



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



面向21世纪课程教材

高等学校酒店管理专业课程教材

餐 饮 管 理

(第四版)

蔡万坤 编著

高等教育出版社



普通高等教育“十一五”国家级规划教材



面向21世纪课程教材



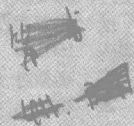
高等学校酒店管理专业课程教材

餐 饮 管 理

Canyin Guanli

(第四版)

蔡万坤 编著



高等教育出版社·北京

内容提要

本书是面向21世纪课程教材、普通高等教育“十一五”国家级规划教材的修订版。

本书共分十章,内容包括:餐饮管理基本原理概述、餐饮管理的机构设置和人员管理、餐饮预算目标管理原理和方法、餐饮经营市场营销和客源组织、餐饮经营的菜单设计和价格管理、食品原材料采购供应管理、厨房餐饮产品生产管理、餐厅酒吧销售服务管理、宴会经营与美食展销活动管理以及餐饮管理的成本核算与成本控制。

本书体系完整,结构合理。全书定量分析与定性分析相结合,注重理论联系实际,具有较强的实用性和可操作性。

本书适合作为高等学校旅游类专业教材,也可作为高等职业教育及自学考试相关专业教材和职业学校旅游专业教师的教学参考书,特别适宜作餐饮企业中、高级管理人员的业务参考用书,以及餐饮行业职业经理培训用书。

本书还特别配套了教学支持资源(教学课件)供老师们参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

餐饮管理/蔡万坤编著. --4版--北京:高等教育出版社,2014.6

ISBN 978-7-04-039556-3

I. ①餐… II. ①蔡… III. ①饮食业-经济管理-高等学校-教材 IV. ①F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第064798号

策划编辑 张欣
责任校对 刘丽娟

责任编辑 张欣
责任印制 朱学忠

封面设计 杨立新

版式设计 杜微言

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印 刷 高教社(天津)印务有限公司
开 本 787mm × 960mm 1/16
印 张 23.5
字 数 420千字
购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landraco.com>
<http://www.landraco.com.cn>
版 次 2002年8月第1版
2014年6月第4版
印 次 2014年6月第1次印刷
定 价 33.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究
物 料 号 39556-00

第四版前言

《餐饮管理》从1998年面世到2008年第3版出版发行,迄今已经受了15年的市场检验,在同类同名书籍越来越多,市场竞争日趋激烈的条件下,其发行量不降反升,始终受到全国,包括港、澳、台地区高等院校旅游专业师生和饭店宾馆、酒楼饭庄、集团餐饮等企业管理人员的欢迎。这首先要感谢高等教育出版社严把质量关、注重教材发行。同时也与教材内容和形式与时俱进,紧跟时代发展需要密切相关。在15年的发展过程中,本书经历了5次与时俱进的变化:一是书稿在1998年首次出版前已经过5年的内部使用,修改完善才出版的。书稿质量较好,以原创为主,基本反映了酒店、宾馆、酒楼、饭庄等企业餐饮管理的规律。二是2002年转为第一版时,按照国家级规划教材和教育部“面向21世纪旅游管理专业教学内容和课程体系改革计划”的要求,进行了修改,突出了“理论的先进性、内容的科学性、方法的先进适用性”三大特点。并通过立项评审,定为普通高等教育“十五”国家级规划教材。三是2005年出第二版时,该书已被评定为“北京市高等教育专业精品教材”。同时又经过了部分结构调整和修改,其创新性、科学性和实用性得到了进一步加强。四是2008年,作者对本书再次进行了部分内容和结构的修改,并被评定为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。本次修订,主要按照“十二五”国家级规划教材的要求,对部分内容做了调整。每章前增加了内容架构框图和学习目标,每节前补充了案例及点评,使教材内容更为丰富、形式更加活泼,其创新性、科学性和实用性特点更加突出,力求理

论、内容、方法、案例和形式的比较完美的统一。这也是本书力求与时俱进的又一次体现。

由于编者水平有限，缺点疏漏之处在所难免，欢迎广大读者批评指正。

蔡万坤

2013年10月

第三版前言

《餐饮管理》从1998年面世到今年的第三版出版,已经整整10年了。本书出版的大致经历是:1998年,作为全国高等院校旅游专业统编教材由高等教育出版社首次出版,并受到全国包括港、澳、台地区高等院校旅游专业师生和饭店宾馆、涉外餐馆管理人员的广泛欢迎。每年发行量1万册左右。2002年,本书作为“面向21世纪旅游管理专业教学内容和课程体系改革计划”的研究成果,通过立项评审,第一批被定为“十五”国家级规划教材,是为第一版。2005年,本书在2004年被推荐立项评审,定为“北京市高等教育专业精品教材”的基础上,经过修订,作为“十五”国家级规划教材和北京市精品教材再次出版,是为第二版。为适应旅游教育形势发展的需要,2008年,本书在坚持原书系统性、创新性、实用性三大特色的基础上,再次进行修订。同时经过立项评审、被选定为“十一五”国家级规划教材再次出版,是为第三版。

本次修订,对第一版中个别不准确的地方进行了修改,调整了部分章节的内容,在坚持第二版的创新性、科学性、实用性等特点的基础上,进行了以下三方面的重点调整:一是对全书若干章节进行了结构性调整,将原书餐饮管理的菜单设计和餐饮产品价格管理两章合为一章。原书餐饮产品销售服务管理和餐饮酒水吧销售服务管理两章合为一章。同时调整了相关内容。二是在原书餐饮市场营销和客源组织、食品原材料采购供应管理、餐饮产品生产管理、宴会经营和食品展销活动管理、餐饮产品的成本核算与成本控制等章节,增加或调整了相关内容,增强了科学性、创新性和实用性。三是在每章的前面,增加了本章对学生的知识和技能要求,明确了各章的教学重点,突出了操作技能。同时对每章后面的复习思考题做了相应调整,从而进一步突出了教材的实

用性。

另外,在立体化教材的研发方面,高等教育出版社给予我很大的支持。我还要特别感谢靳星老师,是他负责的工作保证了本课件的顺利制作和出版。与本书配套的教学支持资源(教学课件)将免费赠送给使用本书的授课老师,具体索取方式详见本书最后一页的教学支持说明。

由于编者水平有限,疏漏、错误之处还请广大读者批评指正。

蔡万坤
2008年2月

第二版前言

《餐饮管理》自 2002 年出版以来,已经被众多院校选用,也得到了读者和师生的不少肯定。在深感欣慰的同时,我也感到责任之重大。作为面向 21 世纪课程教材以及“十五”国家级规划教材,本书在内容编排、体系架构等方面具有一定的特色。但随着学科的发展,教材也应该与时俱进,在深入分析了众多院校一线教师中肯的意见和建议后,我开始了本版的修订工作。

此次修订,对第一版中有错误或者不准确的地方进行了修改,完善了部分章节的内容,在坚持第一版的创新性、科学性、实用性等特点的基础上,进行了以下两方面的重点调整:一是对全书若干章节进行了结构性调整,包括餐饮管理菜单设计、餐饮业的组织机构和人员编制、餐饮产品成本核算与成本控制等章节,使全书结构更加合理,内容更加符合实际,科学性、实用性更强。二是对餐饮管理的有关原则、特点、要求、方法等做了要点修订。如在餐饮人员管理中,增加了“以人为本”、“弹性用人”、“灵活排班”等内容;在厨房生产管理中,介绍了定制生产、精益管理方法,餐饮产品生产标准化管理方法等内容。

另外,在立体化教材的研发方面,高等教育出版社给了我很大的支持。我还要特别感谢北京联合大学的刘捷老师,是她细心、负责的工作保证了本课件的顺利制作和出版。与本书配套的光盘版教学支持资源(教学课件)将免费赠送给使用本教材授课的老师,具体索取方式详见本书最后一页的教学支持说明。

由于编者水平有限,疏漏、错误之处还请广大读者批评指正。

蔡万坤
2005 年 2 月

第一版前言

《餐饮管理》是“十五”规划国家级教材,也是面向 21 世纪高等院校旅游管理专业专业课教材,同时,该书也是旅游教学研究领域中的一本旅游企业管理研究专著。该书 1998 年曾作为全国高等院校旅游专业统编教材正式出版。在几年的教学实践中,它以每年近 1 万册的发行量发行,受到全国包括港、澳、台地区高等院校旅游专业师生和全国饭店宾馆、涉外餐馆管理人员的广泛欢迎。此次修订,作者根据面向 21 世纪课程教材和国家级重点教材的要求对本书进行了全面、细致的修改,并增加了“餐饮管理的组织机构和人员编制”与“餐饮酒水销售服务管理”两章,使之更加全面系统和科学合理。

旅游业是一个新兴的产业,一个新兴产业的成熟需要理论研究的成熟,而理论研究必然有一个发展的过程。20 世纪末,我国旅游企业管理,特别是饭店管理、客房管理、餐饮管理的书籍出了几十种,大体可分为两个阶段:第一阶段大多以传统的工商企业管理教科书为蓝本;第二阶段大体上以引用西方和东南亚地区的同类书籍为主,但在理论联系方面实际上还有不足之处,这是一个理论引进和消化的过程。20 世纪最后几年到 21 世纪初,一些新的旅游企业管理书籍出现了。这些著作将西方管理先进经验和中国市场经济的国情相结合,将西方饭店企业管理的科学方法和中国实际结合起来,形成了自己的科学体系。该体系虽然尚未完全成熟,但它们已经初步具备了中国特色。《餐饮管理》在这方面做了较多的探索,应该说是一个代表。

本书根据餐饮企业经营管理的客观规律,以理论为指导,以业务经营活动为中心,以科学管理思想和方法为主要内容,坚持理论、方法和案例相结合,定性研究和定量分析相结合。全书在阐明餐饮管理基本原理的基础上,比较系

系统地论述了餐饮管理的组织机构、人员编制、市场营销、经营计划、原材料采购供应、产品生产、产品销售服务、酒水销售服务、宴会经营和食品展销,以及产品价格、成本核算与控制等环节的科学管理理论和方法。本书具有四个较突出的特点:一是理论的创新性。餐饮业历来是以手工操作为主,以师傅带徒弟的方式发展起来的,缺乏理论研究。本书结合餐饮管理实践,将经济学、市场学、管理学、行为科学、财务管理等各种理论的精神实质,通过综合与提炼,运用在餐饮管理的实践中,形成了自己的理论观点、概念、原则,体现在各章节的理论阐述中。二是方法的先进性。传统的餐饮管理由于以师傅带徒弟的经验管理为主,传统方法多,先进经验的总结不足,特别是定量管理比较薄弱。本书在总结先进实践经验的基础上,破除了传统经验管理思想的束缚,在市场营销、指标预测、预算编制、原料采购、生产管理、销售分析、价格管理、成本核算与控制等各方面,都引用了大量先进的管理方法,进行了深入的实证分析和定量分析,并在此基础上形成了解决餐饮管理实际问题的主要理论方法。三是内容的科学性。全书以管理理论为指导,以业务经营过程为主线,以降低成本费用、提高经济效益为归宿,将现代餐饮管理的内容组织起来,形成了内容全面、逻辑清楚、层次分明的科学体系。四是操作的实用性。全书各章节在结合实际阐明餐饮理论观点、管理原则、科学方法的基础上引用了大量的案例和实例分析,其理论既有对现实的归纳总结,又有自身的逻辑推演,从而揭示了餐饮管理的本质。而大量的案例和实例分析,因大多来源于餐饮管理的实际操作中,就更具有现实的指导性和实用性。

科学理论的发展是一个循序渐进的过程,企业管理实践又有大量新事物、新情况不断涌现,加之编者水平有限,书中缺点、错误之处,欢迎广大读者批评指正,以使本书不断充实和完善。

蔡万坤
2002年4月

目 录

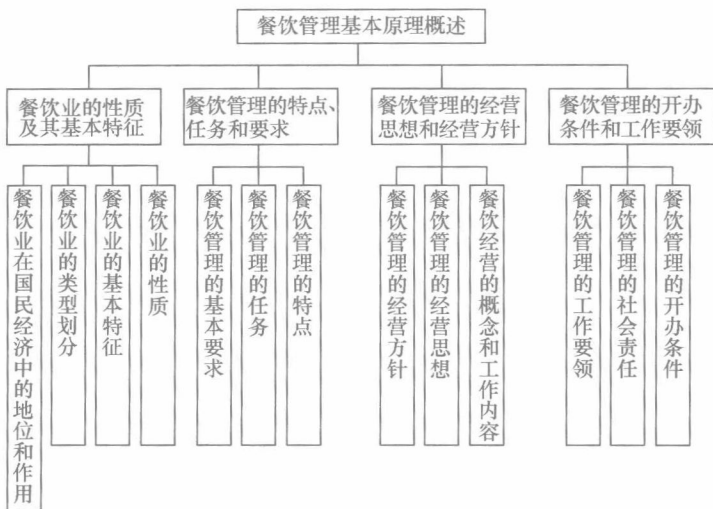
第一章 餐饮管理基本原理概述	1
第一节 餐饮业的性质及其基本特征	2
第二节 餐饮管理的特点、任务和要求	8
第三节 餐饮管理的经营思想和经营方针	12
第四节 餐饮管理的开办条件和工作要领	17
复习思考题	23
第二章 餐饮管理的机构设置和人员管理	24
第一节 餐饮管理的机构设置	25
第二节 餐饮管理的人员编制方法与案例	32
第三节 餐饮管理的岗职规范制定与执行	41
第四节 餐饮管理的人员组织方法	50
复习思考题	54
第三章 餐饮预算目标管理原理和方法	56
第一节 餐饮预算管理原理概述	57
第二节 餐饮管理预算指标预测方法	69
第三节 餐饮预算方案的编制方法及贯彻实施	82
复习思考题	94
第四章 餐饮经营市场营销和客源组织	96

第一节 餐饮市场供求关系	97
第二节 餐饮管理的市场定位	102
第三节 餐饮管理的市场营销	109
第四节 餐饮管理的客源组织	121
复习思考题	128
第五章 餐饮经营的菜单设计与价格管理	130
第一节 菜单市场营销作用及设计原则和标准	131
第二节 菜单设计的依据方法与使用更新	136
第三节 餐饮产品的价格构成及其管理原则和策略	144
第四节 餐饮产品的价格制定方法	151
第五节 餐饮产品价格调整方法	163
复习思考题	170
第六章 食品原材料采购供应管理	172
第一节 食品原材料采购管理	173
第二节 食品原材料库房管理	186
第三节 食品原材料采供管理	200
复习思考题	208
第七章 厨房餐饮产品生产管理	210
第一节 厨房生产管理的组织形式、特点和基本要求	211
第二节 厨房生产任务及其标准化管理方法	217
第三节 厨房原料加工管理方法	229
第四节 厨房产品生产管理方法	235
复习思考题	241
第八章 餐厅酒吧销售服务管理	243
第一节 餐厅酒吧销售服务管理的特点和任务	244
第二节 餐厅销售服务过程的组织	250
第三节 酒吧销售服务管理的内容和方法	260
第四节 餐厅酒吧产品销售分析	276
复习思考题	281
第九章 宴会经营与美食展销活动管理	282
第一节 宴会类别及其经营特点作用	283
第二节 宴会推销和预订管理方法	288
第三节 宴会服务产品设计方法	298
第四节 宴会服务过程的组织	307
第五节 餐饮美食展销活动管理	312
复习思考题	322
第十章 餐饮管理的成本核算与成本控制	323

第一节 餐饮管理成本核算概述	324
第二节 餐饮管理成本核算方法与案例	332
第三节 餐饮管理成本控制	348
复习思考题	356
参考文献	360

餐饮管理基本原理概述

知识结构图



学习目标	
知识目标	技能目标
1. 掌握餐饮业的性质、基本特征及其地位作用 2. 掌握餐饮管理的特点和要求 3. 掌握餐饮管理的经营内容与方针	1. 熟悉餐饮管理的开办条件 2. 熟悉餐饮管理的经营思想 3. 掌握餐饮管理工作的基本要领

第一节 餐饮业的性质及其基本特征

中国餐饮业：一个庞大的产业

餐饮业既是国民经济的重要组成部分，又是旅游业的重要构成要素，也是创造社会财富的重要服务行业。中国餐饮业的业态形式主要有三种类型：一是依附型餐饮，以饭店、宾馆、酒店餐饮为代表。其餐饮不是独立的企业，而是依附饭店宾馆等企业而存在的。但它们却是餐饮经营与质量管理的代表。二是独立餐饮，以酒楼、饭庄、社会餐馆为代表。三是集团型餐饮，以各种连锁经营的餐饮集团公司为主。中国餐饮业随着国民经济和旅游业的快速发展而迅速发展，已经形成一个庞大的产业。到2012年，全国规模以上的餐饮企业已达400多万家，消费总额已超过2.35万亿人民币，就业总人数达到2500多万人。这对拉动内需，促进国内外旅游业的发展，创造劳动就业机会无疑发挥着重要推动作用。

点评 餐饮管理的目的是从市场供求关系出发，研究企业餐饮经营管理及其业务过程组织的基本规律、方法和技术，以提高企业餐饮产品和服务质量，获得优良经济效益。案例只为这一研究提示了一个大的产业背景。事实上，餐饮管理的研究内容是广泛而复杂的。它需要我们以这一背景为平台深入研究。本章作为全书开篇，主要介绍餐饮管理的基本原理，餐饮业的性质、特征、类型划分及其地位作用，以为后面的原理及以后各章的研究打下坚实的基础。

一、餐饮业的性质

（一）餐饮业的概念

餐饮业是利用设备、场所和一定消费环境为外出就餐的客人提供餐饮产

品和用餐服务的生产经营性服务行业。

餐饮业是一个历史悠久的行业。从古至今,其为客人提供外出就餐服务的社会机能并没有改变。但是,随着社会生产力的高度发展,人类生活水平不断提高,人类在政治、经济、商贸、旅游、科技、文化等方面的交流日益频繁,家务劳动社会化程度日益提高,现代餐饮业正朝着设备舒适、环境优美、产品风味突出、服务质量优良的方向发展。

餐饮业的范围十分广泛。海内外各行各业的人们都能成为餐饮经营者的接待对象。与此相适应,餐饮业的经营类型十分复杂。饭店、餐馆、酒家、饭庄、快餐店以及各种类型的宾馆等,都从事餐饮经营。但不管其经营类型多复杂,餐饮管理都必须以目标客户为对象,以产品质量和服务质量为中心,以生产经营活动为主体,以提高经济效益为目的,使企业的等级规格、用餐环境与接待对象相适应。

餐饮业的营销活动是一个完整的供、产、销过程,食品原材料的采购、厨房的生产加工和餐厅的销售服务融为一体。为此,餐饮管理必须研究营销活动的全过程,必须研究营销活动中的价值运动,分析其价值消耗和价值补偿,以适应市场变化,满足客人需求,获得优良的经济效益。

(二) 餐饮业的性质

1. 经济属性

经济属性是指酒楼饭庄、饭店餐馆、餐饮集团等单位或部门的餐饮经营所固有的以追求经济效益为主要目的的基本属性。经济属性是餐饮企业经营的本质属性。它要求餐饮企业管理必须遵循市场经济法则,在市场竞争中求生存、求发展;必须自主经营、独立核算、自负盈亏、自我发展、自担风险;必须具有企业法人的法律地位,独立承担民事法律责任。

2. 社会属性

社会属性是指酒楼饭庄、饭店餐馆、餐饮集团等企业或部门的餐饮经营都是为社会公众提供外出就餐服务的。它们都是公共消费场所。这种性质要求餐饮管理必须以客源为中心。要将客人当作餐饮业的衣食父母和希望所在,当作其经济效益的唯一来源。因此,餐饮管理必须坚持“宾客至上,服务第一,质量优先”的经营宗旨。餐饮管理只有始终以优良的消费环境、优质产品、优良服务与合理价格来不断满足客人的物质、精神和心理需求,才能始终立于不败之地,获得优良经济效益。

3. 文化属性

文化属性是指酒楼饭庄、饭店餐馆、餐饮集团等不仅是一种企业单位,而

且是餐饮文化最典型、最集中的展现场所。餐饮业的文化属性主要通过三个方面表现出来：一是消费环境的建筑装修文化。它通过建筑与装修设计、环境装饰与美化形成餐厅特色与风格，体现出特定文化底蕴，对目标市场的客人产生强烈的形象吸引力。二是餐厅服务文化。它通过服务人员的服装服饰、服务态度、礼仪规格、服务操作和质量标准来体现不同餐厅的民族文化特色和地方文化氛围，展示具有浓郁文化色彩的特色服务。三是烹饪文化。它通过对烹调技术的传承与发展，在菜点名称、营养搭配、烹饪艺术、食雕造型、餐具选用、用餐方式等方面来营造出具有不同民族特色和不同饮食风味的文化氛围。消费环境的装修文化、餐厅服务文化和烹饪文化相结合，共同构成了餐饮业的文化属性。它可以使客人切身感受到现代餐饮所呈现出的不同的文化特色、风俗习惯和民族情趣，增强餐饮企业对目标市场客人的吸引力。

4. 生产服务属性

生产服务属性是指餐饮经营既有生产性质，又有服务性质。前者指餐饮经营是利用食品原材料，经过加工切配、烹饪制作生产出不同的餐饮产品。后者是指生产出的产品必须提供现场服务供客人就地消费。所以，餐饮经营是一个完整的供、产、销过程。其表现是边生产、边消费；厨房生产，餐厅消费；生产、消费和服务在时间和空间上都是基本相同的。餐饮业的生产服务属性要求餐饮管理必须十分重视厨房生产过程和餐厅服务过程的组织。要一手抓厨房生产和产品质量，一手抓餐厅销售和服务质量。始终坚持“两手抓，两手都要硬”，这样才能保证餐饮质量和经济效益。

二、餐饮业的基本特征

餐饮业是国民经济中为民众提供社会生活服务的基本产业。随着国民经济的发展，人均国民收入水平的迅速提高，我国餐饮业已经发展成年产值高达2万亿元以上的庞大产业。与其他行业比较，餐饮业具有四个基本特征。

（一）行业发展的依赖性和市场准入的容易性

餐饮业是为社会公众提供以外出就餐服务为主的生产经营性服务行业。餐饮业对国民经济的发展状况和国民收入水平有很强的依赖性。一个国家、一个地区、一个城市的国民经济越发达，人均国民收入和生活水平越高，尤其是旅游业越发达、流动人口越多，餐饮行业就必然越发达。所以，餐饮业的发展规模、速度、结构，是与当地国民经济的发展相适应的。

同时，餐饮业又是一种投资区别大、档次规模悬殊和经营方式灵活的大众服务性行业。其市场准入的门槛较低，只要能够筹集一定的资金和招募适当