杂和困难是我们始料所未及的。书面的规范必须在活生生的实践中去执行，才会显示其生命力。而我们将这些规范应用于一线的经营时，立刻便感觉到现实的变幻多端、难以把握，纸上的东西与现实之间任何一点小小的龃龉都足以使人大费一番脑筋。《巴国布衣操作规范》从最初构想中的一个文本演化成了一个文丛，迄今已形成了多个不同的版本，其中有不断升级换代形成的版本差异，也有涵盖内容不



同而形成的差异。有战略管理层面的《巴国布衣宪章》，也有篇幅精炼的《巴国布衣作业规范》。当巴国布衣进行全国连锁经营的时候，这套规范又遇到了新的挑战，各地的地域差别、市场差别又对之形成了一系列考验。正是在不断的实践和不断总结的基础上，最终形成这本《巴国布衣中餐操作规范》。

尽管这是一个难度很大的工作，但我从不认为我们是在自找麻烦。在巴国布衣走过了十年后的今天，可以看到，这项工作对我们的一线实践产生了强有力的支撑，而这个工作的过程迫使我们不断地思考、改进，对促进团队的专业水准也有不可忽视的作用。

做企业，既是一种践行，也是一种思考。做巴国布衣对于我们来说，就是通过践行和思考去求餐饮之道。摆在读者面前的这本书，是我们十年的行与思的一个成果，但不是一个终极的成果，因为追求是没有终点的。

A large, stylized handwritten signature in black ink, likely belonging to the author or a key figure mentioned in the text.

2006年4月于成都

## 补记

本书稿件在2006年就已完成，上面这段文字也是写于那个时候。但是在书即将付印的时候，得知国家即将颁布新《劳动合同法》，我们担心本书的内容会与新法有冲突，从而削弱本书的指导性和实践性，更担心因此贻误于社会，于是决定待新《劳动合同法》颁布后对本书重新修订。在这段时间里，巴国布衣的新旗舰店也开始筹建了，这是一个对既往可以做到集大成的店，我们把这个店视作一个总结、一个新的开端。就与本书的关系而言，我们可以通过这个筹建过程检验文本对实践的指导作用，同时也通过实践来对本书进行一个方式上比较特殊的修订。

2008年初，巴国布衣新旗舰店正式面世，本书的修订工作也告完成，至此，本书终于可以正式面世了。我确信其中仍会有纰谬，心情上虽有志忑，但可以无愧疚。希望这本书能够或多或少地帮助大家。是为记。

2008年6月13日





( 2 )	.....	第二章
( 3 )	.....	第一节
( 3 )	.....	一
( 4 )	.....	二
( 8 )	.....	三
( 9 )	.....	第二节
( 9 )	.....	一
(10)	.....	二
(11)	.....	第三节
(11)	.....	一
(13)	.....	二
(15)	.....	三
(16)	.....	四
(16)	.....	五
(17)	.....	六
序.....	.....	何 农
(17)	.....	一
<b>第一章 企业形象管理规范</b> .....	.....	<b>( 1 )</b>
<b>第一节 MI (理念识别)、BI (行为识别) 综述</b> .....	.....	<b>( 1 )</b>
<b>一、“巴国布衣”释名</b> .....	.....	<b>( 1 )</b>
<b>二、巴国布衣的宗旨</b> .....	.....	<b>( 1 )</b>
<b>三、企业理念</b> .....	.....	<b>( 1 )</b>
<b>四、服务理念和风格</b> .....	.....	<b>( 2 )</b>
<b>五、菜品理念和风格</b> .....	.....	<b>( 2 )</b>
<b>六、价值观</b> .....	.....	<b>( 2 )</b>
<b>七、“家”文化主题</b> .....	.....	<b>( 2 )</b>
<b>八、宣传口号</b> .....	.....	<b>( 3 )</b>
<b>九、员工</b> .....	.....	<b>( 3 )</b>
<b>十、服务标准</b> .....	.....	<b>( 3 )</b>
<b>第二节 VI (形象识别) 系统</b> .....	.....	<b>( 4 )</b>
<b>一、VI 基本内容</b> .....	.....	<b>( 4 )</b>
<b>二、VI 使用原则</b> .....	.....	<b>( 4 )</b>
(18)	.....	



第二章 开业筹备规范	( 5 )
第一节 操作流程	( 5 )
一、流程总表	( 5 )
二、开业步骤表	( 7 )
三、开业筹备分工表	( 8 )
第二节 筹备管理	( 9 )
一、管理层岗位职责表	( 9 )
二、开业筹备日程表	( 10 )
第三节 市场可行性研究	( 11 )
一、目标市场调研说明表	( 11 )
二、选址优化方案说明表	( 13 )
三、投资分析表	( 15 )
四、月度费用预算表	( 16 )
五、盈亏平衡点分析表	( 16 )
六、投资收益预测表	( 17 )
第四节 菜谱策划与设计	( 17 )
一、菜谱策划的基本原则	( 17 )
二、菜谱基本内容规范	( 18 )
1. 致顾客书(样稿)	( 18 )
2. 菜谱指南的样式和规范	( 19 )
3. 菜谱分类的基本内容和要求	( 19 )
三、菜谱的确定程序	( 20 )
1. 基本要点表	( 20 )
2. 当地原材料市场情况调查表	( 20 )
3. 当地原材料市场情况分析表	( 23 )
4. 菜谱定价规范	( 24 )
四、菜谱设计	( 26 )
1. 设计要求	( 26 )
2. 注意事项	( 26 )
3. 更新与保存	( 27 )
第五节 设备用具筹备	( 28 )
一、前厅物品筹备	( 28 )
1. 电器设备配置表	( 28 )



( 21 )	2. 一代巴国装饰品配置表 .....	( 28 )
( 24 )	3. 木器家具配置表 .....	( 29 )
( 24 )	4. 陶瓷餐具配置表 .....	( 29 )
( 24 )	5. 玻璃器具配置表 .....	( 30 )
( 24 )	6. 塑料器具配置表 .....	( 30 )
( 24 )	7. 铁器用品配置表 .....	( 31 )
( 24 )	8. 印刷品配置表 .....	( 31 )
( 24 )	9. 易耗品配置表 .....	( 31 )
( 24 )	10. 吧台用品配置表 .....	( 32 )
( 24 )	11. 包间电器设备配置表 .....	( 32 )
( 24 )	12. 包间餐具及用品配置表 .....	( 33 )
( 26 )	13. 包间装饰品配置表 .....	( 33 )
( 26 )	14. 其他配置表 .....	( 33 )
( 26 )	二、前厅物品选择配置原则及标准 .....	( 33 )
( 28 )	三、厨房用品筹备 .....	( 34 )
( 28 )	1. 厨房设备配置表 .....	( 34 )
( 27 )	2. 厨房餐具配置表 .....	( 36 )
( 27 )	3. 厨房物品配置原则及标准 .....	( 37 )
( 28 )	四、后勤部门物品筹备 .....	( 38 )
( 28 )	1. 办公室物品筹备表 .....	( 38 )
( 28 )	2. 行政部物品筹备表 .....	( 38 )
( 28 )	3. 财务部物品筹备表 .....	( 39 )
( 28 )	4. 后勤部门物品筹备原则及标准 .....	( 39 )
( 28 )	五、印刷品筹备 .....	( 39 )
( 28 )	1. 前厅主要用表 .....	( 39 )
( 28 )	2. 办公部门主要用表 .....	( 40 )
( 28 )	第六节 服装筹备 .....	( 40 )
( 28 )	一、服装一览表 .....	( 40 )
( 28 )	第七节 模拟开业筹备 .....	( 41 )
( 28 )	一、模拟开业筹备流程 .....	( 41 )
( 28 )	1. 模拟开业筹备流程图 .....	( 41 )
( 28 )	2. 模拟开业时间计划表 (以午餐段为例) .....	( 42 )
( 28 )	3. 模拟开业日程安排表 .....	( 42 )



( 83 )	4. 模拟开业注意事项 .....	( 43 )
( 85 )	二、模拟开业的评估 .....	( 44 )
( 85 )	1. 操作要点 .....	( 44 )
( 86 )	2. 情景测试表 .....	( 44 )
( 86 )	3. 宾客意见调查表 .....	( 45 )
( 88 )	4. 模拟开业的整改 .....	( 47 )
( 88 )	第八节 开业营销筹备基本流程 .....	( 47 )
( 88 )	一、流程说明 .....	( 47 )
( 88 )	二、商圈调查 .....	( 48 )
( 88 )	1. 商圈分析要点 .....	( 48 )
( 88 )	2. 商圈调查目标分类 .....	( 48 )
( 88 )	3. 调查区域划分 .....	( 50 )
( 88 )	4. 调查要素的确认 .....	( 50 )
( 88 )	三、开业营销活动要素 .....	( 52 )
( 88 )	第九节 开业营销培训 .....	( 53 )
( 88 )	一、营销工作职能范围培训 .....	( 53 )
( 88 )	二、营销职责培训 .....	( 54 )
( 88 )	三、开业活动设计原则培训 .....	( 55 )
( 88 )	四、终端市场餐饮店分类培训 .....	( 55 )
( 88 )	五、店面广告宣传品陈列管理培训 .....	( 56 )
( 88 )	六、营销物料分类培训 .....	( 56 )
( 88 )	七、店内促销常识培训 .....	( 57 )
( 88 )	八、营销工作开展程序培训 .....	( 59 )
( 88 )	九、促销物料管理培训 .....	( 60 )
( 88 )	十、促销物料管理流程培训 .....	( 60 )
( 88 )	十一、广告宣传品自行发放执行细则培训 .....	( 61 )
( 88 )	十二、访客工作流程培训 .....	( 61 )
( 88 )	十三、婚宴接待细则培训 .....	( 62 )
( 88 )	十四、生日接待细则培训 .....	( 62 )
( 88 )	十五、VIP卡的执行细则培训 .....	( 63 )
( 88 )	十六、营销用品使用标准培训 .....	( 64 )
( 88 )	十七、营销相关表格培训 .....	( 65 )
( 88 )	1. 促销活动报告 .....	( 65 )



( 28 ) 2. 促销计划申请表 .....	( 66 )
( 28 ) 3. 促销品采购申请表 .....	( 67 )
4. 广告宣传品、促销品领用申请表 .....	( 68 )
( 28 ) 5. 广告宣传品、促销品发放确认单 .....	( 69 )
( 28 ) 6. 月度工作计划表 .....	( 70 )
( 28 ) 7. 媒介计划申请表 .....	( 71 )
( 28 ) 8. 广告费用报帐凭证审核表 .....	( 72 )
( 28 ) 9. 物料发放计划表 .....	( 73 )
( 28 ) 第十节 汇总与例会 .....	( 74 )
( 28 ) 一、销售日统计表 .....	( 74 )
( 28 ) 二、经营周报表 .....	( 75 )
( 28 ) 三、每月情况汇总表 .....	( 76 )
( 28 ) 四、例会纪要 .....	( 77 )
( 28 ) .....	( 78 )
<b>第三章 酒楼装修设计规范 .....</b>	<b>( 78 )</b>
( 28 ) 第一节 场地考察 .....	( 78 )
( 28 ) 一、实地考察表 .....	( 78 )
( 28 ) 二、巴国布衣酒楼装修设计场地要求 .....	( 80 )
( 28 ) 第二节 装修设计 .....	( 80 )
( 28 ) 一、装修设计原则 .....	( 80 )
( 28 ) 二、功能分区 .....	( 81 )
( 28 ) 三、酒楼形象设计 .....	( 81 )
( 28 ) 1. 基本原则 .....	( 81 )
( 28 ) 2. 巴国布衣形象设计的符号表达 .....	( 82 )
( 28 ) 四、巴国布衣装修设计中的特殊要求 .....	( 83 )
( 28 ) 1. 多学科综合运用 .....	( 83 )
( 28 ) 2. 餐位数的确定 .....	( 83 )
( 28 ) 3. 餐厅的动线确定 .....	( 84 )
( 28 ) 4. 所用材料符合消防要求 .....	( 84 )
( 28 ) 第三节 区域设计规范和要求的 .....	( 84 )
( 28 ) 一、门头 .....	( 84 )
( 28 ) 二、大厅 .....	( 85 )
( 28 ) 三、包间 .....	( 85 )



( 84 ) 四、卫生间 .....	( 85 )
( 84 ) 五、厨房 .....	( 86 )
( 84 ) .....	( 86 )
<b>第四章 人力资源管理规范 .....</b>	<b>( 87 )</b>
( 87 ) <b>第一节 酒楼组织结构和编制 .....</b>	<b>( 87 )</b>
( 87 ) <b>一、人员组织结构系统 .....</b>	<b>( 87 )</b>
( 87 ) 1. 人员组织结构总表 .....	( 87 )
( 87 ) 2. 总经理办公室人员结构表 .....	( 87 )
( 87 ) 3. 行政部人员结构表 .....	( 88 )
( 87 ) 4. 前厅部人员结构表 .....	( 88 )
( 87 ) 5. 厨政部人员结构表 .....	( 88 )
( 87 ) 6. 营销部人员结构表 .....	( 89 )
( 87 ) 7. 财务部人员结构表 .....	( 89 )
( 87 ) <b>二、酒楼定员定编标准 .....</b>	<b>( 90 )</b>
( 87 ) 1. 定员定编标准表 .....	( 90 )
( 87 ) <b>第二节 员工选聘操作规程 .....</b>	<b>( 91 )</b>
( 87 ) <b>一、员工选聘的基本流程 .....</b>	<b>( 91 )</b>
( 87 ) <b>二、选聘标准和聘用规程 .....</b>	<b>( 91 )</b>
( 87 ) <b>三、劳动合同 .....</b>	<b>( 96 )</b>
( 87 ) 1. 示范文本 .....	( 96 )
( 87 ) 2. 保密协议 .....	( 102 )
( 87 ) 3. 保证书 .....	( 103 )
( 87 ) <b>第三节 员工培训规程 .....</b>	<b>( 104 )</b>
( 87 ) <b>一、中层管理人员培训规程 .....</b>	<b>( 104 )</b>
( 87 ) <b>二、服务员培训规程 .....</b>	<b>( 114 )</b>
( 87 ) 1. 培训总则 .....	( 114 )
( 87 ) 2. 培训规程 .....	( 115 )
( 87 ) <b>第四节 员工考勤、工资和绩效考核规程 .....</b>	<b>( 122 )</b>
( 87 ) <b>一、员工考勤规程 .....</b>	<b>( 122 )</b>
( 87 ) <b>二、员工工资标准实施规程 .....</b>	<b>( 123 )</b>
( 87 ) 1. 店级标准 .....	( 123 )
( 87 ) 2. 员工工资标准 .....	( 124 )
( 87 ) 3. 工资发放规则 .....	( 124 )



三、绩效奖惩规程	(124)
1. 奖励规程	(124)
2. 惩罚规程	(126)
四、员工离岗管理规程	(129)
第五节 酒楼人力资源管理常用表格	(131)
一、招聘类	(131)
1. 招聘登记表	(131)
2. 管理人员应聘登记表	(132)
3. 一般工作人员人事资料卡	(134)
4. 新员工试用表	(135)
二、管理类	(136)
1. 进出人员签到登记表	(136)
2. 进出人员登记表	(136)
3. 变更工资申请表	(137)
4. 员工调动通知单	(138)
三、培训类	(139)
1. 员工培训计划表	(139)
2. 员工培训记分表	(139)
3. 考绩表	(140)
4. 部门工作综合测量表	(140)
四、考勤类	(141)
1. 员工出勤月报表	(141)
2. 加班费申请单	(141)
3. 员工请假单	(142)
4. 员工请、销假登记表	(142)
五、财务类	(143)
1. 出差申请单	(143)
2. 出差旅费报销(清)单	(143)
六、奖惩类	(144)
1. 奖惩呈报表	(144)
2. 奖惩登记表	(145)
3. 纪律处分通知书	(146)
4. 员工奖惩通知单	(146)



七、	辞职离岗类	(147)
1.	员工离岗登记表	(147)
2.	员工辞职申请书	(147)
3.	员工离职证明书	(148)
4.	离职登记表	(149)
5.	移交清册	(150)
6.	业务交接报告单	(151)
<b>第五章</b>	<b>总经理办公室管理规范</b>	<b>(152)</b>
第一节	组织结构和职能	(152)
一、	组织结构表	(152)
二、	办公室工作职能表	(152)
第二节	岗位职责	(154)
一、	总经理岗位职责	(154)
二、	总经理助理岗位职责	(155)
三、	总经理办公室主任岗位职责	(156)
四、	秘书岗位职责	(157)
五、	美工岗位职责	(157)
第三节	总经理室工作细则	(158)
一、	总经理工作日程	(158)
二、	总经理助理工作日程	(159)
三、	总经理办公室主任工作日程	(159)
四、	秘书工作日程	(160)
第四节	总经理室管理制度	(160)
一、	档案管理条例	(160)
二、	呈文管理规定	(161)
三、	手机费用报销规定	(162)
四、	贵宾卡管理使用制度	(162)
五、	员工辞职、解除劳动合同制度	(163)
六、	员工住宿管理制度	(164)
<b>第六章</b>	<b>前厅管理规范</b>	<b>(165)</b>
第一节	前厅部组织机构和职能	(165)





一、前厅部组织机构设置图	(165)
二、组织机构职能表	(165)
第二节 岗位职责与作业规范	(166)
一、前厅经理	(166)
二、前厅副经理	(169)
三、前厅主管	(170)
四、服务员领班	(172)
五、服务员	(176)
六、迎宾领班	(183)
七、迎宾员	(184)
八、传菜领班	(185)
九、传菜员	(186)
十、质检员	(189)
第三节 服务程序与服务规范	(190)
一、零餐和非正式宴会服务程序与规范	(190)
1. 服务程序	(190)
2. 服务规范	(191)
二、宴会服务程序与规范	(194)
1. 服务程序	(194)
2. 服务规范	(198)
三、服务技巧与规范	(203)
四、酒楼常用服务英语规范	(212)
五、服务员酒水知识要领	(219)
1. 一般知识	(219)
2. 进口酒知识	(219)
3. 国产酒知识	(222)
六、前厅营销规范	(223)
1. 基本要求和注意事项	(223)
2. 营销要点	(224)
第四节 前厅管理制度	(227)
一、内部秩序管理制度	(227)
二、前厅物资领用制度	(228)
三、前厅物资管理制度	(228)