



21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材

餐饮运行与管理

单铭磊 主编



从实战出发

采用丰富案例引导学生学以致用

以应用为本

囊括餐饮行业各类岗位专业知识



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



21 世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材

餐饮运行与管理

主 编 单铭磊

副主编 石 新 樊小兰 贾衍菊



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书以酒店餐饮部所需的基本知识和技能为立足点,以教学目标为核心,力求向学生系统地介绍餐饮部的运营过程。基于此,帮助学生了解餐饮计划管理、生产管理、服务管理、销售管理、成本控制及菜单设计与宴会组织等服务过程和管理方法,使学生基本了解餐饮部的工作,掌握前台服务必备技能,了解一定的烹饪知识、食品及营养卫生知识,以适应饭店餐饮服务与管理工作的需要,从而,有利于学生在餐饮行业的长足发展。

本书共分3篇,第1篇介绍餐饮基础知识,第2篇介绍餐饮服务,第3篇介绍餐饮经营管理。本书内容丰富,结构完整,注重理论和实际操作的有机结合,特别是对营养卫生知识、烹饪知识和厨房管理知识的介绍填补了同类书籍的空白。

本书可作为普通高等院校旅游或酒店管理专业及相关专业本、专科生用书,也可供各类酒店、餐饮企业工作人员及希望了解餐饮知识和餐厅工作的读者参阅。

图书在版编目(CIP)数据

餐饮运行与管理/单铭磊主编. —北京:北京大学出版社, 2012.8

(21世纪全国高等院校旅游管理类创新型应用人才培养规划教材)

ISBN 978-7-301-21049-9

I. ①餐… II. ①单… III. ①饮食业—企业管理—高等学校—教材 IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 176961 号

书 名: 餐饮运行与管理

著作责任者: 单铭磊 主编

策 划 编 辑: 刘 嵩

责 任 编 辑: 刘 嵩

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-21049-9/C · 0783

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电 子 邮 箱: pup_6@163.com

印 刷 者: 三河市北燕印装有限公司

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 20.25 印张 483 千字

2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 39.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

编写人员名单

主 编 单铭磊

副主编 石 新 樊小兰 贾衍菊

参 编 (按姓氏笔画排序)

刘文彬 刘建强 吕文静 邢 君 张 颖

张 静 赵 健 周红雨 秦炳贞

前 言

目前,针对旅游管理和酒店管理专业餐饮方面的教材种类繁多。其基础大多源于20世纪70年代末80年代初的饭店或餐厅的培训教材,其中也有部分引自香港特别行政区酒店的培训材料和国外相关的翻译教材。这些教材对提高我国饭店、酒楼、餐厅的管理水平和服务质量可谓功不可没,但其内容和整体结构几十年来变化不大,中等职业教育与本科教育的教材也没有很明显的层次差异。这种状况已经很难进一步促进餐饮行业的提升,培养出的学生也很难满足餐饮工作日新月异的多层次需要。如何才能更好地适应现阶段旅游管理或酒店管理专业培养目标的需要?何种教材能既满足高职、高专和本科餐饮教学的共同需要,又能体现出层次差异,还能够发挥教师和学生的主动性?这些是摆在专业教师面前的一个亟待解决的问题。基于这些问题,编者编写了本书,力图探索一条新路,起到抛砖引玉的作用。

本书立足于餐饮企业一线服务和基层管理岗位的要求,从实战出发,从企业用人标准出发,以行业的实际经营运行流程和规范为依据,对历年各级各类相关教材进行了总结。编者结合服务、烹饪、管理的深厚专业知识,力求打造一本适合本、专科旅游管理及酒店管理专业餐饮课程的教材,既有理论基础,又注重实践操作,同时还关注管理知识的拓展,力争做到基础知识翔实够用,操作实践实用性、正对性强,管理知识既贴近实际又有伸展,使本、专科两个层次的学习者均能在本书中找到自己的定位。

考虑到餐饮行业的特殊性和综合性,本书编写组的成员不仅有理论知识扎实的教授、博士、硕士等,还有实践经验丰富、从事多年餐厅对客服务的实践教师,同时还有获得国家金奖和政府津贴的烹饪技师和高级实习指导教师。本书具体的编写分工如下:第1章由吕文静(齐鲁师范学院)编写,第2章由赵健(山东青年政治学院)编写,第3章由石新(济南市技师学院)编写,第4章由刘建强(济南市技师学院)编写,第5章、第8章、第10章由单铭磊(山东青年政治学院)编写,第6章由张颖(山东青年政治学院)编写,第7章由张静(山东青年政治学院)和周红雨(山东商业职业技术学院)编写,第9章、第14章由贾衍菊(齐鲁师范学院)编写,第11章、第12章由樊小兰(枣庄职业学院)编写,第13章由邢君(济南市技师学院)编写,第15章由刘文彬(山东女子学院)编写。全书由单铭磊、石新、秦炳贞负责统稿。另外,山东青年政治学院旅游学院学生杨宗盛和李克凡参与了资料的收集和部分文字录入及图表制作等工作,在此一并表示感谢!

由于编写时间紧张及编者自身水平有限,本书疏漏之处在所难免,恳请读者给予批评指正。

编 者

2012年初夏于泉城

目 录

第1篇 餐饮基础知识

第1章 餐饮业概述3

- 1.1 餐饮业的历史和发展4
 - 1.1.1 餐饮的发展历史4
 - 1.1.2 我国餐饮业的现状7
 - 1.1.3 餐饮业发展的趋势10
- 1.2 餐厅的种类及服务项目11
 - 1.2.1 国外常见餐厅的种类11
 - 1.2.2 我国星级酒店和餐饮市场中
常见的餐厅种类14
 - 1.2.3 餐厅的服务项目15

第2章 餐饮部的岗位设置及要求19

- 2.1 餐饮部的组织机构与职能19
 - 2.1.1 餐饮部组织机构设置原则20
 - 2.1.2 常见的餐饮组织形态20
 - 2.1.3 餐饮部各主要部门的职能23
- 2.2 餐饮工作人员的礼仪规范24
 - 2.2.1 餐饮工作人员的基本素质24
 - 2.2.2 餐饮工作人员的仪容仪表26
 - 2.2.3 餐饮工作人员的言谈举止30
- 2.3 餐饮工作人员的岗位职责33
 - 2.3.1 餐饮部前台工作人员33
 - 2.3.2 后厨工作人员37

第3章 烹饪基础知识44

- 3.1 烹饪原料知识45
 - 3.1.1 植物性烹饪原料45
 - 3.1.2 动物性烹饪原料47
 - 3.1.3 调味原料48
 - 3.1.4 烹饪原料的品质检验48
 - 3.1.5 烹饪原料的保管方法49
- 3.2 烹饪原料的成型与配菜51
 - 3.2.1 原料成型51

3.2.2 配菜53

3.2.3 菜肴的命名54

3.3 烹调技术的基本知识56

- 3.3.1 烹调基本工艺56
- 3.3.2 常用的冷菜烹调方法57
- 3.3.3 常用的热菜烹调方法58

第4章 菜点及面点知识64

- 4.1 中式菜点65
 - 4.1.1 中国菜的历史和发展65
 - 4.1.2 中国菜的构成——八大菜系68
- 4.2 中式面点71
 - 4.2.1 面点的概念71
 - 4.2.2 面点在餐饮业中的地位
和作用71
 - 4.2.3 面点的风味流派72
- 4.3 西式菜点74
 - 4.3.1 西式菜点的历史和发展74
 - 4.3.2 法式菜点75
 - 4.3.3 俄式菜点75
 - 4.3.4 土耳其菜点76
- 4.4 常见菜点简介77
 - 4.4.1 常见中式菜点77
 - 4.4.2 常见西式菜点82

第5章 营养学基础知识86

- 5.1 基本概念87
 - 5.1.1 能量87
 - 5.1.2 营养87
 - 5.1.3 蛋白质88
 - 5.1.4 脂类88
 - 5.1.5 碳水化合物88
 - 5.1.6 矿物质89
 - 5.1.7 维生素89
- 5.2 人体对营养的需求89

5.2.1	孕妇对营养的需求	89
5.2.2	儿童及青少年对营养的需求	90
5.2.3	老年人对营养的需求	92
5.3	各类食品的营养价值	93
5.3.1	谷类营养价值	93
5.3.2	豆类营养价值	93
5.3.3	蔬菜、水果营养价值	94
5.3.4	肉类营养价值	94
5.3.5	奶类营养价值	95
5.3.6	蛋类营养价值	96
5.4	绿色食品	96
5.4.1	基本概念	96
5.4.2	绿色食品分级	97
5.5	药膳	99
5.5.1	药膳的含义	99
5.5.2	药膳的发展	99
第6章	酒水知识	102
6.1	中国酒	103
6.1.1	中国酒的历史和发展	103
6.1.2	中国酒的分类	105
6.1.3	中国白酒	108
6.2	洋酒	112
6.2.1	白兰地	112
6.2.2	威士忌	116
6.2.3	朗姆酒	123
6.2.4	金酒	125
6.2.5	伏特加	127
6.2.6	特基拉酒	129

第2篇 餐饮服务

第7章	餐饮服务方式与服务程序	135
7.1	餐饮服务方式	136
7.1.1	西餐常用服务方式	136
7.1.2	中餐常用服务方式	137
7.2	餐饮服务环节与程序	139
7.2.1	餐前准备环节	139
7.2.2	开餐服务环节与程序	144

7.2.3	就餐服务环节与程序	146
7.2.4	餐后服务环节与程序	149

第8章 中餐宴会服务

8.1	中餐宴会概述	153
8.1.1	中餐宴会特点	153
8.1.2	中餐宴会种类	154
8.1.3	中餐宴会预订	154
8.2	中餐宴会服务	159
8.2.1	宴会前的组织准备工作	159
8.2.2	宴会前的迎宾工作	161
8.2.3	宴会就餐服务	161
8.2.4	宴会结束工作	162
8.2.5	宴会服务注意事项	163
	本章小结	164
	练习题	164

第9章 西餐宴会服务

9.1	西餐宴会概述	168
9.1.1	西餐宴会特点	168
9.1.2	西餐宴会种类	168
9.1.3	西餐宴会预订	169
9.2	西餐宴会服务	171
9.2.1	宴会前的准备工作	171
9.2.2	餐前鸡尾酒服务	178
9.2.3	宴会中的席面服务	178
9.2.4	宴会结束工作	181
9.2.5	西餐宴会服务注意事项	181
9.2.6	西餐宴会的现场指挥	182

第10章 菜单设计与制作

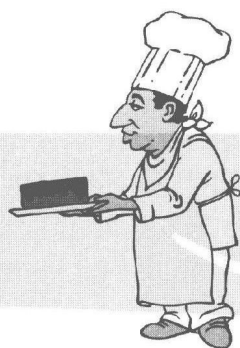
10.1	菜单的内容、作用和种类	186
10.1.1	菜单的内容	186
10.1.2	菜单的作用	187
10.1.3	菜单的种类	189
10.2	菜单的设计与制作	191
10.2.1	菜单的设计原则	191
10.2.2	菜单的制作	194
10.2.3	菜单的制作材料与规格	196

10.2.4 菜单的装帧与布局·····	197	13.3 厨房的卫生管理·····	257
10.2.5 菜单设计制作中常见的 问题·····	198	13.3.1 厨房整体环境的卫生管理·····	257
10.2.6 宴会菜单的编制·····	200	13.3.2 厨房各作业区的卫生管理·····	258
第 11 章 酒吧、咖啡厅服务 ·····	202	13.3.3 食品卫生管理·····	260
11.1 酒吧服务·····	203	第 14 章 餐饮人力资源管理 ·····	263
11.1.1 酒吧概述·····	203	14.1 餐饮人力资源管理概述·····	264
11.1.2 酒吧服务程序·····	205	14.1.1 餐饮人力资源管理的概念·····	264
11.1.3 酒吧服务注意事项·····	210	14.1.2 餐饮劳动的特点·····	265
11.2 咖啡厅服务·····	212	14.1.3 餐饮人力资源管理的内容·····	265
11.2.1 咖啡厅服务概述·····	212	14.1.4 做好餐饮人力资源管理的 意义·····	266
11.2.2 咖啡厅服务程序·····	214	14.2 餐饮员工的招聘·····	267
11.2.3 咖啡厅注意事项·····	218	14.2.1 餐饮员工流失问题分析·····	267
第 3 篇 餐饮经营管理		14.2.2 餐饮员工招聘的原则·····	270
第 12 章 餐饮服务质量管理 ·····	223	14.2.3 餐饮员工招聘的方法·····	270
12.1 餐饮服务质量概述·····	224	14.2.4 餐饮员工招聘的程序·····	271
12.1.1 服务质量的含义·····	224	14.3 餐饮员工培训·····	273
12.1.2 餐饮服务质量的內容·····	225	14.3.1 餐饮员工培训的内容·····	273
12.1.3 提高服务质量的意义·····	227	14.3.2 餐饮员工培训的分类·····	273
12.2 餐饮服务质量管理內容·····	229	14.3.3 餐饮员工培训的實施·····	274
12.2.1 标准化·····	229	14.3.4 餐饮员工培训的注意事项·····	275
12.2.2 程序化·····	231	14.4 餐饮员工的激励·····	275
12.2.3 制度化·····	231	14.4.1 激励的概念·····	275
12.3 餐饮服务质量管理內容·····	233	14.4.2 餐饮员工激励的方式·····	276
12.3.1 餐饮服务质量控制的基础·····	233	14.4.3 餐饮员工激励的注意事项·····	278
12.3.2 餐饮服务质量控制的内容·····	234	第 15 章 餐饮营销管理 ·····	282
12.3.3 餐饮服务质量控制的方法·····	236	15.1 餐饮产品定价·····	284
第 13 章 厨房运营管理 ·····	242	15.1.1 定价目标·····	284
13.1 食品原料的管理·····	243	15.1.2 定价方法·····	286
13.1.1 食品原料的采购管理·····	243	15.1.3 定价策略·····	289
13.1.2 原料进货验收管理·····	246	15.2 餐饮营销原理·····	292
13.1.3 原料的储存与领发控制·····	248	15.2.1 餐饮营销的定义·····	292
13.2 厨房的生产管理·····	249	15.2.2 餐饮营销的意义·····	293
13.2.1 厨房生产的成本控制·····	250	15.2.3 餐饮产品与服务的 营销组合·····	293
13.2.2 厨房生产的质量控制·····	254	15.2.4 餐饮营销的影响因素·····	294
13.2.3 厨房生产的效率管理·····	256	15.3 餐饮内部营销·····	298

15.3.1 菜单推销.....	298	15.4 餐饮外部营销.....	305
15.3.2 人员推销.....	300	15.4.1 餐饮销售人员推销.....	305
15.3.3 餐厅推销.....	300	15.4.2 电话推销.....	307
15.3.4 特殊活动推销.....	301	15.4.3 广告推销.....	307
15.3.5 赠品推销.....	302	15.4.4 其他推销方法.....	309
15.3.6 展示推销.....	303	15.4.5 餐饮推销注意事项.....	310
15.3.7 其他推销.....	304	参考文献.....	313



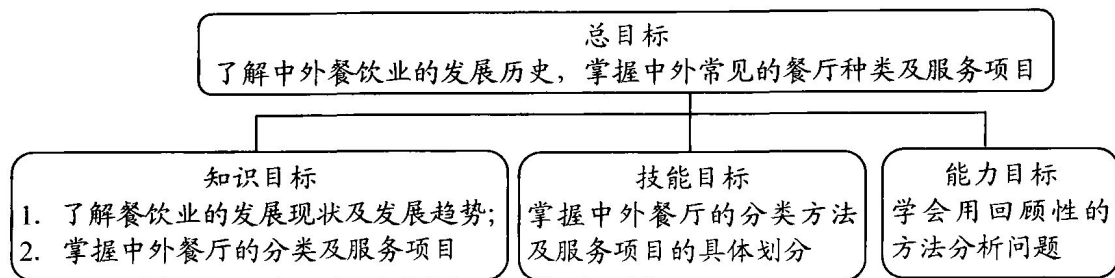
第1篇



餐饮基础知识

第1章 餐饮业概述

学习目标



导入案例

饮食经历了由单一到多元的逐步发展进步的过程，逐步形成了今天的餐饮业。当代餐饮的火热场面，展示了未来餐饮业更为广阔的发展趋势。中国是一个具有五千多年历史的文明古国，在餐饮方面的历史同样悠久，源远流长。中国的很多饮食都有着一段传说，下面以山西刀削面（见图 1.1）为例。

山西人爱吃醋，国内外闻名；山西人爱吃面，世人皆知。自古以来，晋人主食乃面食，以花样多、品质好、影响大而颇为出名，故海内外早有“世界面食在中国，中国面食在山西”的说法。东到娘子关，西到黄河边，南到风陵渡，北到雁门关，一般家庭妇女都能以面粉为原料加工数种面食，许多山西汉子在客人面前有时也会显露一手面食绝活。刀削面是山西最有代表性的面条，堪称天下一绝，已有数百年的历史。传说，蒙古人建立元朝后，为防止汉人造反起义，将家家户户的金属全部没收，并规定每 10 户用厨刀一把，切菜做饭轮流使用，用后再交回蒙古人保管。一天中午，一位老婆婆将棒子面、高粱面和成面团，让老汉取刀。结果刀被别人取走，老汉只好返回，在出大门时，脚被一块薄铁皮碰了一下，他顺手捡起来揣在怀里。回家后，锅开得直响，全家人等刀切面条吃。可是刀没取回来，老汉急得团团转，忽然想起怀里的铁皮，就取来说：“就用这个铁皮切面吧！”老婆婆一看，铁皮薄而软，嘟囔着说：“这样软的东西怎能切面条？”老汉气愤地说：“切不动就砍。”砍字提醒了老婆婆，她把面团放在一块木板上，左手端起，右手持铁片，站在开水锅边砍面。一片片面片落入锅内，煮熟后，老婆婆将其捞到碗里，浇上卤汁让老汉先吃，老汉边吃边说：“好得很，好得很，以后不用再去取厨刀切面了。”这样一传十，十传百，传遍了晋中大地。至今，晋中的平遥、介休、汾阳、孝义等县，无论男女都会削面。后来，这种砍面流传于小摊贩，又经过多次改革，演变为现在的刀削面。刀削面软中有硬，柔中有韧，浇卤、炒、凉拌，均有独特风味，如略加山西老陈醋食之尤妙。

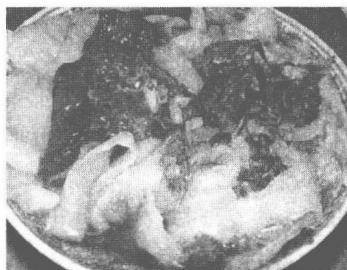


图 1.1 山西刀削面

问题

1. 你认为餐饮业的发展历史说明了什么问题?
2. 结合你的所见所闻, 列举几种饮食的传说。

关键词

历史 发展 种类

1.1 餐饮业的历史和发展

1.1.1 餐饮的发展历史

餐饮业是充分利用餐饮设施为宾客提供餐饮实物产品和餐饮服务的生产经营性行业。作为一个行业, 餐饮业从形成到发展至今, 经历了一个漫长的历史过程。这个满足人类最原始需求的古老行业, 随着人类智慧的积累、科技的进步, 其经营形态和操作方法发生了根本性的变化, 而餐饮服务在这个漫长的演变过程中也发展成为人类生产活动和商业活动的重要组成部分。

1. 国内餐饮业的起源和发展

1) 餐饮活动的初级阶段

饮食活动是人类最基本的生存活动, 当人类的祖先仍处于穴居阶段时, 便有了男耕女织的生产活动, 其目的就是为了维持生存, 繁衍后代。随着社会生产力的发展和社会化分工的形成, 出现了商品生产和商品交换, 商品交换也逐步由分散向集中发展, 由此而产生了人们的外出经商和与之相关的一系列活动, 最初的自带干粮已经满足不了商人的生活需要。在秦汉时期, 交通迅速发展, 商业也随之得到发展, 在各处通商大邑都设置有“客舍”或“亭栈”等, 以方便来往的官宦和客商, 解决其基本的食宿问题。到了唐朝, 来中国朝贡和经商的外国使节和商人陆续增多, 官府建造了一些设备豪华的官办招待所, 用于接待他们。而此时的普通旅行者则主要是以寺庙作为寄宿和膳食的场所。到了封建社会后期, 随着社会的发展和商贸活动的繁荣, 在集市、码头、城镇开始出现专门的“客栈”或“店肆”, 为过往客商或旅行者提供简单的膳食和住宿服务, 这些“客栈”、“店肆”便是现代住宿业的雏形。同时, 餐饮活动也从社会化分工中分离出来, 逐步形成一个行业, 出现了从事餐饮生产的专业人员。但此时的餐饮业只是表面上形成了行业格局, 并没有实际的行业理念和管理。在相当长的时期内, 餐饮活动只是处于维持基本生存活动的水平上, 人们并不注重服务, 顾客也不奢望得到好的服务, 大众餐饮服务在这一时期并不是很发达。

2) 行业形成时期

新中国成立以后, 各级政府部门都相继成立了饮食服务公司, 餐饮业不但有了真正的管理部门, 而且也开始了真正意义上的行业管理。饮食服务公司不但注重餐厅资产的管理, 而且十分注重菜肴产品的开发和生产, 注重厨师队伍和管理干部队伍的培育, 为饮食服务

业的进一步发展奠定了坚实的基础。经过数十年的发展,形成了一大批像老正兴、利顺德、东来顺(见图 1.2)等闻名中外的著名餐饮品牌。



图 1.2 东来顺饭庄

3) 繁荣与发展时期

餐饮业在中国的大规模发展和繁荣是在改革开放以后。1978 年,改革开放的春风吹开了闭关自守的中国大门,随着国力的进一步增强,人民生活水平也有了极大的提高,人们的消费理念和消费方式有了根本性的改变,这对餐饮业的发展和提高起到了一定的推动作用。同时,旅游业、宾馆业的发展也为餐饮业规范化、程序化的健康发展起到了极大的促进作用。

1978 年以来,餐饮业不但在服务和管理水平上有了提高和改变,而且整个行业发展迅速,变化多样,新兴的餐饮业态也层出不穷。纵观 20 多年来餐饮业的变化,可以把餐饮业的发展概括为 4 个不同的阶段。

第一阶段,宾馆餐饮阶段。20 世纪 80 年代初,旅游业的发展拉动宾馆业迅速崛起,大批宾馆、酒店建成。此时的宾馆餐饮业蓬勃发展。正宗的菜系、各地的名厨、优质的服务、优雅的环境,以及人们对宾馆餐饮的崇拜,是这个时期宾馆餐饮业兴旺的主要原因。宾馆、酒店在充分接待国外旅游者的同时,为行业培养了大批经营、管理和烹饪人才。

第二阶段,酒楼阶段。20 世纪 80 年代末 90 年代初,宾馆、酒店超常规发展,分流了前期宾馆餐饮业培育的顾客群。而此时社会餐馆、酒楼大量涌现,这些中小型餐馆以地理优势、价格优势、灵活的服务方式迅速进入市场,参与到餐饮业的竞争之中。在激烈的竞争中,宾馆餐饮在管理体制、经营方式、与市场接轨方面的弊端显露无遗,餐饮业遂重新洗牌,宾馆餐饮日趋冷落,酒楼生意日渐升温,餐饮业进入了酒楼酒家阶段。

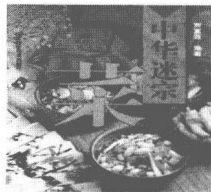


图 1.3 迷宗菜

第三阶段,规模型餐饮阶段。20 世纪 90 年代中期,完成了资金和经验的原始积累的酒楼酒家以及从其他行业进入餐饮业的商家,逐渐将餐饮做大做强,规模比拼成为此时餐饮业竞争所在。这一阶段,社会餐饮又抢占先机,并形成了特色比较明显的区域性餐饮航母。例如,以川菜为代表的四川餐饮业,强调店堂文化建设;以杭州菜为代表的浙江餐饮业,突出贴近大众消费的“迷宗菜”(见图 1.3)和庞大的店堂;以海鲜为代表的山东胶东半岛的餐饮业则强调的是文化的弘扬。

经过这几个阶段的发展,餐饮业整体经营思维更加贴近生活,符合顾客心理需求,更加灵活,不再被一些固有的模式所束缚。顾客需要什么样的模式,经营者就想方设法满足。这也从另一方面为餐饮经营形成特色与品牌打下了基础。

第四阶段,品牌餐饮阶段。20世纪90年代中后期以来,餐饮业群雄逐鹿、攻城略地的焦点逐渐转换到品牌竞争上。品牌扩张成为餐饮业经济增长的新模式。老品牌枯木生枝、新品牌隆重登场、洋品牌大举进入,各种品牌都以吸引眼球作为争夺市场的利器。品牌经营促进了餐饮业的规模化发展,同时也促进了连锁经营、特许经营等新的经营形式的出现,并在发展过程中逐步催生了一大批新餐饮品牌。21世纪的餐饮业必将是一个竞争更加激烈、发展更加迅速、新业态和新形式更加层出不穷的时代。

2. 国外餐饮业的起源和发展

欧美餐饮业的起源以欧洲的希腊、罗马为最早。当时的罗马帝国迅速扩张领土,为了配合商旅的需要,在地中海沿岸地区出现了形形色色的餐厅,这些餐厅除了提供餐饮服务外,还有歌舞表演。然而那时的餐厅都是家族式经营的小餐馆,没有高雅的服务,更谈不上经营管理,只是初具餐厅的规模和形态而已。

到了中世纪,人们外出吃饭、喝酒的场所被称为“旅馆”(auberge),这些旅馆起初都建在道路沿线,而建在集市或城镇的类似设施则被称为“酒馆”(tavern)。在最初阶段,酒馆只允许销售酒水饮料,除此之外一概禁售,后来才被允许销售诸如开胃小吃一类的食品,而这些食品也都是从外面直接采购回来的成品,酒馆仍然禁止雇用厨师生产食品。一直到“卡巴莱”(cabaret,有歌舞表演的餐馆)的出现并在其影响下,酒馆才开始逐渐向客人提供丰盛的食物。

18世纪中叶,由于法国王室和平民都喜好美食与美酒,首都巴黎迅速成为欧洲的美食中心,正宗的法式大餐也一直发展到今天。然而,人们现在所说的“餐厅”出现在18世纪后期,第一家餐厅的名字叫“龙德大酒店”(Grandetavemedel Joudres),由安东尼·玻利维亚(Anthony Bolivia)建设和经营。这家餐厅设备齐全、设施一流,不但供应众多的高档葡萄酒,使用独具魅力的餐器具,雇用干净整洁的服务生,而且为客人提供优质流畅的服务。

18世纪末19世纪初,受英国工业革命的影响,欧洲交通运输业发展迅速,火车与轮船的出现带动了旅游业的发展,在火车站和港口陆续建起了大量的旅馆和餐厅。之后随着科技的进步,公路、铁路、航空运输业把一批批旅游观光客带往世界各地,促进了旅馆业和餐饮业的迅速发展,而此时的餐饮业无论是菜肴质量还是服务的品质都有了大幅度的提高,餐厅内部的装潢和设备设施的配备也大为改善,经营者开始越来越多地关注客人的消费需求,并想方设法改进和提高,以满足消费者日益变化的消费需求。20世纪初期,在大型旅馆、酒店中仅给住宿的客人提供简单的食品和饮料,有些酒店也只是提供早餐和少量的菜肴。到20世纪后期,由于大量旅馆、酒店的出现,竞争加剧,越来越多的旅馆、酒店开始通过增加餐饮设施,依靠收入弹性大的餐饮收入来弥补客房收入的不足。此外,随着人们生活水平的提高,口味多样化的特点越来越明显,这些旅馆、酒店中的餐饮经营越发受到重视,使得各种形态的餐饮形式得以在酒店生存。同时餐饮经营管理也逐步成为现代酒店经营的重要内容,引起酒店业和全社会的广泛关注和重视。

1.1.2 我国餐饮业的现状

从 1949 年新中国成立直至 1987 年,我国餐饮业的所有制结构均为国有和集体所有两种形式。改革开放以后,餐饮市场最先获得开放,我国餐饮业得到了迅速的发展。

1. 我国餐饮业的特点

随着我国经济的逐步回升,经济活动增多,城乡人均收入持续增加,需求渐旺,对餐饮业的发展起到了有力的推动作用,餐饮市场日趋繁荣。目前我国餐饮业主要呈现以下特点。

1) 行业对社会的贡献更加突出

从我国餐饮业的发展轨迹看,餐饮业的经营领域不断拓宽,行业规模日趋扩大,国民经济贡献率不断提高,社会经济地位更加突出。据商务部新闻办公室统计,2005 年我国餐饮业持续快速增长,全年餐饮业零售额实现 8 886.8 亿元,同比增长 17.7%,比上年净增 1 336 亿元,与改革开放初期的 1978 年相比增长了 161 倍,其增长幅度不仅高于全国的 GDP(gross domestic product, 国内生产总值)增长速度,而且高出社会消费品零售总额增幅 4.8 个百分点,占社会消费品零售总额的比重达到 13.2%;对社会消费品零售总额的增长贡献率约为 17.4%,比上年提高 7.2 个百分点;全年实现营业税金 488.78 亿元,同比增长 17.8%。据测算,目前我国餐饮业网点超过 400 万个,从业人员超过 1 800 万人。企业结构不断调整,为发展社会经济、繁荣市场、振兴地方经济和解决劳动力就业等做出了重大贡献。

2) 现代餐饮业发展步伐加快

我国餐饮业品牌竞争的局面已经形成,行业发展进入新的阶段。科技手段的运用更加突出,技术创新和科学管理受到重视,集中配餐配送应用广泛,行业教育培训水平和从业人员素质提高,现代经营管理理念加强,营销举措普遍施行,营销手段不断细化,消费者餐饮需求多样化,同时,餐饮促销手段日益多样化、灵活化。品牌文化日趋提升,餐饮企业更加注重饮食文化氛围的烘托与营造,追求整体的完善与舒适,力求符合餐饮企业的市场定位和档次类型等,发展的基础条件越来越好,标准化、工厂化、规模化和科学化的进程不断推进,由传统餐饮向现代餐饮发展的步伐加快。另外,快餐业迅速发展,为满足市场需求、服务大众生活、扩大内需、开拓服务消费市场做出了积极的贡献。

3) 投资主体趋向多元化

餐饮业作为开放较早、市场化程度较高的行业,社会对餐饮业的投入不断增强,使得餐饮业的规模不断扩大,出现了多种经济成分并存的繁荣局面,尤其是民营、私营和三资企业比例继续增加,网点持续增多。虽然传统的国有餐饮企业网点所占比例减少,但国有餐饮企业仍以技术、品牌、信誉等优势占据市场,发挥着示范和骨干作用,优势企业实力不断增强。一批老字号企业得到积极的保护和发展,凭借较好的信誉、技术和文化优势在各地发挥着品牌示范的作用。随着餐饮企业股份制改革的步伐加快,投资主体多元化的趋势更加明显,行业所有制结构发生了根本的变化,见表 1-1。

表 1-1 2008 年年底我国餐饮业网点构成

企业类别	网点数/万家	比例/%
个体企业	365.6	91.5

续表

企业类别	网点数/万家	比例/%
私营企业	22.4	5.6
内资企业	11.24	2.8
外资企业	0.41	0.1
合 计	399.65	100

4) 各种风味相互交融

我国地大物博、民族众多，在历史长河中出现了众多饮食的发明创造，精湛的技艺烹饪出风味独特的千万品类，构成了不同的饮食文化特色。这不仅形成了饮食品种、风味的多样性和丰富性，而且在不同的地区形成了品种的独特性和差异性。随着经济发展和人民生活水平的提高，逐步出现了各种风味共融的风味格局。我国 56 个民族的饮食文化相互交融，八大菜系交相辉映、推陈出新，各种地方风味遍及神州大地。以东北菜为例，近年来在北京、上海、天津、深圳、武汉等地“火”了起来，成为当地风味菜肴的重要组成部分。同时，国际知名餐饮企业，如麦当劳、肯德基、必胜客等相继登陆，不仅丰富了我国的餐饮市场，也对我国的餐饮业构成更加严峻的挑战。当然，中西合璧的食品也诞生了，如用土豆粉、小麦粉、葱、红灯笼椒片、牛肉等原料制作的葱油饼，配上中国茄汁的三文鱼等，都深受人们的欢迎。

5) 经营模式推陈出新

随着餐饮业规模的不断扩大、经营模式的逐步创新、餐饮市场的激烈竞争，以及人民饮食需求向高层次发展，多种经营模式并行的格局已成为餐饮市场的一大特色。餐饮市场覆盖面的日益扩大，使得企业之间、行业之间的交融日益突出。餐饮企业经营商品批发、食品加工业务，商场剧院经营餐饮店等，表明餐饮行业经营服务正走向多元化。现代消费者对饮食的消费需求一般具有个性化、多样化、品牌化、营养健康化、经济实惠化、大众优质化、快捷方便等特点。围绕人们消费需求的变化，面对激烈竞争的餐饮市场，餐饮企业经营模式不断推陈出新，出现了音乐餐厅、卡拉 OK 餐厅、小吃街（城）、西饼屋、啤酒屋、咖啡屋、自助餐厅、快餐店、送配（配餐）中心、美食广场、超市餐饮、网上餐饮、学生餐、航空餐饮等形式，并运用现代营销理论，采取多种促销策略，如折扣、优惠、赊销、会员制、有奖销售、超时服务等。连锁经营更是具有生命力的模式，有关资料表明，2005 年，全国限额以上连锁餐饮企业尤其是直营连锁快餐企业营业收入大幅增长。其中，东部省市连锁快餐的营业规模明显超过正餐，广东快餐的市场份额高达 90%，江苏、上海、辽宁、北京、浙江、山东等东部省市也已达 50% 以上，连锁经营已经成为餐饮业做大做强的主导经营模式。此外，集团化模式也是一种必然的趋势。总之，各种餐饮经营模式均以自己的供给特征来满足人们某一层、某一侧面的饮食需求。

2. 我国餐饮业面临的问题

虽然自改革开放以来我国的餐饮业取得了令人瞩目的成绩，但是应该本着客观的态度来看待我国餐饮业发展中存在的问题和面临的挑战。