



从零开始 学做**餐饮**经理

樊春元◎编著

监管餐饮营运、控制餐饮成本、管理餐饮卫生和安全……难or不难？

想做**餐饮**经理，不了解**基本知识**，不熟悉**工作方法**，怎么可以？

从零开始，步步提升，
一本书让你成为优秀的**餐饮**经理！

从零开始学做餐饮经理

樊春元 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

从零开始学做餐饮经理 / 樊春元编著. —北京:
人民邮电出版社, 2016. 7

ISBN 978-7-115-42724-3

I. ①从… II. ①樊… III. ①饮食业—商业管理
IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 134624 号

内 容 提 要

餐饮经理是餐饮企业中重要的管理人员, 如何成为一名优秀的餐饮经理? 如何开展与实施餐饮管理工作? 这是每一名餐饮经理都要面临的问题。

本书共11章, 分别介绍了餐饮经理要做什么、互联网新营销模式、餐饮网络平台必知、餐饮营运监管要点、餐饮员工管理之道、如何做好服务管理、如何做好质量管理、餐饮成本控制须知、餐饮卫生管理要点、餐饮安全管理知识、如何做好财务管理等方面, 为餐饮管理人员开展工作提供了重要的参考。全书着重突出餐饮管理工作的方法、流程、技巧和细节, 具有很强的实用性和可操作性。

本书适合餐饮企业的各级管理人员阅读, 也适合在各类企事业单位从事餐饮工作的人员、希望从事餐饮工作的人员以及高等院校相关专业的师生阅读。

◆ 编 著 樊春元

责任编辑 张国才

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 18 2016年7月第1版

字数: 180千字 2016年7月北京第1次印刷

定 价: 55.00 元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第 8052 号

前 言 | preface

常言道，“入门容易做好难”。不论做什么，从事什么工作，贵在坚持，持续学习。只有这样，才能实现自己的理想。

随着我国餐饮消费者结构的变化，餐饮企业管理者也应该改变经营思维模式。作为一名合格的餐饮经理，一定要加强各类知识的学习，讲究工作方法和管理艺术，并具有较高的素质修养。餐饮经理具有管理者和服务员的双重身份，既要对员工进行管理，又要带领团队成员一起为顾客提供优质的服务。此外，合格的餐饮经理还需要具备超强的观察力，能够在第一时间把握员工的心态，做好沟通工作。餐饮经理要带领员工掌握各项业务知识和专业技能，熟知并理解企业的各项文化和规章制度，具有一定的执行能力和解决问题的方式方法。

那么，如何成为一名优秀的餐饮经理？如何高效地开展与实施餐饮管理，使自己管理的企业盈利？这是本书要解答的问题。

《从零开始学做餐饮经理》是一本为餐饮经理打造的工作手册，全书共11章，以餐饮管理工作的主要内容为主线，力求全面、实用。第1章首先对餐饮经理要做什么进行了阐述，从第2章起，分别讲述了互联网新营销模式、餐饮网络平台必知、餐饮营运监管要点、餐饮员工管理之道、如何做好服务管理、如何做好质量管理、餐饮成本控制须知、餐饮卫生管理要点、餐饮安全管理知识、如何做好财务管理等方面的管理方法、流程、技巧和细节。

全书实用性强，着重突出可操作性，为刚晋升为餐饮经理的人士提供了科学的工作思路和管理模板，也为餐饮管理人员开展工作提供了重要的参考。

本书由樊春元主编，安建伟、齐小娟、陈超、车转、陈宇娇、成晓霞、程思敏、李建伟、李相田、马晓娟、王丹、王雅兰、王振彪、武晓婷、徐亚楠、冯永华、李景安、吴少



佳、陈海川、马会玲、卢硕果、闻世渺、唐琼、任克勇、梁文敏参与了本书的资料收集和编写工作，滕宝红对全书相关内容进行了认真细致的审核。

第1章 餐饮经理要做什么 / 1

对餐饮经理来说，只有全面、深刻地认识并理解自身的工作目标、工作流程、任职要求等，才能在日常工作中全面履行职责，当好领头羊。

- 1.1 餐饮经理的岗位职责 / 3
- 1.2 餐饮经理职业素质要求 / 5
 - 范本 餐饮服务食品安全操作规范（节选） / 7
- 1.3 餐饮经理的工作目标 / 10
- 1.4 餐饮经理的日常工作 / 11
- 1.5 餐饮经理的定位 / 13
- 1.6 餐饮经理要有效授权 / 16
- 1.7 餐饮经理要指示与汇报 / 20
- 1.8 必备技能：有效沟通 / 24

第2章 互联网新营销模式 / 31

在互联网时代，人们足不出户就可以满足生活的基本需求，可以在网上买到任何想要买到的东西。因此，餐饮企业的网络营销也是必不可少的。

- 2.1 餐饮企业的“互联网+” / 33
- 2.2 餐饮企业网站营销 / 34
 - 范本 餐饮企业网站建设合同书 / 36
- 2.3 餐饮企业微信营销 / 39
- 2.4 餐饮企业微博营销 / 44
 - 范本 关于××餐饮企业微博营销的调查 / 45
 - 拓展阅读 微博营销的推广技巧 / 47
- 2.5 餐饮企业的O2O / 48
- 2.6 餐饮企业如何进行O2O营销 / 51



范本 ××餐饮企业O2O外卖策划方案 / 54

2.7 iPad点菜系统 / 56

第3章 餐饮网络平台必知 / 59

在“互联网+”效应的催化下，餐饮O2O浪潮一波未平一波又起。2014年中国餐饮行业O2O市场规模达到946亿元，2015年中国餐饮行业O2O市场规模达1400亿元，餐饮产业已然成为房地产、汽车之后中国规模最大的产业。

3.1 餐饮团购平台 / 61

范本 商品团购商家合作协议 / 62

拓展阅读 美团、大众点评推广通业务说明实体商家O2O转型 / 68

3.2 餐饮O2O平台 / 69

拓展阅读 百度外卖荣膺2015年度消费者最喜爱的外卖APP / 70

3.3 订餐O2O平台 / 73

3.4 网络菜谱平台 / 75

3.5 供应链平台 / 78

3.6 软件供货商 / 83

3.7 餐饮O2O之厨师上门 / 84

第4章 餐饮营运监管要点 / 87

一家成功的餐饮企业仅有美味可口的菜品是不够的，还需要餐饮经理做好营运管理，这样才能使餐饮企业有条不紊地运转。

4.1 餐饮营运监督的目标 / 89

4.2 餐饮监督的特殊问题 / / 90

4.3 餐饮监督的基本步骤 / 91

4.4 餐饮营运监督实施 / 94

4.5 制度化管理 / 98

范本 餐前检查制度 / 102

范本 餐饮部物资管理规定 / 103

4.6 表格化管理 / 103

4.7 窗体管理 / 105

4.8 营运业绩分析 / 107

第5章 餐饮员工管理之道 / 111

餐饮服务人员是指餐饮部为了满足宾客物质上和精神上需求而付出劳动的所有工作人

员。从整个餐饮部门的业务运营系统来看,餐饮服务人员一般可以分为管理人员、生产人员和餐饮服务人员三种类型。

- 5.1 设定员工配置标准 / 113
- 5.2 制定员工服务守则 / 116
- 5.3 餐饮服务人员培训 / 118
 - 范本 新员工培训方案 / 121
 - 范本 新员工培训成果评估表 / 122
 - 范本 基层人员培训项目表 / 123
 - 范本 厨房作业培训项目表 / 124
 - 范本 餐厅订席培训项目表 / 125
 - 范本 餐饮领班培训项目表 / 126
- 5.4 设计完善的奖励制度 / 127
 - 范本 某餐饮服务公司奖金办法 / 133

第6章 如何做好服务管理 / 137

餐饮服务质量、服务水平的高低不仅关系到餐饮企业的效益、声誉,更关乎酒店的生存与发展。所以,餐饮经理必须做好服务管理。

- 6.1 高质量服务 / 139
- 6.2 服务质量标准的制定 / 140
- 6.3 高质量服务检查 / 142
- 6.4 客人满意度监控 / 145
 - 范本 顾客意见调查表 / 147
 - 范本 餐厅每日工作检查表 / 148
- 6.5 改善服务质量 / 154
- 6.6 提供客人反应、认知及奖励措施 / 159
- 6.7 客人投诉处理 / 160

第7章 如何做好质量管理 / 165

餐饮产品质量是顾客评价餐饮服务质量的优劣的关键因素之一,而服务质量更是餐饮企业的灵魂。如何做好质量管理,决定了餐饮企业是否可以长远发展。

- 7.1 餐饮服务质量标准 / 167
 - 拓展阅读 服务语言标准化及艺术化的基本要求 / 169
- 7.2 餐饮服务质量控制方法 / 172
- 7.3 原料采购质量控制 / 174
 - 拓展阅读 各类食品原料选购要点 / 175



- 7.4 菜肴制作过程质量控制 / 179
 - 范本 原料加工规格表 / 183
 - 范本 冷菜配份规格表 / 183
 - 范本 点心制作规格表 / 183

第8章 餐饮成本控制须知 / 185

在食材价格不断上涨、员工工资不断上调、店铺租金不断攀升的今天，成本控制已成为餐饮管理中越来越重要的课题。良好的成本控制也体现了餐饮经理的水平，有利于提升餐厅的经济效益。

- 8.1 影响成本的决定因素 / 187
- 8.2 成本控制方法 / 190
 - 范本 部分家禽类食材的净出率 / 192
 - 范本 部分水产品类食材净出率 / 193
 - 范本 部分蔬菜类食材净出率 / 193
 - 范本 部分干货类食材净出率 / 195
- 8.3 建立成本检查制度 / 197
- 8.4 收入控制 / 199
- 8.5 人工成本控制 / 199
- 8.6 影响成本控制成功因素 / 201
- 8.7 成本计算管理 / 201
 - 范本 每日食物成本计算表 / 202
 - 范本 食品原料进货申购单 / 204
 - 范本 厨房领料单 / 205
 - 范本 食品原料验收单 / 205
 - 范本 菜单成本控制表 / 206
 - 范本 厨房菜点定额成本表 / 206
 - 范本 提货单 / 207
 - 范本 饮料库存表 / 207

第9章 餐饮卫生管理要点 / 209

卫生是餐厅赖以生存的基本条件之一。如不注意餐厅卫生，不仅会影响顾客的健康，而且会在社会上造成不良影响，严重影响企业的生存和发展。

- 9.1 厨房卫生管理 / 211
 - 拓展阅读 五常法管理 / 219
- 9.2 菜品加工环节的卫生管理 / 221

- 9.3 其他加工流程的卫生管理 / 223
- 9.4 员工卫生管理 / 225
 - 范本 餐厅5S环境卫生检查表 / 227
 - 范本 清洁卫生检查制度 / 229
 - 范本 餐厅外场清洁检查表 / 229
 - 范本 餐厅卫生工作考核表 / 230
 - 范本 厨房日常卫生检查表 / 232

第10章 餐饮安全管理知识 / 235

餐饮安全关系到数千万在外就餐食客的健康，也是餐饮企业发展的基石。餐饮安全问题不仅会发生在餐厅之中，也有可能发生在原材料生产、加工环节中。因此，对餐饮安全的把控是餐饮经理需要关注的问题。

- 10.1 食物中毒的预防 / 237
 - 范本 食品安全检查表 / 240
- 10.2 安全防范 / 242
 - 范本 ××餐厅员工安全须知 / 245
- 10.3 火灾防范 / 247
- 10.4 关于防盗 / 248
- 10.5 关于防抢 / 250
- 10.6 仓库安全管理 / 252
- 10.7 餐厅突发事件处理 / 253
 - 范本 ××餐厅突发事件应急预案 / 258
 - 范本 ××餐厅应急疏散演练方案 / 260

第11章 如何做好财务管理 / 263

财务管理是餐饮企业管理的基础，不管是出纳管理，还是收入的核查，都是餐饮经理日常工作中的重点内容，只有做到财务账面清晰，才能更好地促进餐饮企业的发展。

- 11.1 收银管理 / 265
 - 范本 ××餐厅签账单 / 268
 - 范本 ××餐厅日报表 / 268
- 11.2 账单管理 / 269
- 11.3 数据分析 / 272
- 11.4 收入稽核 / 274
 - 范本 餐饮部日经营台账表 / 275
 - 范本 饮料标准成本和售价记录表 / 277

第1章

餐饮经理要做什么

对餐饮经理来说，只有全面、深刻地认识并理解自身的工作目标、工作流程、任职要求等，才能在日常工作中全面履行职责，当好领头羊。

学习指引

- ◆ 专业素质
- ◆ 用人能力
- ◆ 市场营销能力
- ◆ 沟通能力
- ◆ 创新能力
- ◆ 判断能力
- ◆ 公关能力
- ◆ 危机或突发事件处理能力
- ◆ 理财能力
- ◆ 及时了解国家新规定

- ◆ 营业前的工作
- ◆ 营业中的工作
- ◆ 营业结束后的工作
- ◆ 其他工作

- ◆ 哪些工作可以授权
- ◆ 授权要素构成
- ◆ 授权误区
- ◆ 有效授权技巧

- ◆ 什么是沟通
- ◆ 沟通的方法
- ◆ 有效沟通的障碍
- ◆ 特殊的沟通技能：倾听
- ◆ 沟通中的回馈技巧
- ◆ 主动沟通的时机与内容

餐饮经理的
岗位职责

餐饮经理职业
素质要求

餐饮经理的
工作目标

餐饮经理的
日常工作

餐饮经理的定位

餐饮经理要
有效授权

餐饮经理要
指示与汇报

必备技能：有效
沟通

- ◆ 各项指令和规定的宣布与监督
- ◆ 员工的安排与管理
- ◆ 营销活动的策划与推广
- ◆ 厨房、楼面的作业管理
- ◆ 餐饮卫生和安全管理
- ◆ 食材的采购与管理
- ◆ 顾客投诉的处理
- ◆ 餐饮成本的控制
- ◆ 财务作业的监管与控制

- ◆ 编制部门经营计划及规范性档案
- ◆ 部门经营管理
- ◆ 厨房的运营管理
- ◆ 各营业点经营管理
- ◆ 人员管理

- ◆ 餐饮经理是领导者
- ◆ 成功领导者的特征
- ◆ 领导能力培养

- ◆ 听上级的指示
- ◆ 给员工下指示
- ◆ 向上级汇报工作
- ◆ 听取员工的汇报

1.1 餐饮经理的岗位职责

1. 各项指令和规定的宣布与监督

作为餐饮经理，尤其是连锁餐饮店的经理，必须做到以下几点。

(1) 传达、执行上级各项指令与规定。提高执行力，认真履行工作职责，行使企业授予的管理权限，并根据情况对指令和规定进行适当的修改、完善。

(2) 监督餐厅各部门严格执行各项指令与规定，维护餐厅的形象。

2. 员工的安排与管理

餐饮经理要根据企业发展和员工的服务技能、接待客人的能力，对员工进行妥善的工作安排和培训。

同时，餐饮经理要对员工的考勤、仪容、仪表和服务规范执行情况进行监督与管理，定期适时组织员工培训学习，解决员工工作中存在的问题，全方位提升员工的价值。

3. 营销活动的策划与推广

餐饮行业的竞争非常激烈，已不仅仅表现在餐饮的口味特色上，还包括环境、气氛、服务、知名度等各个方面。

作为餐饮经理，必须熟悉各种营销技巧，尤其要懂得进行营销活动的策划与推广，发掘顾客的需求和欲望并予以满足，能通过各种手段招徕顾客，从而为企业赢得最大的利益。

4. 厨房、楼面的作业管理

厨房是集食品烹制、加工、调理等功能于一身的场所，只有管理好厨房，才能确保在餐厅营运中不出纰漏。楼面是顾客用餐的地方，也是餐厅直接提供服务的场所。对二者管理得好坏，将会直接影响到餐厅经营的好坏。所以，餐饮经理必须做到以下几点。

(1) 明确厨房、楼面各岗位工作流程，妥善地安排工作。

(2) 制定各项服务流程与标准。

(3) 制定服务标准并进行服务检查等。

(4) 对于部门人员的工作完成情况，区域环境卫生工作、工作氛围等情况，要有效引导，监督到位，适时激励。

5. 餐饮卫生和安全管理

餐厅是顾客出入消费较频繁的场所，其卫生、安全要求严格。作为餐饮经理，要以“确保卫生安全”为第一责任，给顾客提供一个安全、舒适、卫生的用餐环境。所以，餐



饮经理一定要制定相应的卫生、安全管理和执行标准，采取必要的预防措施，并培训员工处理突发事件的操作程序。具体内容如下。

(1) 保持店内设备完好。设备出现故障时进行修理与更换，做好冷冻柜、冷藏柜、收款机等主要设备的日常维护工作。

(2) 维护餐厅营业区域与后勤管理区域的环境卫生。一般按区域安排，责任到人，由餐饮经理检查落实。

(3) 在营业结束后，餐饮经理应对店内的封闭情况、保安人员的到位情况、消防设施的摆放情况等主要环节进行最后的核实，以确保安全保卫工作万无一失。

6. 食材的采购与管理

有好的食材，才能有好的菜品。食材不好，会严重影响厨师的菜品生产及菜品质量。所以，餐饮经理应该加强对食材管理的流程控制，制定食材采购标准、原则、方法，制定进货验收的程序，计划妥善储存的方式及严密的发放领用控制，以确保食材质量，为厨师提供能出上品的材料。

7. 顾客投诉的处理

餐饮行业有别于其他行业的最大特点，就是服务的实时提供和消费的实时完成。因此，餐饮经理在服务的过程中稍有不慎便会引起顾客的投诉。遇到投诉，任何辩解都无济于事，关键在于诚恳、虚心地聆听顾客的投诉，并理清投诉的种类，掌握解决要领，再按投诉处理程序予以解决。餐饮经理要能勇于接受来自不同领域或层面的顾客提出的意见，这样才能精益求精。

8. 餐饮成本的控制

要想提高餐厅的利润，最有效的方法就是“开源节流”，即一方面用促销的方法尽可能提高收入，另一方面用控制成本的方法使各项开支都能运用得宜，将损失和耗费降至最低。作为餐饮经理，应了解餐饮成本控制的范围及方法。

餐饮成本控制的范围，包括直接成本与间接成本的控制。所以，菜单的设计、原料的采购、制作的过程和服务的方法等，每一阶段都与直接成本息息相关，餐饮经理应严加督导。而人事的管理及其他物品的使用与维护，也应全面纳入控制的系统，以达到预期的控制目标。

9. 财务作业的监督与控制

餐厅营运的目的是赢利。作为餐饮经理，应了解本餐厅的会计、收银作业方式并予以控制，对餐厅的收入、赢利状况要能运用正确的方法予以分析。总而言之，餐饮经理必须对所管理餐厅的财务状况负责。

1.2 餐饮经理职业素质要求

1. 专业素质

餐饮运营的主体是餐饮产品，合格的餐饮经理要熟悉甚至会操作餐饮产品的生产、制作、销售等一整套流程。

餐饮经理应能进行不同规模、不同风格餐饮机构的设置，并制订各自不同的经营计划；在科学、系统地进行菜单设计的基础上，导入全面经营、运转、管理中所涉及的客情、服务、酒水、餐务等各个组成要素；具有预算管理知识，能编制预算、执行预算，并对各要素进行组织和管理；了解餐饮促销和餐饮成本控制。此外，餐饮经理还要善于指导和激励员工工作和评估员工表现，有效地制订部门员工培训计划。

作为餐饮经理，应了解食品安全与卫生质量的相关概念、标准与评价方法，影响食品安全性的病原生物、化学毒物的防范与控制，废弃物的排放与处理，膳食结构中的不安全因素及其控制，食源性疾病及其预防，在餐饮食品生产经营过程中的不安全因素及其控制，食品卫生法规和餐饮业卫生管理办法，绿色食品、绿色餐饮及其国际标准等。

2. 用人能力

员工是企业最大的财富。作为餐厅的管理者，餐饮经理要充分重视员工价值，合理调配餐厅的人力资源，做到责权分明；要有科学的人才观，善于发现和培养人才，合理使用人才，留得住人才。

3. 市场营销能力

市场具有多元化、多变性的特征，而且目前中国的餐饮市场竞争非常激烈，餐饮经理要紧跟形势，具备前瞻性眼光，准确把握餐饮市场的发展趋势和餐厅业务拓展、地区市场开拓的方向。

4. 沟通能力

要与客人、员工等不同人群处理好关系，要有过硬的沟通能力，协调好人际关系。随着餐饮市场的现代化发展，餐饮经理要注重沟通技巧，正确、及时地处理各种客人投诉；提高沟通本领，至少掌握1~2门外语。

5. 创新能力

餐厅经营业态和经营特色复杂多样，餐饮经理要具备在企业确定的经营模式中找准目标市场的能力。经营手段和经营技巧要能切合客人的消费意愿，具体表现在根据实际情况设计出效率高的经营组织，对现行的组织结构进行正确的分析与评估，对经营状况进行创新型决策，提出新颖的设想，通过周密的论证保持收入利润的增长。



6. 判断能力

餐饮经理要具备高智商，思维敏捷，能够站在企业改革与发展的高度，对企业领导成员提出具有自己独到想法、建设性的意见或建议，保持上下统一、总揽全局，做到超前认准方向、把握方向、坚持方向，与企业齐头并进，做到协调、健康发展。

7. 公关能力

一位成熟、自信的餐饮经理应把集体取得的成绩看得比个人的荣誉和地位更重要。作为高层决策人员，对内要以团结为己任，乐于倾听不同意见，重视情感沟通，在坚持原则的前提下，把“一班人”紧紧地凝聚在一起；对外要以提高企业知名度和影响力为己任，善于搞好“上挂、横联、下辐射”的公关网络建设，协调沟通好社会各界关系，拓展企业的生存发展空间，为“产品出得去”铺平道路。

8. 危机或突发事件处理能力

餐饮管理中不可避免地会出现危机或突发事件，餐饮经理要能最大限度地降低负面效应，减少危机和突发事件对餐厅正常经营的冲击。

危机和突发事件处理能力的核心内容包括：对各类突发事件的可能性及其后果的预测、辨识、评价；突发事件应急管理的第一责任人及其他相关人员的工作职责；应急救援行动的指挥与协调；善后措施；应急培训和演练制度等。

9. 理财能力

餐饮经理的重要职责之一是要做好财务监督，做个“好管家”。因此，餐饮经理应具备一定的财务知识，应能看懂反映企业财政状况的各种财务报表和其他指标，严格控制支出，并在控制成本的前提下，保障产品品质。

10. 及时了解国家新规定

作为餐饮经理，要及时了解国家对餐饮管理的各项规定，如《食品安全法》《食品安全法实施条例》《餐饮服务许可管理办法》《餐饮服务食品安全监督管理办法》《餐饮服务食品安全操作规范》等法律、法规、规章，了解其具体内容和要点，在餐饮管理工作中做到有法可依、有章可循。

下面是节选《餐饮服务食品安全操作规范》的部分内容，仅供参考。

范本

餐饮服务食品安全操作规范（节选）

第一章 总则

第一条 为了加强餐饮服务食品安全管理，规范餐饮服务经营行为，保障消费者饮食安全，根据《食品安全法》《食品安全法实施条例》《餐饮服务许可管理办法》《餐饮服务食品安全监督管理办法》等法律、法规、规章的规定，制定本规范。

第二条 本规范适用于餐饮服务提供者，包括餐馆、小吃店、快餐店、饮品店、食堂、集体用餐配送单位和中央厨房等。

第三条 餐饮服务提供者的法定代表人、负责人或业主是本单位食品安全的第一责任人，对本单位的食品安全负法律责任。

第四条 鼓励餐饮服务提供者建立和实施先进的食品安全管理体系，不断提高餐饮服务食品安全管理水平。

第五条 鼓励餐饮服务提供者为消费者提供分餐等健康饮食的条件。

第六条 本规范下列用语的含义。

（一）餐饮服务：指通过即时制作加工、商业销售和服务性劳动等，向消费者提供食品和消费场所及设施的服务活动。

（二）餐饮服务提供者：指从事餐饮服务的单位和个人。

（三）餐馆（含酒家、酒楼、酒店、饭庄等）：指以饭菜（包括中餐、西餐、日餐、韩餐等）为主要经营项目的提供者，包括火锅店、烧烤店等。

特大型餐馆：指加工经营场所使用面积在3000㎡以上（不含3000㎡），或者就餐座位数在1000座以上（不含1000座）的餐馆。

大型餐馆：指加工经营场所使用面积在500~3000㎡（不含500㎡，含3000㎡），或者就餐座位数在250~1000座（不含250座，含1000座）的餐馆。

中型餐馆：指加工经营场所使用面积在150~500㎡（不含150㎡，含500㎡），或者就餐座位数在75~250座（不含75座，含250座）的餐馆。

小型餐馆：指加工经营场所使用面积在150㎡以下（含150㎡），或者就餐座位数在75座以下（含75座）的餐馆。

（四）快餐店：指以集中加工配送、当场分餐食用并快速提供就餐服务为主要加工供应形式的提供者。

（五）小吃店：指以点心、小吃为主要经营项目的提供者。

（六）饮品店：指以供应酒类、咖啡、茶水或者饮料为主的提供者。

甜品站：指餐饮服务提供者在其餐饮主店经营场所内或附近开设，具有固定经营场所，直接销售或经简单加工制作后销售由餐饮主店配送的以冰激凌、饮料、甜