

全国高等教育自学考试餐饮管理专业
中国餐饮业职业经理人资格证书考试

辅导丛书

总主编：冯玉珠

餐饮市场营销 考试指南

李 伟 张 铁 主 编
史广峰 杨立勇 副主编

命题研究专家精心打造
助学辅导教师联合攻关

对外经济贸易大学出版社

全国高等教育自学考试餐饮管理专业
中国餐饮业职业经理人资格证书考试

辅导丛书

总主编 冯玉珠

餐饮市场营销考试指南

主 编 李 伟 张 铁

副主编 史广峰 杨立勇

参 编 刘鑫峰 张云晶

❑ 本章概述

❑ 考试要求

❑ 重点难点

❑ 学习指导

❑ 同步练习

❑ 真题解析

❑ 模拟试题

对外经济贸易大学出版社

(京) 新登字 182 号

图书在版编目 (CIP) 数据

餐饮市场营销考试指南/李伟, 张铁主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2005

(全国高等教育自学考试餐饮管理专业、中国餐饮业职业经理人资格证书考试辅导丛书/冯玉珠总主编)

ISBN 7-81078-602-4

I. 餐... II. ①李...②张... III. 饮食业-市场营销学-高等教育-自学考试-自学参考资料 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 154606 号

© 2005 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

餐饮市场营销考试指南

李 伟 张 铁 主 编

责任编辑: 王 捷

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 12 号 邮政编码: 100029

网址: <http://www.uibep.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: 140mm × 203mm 9.375 印张 243 千字

2006 年 1 月北京第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-81078-602-4

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 16.00 元

总 序

餐饮业是一个朝阳产业，是国民经济发展新的增长点，是国家扩大内需的重要支柱之一。据国家统计局发布的数字：2004年，全国餐饮网点超过400万个，从业人员达到2000多万，全社会餐饮业零售额7486亿元，比上年增长21.6%，连续14年实现两位数高速增长，其增长率比上年高出10个百分点。餐饮业增速比同期社会消费品零售总额增长率快出8.3个百分点，占社会消费品零售总额的13.9%，对社会消费品零售总额的增长贡献率为21%，拉动社会消费品零售总额增长2.79个百分点；全年营业税金实现411亿元，同比增长23.3%；全年利用外资力度加大，新设外资企业907家，同比增长29.02%，实际使用外资4.31亿美元，同比增长48.4%。餐饮业成为国内消费需求中发展速度最快、增长幅度最大的行业。

餐饮业的持续快速发展，需要培养一大批高素质的行业人才队伍，需要造就一大批从事餐饮业管理的中、高级职业经理人。为此，中国烹饪协会和全国高等教育自学考试指导委员会，于2004年在全国合作开考高等教育自学考试餐饮管理专业（专科、独立本科段），并共同实施中国餐饮业职业经理人资格证书考试（Catering Manager Examination Programme，简称CMEP）。

高等教育自学考试餐饮管理专业（专科、独立本科段）和中国餐饮业职业经理人资格证书考试开考一年多来，开考省份二十多个，报考人数已达数万人次，呈现出旺盛的生命力。为了给考生自学复习提供方便，使更多的人顺利通过考试，对外经济贸

易大学出版社精心策划、组织编写了这套辅导丛书。具体包括《餐饮管理与实务考试指南》、《餐饮市场营销考试指南》、《现代厨房管理考试指南》、《食品卫生与安全考试指南》、《餐饮企业人力资源管理考试指南》、《餐饮企业财务管理考试指南》、《餐饮企业信息管理考试指南》、《餐饮企业战略管理考试指南》八个分册。

本丛书的编写，以全国高等教育自学考试指导委员会颁布、湖南科学技术出版社出版的《中国餐饮业职业经理人资格证书考试大纲》为依据，以全国高等教育自学考试指导委员会与中国烹饪协会组编、高等教育出版社出版的高等教育自学考试餐饮管理专业和中国餐饮业职业经理人资格证书考试指定系列教材为蓝本，一切立足于为准备应试的考生着想。其内容主要分为三部分：第一部分为“同步辅导/同步训练”，各门课程按照原章次编写，每章内容依次为“本章概述”、“考试要求”、“重点难点”、“学习指导”、“同步练习”、“参考答案”；第二部分为“真题解析”，对往年统考试题进行了深入细致的分析，以帮助考生了解试卷命题的特点、考点、解题思路、答题技巧，获取提高考试成绩的最佳途径；第三部分是“模拟试题”，依据教材及往年考卷的题型、题序、题量，精心编制了多套“全真模拟试题”，使考生科学地进行自我考核、自我评估及自我调整复习方向，攻克弱点及不足，从而达到事半功倍的效果。

本套丛书具有以下三个明显特点：

一是权威性。本丛书的编写，实行总主编领导下的分主编负责制，即总主编严格遴选各册分主编人选，各册分主编严格遴选本册的编写人员。参加编写的人员均是长期从事该课程教学、命题研究及辅导工作的专家、教授及副教授。他们多次从事考前辅

导，对考核内容和考核要点有深入的研究和透彻的理解，对教材吃得透，信息灵，经验多，编出的资料系统性、实用性、针对性强，对于考生深入学习指定教材的内容，深刻领会考试大纲、教材的精髓，掌握重点难点，正确解答各科题型，富有切实的指导意义。

二是题量大，题型全。各章练习紧贴教材内容，以考试大纲规定的考核知识点及能力层次要求为线索，力争涵盖考试大纲所要求的全部考点。对于重点内容则从多种出题角度反复练习，而且每道练习题的前面均标明考点出处，如（2-3-1）表明这道题考查的是第二章第三节的第一个知识点。各章题型及题序与全国统考试题完全一致，同时配有参考答案。题型包括单项选择题、多项选择题、填空题、判断题、名词解释题、简答题、论述题、计算题和案例分析题等，以帮助应考人员熟悉和掌握各种考试题型和解题技巧，提高应试水平。

三是实用性强。本丛书编写力求适合自学，符合自学应考者的需要。如“本章概述”概括总结内容，浓缩教材精华；“考试要求”点明层次标准，明确考试范围；“重点难点”梳理知识体系，提炼重点、难点；“学习指导”指导学习方法和学习技巧；“同步练习”跟踪强化演练，便于自测自验。多套“全真模拟试题”，更增强了本丛书的应试性和实战性。

当然，任何一种辅导书，最主要的作用是指点学习的门径。因此，要真正掌握，还需要花大功夫钻研教材，按照《考试大纲》的要求，认真复习，反复练习。只读教材不做练习，或只做练习不钻研教材，都是偏颇的方法，都不能较快较全面地掌握教材。这套丛书恰好在钻研教材和反复练习两个方面，给应考者切实的帮助。希望应考者能按照上面所说的方法学习、复习和练

习，那么，通过考试这一关并非难事。

本套丛书的编写得到了对外经济贸易大学出版社，以及参加本丛书编写的各位主编、副主编和其他参编人员的大力支持，在此表示衷心感谢！

这套丛书虽然编完了，但是严格来说，这还不是终点，而仅仅是一个开始。它需要在今后的日常教学中，根据师生们的意见，不断地来进行修改、丰富和完善，不断地吸收新的研究成果和新的实践经验。我们希望，这套丛书在日后的岁月里能够不断地得到修订和补充。

最后，预祝广大应试人员取得优异的成绩！

河北师范大学 冯玉珠

前 言

为了满足全国高等教育餐饮管理专业自学考试和中国餐饮业职业经理人资格证书考试的需要,应对外经济贸易大学出版社的邀请,我们根据高等教育出版社出版的中国餐饮业职业经理人考试指定教材《餐饮市场营销》和湖南科学技术出版社出版的《中国餐饮业职业经理人资格证书考试大纲》(中级),编写了这本《餐饮市场营销考试指南》。

《餐饮市场营销考试指南》由同步辅导/同步训练、真题解析和模拟试题三部分组成。同步辅导/同步训练部分有针对性地具体给出了每章内容概述、考试要求、重点难点、学习指导、同步练习以及参考答案。真题解析是对2004年餐饮市场营销真题试卷做出的试题分析与总结,便于考生掌握考试命题方向,了解考试的最新动向和趋势。模拟试题是根据考试大纲的具体要求,面向全书重点内容编写的仿真试题,有利于考生了解考试的题型、结构、宽度与深度等方面的信息。本考试指南是对考试大纲内容的分解和细化,反映了大纲所规定的基础理论、基本概念和知识点以及学科知识体系内的其他主要内容。其主要作用是帮助考生理清知识要领和脉络,便于进一步的复习使用。

《餐饮市场营销考试指南》由河北经贸大学旅游学院李伟老师和张铁老师任主编,杨立勇、史广峰任副主编,刘鑫峰、张云晶参加了部分内容的编写工作。本书在编写过程中得到了河北师范大学冯玉珠老师的大力支持,在此致以衷心感谢!

由于时间仓促,不当之处在所难免,希望读者提出宝贵意见和建议。

编 者

目 录

第一部分 同步辅导/同步训练

第一章 餐饮市场营销概论	(3)
本章概述	(3)
考试要求	(3)
重点难点	(5)
学习指导	(5)
同步练习	(6)
参考答案	(12)
第二章 餐饮市场营销环境分析	(20)
本章概述	(20)
考试要求	(21)
重点难点	(22)
学习指导	(23)
同步练习	(23)
参考答案	(35)
第三章 顾客餐饮消费行为分析	(43)
本章概述	(43)
考试要求	(44)
重点难点	(45)
学习指导	(46)
同步练习	(46)
参考答案	(56)
第四章 餐饮目标市场营销战略	(69)
本章概述	(69)

考试要求	(70)
重点难点	(72)
学习指导	(73)
同步练习	(73)
参考答案	(88)
第五章 餐饮产品策略	(95)
本章概述	(95)
考试要求	(96)
重点难点	(99)
学习指导	(99)
同步练习	(100)
参考答案	(113)
第六章 餐饮定价策略	(124)
本章概述	(124)
考试要求	(125)
重点难点	(127)
学习指导	(127)
同步练习	(128)
参考答案	(140)
第七章 餐饮促销策略	(150)
本章概述	(150)
考试要求	(151)
重点难点	(153)
学习指导	(154)
同步练习	(154)
参考答案	(165)
第八章 餐饮企业客户关系管理	(174)
本章概述	(174)
考试要求	(175)
重点难点	(176)

学习指导	(176)
同步练习	(177)
参考答案	(183)
第九章 餐饮市场营销与 CS 和 ES 战略	(188)
本章概述	(188)
考试要求	(189)
重点难点	(190)
学习指导	(191)
同步练习	(192)
参考答案	(200)
第十章 餐饮市场营销策划	(209)
本章概述	(209)
考试要求	(209)
重点难点	(212)
学习指导	(213)
同步练习	(213)
参考答案	(218)
第十一章 餐饮市场营销业务流程与服务程序简介	(224)
本章概述	(224)
考试要求	(224)
重点难点	(225)
学习指导	(226)
同步练习	(226)
参考答案	(227)

第二部分 真题解析

试卷分析	(235)
真题解析	(237)

第三部分 模拟试题

餐饮市场营销模拟试卷 (一)		(257)
餐饮市场营销模拟试卷 (二)		(268)
餐饮市场营销模拟试卷 (三)		(279)

第一部分

同步辅导/同步训练

第一章

餐饮市场营销概论

本章概述

本章作为这门课程的概论，主要从餐饮市场营销的重要性和餐饮市场营销的观念两方面介绍了一些餐饮市场营销的基础知识。对于本章的学习，学生应了解餐饮市场的含义，正确理解餐饮市场营销的特点，掌握餐饮市场营销的观念，能够运用 4Ps 市场营销理念和 4Cs 市场营销理念对企业、行业进行分析。同时要求能够运用本章所讲解的理论知识对本章所附的案例进行理论分析，并且有针对性地对所在企业的近期营销重点进行分析。

考试要求

考试内容	考试要求			
	识记	领会	简单应用	综合应用
1. 餐饮市场、市场需求的含义	① 餐饮市场的概念 ② 需要的含义	① 区分各种市场概念在餐饮营销中的意义		

续表

考试内容	考试要求			
	识记	领会	简单应用	综合应用
	③ 要求的含义 ④ 需求的含义	② 按流通内容和形式对餐饮市场的分类 ③ 区分需要、要求和需求对餐饮营销工作的指导意义		
2. 正确理解餐饮市场营销	① 餐饮市场营销的概念 ② 餐饮市场营销的不可储存性的特点的含义 ③ 餐饮市场营销的质量波动性的特点的含义	① 餐饮市场营销的概念在餐饮营销活动中的体现 ② 餐饮市场的特殊性给餐饮营销带来的问题及解决的途径	针对无形性成分带来的问题,在餐饮现场销售过程中可采取哪些具体措施加以应对	
3. 餐饮市场营销观念	① 餐饮市场营销观念的含义 ② 各种市场营销观念的含义	① 各种市场营销观念产生的历史背景 ② 推销观念和市场营销观念的区别 ③ 市场营销观念和社会营销导向观念的联系与区别		分析我国餐饮企业营销的现状,指出在参与国际竞争过程中我国餐饮企业由于观念问题显现出的主要差距
4. 从4Ps市场营销到4Cs市场营销的转变	① 餐饮营销组合的含义 ② 4Ps营销的含义 ③ 4Cs营销的含义	① 4Ps营销的具体内容 ② 4Cs营销的具体内容 ③ 4Cs营销在餐饮业中的体现		

重点难点

本章重点

1. 餐饮市场、餐饮市场营销、餐饮市场营销观念、餐饮营销组合、4Ps 营销、4Cs 营销的概念。
2. 区分各种市场概念在餐饮营销中的意义。
3. 区分需要、要求和需求对餐饮营销工作的指导意义。
4. 餐饮市场的特殊性给餐饮营销带来的问题及解决的途径。

本章难点

1. 推销观念和市场营销观念的区别。
2. 市场营销观念和社会营销导向观念的联系与区别。
3. 针对无形性成分带来的问题，在餐饮现场销售过程中可采取哪些具体措施加以应对？
4. 分析我国餐饮企业营销的现状，指出在参与国际竞争过程中我国餐饮企业由于观念问题显现出的主要差距。
5. 4Cs 营销的具体内容。

学习指导

作为本书的第一章，本章的内容是全书的引导，详细讲解了本门课程的理论体系。本章以基本概念和背景导入为主，兼有较新的市场营销理念，是为初学者建立科学营销意识的起点。

依据本书的理论体系特点以及本章的特点，建议以识记和理解为主，在识记的基础上理解并灵活运用本章的知识点进行问题分析，主要掌握基本概念和了解背景知识。