



卓 烨 文 化

ZHUOYE WENHUA

卓 烨 策 划

ZHUOYE CENHUA



餐 旅
至 尊

广东经理人协会餐饮联业会
广州卓烨文化传播有限公司

伍福生 \ 著



中山大学出版社

宴会 策划指南





卓 焯 文 化

ZHUOYE WENHUA

卓 焯 策 划

ZHUOYE CEHUA

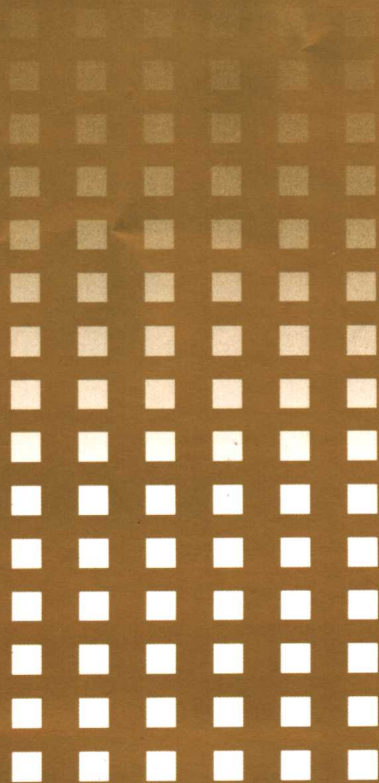


餐旅
至尊

广东经理人协会餐饮联业会
广州卓焯文化传播有限公司

伍福生 \ 著

宴会 策划指南



中山大学出版社

版权所有 翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

宴会策划指南/伍福生著. —广州:中山大学出版社,2005.5

(《餐旅至尊》系列丛书)

ISBN 7-306-02515-5

I. 宴… II. 伍… III. 宴会—策划—指南 IV. F719.3-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 018703 号

责任编辑:王 辉

封面设计:ATAI 工作室

责任校对:方志华

责任技编:潘 隆

出版发行:中山大学出版社

编辑部电话:(020)84111996,84113349

发行部电话:(020)84111998,84111160

地 址:广州市新港西路 135 号

邮 编:510275 传 真:(020)84036565

印 刷 者:广州市番禺新华印刷有限公司

经 销 者:广东新华发行集团

规 格:787mm×1092mm 1/16 16.5 印张 402 千字

版次印次:2005 年 5 月第 1 版 2005 年 5 月第 1 次印刷

定 价:39.80 元 印数:1—5000 册

本书如有印装质量问题影响阅读,请寄回承印厂调换

卓烨文化 卓烨策划

广州市卓烨文化传播有限公司 (卓烨餐旅管理、咨询、策划)

我们的目标

用心血、知识和经验营造卓烨《餐旅至尊》书库，此专业书库将是最庞大、最系统、最完美的。我们呈现给读者的，将是中国、世界最先进、最实用的餐旅经营管理理念、知识和经验。

用高素质的服务和高水平的专业知识，帮助餐旅投资者筹建一流的酒店和餐馆。

我们的精神

我们的团队融汇了无数高素质的人才。我们的团队是蓬勃向上的。

能使广大的读者受益和满意便是我们的成绩！

能帮助广大餐旅投资者步向成功便是我们的成功！

我们的业绩

业绩是硬道理，业绩是我们在客户心中的信任标尺。

我们拥有从事餐旅业的各种人才的资源网络。

我们的专家曾参与“中国旅游节暨广东欢乐节”的整体策划，曾参与以下酒店和餐厅的筹备、管理和经营：

广东省清新市清新温泉度假村

顺峰山庄渡假村

广州东方乐园食街

广州东方宾馆饮食美容中心

广东惠东港口海宾馆

深圳湾大酒店

长安酒店

深圳格兰云天大酒店

四川总府宝冠假日酒店

湖南长沙江南春晚酒店

沈阳凤凰酒店

沈阳富临饭店

温州望湖大酒店

广州将军苑大酒店

重庆宾馆

济南舜华园高级会所

北京顺峰集团

威海顺峰酒楼

兰州顺峰酒楼

西安顺峰酒楼

上海海港酒楼

太原海港酒楼
长春海港酒楼
中山王子海港酒楼
广州潮皇食府
广州海珠饮食旅游中心
广东晓港湾大酒楼会所
广州灶房功夫味道工场
广州华福酒楼
深圳海城大酒楼
深圳天善鱼翅海鲜酒家
深圳好味道营养茶餐厅
广州知味大碗粉茶餐厅
南京新世纪肥牛火锅美食城
上海市红子鸡美食总汇
深圳宝龙珍宴酒店
广西花园假日酒店
重庆市天天渔港

我们的服务

我们的餐旅管理、咨询、策划服务项目是全方位的，我们以资深的专业经验，全新的策划理念，为您量身定做完整的项目方案，满足您的需求是我们的职责，成就您的事业是我们的自豪！

一、为投资餐旅项目提供市场定位、策划、筹备、经营管理服务

- 1.餐旅项目投资评估及可行性分析；
- 2.餐旅项目选址及市场定位分析；

- 3.餐旅项目投资回报预测及经营定位分析;
- 4.餐旅项目全程策划、筹备、开业、经营管理;
- 5.餐旅企业经营托管;
- 6.餐旅企业营运状况分析、咨询;
- 7.餐旅企业深层诊断、分析、调整、提升;
- 8.中餐业、西餐业、连锁店、茶餐厅、快餐店等规范管理模式设计及实施。

二、餐旅业常年顾问服务

- 1.经营定位调整咨询;
- 2.菜式定位调整咨询;
- 3.经营管理模式调整;
- 4.营销策划方案设计;
- 5.员工素质规范培训;
- 6.提升企业效益方案;
- 7.经营管理现场指导;
- 8.合伙投资合同文本。

三、提供餐旅业高级管理人才

- 1.酒店业、餐饮业中、高级管理人才;
- 2.出品部中、高级技术人才。

四、餐旅业人才培养

- 1.餐旅业投资者创业培训;
- 2.中餐高级管理人员培训;
- 3.西餐高级管理人员培训;
- 4.中厨、西厨、点心、烧卤高级厨师培训。

五、餐旅人才资源平台

我们具有广泛从事餐旅业人才储源和推荐的资源网络, 欢迎餐旅业的中、高级人士加入。

服务热线: (020)34270148 传真: (020)34270197

网址: www.gztuwen.com

E-mail: www.gztuwen@126.com

我们的承诺

对于您的需求，我们一定能以资深的专业经验、全新的策划理念、高水平的服务素质，为阁下项目全方位量身定做，将您的事业添加一份意想不到的附加价值！

序

曾有不少人对我说，如果有1万元去投资创业，他会选择开一间小食店。如果有10万元，要开一间小型餐馆。如果有100万元，要开一间大餐馆。如果有1000万元，他还是执着地要开一间豪华高档的大酒楼或餐饮连锁店……

在当今的社会中，为什么有越来越多的人对从事餐饮业如此钟情呢？

中国素有“民以食为天”的传统，源于远古沿流至今的饮食大氛围，形成了一道亮丽而又多彩的风景线，对想占有餐饮业一席之地的从业者折射出无限的光环和吸引力。特别近十年以来，我国餐饮业呈现出高速增长的发展势头，且一直被视为百业之中一枝独秀，是最具吸引力的行业之一。它利润高，资金回流快，每日经营回报的都是现金，而在营运成本和资金周转方面操作灵活，可以用赊账形式购入原材料，周期结账，较优胜于其他行业，确实使不少想瞄准嘴巴做生意的人产生跃跃欲试的念头。

常言道“餐饮业是一口挖不尽的金矿井”，回首以往餐饮业发展史，确实造就过许多的财富人物。有的人从街边的大排档开始，经过精心的筹划和呕心沥血的经营，逐步拓展成为大饭店老板或拥有众多间餐饮连锁企业的业主。也有原从事其他行业的业主，积累到一定的资金，也瞄准机遇，运筹帷幄，转营投资餐饮业，亦一下子挤身到千万富翁的行列。正因如此诱惑，驱动了餐饮业不断地蓬勃发展，不断地涌现出新的面孔。

但是，在当今“刀光剑影”的餐饮“搏击”场上，亦有不

少的投资者由于缺乏经验，盲目从感性角度出发，在开业前没做详尽的饮食市场调查分析，再加上资金“底气”不足，以至造成开业后经营定位不准，未经第一回合的碰撞，就“遍体鳞伤”，关门易主。

本序言引述餐饮业经营宏观概念，目的是阐明该行业可操作性特强，每个环节都必须依照餐饮市场变化的规律和人们饮食消费需求的走向，及时进行营销定位，才能做到知己知彼，百战不殆。

为了帮助刚步入或已从事餐饮业者对饮食业整体运作流程能有深层了解和认识，本丛书由中山大学出版社、广东省职业经理人协会餐饮联业会、广州市卓烨文化传播有限公司联手延请海内外餐饮界知名人士亲自执笔写作，取其资深专业经验和通过案例剖析，分门别类地阐述了入行须知，投资前可行性预测，开业前经营定位确立的依据，开业后营销策划推广的方式，日常营运管理规范标准等技术操作过程，从全方位多角度进行放大，让读者清晰地了解和掌握，希望本丛书能早日成为广大有志于餐饮业的创业人员和经营者的良师益友。

前 言

喜庆宴会是餐饮业的重要经营项目,也是餐饮生意的重要财源。在素称“礼仪之邦”的中国,尤其是在元旦、春节、五一、国庆等重大全民节假日,兴办宴会更是成了“喜庆”同一层次的概念,其中仅以婚宴为例,据悉我国每年就有1000多万对新人举行婚礼,其综合消费能力高达2500亿元人民币!因此,喜庆宴会市场一向被业内人士称之为“甜蜜的事业”——如此诱人的“金矿”,试问哪个商家不为之怦然心动?

餐饮业是一个永不坠落的朝阳行业。说到餐饮,自然就离不开喜庆宴会,无论是家庭形式的宴会,还是公共场合的宴会,都有着区别于其他餐饮形式的显著特点,而喜庆宴会厅作为大中型餐馆的重要组成部分,其作用是不言而喻的。可以说,现代喜庆宴会是最高级的餐饮形式,也是餐饮文化的综合表现形式。因此,探讨如何策划成功的喜庆宴会,也就成为研究和发展餐饮文化的重要方面和商家的重要生财之道。为此目的,本书作者不遗余力,搜集了大量的实践资料,并结合许多成功的实例撰写成书,对喜庆宴会从菜肴设计、酒水设计、台面设计等方面展开多角度、多层次论述,力求使具体的经营管理方式表述得更新颖、更具启发性和操作性,以期对众多餐饮从业人员更具实际的参考价值。

目 录

Contents

理念编

第一章 宴会的特点与趋势 / 3

第一节 宴会的特点与作用 / 3

1. 宴会的基本特点 / 4
2. 宴会的经营特点 / 8
3. 宴会的重要作用 / 8

第二节 宴会的类型与档次 / 10

1. 按宴会的菜式划分 / 10
2. 按宴会的形式划分 / 12
3. 按宴会的规模划分 / 15
4. 按宴会的特点划分 / 16
5. 按宴会的主题划分 / 17

第三节 宴会的改革和发展趋势 / 22

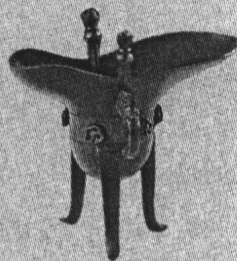
1. 宴会的改革趋势 / 22
2. 宴会的发展趋势 / 28

第二章 宴会的组织与职责 / 35

第一节 宴会部的功能与经营特点 / 35

1. 宴会部的多样化功能 / 36
2. 宴会部灵活多样的经营特点 / 37

第二节 宴会部高效率的组织机构 / 37



1. 宴会部高效运转的组织机构的设置原则 / 38

2. 宴会部不同形式的组织机构设置 / 40

3. 宴会部组织机构的合理控制 / 41

第三节 宴会部最有效的岗位职责 / 43

1. 宴会部经理岗位职责 / 43

2. 宴会部公关经理岗位职责 / 45

3. 宴会部销售经理岗位职责 / 46

第三章 宴会的预订与促销 / 48

第一节 宴会预订的基本方式 / 48

1. 承接宴会预订的组织 / 49

2. 宴会预订的方式 / 49

3. 宴会预订的资料建档 / 53

第二节 宴会预订的程序 / 54

1. 回答客人问讯 / 55

2. 接受宴会预订 / 56

3. 宴会预订的确认 / 60

第三节 宴会预订的处理 / 64

1. 宴会预订的处理 / 64

2. 宴会预订的取消 / 67

3. 宴会预订的变更 / 71

第四节 宴会促销活动 / 73

1. 宴会销售人员的选择 / 73

2. 宴会促销材料的准备 / 74

3. 宴会促销的形式与方法 / 76

4. 宴会推销有例可循 / 81



策划编

第四章 宴会的策划与实施 / 89

第一节 宴会活动的具体内容 / 89

1. 宴会活动的过程及规格 / 90

2. 宴会活动的计划内容 / 91

第二节 宴会活动的成功策划 / 91

1. 宴会活动策划步骤 / 91

2. 婚宴与酒会活动的策划实施 / 92

第三节 宴会的娱乐项目策划 / 100

1. 宴会娱乐项目 / 100

2. 宴会娱乐场所设计 / 103

3. 宴会娱乐节目主持 / 106

4. 宴会娱乐项目的服务 / 106

第四节 宴会的组织实施 / 108

1. 人员的分工 / 108

2. 宴会场境的设计与物品准备 / 110

3. 开宴前的检查 / 114

4. 宴会的现场指挥 / 116

5. 宴会的结束工作 / 116

第五节 大型宴会和宴会外卖有利可图 / 118

1. 大型宴会的筹划与运行 / 119

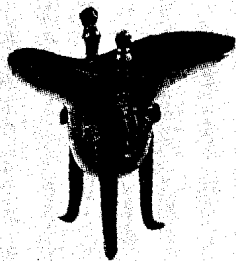
2. 宴会外卖服务的筹划与运行 / 122

3. 宴会外卖服务实例 / 125

第五章 宴会的台面与摆设 / 129

第一节 让客人未尝菜肴先赏台面 / 130

1. 宴会台面的种类及特点 / 130



2. 台面命名突出主题增加气氛 / 132

3. 宴会台面设计迎合客人心理 / 133

第二节 宴会摆台显示服务质量 / 135

1. 宴会正摆式的摆台技法 / 135

2. 宴会装饰台面的摆台技法 / 139

第三节 宴会台面的巧妙装饰 / 141

1. 餐具装饰色泽对比 / 141

2. 鲜花装饰暗香浮动 / 142

3. 餐巾装饰惟妙惟肖 / 143

第四节 高档宴会花台必不可少 / 145

1. 主题确定是花台制作的第一步 / 145

2. 合适花材为花台制作创造条件 / 147

3. 花台制作要正确运用插花技法 / 148

第五节 宴会台型设计方便客人就餐 / 149

1. 中式宴会台型设计 / 149

2. 宴会排位是社交礼仪的需要 / 151

营运编

第六章 宴会菜肴设计与制作 / 157

第一节 宴会菜肴设计要与宴会主题相结合 / 158

1. 宴会菜肴设计要考虑各种因素 / 158

2. 菜肴设计必须以宴会为中心 / 166

3. 宴会菜肴设计要求 / 170

4. 宴会菜肴设计程序 / 171

第二节 宴会菜单的制作举足轻重 / 173

1. 宴会菜单是记录宴会整套菜名的单子 / 173



2. 宴会菜单的设计是技巧艺术的运用 / 176

3. 宴会菜单的制作不断丰富 / 179

第七章 宴会的酒品设计 / 182

第一节 酒水在宴会中举足轻重 / 182

1. 酒品可以增强宴会饮食的科学性 / 183

2. 酒品可以增加宴会气氛 / 184

第二节 宴会酒品设计巧妙搭配 / 184

1. 酒品与宴会的搭配适合时宜 / 184

2. 酒品与菜肴的搭配相得益彰 / 186

3. 酒品之间的搭配有很强的感染力 / 188

第三节 宴会中的酒品服务简洁优美 / 190

1. 宴会酒品服务的基本技巧 / 190

2. 酒品的温度标准 / 193

第四节 酒品成本控制是宴会经营的重要环节 / 194

1. 酒品采购由一系列因素决定 / 195

2. 酒品验收杜绝营私舞弊 / 196

第八章 宴会的定价与成本 / 199

第一节 宴会菜肴的定价是宴会经营的重要环节 / 200

1. 宴会菜肴定价应遵循的原则 / 200

2. 灵活掌握宴会菜肴定价方法 / 202

3. 宴会菜肴定价要注意客人的心理价值 / 204

第二节 宴会菜肴的成本控制 / 206

1. 宴会菜肴成本控制的基本方法 / 207

2. 控制宴会菜肴成本的有效措施 / 209



第九章 宴会经营的底线 / 214

第一节 恶心宴会文化是糟粕 / 215

1. “盘胎宴”有违伦理道德 / 215
2. “人乳宴”并非高明之举 / 216
3. “女体盛”没有艺术意义 / 219
4. 宴会创新不能没有道德底线 / 221

第二节 团年饭商机无限危机四伏 / 224

1. 团年饭为餐饮业带来滚滚财源 / 224
2. 8.8 万天价团年饭吓坏人 / 225
3. 团年饭霸王条款不应效法 / 228

