



高职高专旅游管理专业规划教材

餐饮管理

陈玉峰 主编



高职高专旅游管理专业规划教材

餐 饮 管 理

主 编 陈玉峰

副主编 武瑞营

参 编 朱 斌 丁玉平

张仁军 舒卫英

陈斯胄

主 审 范黎光



机械工业出版社

本书以管理理论为指导,以餐饮业务经营活动为中心,以科学管理思想、方法及服务技能为主要内容,理论联系实际,定性研究和定量分析相结合,系统地介绍了餐饮管理经营计划的编制、餐饮采保管理、餐饮生产管理、餐饮销售管理、餐饮服务与管理、餐饮产品成本核算与控制等方面的管理理论、方法和服务技能。本书体现最新的管理理念和操作方法,突出实际应用和市场经济的最新要求。本书既是高职高专旅游管理、饭店管理及相近专业的教材,也可作为饭店在岗人员培训及自学的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

餐饮管理/陈玉峰主编. —北京:机械工业出版社, 2003.8

高职高专旅游管理专业规划教材

ISBN 7-111-12680-7

I. 餐... II. 陈... 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 (2003) 第 061607 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 曹俊玲 责任编辑: 冯 铨

版式设计: 张世琴 责任校对: 张晓蓉

封面设计: 饶 薇 责任印制: 闫 焱

北京瑞德印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2003 年 9 月第 1 版·第 1 次印刷

1000mm×1400mmB5·7.75 印张·284 千字

0 001—3 000 册

定价: 19.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话 (010) 68993821, 88379646

封面无防伪标均为盗版

高职高专旅游管理示范 专业教材编审委员会

顾问 杜江 卢昌崇 赵黎明 田里 李昕

主任委员 郑向敏

副主任委员 (以姓氏笔画为序)

刁宗广 范黎光 罗金铭 单凤儒 钱理文
曹俊玲

秘书 黄安民

委员 (以姓氏笔画为序)

石强 石建辉 田金霞 刘力 陈雪琼
陈玉峰 李祝舜 李洪波 沈时仁 汪京强
张利民 宝胜 林江珠 周凤杰 柳素芬
袁正新 蒋长春 舒惠芳 蔡宗和

前 言

“餐饮管理”是高职高专饭店管理专业和旅游管理等专业的一门专业主干课，其主要任务是讲授餐饮管理与服务的基础知识，强化学生从事餐饮管理与服务工作必备的管理、服务观念与意识，训练学生餐饮服务的基本操作程序与技能，培养学生从事饭店餐厅服务与基层管理工作、适应行业发展与职业变化的基本能力。“餐饮管理”的教学目的是使学生掌握餐厅管理与服务的基础理论与基本知识，熟悉饭店餐饮部运行与管理的基本程序和方法，熟练掌握餐饮服务的技能，热爱并胜任饭店餐饮部基层管理工作。

本教材是由机械工业出版社组织编写的高职高专旅游管理专业系列教材之一。参加编写的人员都是各院校教育部旅游管理试点专业的一线教师。本教材在充分吸收本科、中专和专科教材优点的基础上，把握高职高专教育和学生的特点，每章设有内容提要、本章小结、复习要点、思考练习题等，以便于学生学习和巩固所学内容。本书强调职业技能的掌握，并介绍必备的管理理论知识，适应高职高专教育的发展要求；将餐饮管理的基本理论与餐饮服务的基本知识和技能融合在一起，既培养服务技能，又为学生将来的发展奠定了一定的后劲基础。本书既是高职高专旅游管理、饭店管理及相近专业的教材，也可作为饭店在岗人员培训及自学的参考书。

本书具有以下主要特色：① 完备性。涵盖了必备的餐饮管理知识和操作服务技能。② 融合性。相关性强的内容尽量合并。③ 实用性。本书实用性强，具有鲜明特色，融入最新管理观念的同时，加大了案例分析和服务技能的内容，以培养学生的综合能力。

本书由陈玉峰（承德石油高等专科学校）任主编，武瑞营（承德石油高等专科学校）任副主编，范黎光副教授（承德石油高等专科学校）任主审。具体编写分工如下：第一、二章由陈斯胄（漳州师范学院）编写；第三章由陈玉峰编写；第四章由武瑞营编写；第五章由张仁军（承德石油高等专科学校）编写；第六章由舒卫英（宁波大学职教学院）编写；第七章由朱斌（渤海大学旅游与历史文化学院）编写；第八章由丁玉平（承德石油高等专科学校）编写。在编写中，参考了大量的文献书籍等资料，在此向这些文献的作者深表感谢。

由于编者的水平所限，书中难免出现不妥之处，敬望同行专家和读者指正，以期改正完善。

编 者
2003 年 5 月

目 录

前言			
第一章 餐饮概述	1		
第一节 餐饮业发展概况	1		
第二节 餐饮部组织机构与职能	5		
第三节 餐厅种类及经营特点	8		
思考练习题	14		
第二章 餐厅设立与菜单计划	15		
第一节 餐厅设立	15		
第二节 菜单的实施策略与菜单种类	19		
第三节 菜单的内容与设计	22		
思考练习题	26		
第三章 餐饮经营计划的编制	27		
第一节 餐饮经营计划的内容和任务	27		
第二节 编制餐饮经营计划的依据和指标	32		
第三节 餐饮管理计划指标预测方法	38		
第四节 餐饮管理计划方案编制方法	52		
思考练习题	59		
第四章 餐饮食品原料的采保管			
理	62		
第一节 食品原料的采购管理	62		
第二节 食品原料的验收管理	70		
第三节 食品原料的储存管理	74		
第四节 食品原料的发放管理	80		
第五节 食品原料的库存盘点控制	83		
思考练习题	87		
第五章 餐饮生产管理	89		
第一节 餐饮生产管理概述	89		
第二节 餐饮生产质量控制	92		
第三节 餐饮产品的生产折损控制	108		
第四节 饮品生产管理	112		
思考练习题	115		
第六章 餐饮销售管理	117		
第一节 餐饮产品销售计划	117		
第二节 餐饮产品价格制定	124		
第三节 餐饮营业场所的销售决策	141		
思考练习题	147		
第七章 餐饮服务与管理	148		
第一节 餐饮服务的功能和特点	148		
第二节 餐饮服务人员的基本素质、技能和职责	151		
第三节 餐饮服务人员的服务技能	155		
第四节 餐饮服务程序	178		
第五节 宴会服务与管理	189		
思考练习题	210		
第八章 餐饮产品成本核算与			
控制	211		
第一节 餐饮产品成本的构成与分类	211		
第二节 餐饮产品成本核算的基础工作和方法分类	216		
第三节 餐饮产品成本核算方法	219		
第四节 餐饮管理的成本控制	229		
思考练习题	240		
参考文献	242		

第一章 餐饮概述

内容提要 旅游饭店、旅行社和旅游交通是现代旅游业的三大支柱。而餐饮部是旅游饭店最重要的部门之一。本章介绍了餐饮业的发展概况及餐饮部在饭店中的地位、作用和任务，阐述了餐饮部的组织结构、餐厅种类和生产经营特点。

第一节 餐饮业发展概况

食品和饮品是人类赖以生存和发展的基本条件之一。50 万年以前，当人类懂得用火烧熟食品时，已经蕴涵着餐饮活动的最初萌芽，因此餐饮业是世界上历史最悠久的产业之一。

餐饮业大约起始于人类文明的初期，并且伴随着人类文明的进步和城市的出现而孕育、产生和发展起来的。

餐饮业的发展受国家的历史文化、气候环境、经济发展水平、宗教信仰和传统习惯等诸多因素的制约。中、外餐饮业有各自的发展历史，并互相渗透、促进和推动。

一、我国餐饮业发展概况

中国餐饮的起源历史久远，距今 50 万年前的北京人已开始用火烧熟食物，烹饪由此发端。早在商周时期，金属工具、原始瓷器、酿酒作坊和食盐的出现，为餐饮业的形成创造了条件。当时的人们开始掌握刀功与火候技术，烹饪方法有烧、烤、煎等多种。这些都反映了我国先秦时期的烹饪技术已发展到相当高的水平。当时生产力发展水平低，餐饮落后，尚未产生餐桌座椅，所以用芦苇或其他植物编成席子，设席待客或聚会。筵席阶段宴会活动方式多样，主要为奴隶主、贵族所享用。

秦汉时期是中国餐饮发展的第二阶段。由于农业、手工业、商业有了很大发展，对外交往日益频繁，在中央集权的封建国家里，餐饮文化不断出现新的特色。这一时期，战争频繁，封建割据，统治阶级奢侈腐化，寻求各种新奇的刺激，“丝绸之路”引进了国外食品、饮品及文化，中国餐饮在社会大变革中博采各民族饮饌的精华，取得了长足的发展。

唐宋时期是我国餐饮史上的黄金时期之一，具体表现在：食源继续扩大，瓷餐具风行，工艺菜新兴，风味流派显现。这一时期的烹饪技法也有长进，热菜的制作工艺进入了成熟期，传统烹饪趋于定型。谢讽的《食经》为中国烹饪、餐饮理论的研究开了先河。随着生产力的发展，餐饮生产有了进步，用餐时的用具也发生了变化，产生了小餐桌和条案。民间多用方桌，而宫廷、官府的宴会活动则用条案举行，食品放在条案上，分食享用，欣赏歌舞，主人在上，宾客四周围案而坐，形成主次分明的宴会气氛。“宴会”这一名词在这一时期也正式使用。

明清时期，我国餐饮业继续发展，技术更加精湛，菜点更为丰富，以豪华宫廷大宴为标志的中国烹饪达到了封建时代的最高水平。期间食谱原料已近千种，灶具式样增多，设计更精巧。烹饪技术经过数千年的积累、提炼，得到了升华，已初步形成有原则、有规律、有程序、有标准的烹饪工艺。这一时期的筵宴规模宏大，格式多样。宴会采用圆桌，餐厅讲究台型设计，台面布置，斟酒、上菜注重服务程序和服务质量。菜点的组合、席面的铺排、接待的礼仪、乐舞的配合，都呈现出新的特色，尤以乾隆时“千叟宴”和满汉燕翅烧烤全席最具典型，为近代中国餐饮业的发展画了一个圆满的句号。

中国餐饮业的发展主要是在封建社会阶段完成的。中国封建社会儒家的思想占统治地位达三千年，其行为规范和道德准则成为整个社会的精神支柱和灵魂。中国餐饮业中的“礼”“序”，乃至许多菜点的设计和品名，无不浸透着儒家思想的影响；中餐在礼仪上讲究席次排座、尊卑有别、长幼有序、男女分席，餐饮过程严格有序；菜点的设计十分注重造型，并且取名亦有讲究，包蕴了儒家的思想观念。

中国餐饮业长期受农业经济的影响，食物的植物性食品成分过大，动物性食品比例太少，显得不甚合理。随着经济的发展和人民生活水平的提高，在餐饮业“营养、卫生、科学、合理”的原则指引下，具有中国风味又符合现代科学营养的膳食结构正在迅速形成。中国烹饪的特点是：原料广博，菜品繁多；选料严谨，因材施教；刀功精湛，艺术性强；善于调味，注重火候；技法多样，盛器讲究。在此基础上，形成了以鲁菜、川菜、粤菜和淮扬菜为代表的中国四大菜系。现代中国餐饮业继承和发扬了民族文化的优秀传统，走开拓创新之路，使传统工艺更符合现代饮食的科学要求，用科学烹饪创造出科学美食。烹饪的繁荣促进了中国餐饮业的发展，中国的餐饮业正在走向世界。

二、餐饮业发展概况

国外餐饮业起源于古代地中海沿岸的繁荣国家，基本定型于中世纪，其发

展由于受诸多因素的制约,在不同的历史阶段、不同的领域各具特色。

在古埃及,早在公元前 1700 年,已有酒店存在。考古发现了同一时期或更早时期的菜单,菜单上写的基本上是面包、禽类、羊肉、烤鱼和水果等。在当时,妇女、儿童不准进入各种酒店和餐馆。但到公元前 400 年时,妇女、儿童已成为各种酒店和餐馆中不可缺少的一部分。通常,只有男孩可以随同父母一起去酒店和餐馆,而女孩必须等到结婚以后才能进入酒店和餐馆。

在古希腊,早期的酒店多设在各种庙宇旁边。牲畜首先被人们送到庙宇中敬奉神灵,祭扫之后把牲畜抬到酒店里举行宴会,让大家分享,并开怀畅饮。当时,古希腊的酒店主已经开始向旅行者提供食品和饮料,主要包括地中海地区的谷物、橄榄油、葡萄酒、奶酪、蔬菜和肉食等。大约在公元前 1800 年,汉谟拉比法典就已经规定,如果在酒中掺水就要被处以死刑。

在古罗马时期,餐饮业已颇具规模。庞贝古城的考古发现,当时客栈、餐馆和酒店十分兴盛,至今仍能分辨出有 118 家酒店或餐馆酒吧的遗址。16 世纪中期,意大利成为欧洲文艺复兴的中心。艺术、科学的繁荣和商业经济的发展,使其烹饪技术博采众长,吸收世界各地烹饪精华,形成了追求奢华,讲究排场、典雅华丽的特色,被誉为“欧洲烹调之母”。

18 世纪中期,法国成为欧洲政治、经济和文化中心,其物产丰富、农牧渔业发达,餐饮业迅速发展。法国菜选料广泛,烹饪方法考究,大量使用复合调料,使菜肴味道浓郁、丰富多彩。烹饪技艺和菜肴组合比较科学,并注意保留食品的热量和营养成分,形成独具特色的法国餐饮风格。20 世纪 60 年代,法国又提出“自由烹饪”,改革传统烹饪工艺,力求更符合现代生活的要求。法国被公认为世界烹饪王国,法国菜受到人们的普遍欢迎,在世界上广为传播。

美国餐饮业形成于 18 世纪末。随着移民进入美洲,促进了美洲大陆餐饮业的迅速形成和发展。20 世纪初,为适应社会经济迅速发展、社会节奏加快的需求,其餐饮业出现了革新性的变化,注重营养、求新、求快。至今,美国餐饮业已成为美国重要的服务产业之一,其“营养丰富、快速简便”的餐饮特色,随着国际经贸交流的迅猛发展而推向世界各地。

由于西方经济的高速发展,物质丰富,发达国家的餐饮业形成了以获取人体所需的营养为主,过分讲求营养质量的风格,其食品结构有“高热量、高蛋白、高脂肪”的特点,使许多人营养过剩,体型过胖,这已成为现代营养科学的关注焦点。

综观中、外餐饮业的发展概况,世界餐饮业是随着人类经济活动的出现和文明程度的提高而产生和发展的。中外餐饮业在发展过程中既各自独立,又互

相渗透。中餐向西餐借鉴增加蛋白质的比重,学习西餐的烹饪方法,引进了咖啡、可可、洋酒等;西餐向中餐借鉴增加碳水化合物的比重,学习中餐的烹饪方法,吸收了中餐特有的饮料——茶叶。中西餐的餐具和服务程序都在相互补充,相得益彰。中西餐相互交流、相互促进、共同发展,创造了世界餐饮业的新局面。

三、餐饮业的发展趋势

迈进 21 世纪,中国的餐饮业进入了史无前例的再发展时期,软、硬件建设日新月异,市场竞争日益激烈。餐饮业的发展必须适应现代市场需求的变化,适应经营环境的变化,走多元化、地方化和国际化的道路。我国餐饮业的发展趋势主要表现在以下几个方面:

(1) 透明化 餐饮生产和销售的透明化,减少了宾客的消费顾虑,增加了选择性和参与性。这种经营模式汇集地方风味、外国特色、乡土小吃于一体,实施“明档、明炉、明厨、明价”的全透明化经营。宾客对自己所点的菜肴从规格、分量、定价、加工、烹调、销售等到服务均能一目了然,真正做到主随客便、自称斤两、自定口味、因人而异、价格适中、面向大众。全透明的经营模式,在今后一段时期内,将受到越来越多宾客的欢迎。

(2) 多元化 随着餐饮企业数量的增加,档次的提高,餐饮业传统的单一经营方式不再适应市场的要求。餐饮业开始向以一业为主、多种经营的多元化方向发展。不少餐饮企业在搞好餐饮经营的同时,向娱乐、健身经营发展,有的还开展管理输出、餐饮设备用品供应、开办培训学校等。这些拓宽经营领域的做法,增强了餐饮企业的整体实力和市场应变能力,提高了餐饮企业的经济效益和抗风险能力。

(3) 集团化 集团化的发展是竞争的产物,是实现资本经营的需要。近几年,许多国际知名的餐饮集团凭借其资金和管理的优势进军中国市场,使中国餐饮业面临着严峻的挑战。为了生存和发展,国内的一些较具实力的餐饮企业,开始向集团化发展,如成立餐饮公司,建立各种形式的连锁店等,这是符合当前餐饮业发展潮流的。专业化的集团管理标准统一,连锁标志统一,质量标准统一,有利于实现规模经营、降低成本、增加收益,有利于提高管理水平和服务质量、扩大企业声誉,有利于与国际餐饮业接轨。

(4) 特色化 由于餐饮本身具有的多样性和地方性特征,所以餐饮的特色化就格外重要。企业的特色是招徕宾客的重要手段。餐饮企业要研究特定宾客的需求与购买动机,从名称、建筑风格、装饰形式、环境气氛、服务方式、饮食风味等方面着手,树立品牌和精品意识,使餐饮产品标新立异,在竞争中立

于不败之地。

第二节 餐饮部组织机构与职能

一、餐饮部的组织机构

餐饮部组织机构是针对企业餐饮经营管理目标,为筹划和组织餐饮产品的供、产、销活动而设立的专业性业务管理机构,是餐饮部为有效开展业务经营活动的组织保证。

(一) 设置餐饮部组织机构的原则

1. 精简与效率相统一的原则

精简的目的是为了减少内耗,降低成本,提高效率。因此,精简和效率相统一的主要标志是:配备的人员数量与所承担的任务相适应,机构内部分工粗细得当,职责明确,每个人有足够的工作量,工作效率高,应变能力强。

2. 专业化和自动调节相结合的原则

专业化和自动调节相结合的主要标志是:组织机构大小同企业等级规模相适应,内部专业分工程度同生产接待能力相协调,专业水平和业务能力同工作任务相适应,管理人员能够在不断变化的客观环境中主动处理问题,具有自动调节的功能。

3. 权力与责任相适应的原则

责任是权力的基础,权力是责任的保证。权、责相适应的标志是:组织机构的等级层次合理,各级管理人员的责任明确,权力大小能够保证所承担任务的顺利完成,责权分配不影响各级管理人员之间的协调与配合。

(二) 餐饮部组织机构的一般模式

餐饮部组织机构的具体形式受企业规模、接待能力、餐厅类型等因素的影响,其一般模式主要有三种:

1. 小型饭店模式

这种饭店餐厅数量少、类型单一,大多只经营中餐。其组织机构形式如图 1-1 所示。

2. 中型饭店模式

这种饭店有 300~500 间左右的客房。餐厅类型比较齐全,厨房与餐厅配套,内部分工比较细致,

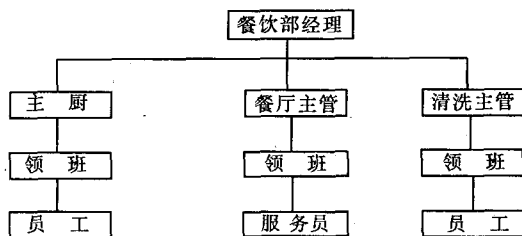


图 1-1 小型饭店餐饮管理组织机构图

餐饮管理组织机构较复杂。其机构形式如图 1-2 所示。

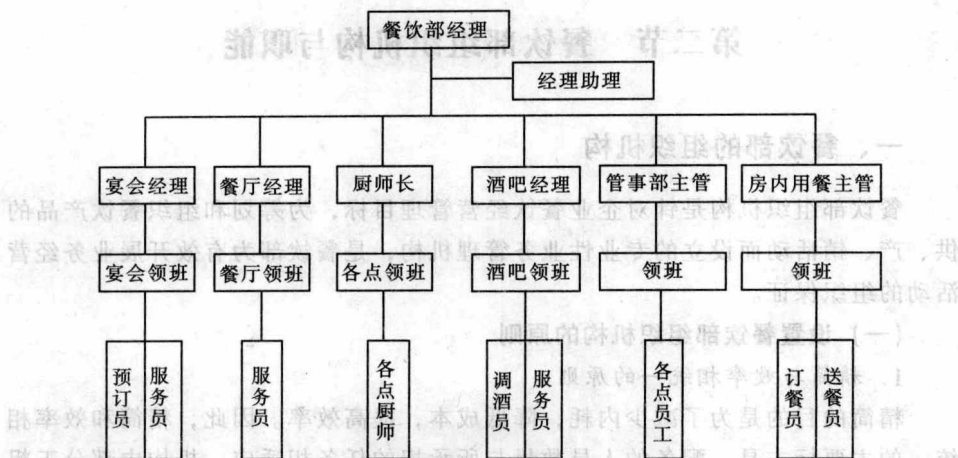


图 1-2 中型饭店组织机构图

3. 大型饭店模式

大型饭店有 5~8 个以上餐厅，多的可达十几个、几十个。中西餐、宴会、酒吧、客房送餐等各类餐厅齐全。厨房与各种类型的餐厅配套，内部分工十分细致，组织机构专业化程度高。其机构形式如图 1-3 所示。

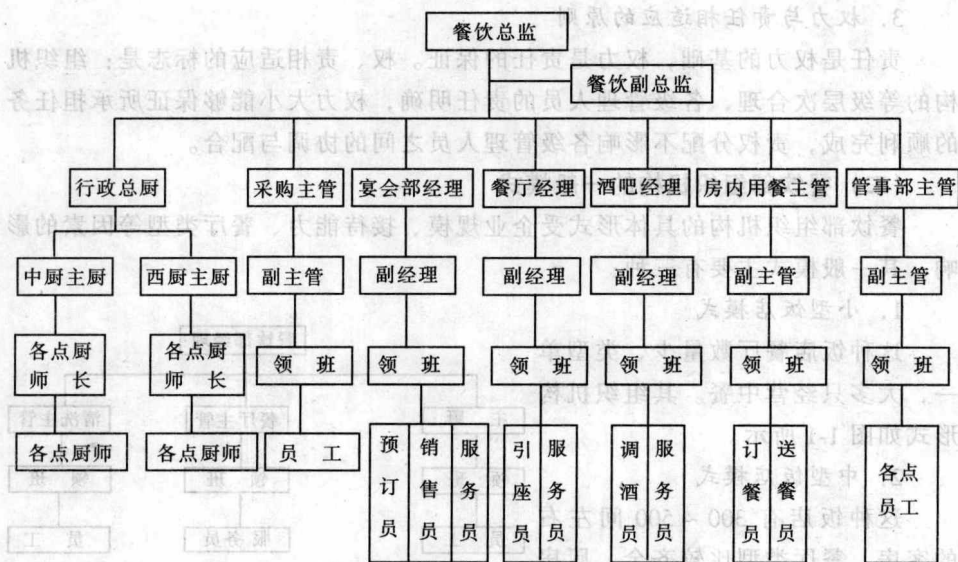


图 1-3 大型饭店餐饮管理组织机构图

二、餐饮部在饭店中的地位和作用

(一) 餐饮部在饭店中的地位

餐饮部是饭店的一个重要组成部分,它为宾客提供优质的食品、饮料和良好的服务,承担着宴会、酒会、茶话会、冷餐会、点菜、包餐、客房送餐、酒吧等各项任务。其经营管理的好坏,直接关系到饭店经营的成败。

1. 餐饮收入是饭店收入的重要组成部分

我国旅游饭店的餐饮收入大约占饭店总收入的 30%~40%,一些饭店甚至可达 50%以上,而其总投资往往只占饭店投资的 30%左右。显然,餐饮部是饭店的一个十分重要的部门,饭店能否获得成功,与餐饮部的经营有着直接关系。因此,增加餐饮营业收入,为饭店创造更多的经济效益,是值得探讨的问题。根据目前国内餐饮市场的现状,饭店无论在设备上或技术力量上都有较大的优势,所以改善和强化餐饮部的经营管理显得特别重要。

2. 餐饮部是树立饭店高品质形象的重要组成部分

餐饮部作为饭店最主要的部门之一,其规格和水准就是饭店星级水平的一个代表。一个环境优雅、菜肴可口、服务周到、独具特色的餐厅,无疑会提高整个饭店的知名度,为饭店争取更多的客源。反之,如果饭店没有一定规格和服务水平的餐厅,就不能称其为现代化的饭店。可见,餐饮部是树立饭店高品质形象的重要组成部分。

3. 餐饮服务直接影响饭店的声誉

餐饮部工作人员,特别是餐厅服务人员,与宾客直接接触,其一举一动、一言一行都会在宾客的心目中产生深刻的印象。宾客可以根据餐饮部为他们提供的食品、饮料的种类以及质量服务态度等,判断一个饭店服务质量的优劣和管理水平的高低。所以,餐饮服务的好坏不仅直接关系到饭店的声誉和形象,而且直接影响饭店的客源和经济效益。

4. 餐饮部是饭店用工最多的部门

通常,餐饮部拥有的员工数占饭店总人数的 1/3,又有几十个工种,可以说是饭店中一个庞大复杂的部门。此外,餐饮部各工作岗位有各自专业特点,工作人员技能水平要求高,在培训、组织、指挥、协调、控制等方面增加了餐饮部的工作难度。

(二) 餐饮部的任务

餐饮部的任务是以市场开发和客源组织为基础,以经营计划为指导,利用餐饮设备、场所和食品原材料,科学合理地组织餐饮产品生产和销售,满足宾客多层次的物质和文化生活需求,以获取最大经济效益。

1. 搞好餐饮经营市场定位

根据企业市场环境和内部条件,认真做好市场调查,选准目标市场和客源对象,搞好市场定位。据此确定餐厅的经营风味、花色品种、经营方针、经营策略、产品价格,保证市场定位始终适应目标市场的需求变化。

2. 合理确定餐饮管理预算目标

根据市场定位和经营策略、经营措施,在市场调查与分析的基础上,认真做好市场预测,合理确定预算目标,编制餐饮管理经营计划,确定企业和各餐厅收入、成本、费用、利润目标。

3. 做好食品原材料采供管理

根据计划目标和业务需要,做好采购业务、库房管理、领料发料等工作,保证生产需要。

4. 搞好厨房产品生产组织

根据不同餐厅的经营风味,合理安排生产流程,继承和发展烹调艺术,搞好厨房生产过程的组织,保证产品质量。

5. 做好餐厅销售管理,提供优质服务

根据不同餐厅性质、风味,提供优良就餐环境,合理安排服务程序,做好餐厅服务过程的组织工作,确保提供高质量、高效率的服务,满足客人对物质和精神享受的需要,扩大销售,增加经济收入。

6. 按制度做好成本核算与成本控制

制定标准成本和消耗定额,加强成本控制,做好成本考核和成本分析,降低劳动消耗,以获得优良的经济效益。

第三节 餐厅种类及经营特点

餐饮业市场竞争激烈,大众对餐饮的多样化、社会化需求以及餐饮企业的不断改革、创新,使餐饮经营方式也不断发展变化,产生了多种类型的餐饮经营方式和名目繁多的餐厅种类。

一、餐厅种类

(一) 以服务方式和餐厅价位分类

1. 豪华餐厅

建筑装潢豪华奢侈,就餐气氛高雅浪漫,菜单设计精美考究;菜肴由具有高技术水平的营养师和大厨亲手配制烹调,价格高昂;卫生设施高档齐全;配备训练有素、服务技术全面、敬业精神强的资深侍者;名酿贮存丰富。现今,

豪华餐厅的规模趋向小型化。

2. 餐桌服务型餐厅

餐厅各具特色,建筑装璜上乘,就餐环境舒适,卫生状况优良,菜单内容丰富,菜肴口味体现时尚,价格适中,烹饪技术全面,餐饮服务规格化、标准化、程序化;餐厅在经营管理上,注重宣传促销,以提高座位周转率和回头率;主要客源市场以团体、商务客人为主。

3. 柜台型餐厅

厨房向外开放,采取全透明式操作。在厨房四周设有柜台和餐椅,能让宾客亲眼目睹厨师制作自点菜肴的全过程,而忘掉等待上菜的感觉。

4. 自助式餐厅

它有两种形式:

(1) 自助餐厅 该类餐厅常将菜品和餐具按用餐顺序分类摆放在布置装饰精美、台形设计考究的自助餐餐台上,由宾客自取餐具,自行挑选自己喜爱的菜品,并划分就餐区域。

(2) 点菜式自助餐厅 类似于快餐厅,大部分菜品在宾客点菜后烹制。菜肴价格水平较低,采取无菜单式经营,宾客共用餐桌,自助用餐,空间紧凑,客流量大。我国目前在餐饮市场上异军突起的餐饮超市,其实质就是一种点菜式自助餐厅。

(二) 以经营方式分类

1. 独立餐厅

它是一种独立经营的餐厅或隶属于酒店的餐厅。此类餐厅根据自己的市场状况、自身条件、资金能力、经营水平等选择适合自己发展经营方法和经营手段,具有独立性强、经营灵活、市场反应快等特点。

2. 连锁经营餐厅

连锁经营餐厅是在全球或本国范围内开设大量餐厅,使用相同的店名或店样连锁经营。

它有以下特点和长处:① 管理模式统一。以主店为大本营,并在中央管理系统的严格管理制度下进行投资、采购、出品、服务、销售、业务推广等一系列经营活动,在成本投入方面能够有效加以控制。② 餐饮产品和餐饮服务能够保持主店的水准,遇到问题时又能及时得到主店管理系统的帮助和解决。③ 可不断增强本餐饮系统集团在市场上的竞争能力。由于其分布地点大多位于新城旺地和繁华的商业地带,加之企业品牌鲜明,传播速度快,能迅速拓展业务,可形成规模经营。④ 营销计划和促销活动同步展开。各连锁经营店分摊广告宣传费用,能在进一步发掘潜在的客源市场的同时,有效调节各店之间

的需求平衡,使本系统在市场的调节和导引下良性发展。

3. 特许经营餐厅

通过出让特许经营权,一些餐饮娱乐公司得以在全球推广它们的产品,并统一规格、统一市场形象、统一服务方式。大多数特许经营店为本地企业或私人投资,它们从母公司购得商标使用权;母公司有责任对投资者在可行性研究、地点选择、资金筹措、建筑设计、人员培训、广告宣传、原料采购、管理方法、操作规程和服务质量等方面给予咨询。目前在我国的麦当劳、肯德基、必胜客等,都是特许经营的餐饮企业。

(三) 饭店中的各种餐厅

1. 中餐厅

中餐厅通常是我国饭店的主要餐厅,是饭店餐饮部门主要的销售服务场所。我国的星级饭店,几乎无一例外地设置一个到几个不同风味的中餐厅,主营粤、川、苏、鲁、湘、徽、闽、京、沪等菜系,向宾客提供不同规格档次的重点服务和宴会服务。中餐厅除了向宾客提供中式菜点外,其环境气氛和服务方式也均能体现中华民族文化和历史传统特色。

2. 西餐厅

西餐厅大都以经营法、意、德、美、俄式菜系为主,同时兼容并蓄,博采众长,可以说是西方饮食文明的一个缩影,其中又以高档法式餐厅(扒房)最为典型。扒房具备了豪华餐厅的一些基本特征,是饭店为体现自己餐饮菜肴与服务水准,满足高消费宾客需求,以增加经济收入而开设的高档西餐厅,它是豪华大饭店的象征。扒房以法式大餐为菜品核心,美食佳酿,相映生辉,烹饪技术水平高超精湛,擅长客前烹制,以渲染饮食气氛。

3. 咖啡厅

咖啡厅是小型的西餐厅,在国外称为简便餐厅,主要经营咖啡、酒类饮料、甜品点心、小吃、时尚美食等。饭店咖啡厅营业时间长,一般24小时全天候营业,服务快捷,并以适中的价格面向大众经营。

4. 自助餐厅

我国四、五星级饭店一般都设有自助餐厅,一日三餐以经营自助餐为主,零点为辅。这类自助餐厅的餐台通常是固定的,装饰精美,极具艺术渲染力,配以调光射灯,使菜点更具美感和质感,从而增进人的食欲。自助餐厅中西菜点丰富,装盘注重装饰,盛器注重个性,摆放注重层次。自助餐厅也是饭店举办美食节的主要场所,在周日常举办香槟午餐。

5. 大宴会厅和多功能厅

大宴会厅和多功能厅是宴会部的重要组成部分,是宴会部经营活动的重要