



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

餐饮管理

Canyin Guanli

黄文波 著



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
高职高专旅游与酒店管理专业规划教材

餐 饮 管 理

黄文波 著

对外经济贸易大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

餐饮管理/黄文波著. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2007

普通高等教育“十一五”国家级规划教材. 高职高专
旅游与酒店管理专业规划教材

ISBN 978-7-81078-993-6

I. 餐… II. 黄… III. 饮食业 - 经济管理 - 高等学校:
技术学校 - 教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 163557 号

© 2007 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有, 翻印必究

餐 饮 管 理

黄文波 著

责任编辑: 曹 麦

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 170mm × 228mm 21 25 印张 392 千字

2007 年 12 月北京第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81078-993-6

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 35.00 元

出版说明

教材是体现教学内容和教学要求的知识载体,是进行教学的基本工具,是提高教学质量的重要保证。对外经济贸易大学出版社根据教育部有关教育事业“十一五”规划的发展要求,积极贯彻适应教学改革和课程建设发展的方针,面向大力推动我国职业教育培养高技能专门人才的实际需要,特邀请全国具有多年丰富教学和实践经验的骨干教师,经过两年多的精心策划准备,隆重推出了本套“高职高专旅游与酒店管理专业规划教材”。

本套教材第一批有两本,均为旅游与酒店管理专业高职高专教学之重点课程,分别是《烹饪工艺学》、《餐饮管理》。并且,这两本书已经入选“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”。本套教材还会陆续出版其他课程用书,以满足高职高专旅游与酒店管理专业教学的需要。

本套教材的开发自始至终坚持“实现知识、技能和素质的融会贯通”这一指导思想。整套书的编写遵循各学科专业的发展规律和教学特色,努力向广大读者和教师呈现一套融高品质、系统性、实用性于一体的专业课程教材。为强化知识的掌握,本套书每章前、后分别配有“学习目的”、“基本内容”、“思考题”等板块,同时若干教材还设有“案例分析”板块以使读者更好地将理论知识与实践相结合。

对外经济贸易大学出版社

前 言

“餐饮管理”作为全国普通高等院校旅游管理专业或酒店管理专业的专业课程之一，近几年来受到越来越多的关注。因为餐饮业是一个与人类生活息息相关的行业，“民以食为天”，吃是人类的第一生理需要。在西方发达国家，餐饮业作为第三产业的重要组成部分，以其进入壁垒低、吸纳劳动力多的特点而受到广泛重视。餐饮业是美国最大的行业，其所雇佣的员工占全美就业总人数的9%。我国2006年餐饮业营业额首次突破一万亿大关，同比增长16.4%。然而，餐饮业的高速发展也导致了剧烈的竞争，无论是高档的星级饭店，还是中低档的独立餐厅，都感到危机四伏。加之近年来消费观念的改变，使餐饮业经营者不得不努力改善经营管理，探索新的营销方法。

《餐饮管理》作为普通高等教育“十一五”国家级规划教材，有其科学性和独特性。本书以餐厅经营活动的运作流程为中心线索，分别从餐饮组织、菜单设计、食品原料采购供应、菜品销售、服务以及促销等诸多方面进行了全面和系统的阐述。本书同以往的同类教材或参考书相比，有以下五个特点：

第一，突出了餐饮成本控制过程和餐饮营销这两个餐饮经营管理上的关键问题。

第二，增加了大量实例，每章中都有具体实例，几乎每章后都附有案例分析。

第三，理论性与可操作性有机地结合。书中既有较新的餐厅管理理论和服务管理与营销理论，又有操作性很强的餐厅管理方法与技巧。

第四，增加了餐饮销售和服务中计算机信息系统的介绍，如POS点菜系统等。

第五，适用性强。本书从内容上高低兼顾，除可作为高等院校旅游与酒店管理等相关专业的大专院校教材外，对旅游饭店和独立经营的餐饮企业都有很强的适用性。

在申报出版本书时，我正在美国佛罗里达国际大学（FIU）酒店管理学院进行讲学和研究。我的同事 Marcel Escoffier 教授与我一起讨论制定了全书的结构体

系,并提供了大量有关菜单计划和管理方面的资料。感谢马桂敏、孙扬、薛璐、戴国卉、肖艳淑、王莹、罗燕等,她们参与了本书部分章节的编写和资料整理。其中,薛璐编写第七章,孙扬编写第八章,王光影编写第九章,肖艳淑编写第十二章。在本书大纲的制定与编写过程中,还得到了天津滨海假日酒店、天津麦当劳食品有限公司、北京万豪国际、小嘟来餐厅等酒店业界朋友的鼎力支持,在此表示衷心的感谢。

本书在编写过程中参考了有关饭店餐饮管理与营销的大量国内外书籍和文献,在此,向这些书籍与文献的作者表示衷心的感谢。同时,对为本书的出版付出了艰辛劳动的对外经济贸易大学出版社的各位老师表示衷心的感谢。

黄文波

天津商业大学旅游管理学院副教授

佛罗里达国际大学(FIU)酒店管理学院助理教授

邮箱:whuang@fiu.edu

2007年6月

目 录

CONTENTS

第一章 餐饮概述 / 1

- 第一节 餐饮业与餐厅 / 1
- 第二节 餐饮业的构成 / 9
- 第三节 餐厅的分类 / 12
- 第四节 餐饮经营的特点 / 16
- 案例分析 / 22
- 案例思考题 / 23
- 复习思考题 / 24

第二章 餐饮经营理念 / 25

- 第一节 餐饮经营的理念 / 25
- 第二节 经营组合 / 33
- 第三节 餐饮经营方式的更新 / 42
- 第四节 餐厅命名与餐饮品牌 / 44
- 案例分析 / 51
- 案例思考题 / 53
- 复习思考题 / 53

第三章 菜单计划 / 54

- 第一节 菜单的重要性 / 54
- 第二节 菜单的种类 / 57
- 第三节 菜单设计的依据 / 61
- 第四节 菜单工程 / 68
- 第五节 菜单的设计与制作 / 73
- 案例分析 / 80

目 录

CONTENTS

案例思考题 / 81

复习思考题 / 81

第四章 食品原料的采购与验收管理 / 83

第一节 食品原料的采购管理 / 83

第二节 食品原料的验收管理 / 98

案例分析 / 104

案例思考题 / 105

复习思考题 / 106

第五章 食品原料的储存与发放管理 / 107

第一节 食品原料的储存要求 / 107

第二节 食品原料的发放与存货控制 / 118

案例分析 / 127

案例思考题 / 128

复习思考题 / 128

第六章 餐饮销售管理 / 130

第一节 餐饮产品销售价格 / 131

第二节 餐厅顾客需求分析 / 139

第三节 餐饮销售控制 / 146

第四节 盈亏分界点的确定 / 156

案例分析 / 162

案例思考题 / 163

复习思考题 / 163

CONTENTS

目 录

第七章 餐饮服务与管理 / 164

- 第一节 餐饮服务的基本技能 / 164
- 第二节 餐饮服务方式 / 171
- 第三节 餐饮服务程序 / 181
- 第四节 计算机在点菜服务中的应用 / 185
- 案例分析 / 191
- 案例思考题 / 193
- 复习思考题 / 193

第八章 饮料基本知识 / 194

- 第一节 饮料简介及分类 / 194
- 第二节 无酒精饮料 / 196
- 第三节 发酵酒 / 199
- 第四节 蒸馏酒 / 204
- 第五节 配制酒 / 211
- 第六节 鸡尾酒 / 214
- 复习思考题 / 217

第九章 餐饮成本核算与控制 / 218

- 第一节 餐饮产品成本构成和成本分类 / 218
- 第二节 餐饮成本核算的方法 / 223
- 第三节 餐饮成本控制的途径 / 231
- 案例分析 / 235
- 案例思考题 / 236
- 复习思考题 / 236

目 录

CONTENTS

第十章 餐厅服务质量 / 237

第一节 服务接触与顾客满意 / 237

第二节 餐厅服务质量 / 243

第三节 餐厅服务质量分析 / 250

第四节 餐厅服务质量的控制 / 252

第五节 服务质量的监督检查 / 255

案例分析 / 261

案例思考题 / 263

复习思考题 / 263

第十一章 餐厅的安全与卫生管理 / 264

第一节 餐厅安全管理 / 264

第二节 餐厅环境与卫生管理 / 271

案例分析 / 282

案例思考题 / 283

复习思考题 / 283

第十二章 餐厅内部促销 / 284

第一节 服务员推销 / 284

第二节 餐饮促销活动 / 291

案例分析 / 298

案例思考题 / 298

复习思考题 / 298

CONTENTS

目 录

第十三章 餐厅外部促销 / 299

第一节 餐饮广告 / 299

第二节 直接邮寄餐饮广告 / 311

第三节 公共关系与宣传 / 319

案例分析 / 324

案例思考题 / 325

复习思考题 / 325

参考文献 / 326

第一章

餐 饮 概 述

学习目的

- ☐ 了解国内外餐饮业的发展现状
- ☐ 掌握餐厅的概念和分类
- ☐ 掌握餐饮经营的特点和复杂性

基本内容

- ☐ 餐饮业与餐厅
- ☐ 餐饮业的构成
- ☐ 餐厅的分类
- ☐ 餐饮经营的特点

第一节 餐饮业与餐厅

中国餐饮业经过二十多年市场经济的洗礼，逐渐演变并进入了一个崭新的时代——新餐饮时代。传统餐饮与个性餐饮、中餐与西餐、快餐服务与餐桌服务之间的争雄成为这个时代的表象特征。随着中国经济及旅游业的发展，餐饮业的前景看好，经营模式多元化发展，国际化进程加快，而且绿色餐饮势必成为时尚。但与发达国家的餐饮业相比，我们的餐饮业仍有很长的一段路要走。为了更加清楚地了解面临的挑战，还是让我们首先认识一下我们的餐饮业。

一、我国餐饮业的发展现状

2006 年的《中国餐饮业研究报告》显示, 1978 年, 中国餐饮业网点仅 48 万家, 从业人员 85.57 万人, 年营业额 54.8 亿元。改革开放促进了餐饮业的发展与繁荣, 到了 2006 年, 餐饮业网点 400 万家, 从业人员 2 000 万人, 年营业额突破一万亿元大关。餐饮业已经成为我国第三产业的重要组成部分。中国烹饪协会最近发布的消息表明, 2006 年我国餐饮业零售额达到 10 345.5 亿元, 同比增长 16.4%, 比上年净增 1 458 亿元, 比同期社会消费品零售总额增速高出 2.7 个百分点, 比 GDP 增速高出 5.7 个百分点, 连续 16 年实现两位数增长。表 1-1 中的数字清晰地反映了我国餐饮业的发展规模与速度。

表 1-1 我国餐饮业发展对照表

年	营业网点 (万家)	年营业额 (亿元)	从业人员 (万人)	年人均餐饮支出 (元)
1978	48	54.8	85.87	6
2000	300	3 752.6	1 000	300
2002	350	5 000	1 500	380
2006	400	10 345.5	2 000	800

资料来源: 作者根据中国烹饪协会、中国饭店协会和网站公布资料整理。

上述数字足以说明, 我国的餐饮业在飞速发展。但我国是个拥有 13 亿人口的大国, 虽然总额突破一万亿元, 人均年餐饮消费额也只有 800 元人民币, 约合 102 美元。而早在 1999 年, 西班牙的人均年餐饮消费额就达到了 1 410 美元, 日本的人均年餐饮消费额达到 1 670 美元。中国与发达国家相比, 消费水平还有很大的差距。当然, 从另一个角度看, 这个数字差距说明我国餐饮业存在着巨大的发展空间。

此外, 餐饮业的发展还呈现出三个特点:

1. 家庭和个人的餐饮消费需求迅速增长

消费观念从以“在家就餐”为主向“在外就餐”转变。消费形式由单一餐饮消费向餐饮组合消费转变, 文化与餐饮的融合已经成为一种新的经营趋势和新的消费时尚。

2. 假日市场消费成为餐饮业新的经济增长点

不少餐饮企业抓住假日商机, 发展大众化餐饮, 取得了明显效果。根据中国饭店协会对全国十大城市假日市场统计, 2006 年“春节”、“五一”、“十一”三个“黄金周”营业额同比分别增长 26%、18% 和 20%, 全年假日餐饮业营业额达到 2 500 多亿元。

3. 餐饮连锁经营的发展尤其迅速

全国餐饮业百强餐饮企业中有 79 家采取连锁经营形式, 营业额占总营业额的 27.3%。餐饮连锁统一进货、统一配送, 体现了生产的多品种、少批量, 低投入、高产出, 快周转、高效率。中国饭店协会负责人介绍说, 今后, 传统餐饮向现代餐饮升级的步伐将会加快。以连锁经营、品牌培育、技术创新为特征的现代餐饮业, 将快速改变传统餐饮业的手工随意性生产、单店作坊式经营、人为经验型管理方式。大批餐饮企业集团的不断涌现, 带动了现代餐饮业的进步与发展。

二、国外餐饮业的发展现状

西方发达国家的餐饮业在发展规模、人均消费水平, 以及管理水平上都有很多值得我们借鉴的方面。对中国餐饮业发展影响较大的是美国。麦当劳、肯德基、必胜客等美国快餐店在中国遍地开花, 家喻户晓。表 1-2 所列出的是美国排名前 20 名的商业型餐饮服务组织的餐饮销售收入情况。这些餐饮服务组织有的是以经营餐饮为主业, 也有的是饭店集团的餐饮经营。

表 1-2 美国前 20 名商业型餐饮服务组织的餐饮销售收入

1998 年排名	1998 年销售收入 (百万美元)	组织名称
1	35 979	麦当劳 (McDonald's)
2	10 333	汉堡王 (Burger King)
3	8 446	肯德基 (KFC)
4	7 800	必胜客 (Pizza Hut)
5	5 555	温迪 (Wendy's)
6	5 000	塔科贝尔 (Taco Bell)
7	3 454	赛百味 (Subway)
8	3 224	多米诺比萨饼 (Domino's Pizza)
9	2 698	奶业女王 (Dairy Queen)
10	2 476	哈迪 (Hardee's)
11	2 258	杜肯面包圈 (Dunkin Donuts)
12	2 221	7-11 (7-Eleven)
13	2 200	阿拜 (Arby's)

续表

1998 年排名	1998 年销售收入 (百万美元)	组织名称
14	2 193	小恺撒 (Little Caesars)
15	2 100	喜来登 (Sheraton Hotels)
16	2 066	苹果蜂王 (Applebee's)
17	1 960	丹尼斯 (Denny's)
18	1 810	红龙虾 (Red Lobster)
19	1 522	内陆牛排 (Outback Steakhouse)
20	1 440	T. G. I. 星期五 (T. G. I. Friday)

资料来源: Top 400: The Ranking, Restaurants & Institutions, July 15, 1999。

2006 年, 美国餐饮业销售总额达到了 5 370 亿美元, 人均餐饮消费额 1 790 美元, 营业网点 93.5 万家, 从业人员 1 280 万人。表 1-3 可以更清楚地反映出中美两国在餐饮业上的差异。

表 1-3

2006 年中美餐饮业发展对比

国家	人口	GDP (美元)		餐饮业销售额 (美元)		网点 (万)	人均年收入 (美元)	外出就餐支出 占收入的比例
		总量	人均	总量	人均			
中国	13 亿	26 800 亿	2 062	1 325 亿	102	400	1 506 *	6.8%
美国	3 亿	126 000 亿	42 000	5 370 亿	1 790	93.5	36 276	4.9%

资料来源: <http://www.restaurant.org/research>。

注: 此表为作者自己整理, 其中, 2006 年我国的 GDP、餐饮业销售额、人均年收入、就餐支出等的美元换算是以 2006 年末人民币汇率中间价 7.81 计算的。

* 此数字是根据 2006 年全国城镇居民人均可支配收入 11 579 元人民币计算的, 未考虑农村人均收入。事实上 2006 年农村人均收入为 3 587 元人民币, 折合 460 美元。

以下是美国餐饮业发展的一些数据:

- ① 预计 2007 年全国销售额增长 5%, 餐饮销售占 GDP 总额的 4%;
- ② 餐饮销售每增加 100 万美元, 创造 37 个就业机会;
- ③ 2004 年餐桌服务式餐厅的平均单店销售额为 795 000 美元, 快餐服务式餐厅的平均单店销售额为 671 000 美元;
- ④ 70% 的餐饮网点为独立经营的单体餐厅;
- ⑤ 餐饮业雇佣的 1 280 万员工, 是从业人员最多的行业, 占全美就业总人数

的 9%；

⑥ 餐饮业是劳动密集型行业，2005 年人均销售额为 57 032 美元，明显低于其他行业；

⑦ 近半数的成年人有从事餐饮业的工作经历；

⑧ 32% 的成年人所从事的第一份工作是在餐厅工作；

⑨ 从事餐饮业的员工中：女性占 55%，年龄在 30 岁以下的占 53%，单身占 66%，兼职工平均每周工作 25 小时；

⑩ 25% 的餐厅的所有者为女性；

⑪ 15% 的餐厅为亚裔人所开，8% 为西班牙裔人所开，4% 为黑人所开；

⑫ 约有 60% 的餐厅经理年薪在 5 万美元以上；

⑬ 60% 的一线主管是女性；

⑭ 59% 的餐厅为顾客提供电视。

三、我国餐饮业现阶段存在的问题

（一）行业结构不合理

餐饮业行业结构不合理主要表现在三个方面：

1. 高档餐厅发展速度过快

由于竞争激烈，不少企业生意清淡，企业关门倒闭时有发生。虽然竞争能促进行业的进步和发展，但过度的竞争将使企业在市场中的生存变得更加困难，更无从谈起对行业的贡献。企业在经营之初缺乏准确的市场调查，缺乏对市场的必要了解，不能对市场状况有准确的判断，也就得不到市场的认可。

2. 中低档餐厅以个体小店居多

中低档餐厅中以脏、乱、差的个体小店居多，干净实惠的大众餐厅较少。虽然这类餐厅存在着巨大的市场需求，但经营者一般只考虑如何降低成本，忽略了就餐环境，缺乏卫生意识。

3. 现代中式快餐的发展与市场需求存在着明显的差距

中餐工艺上的繁琐限制了中式快餐在速度上的提高，难以进行工业化的生产，但随着快餐研究的深入，相信中式快餐的市场潜力是巨大的。

（二）经营者及管理人员总体素质偏低

感觉型、经验型、随意型管理是普遍现象。现在的经营业主以及许多管理人员，绝大多数从员工中提拔或者是从其他行业转入餐饮业的，由于宏观失控，加上管理机制的滞后，使一些不具备餐饮经营资格的人员从事了餐饮业，相当一部分经营者没有掌握餐饮经营运作规范，总体文化素质的低下，缺乏管理技巧与专

业知识，导致管理水平的低下。一些经营者目光短浅，蒙骗消费者的现象时有发生，既损害了消费者的利益，又影响了餐饮业的形象。

（三）经营方式落后，不能适应市场需求

大多数的餐饮企业仍然保留着传统的经营观念、经营模式和经营方式，其思想仍停留在改革开放初期的年代，随着社会发展，人们的饮食思维已从“果腹充饥”转向“品尝休闲”，从“生理需求”升为“心理需求”。他们创新与开发意识不强，菜品、经营、环境等特色不明显，许多餐饮企业甚至不知道“食无定味、适口者珍”的道理，处处以正宗自诩，抱着所谓传统模式不放、固步自封与消费需求和市场变化不适应，使得行业的整体经营水平还比较落后。而企业要在市场中占据一席之地，必须加强创新经营力度和企业文化品牌的塑造。逐步改变以手工随意性加工、单店作坊式经营、经验性管理为主的状况，向标准化操作、工厂化加工、连锁规模化经营和科学现代化管理的方向发展，不断促进行业整体水平的提高。市场经济条件下，市场是经济的主体，不能适应市场需求，必将被市场所淘汰。

餐饮业虽然发展很快，潜力很大，但仍处在初级发展阶段，主要表现就是地区发展不平衡。首先是东西部地区差异大。西部五省总计销售额还不如沿海一个省的销售额高。其次是城乡差异大。高档餐厅或许多餐饮名店几乎都在城市，尤其是大城市。而广大的乡村地区甚至中小城市的餐饮发展较慢。消费观念上的差异产生一定的影响，但主要原因还是收入低，可支配收入更低。

四、现代餐厅的发展趋势

作为一个现代化的餐厅，不是单纯地看它装修是否豪华，规模是否庞大，而应该具备以下六个标志：

（一）使用现代化的生产设备

随着烹饪技术的发展，厨房设备也随之发展。20世纪80年代之前，许多饭店厨房设备较为简陋落后，只有少数饭店的厨房有煤气灶，多数使用自砌的烧煤炉灶、木制工作台以及砖砌的、由瓷砖贴面的出菜台。80年代后，新兴的不锈钢厨房设备层出不穷，且款式新颖、光亮美观、防腐性好、清洁卫生、经久耐用。厨房设备的发展改善了卫生条件，减轻了体力劳动，提高了工作效率，同时又促进了烹饪技术的发展。

现代化厨房设备包括：

- （1）不锈钢炉灶、蒸气锅、电磁炉等；
- （2）各种烘烤箱如常规烤箱、对流烤箱、远红外烤箱、微波炉等；