



半岛餐饮管理集团有限公司
H.L. Peninsula Catering Group Ltd.
广州半岛·唯高餐饮文化传播公司

45

半岛唯高
餐饮经典

餐饮经营与管理

餐饮业老板、主管和从业人员的工具书

餐馆营销学堂

Canguan Yingxiao Xuetaang

李睦明◎编著

中国物资出版社



半岛餐饮管理集团有限公司
H.L. Peninsula Catering Group Ltd.
广州半岛·唯高餐饮文化传播公司

45

半岛唯高
餐饮经典

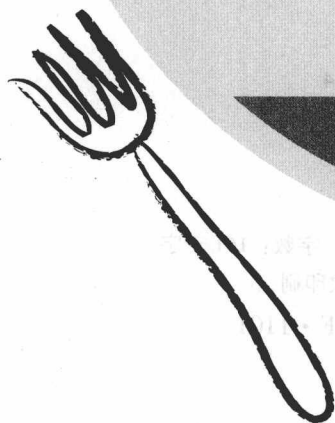
餐饮经营与管理

餐饮业老板、主管和从业人员的工具书

餐馆营销学堂

Canguan Yingxiao Xuetaang

李睦明◎编著



中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

餐馆营销学堂/李睦明编著. —北京: 中国物资出版社, 2009. 10

(半岛唯高餐饮经典)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 2680 - 3

I. 餐… II. 李… III. 餐厅—商业经营—教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 078279 号

策划编辑 王云龙

责任编辑 王云龙

责任印制 方朋远

责任校对 孙会香 梁 凡

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.elph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮编: 100834

全国新华书店经销

北京京都六环印刷厂印刷

开本: 710mm × 1000mm 1/16 印张: 13 彩插: 4 字数: 161 千字

2009 年 10 月第 1 版 2009 年 10 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978 - 7 - 5047 - 2680 - 3/F · 1101

印数: 0001—8000 册

定价: 24.80 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

《半岛唯高餐饮经典》丛书编委会

编委会主任 利永周

编委会副主任 管小燕 沈京怀 王盛华 黄 华 温俊伟 于保政

本书总策划 半岛餐饮管理集团有限公司

广州半岛唯高餐饮文化传播公司

中国物资出版社

编	委	利永周	管小燕	沈京怀	王盛华	黄 华	温俊伟
		于保政	陈 证	徐嘉乐	黄武芬	冯柏林	何 炜
		陈剑平	区 翔	金秀峰	甘泽力	伍志伟	陈家洲
		程昭勤	李焯清	黄立永	李昌松	杜少霞	邵唯曦
		张 勇	利妙坤	吴晓丹	关芳芳	孙小花	欧阳志坚

总 序

在经历了改革开放三十年所带来的冲击后，中国的餐饮业步入了更加成熟、更加多元化、竞争更加激烈的阶段，暴利时代已逐渐远去，理智消费的时代正慢慢走近。不可避免的是餐饮企业正面临着时代的筛选，适者生存发展，不适者将被历史的波涛无情地淹没。“一鸡死，一鸡鸣”，这是老百姓对餐馆生存状态的形象的描述。为什么昨天还灯火明亮的海鲜城今天却大门紧闭？为什么几步之隔的两家粥粉店，一家烟雾腾腾，客似云来，而另一家却门可罗雀？为什么一些当初在市场上叱咤风云的大型餐饮企业日渐式微，甚至突然销声匿迹？为什么有些前几年还是一贫如洗的下岗职工，现在却已经是拥有豪宅名车的餐馆老板；而有些原来还是指指点点地吆喝着的老板，几年不见却又重新回到打工仔的行列……事实很残酷，但事实有时又很令人憧憬！

为了与餐饮业的同行一起探讨和解决这些问题，携手共进，半岛餐饮管理集团有限公司（以下简称半岛集团）与广州唯高策略发展有限公司强强联手，在原《唯高餐饮经典书库》的基础上，锐意创新，着力打造更具专业性和指导性的高质量餐饮业经营管理书库。担当此重任的，



是一个全新的团队——广州半岛唯高餐饮文化传播公司。

《唯高餐饮经典书库》已经与读者亲密接触了近十年，出版图书四十多种，吸引了近百万读者，在业界也有了一定的知名度。

半岛集团是一家由著名餐饮专家利永周先生创办的国际餐饮管理企业。针对国际化餐饮管理的多种需求，半岛集团为客户提供开业筹备、运作管理、咨询顾问、员工培训、企业诊断等全方位的专业服务，致力于为客户实现最高市场价值。

半岛集团中国区总部设在广州，北京及华东设有区域分部。集团已先后在北京、广州、上海、温州、宁波、舟山、苏州、佛山、深圳、长沙、柳州、沈阳、成都、天津、徐州、美国旧金山、弗里蒙特等地，分别投资或管理多家高级餐饮企业，2006 年被中国饭店协会授予“粤港澳十佳餐饮管理公司”称号。

多年来，半岛集团致力于发展具有深远影响力的跨国品牌餐饮企业。集团提倡“诚信、稳健、包容、进取”的企业精神；提倡以良知和责任为座右铭；提倡勤劳、务实、高效率并注重细节；提倡善于思考、归纳，并在实践中不断探索、不断创新、不断提升，以建设最具竞争力的学习型团队，为本企业的员工，为餐饮行业及全社会创造效益和价值。

尽管餐饮业竞争日趋激烈，却依然存在充足的发展机遇，半岛集团正是利用这样的机遇，不断向市场提供高水平的科学管理和优质的服务。集团通过不断努力和坚持不懈的学习，以更完善的系统、更协调的组织机构获得更高的效率，为客户提供更具国际化、品牌化、网络化的服务。

今天，为了更好地服务于社会，集团又开拓了文化传播的新途径——斥资打造《半岛唯高餐饮经典》这一优势品牌。置身于半岛集团这一以诚



总 序

信为核心价值观、具有高度的荣誉感和责任感，并不断反思、进取的学习型团队中，图书的内容就有了雄厚的专业技术基础，将更具备广泛性、可信性、指导性、可操作性和优质服务性。我们深信，《半岛唯高餐饮经典》一定会成为广大读者的良师益友，努力与他们交流社会信息，并与他们共同分享社会成功的经验，也一定会在交流与分享中共同进步。

广州半岛唯高餐饮文化传播公司

2009 年 9 月

序

餐饮业的营销管理，是一个既古老又新颖的话题，自这个行业在商业流通领域占有一席之地时起，如何营销管理便成为一代又一代餐饮同仁探索的关注点。随着市场经济的逐步成熟，餐饮业的营销管理再一次成为热门话题。行家们在实践中不断总结提高，但很多时候囿于经验。李睦明先生有感于此，不但努力研读 MBA 课程，且学以致用，结合多年的实践经验，将商业营销理念灵活运用于餐饮业，其心得还通过其创立的餐饮业教学品牌——“明哥教路”下的各种教学形式，如图书、多媒体光碟以及各种形式的咨询、讲座、授课等，与同行们分享，在餐饮业界产生了积极的影响。愿这种学无止境的精神进一步感染广大餐饮业同仁。建议大家不妨抽一些时间阅读一下《餐馆营销学堂》，相信对你将会是有益的启迪。

中国烹饪协会常务理事

广东省烹饪协会常务副会长

广州地区烹饪协会常务副会长

陈 基

2009 年 9 月

卷首语

现今的中国餐饮业已经成为市场化程度最高、竞争最充分、发展速度最快的行业之一。它吸引着成千上万投资者，并给了其中许多人以丰厚的回报。只有经营过餐饮业的人才更明白，日进斗金其实不是神话，而是完全能够实现的事实。

但是，面对餐馆越开越多，赔钱的餐馆也日渐增多，不少业内人士既感到惶恐不安，又感到困惑不已。为什么昨天还客似云来的海鲜城，今天却乏人问津？为什么仅一墙之隔的两家火锅店，一家烟雾腾腾，一家却锅冷人稀？为什么麦当劳、肯德基等洋餐馆能春夏秋冬没有淡季，而不少中餐馆却时冷时热，甚至该旺不旺？

今天餐饮企业的竞争，除了产品、质量、环境、服务等竞争外，更有管理、营销等手段和水平的竞争。管理者好比是三军的统帅，要用最有效、最切合本企业实际的管理、营销手法，将本企业所有的要素整合起来，发挥出最高的效率，使餐饮企业在浪高风疾的商潮中驶向成功的彼岸。

《餐馆营销学堂》是李睦明先生在餐饮咨询、管理界赫赫有名的



“明哥教路”品牌旗下的又一奉献，是李先生对多年从事餐饮业经营、管理的实践进行研究总结的精华所在。《餐馆营销学堂》针对现有餐饮企业管理、营销等多个层面值得注意的问题，总结经验、规律，提出解决之道，内容上既有理论、心得，也有案例分析，轻松读来便在不知不觉中领悟到餐馆管理、营销的真谛，实为餐饮业界一所没有围墙的“自由学堂”。

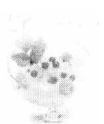
他山之石，可以攻玉。但愿李睦明先生的“明哥教路”之《餐馆营销学堂》为餐饮业同仁带来成功！

广州（北京）港美酒店管理有限公司

2009 年 9 月



目 录



实战营销篇

读《市场营销管理》课程有感	3
餐饮危机管理策略	9
运用 DM 营销推广技巧	11
敞开式厨房：独特的形象促销	14
餐饮营销之玩具促销	17
餐饮创新之量贩经营	19
餐饮采购市场调查的重要性	20
餐饮市场调研与定位	22
浅析个性化餐饮服务	25
厨师推销员	27
餐饮公共关系与形象宣传	29
营销要站在消费者的立场考虑	30
餐饮经营要善于捕捉时机	32
服务——餐饮企业的软环境	35
餐饮现场管理的重要性	37



赢的物语篇

咨询——餐饮企业提升竞争力的外源	41
主题餐饮独领风骚	43
古、灵、精、怪——餐饮经营四大制胜秘籍	44
餐饮业的角色营销	49
怎样把基层服务管理做好	52



人力资源篇

做一个真诚的管理者	57
做一个敢于承担责任的管理者	59
餐饮业的内部营销	61
沟通与管理	64
做好下属的“心理医生”	67
“有令而行”是管理工作的通则	70
“糊涂”一点，把权力暗藏	73
把合适的人放在合适的位置上	75
朽木也有可雕处	78
管理者的素质决定餐饮经营水平	81
以人为本激发员工积极性	88

目录

他山之石篇

演绎经典营销	97
神秘顾客——餐饮管理的内参	99
用文化包装企业	101

管理论坛篇

餐饮财务预算管理	107
掌握信息是餐饮经营的利器	113
餐饮企业系统化经营管理	117
创造良好企业风尚氛围	119
餐饮服务的质量内容	123

应对技巧篇

“苍蝇粥”的故事	127
推荐“片皮鸭”的技巧	129
索还物品的艺术	131
结账的技巧	133
客人的饮食忌讳	135



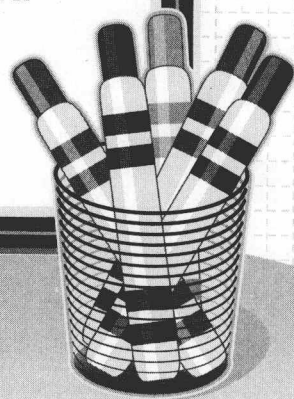
“菠菜”风波	137
巡台不到位，道歉也无效	141
点菜服务技巧	143
鲍翅是非	144
有标记的龙虾	148
服务用语的重要性	151
善解人意的服务态度	154
谁之过？谁之错？	156
燕窝的尴尬	159
祸从口出	161
结账的故事	164
客人的感受	167
自助餐上的香蕉	169
以心赢心	171
难为了“乾隆鸭”	174
一碗濑粉引出的话题	177



后 记

实战营销篇

ShiZhan YingXiao Pian



读《市场营销管理》课程有感

古语有云：“少年读书不用功，老来方知学识穷。”一语道破学识的重要性。尤其在工作中知识的作用更加突出，本人正因在工作中不断遇到方方面面的困惑，并且需不断地向同业先进请教，这样亦不是长久解决问题之道，心想只有提高自身知识水平，才能解决好更多问题。在2003年一个偶然的机遇，有缘入读久违的学堂——暨南大学 MBA（工商管理硕士）班。

在工作岗位上忙忙碌碌，一切酸甜苦辣个中“滋味”唯有自我品尝，工作之余利用假日（星期六），到暨南大学聆听老师的教导，真是另有一番发自内心的兴奋，在学校里又认识来自不同行业的同学，同时亦扩展了个人生活的圈子。因为每个人的行业特性不同，大家甚为有缘，每每上课之余总有说不完的话题，并且还会在课余相约聚会。在新学年的两门课程里，每逢“市场营销管理”课外讨论案例，本人不论在哪一