

*Caidan
Jihua yu Sheji*

施涵蕴 · 主编

菜单 计划与设计



辽宁科学技术出版社

施涵蕴 主编

菜单计划与设计

MENU PLANNING & DESIGN

辽宁科学技术出版社
· 沈阳 ·

主 编 简 介

施涵蕴 1944年生,上海市人。1966年毕业于上海外国语学院英语系,现为天津南开大学旅游系副教授并兼任中国旅游饭店协会理事。掌握英、意、日等多种外语。曾赴意大利学习现代饭店管理并随中国旅馆管理专家组赴新加坡工作任教学法专家。曾独自编写出版了《旅游饭店经营管理》、《旅游饭店市场营销》、《餐饮管理》等教材,并参加过《国际经济贸易百科全书》、《世界经济年鉴》、《管理会计》、《科技管理》等著作的编写。

图书在版编目(CIP)数据

菜单计划与设计 / 施涵蕴主编. — 沈阳: 辽宁科学技术出版社, 1996. 11

ISBN 7-5381-2459-4

I. 菜… II. 施… III. 饮食业-菜谱-设计-基本知识 IV. TS972.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 18822 号

辽宁科学技术出版社出版

(沈阳市和平区北一马路 108 号 邮政编码 110001)

辽宁省新华书店发行 七二一二工厂印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 16¹/₄ 字数: 270000

1996 年 11 月第 1 版 1996 年 11 月第 1 次印刷

责任编辑: 陈慈良

版式设计: 李 夏

封面设计: 耿志远

责任校对: 周 文

插图: 刘天元

印数: 1-4, 000

定价: 26.00 元

前言

随着我国经济迅猛的发展，人民生活水平得到了提高。每周双日休息制的实施，给人们增加了闲暇时间。人们外出就餐需求的增长，使餐饮大众市场逐渐形成。这给餐饮业带来了极好的市场机会。为迎合这一市场的需要，我国各地纷纷兴建形形色色、大大小小的餐厅。有的餐厅生意兴隆，盈利颇丰；有的门庭冷落，无人光顾。其中关键一点就是菜单的计划和设计。菜单不仅仅是餐厅销售产品的清单，它还关系到餐厅经营的成败。

本书专门介绍如何为各类餐厅计划和设计成功的菜单。本书的特点是：一、知识性强。它介绍了菜单计划所需掌握的理论知识，特别是菜系和酒水知识、我国各民族和世界各国人民的饮食习惯和禁忌爱好。二、实用性强。本书讨论了菜单的各种类型，对各种类型菜单的结构和特点进行了剖析，并且用详细的实例介绍了各类菜单的计划与设计的要求和方法。三、参考性强。本书对各类型菜单、酒单的计划与设计手段都有实例，从五星级酒店的餐厅到面向工薪阶层的大众餐馆的菜单，从正规餐厅到学校食堂、航空飞机旅客用菜单，从正规服务的菜单到自助餐、火锅的菜单，以及各类酒单都附有样本菜单和酒单，并且还有世界畅销鸡尾酒的配制方法。菜单的推销手段附有各种宣传品实例。十分重要的是菜单、酒单项目都附有中文和英文名，可直接供餐饮管理人员计划菜单时作参考。四、先进性。本书从当代国内外的饭店和餐厅中搜集了大量菜单实例，将它们进行分类、归纳并进行系统的分析上升到理论。迄今国内外任何一本书尚未有过类似的尝试。本书张霞、顾宇萍同志参加了编写。

本书适用于旅游业和餐饮业进行菜单计划、设计和推销作参考，适用于大、中专学校旅游和餐旅专业学生作教科书。

编者

1996年9月

目 录

第一章 菜单与菜系

第一节 菜单的作用	1
一、菜单是沟通产品信息的桥梁	2
二、菜单是餐饮经营的计划书	2
三、菜单是餐饮销售控制工具	4
四、菜单是餐饮促销的手段	4
五、菜单是餐厅服务员为顾客提供服务的依据	4
第二节 菜单与菜系	5
一、菜单与菜系	5
二、传统菜系	5
三、新型菜系	8
四、我国菜系发展趋势	12

第二章 菜单与饮食习惯及禁忌

第一节 菜单与就餐习惯	15
一、菜单与就餐习惯和禁忌的关系	15
二、我国主要民族的就餐习惯与禁忌	16
三、主要宗教团体的饮食禁忌	19
第二节 主要市场国人民就餐习惯与禁忌	21
一、东亚和东南亚国家就餐习惯与禁忌	21
二、穆斯林国家的饮食习惯与禁忌	23
三、西方国家的就餐习惯与禁忌	25
四、东欧各国的饮食习惯	28
五、港、澳台胞和华侨的饮食习惯	29

第三章 菜单的种类

第一节 菜单的实施策略	30
一、固定性菜单	30
二、即时性菜单	31
三、循环菜单	32
第二节 零点菜单	34
一、零点菜单的特点与要求	34

目 录

二、零点菜单的类别	35
第三节 套菜菜单	51
一、普通套菜单	51
二、团体套餐	55
三、宴会菜单	56
第四节 特色餐厅菜单	62
一、快餐店菜单	62
二、风味餐馆菜单	65
三、外卖餐厅菜单	66
第五节 特种餐菜单	67
一、早茶菜单	67
二、火锅菜单	68
三、自助餐菜单	70
四、客房送餐菜单	73
五、儿童菜单	76
六、航空菜单	77
第四章 菜单计划	
第一节 菜单计划的前提	80
一、目标市场的选定	80
二、竞争餐厅调查	82
三、菜单销售动态调查	83
四、菜单经营宗旨决策	85
第二节 菜单分析	88
一、菜品销售记录	88
二、菜品销售重要指数	89
三、菜单分析	91
四、菜单分析对菜单计划的作用	92
第三节 菜品的选择	94
一、菜品选择的原则	94
二、菜单各类菜品价格范围的确定	97
第五章 菜单的内容编排和艺术设计	

目 录

第一节 菜单的内容编排	98
一、菜单内容	98
二、菜单内容的安排	108
三、菜单的组合	111
第二节 菜单的制作与艺术设计	113
一、菜单制作的准备	113
二、菜单的规格和篇幅	114
三、菜单的封面	115
四、菜单字体的选择	118
五、纸张的选择	119
六、菜单的颜色及艺术设计	120
 第六章 酒单计划	
第一节 酒精饮料	127
一、传统酒水分类	127
二、我国常用的酒精饮料	128
三、外国常用酒精饮料	132
第二节 常用鸡尾酒	137
一、鸡尾酒组成部分及其各自的作用	137
二、常见鸡尾酒类别	139
三、流行鸡尾酒配方	139
四、我国的鸡尾酒	142
第三节 非酒精饮料	143
一、咖啡	143
二、矿泉水	144
三、碳酸饮料	145
四、果蔬饮料	146
五、乳品饮料	147
第四节 酒单种类与计划	148
一、酒品的选择	148
二、酒单的种类	151
三、酒品的定价	171

目 录

第七章 菜单的定价

第一节 菜单定价基础	174
一、菜单产品的价格结构	174
二、影响菜单定价的因素	177
三、餐饮定价目标	182
第二节 菜单价格政策	184
一、公开牌价政策	184
二、价格水平政策	185
三、价格灵活度政策	185
四、新产品价格政策	186
五、价格折扣和优惠政策	186
第三节 菜单的定价方法	187
一、以成本为基础的定价方法	188
二、以需求为基础的定价方法	191
三、以竞争为中心的定价方法	193
四、利用数字心理反应的定价方法	195

第八章 菜单推销

第一节 菜单推销概念	198
一、菜单推销概念	198
二、菜单促销的内容	199
第二节 菜单促销的时机和场合	208
一、节日促销	208
二、季节促销	215
三、淡季促销	218
四、特殊场合促销	221
第三节 菜单推销手段	224
一、菜单推销工具	224
二、菜单推销媒介	236
三、菜单的辅助促销活动	240
第四节 菜单在推销方面的常见缺陷	244
一、菜单表现形式方面的缺陷	244

目 录

二、菜单政策方面的缺陷	247
三、酒单在推销方面的缺陷	249
第五节 菜单的创意推销	250
一、菜单内容的创意	251
二、菜单表现形式的创意——POP 美食广告	252

第一章 菜单与菜系

第一节 菜单的作用

菜单在现代餐饮管理中起着关键性的作用。如何编制一份既能满足餐饮管理的需要又满足客人需要的菜单是一项十分艰巨而又有挑战性的工作。美国的考西沃博士曾写了一本书《以菜单进行管理》，即《Management by menu》强调了菜单的计划对餐饮管理的重要性。既然菜单被认为在餐饮管理中起着主角的作用，对它规定一个定义十分重要。

菜单，在有的餐馆中被称为菜谱，它的英文名为“Menu”，来源于法文。菜单是一家餐饮企业所提供的食品和饮料的项目清单，它通常为书面形式，包括各项食品饮料的名称及其价格。随着餐饮业的发展，菜单的种类日趋繁多，其内容和作用也相应得到扩大。菜单的含义不仅仅局限于人们的眼光立即见到的内容。后来人们把菜单定义为餐饮企业与其顾客信息交流的工具，又有人把菜单称作为餐饮整个经营过程中起着计划和控制作用的不可缺少的管理工具。菜单作为带图案的书写形式的工具，在餐饮企业中有两个地方使用它：后台和前台。在餐馆的后台，它是工作文件：作为采购的指南、向厨房下达工作指令并各部安排职工任务的计划书。在餐馆的前台，它是产品的清单和价格表。它主要对餐馆所提供的食品、饮料及餐饮服务起提供信息和广告的作用。一份良好的菜单要能够引诱客人选择食品饮料也要满足人们审美及就餐的喜好，同时，又能适合餐饮企业管理人员优先推销某些菜品的需要。菜单亦要告知客人企业经营的时间，提供特殊服务的信息，有的还叙述企业的历史和地理位置。

由此看到，菜单并不是一张简单的产品目录，它是餐饮企业管理的总体纲要及餐饮产品和服务的宣传材料，其具体作用有以下四项：

一、菜单是沟通产品信息的桥梁

餐饮企业通过菜单向客人介绍餐厅提供的产品、推销餐饮服务，体现餐饮企业的经营意图。客人则通过菜单了解餐厅的类别、特色、产品及其价格，并凭借菜单选择自己需要的产品和服务。报纸、电视上的广告固然也能向潜在顾客沟通企业产品的信息，但还不如餐厅里的菜单向客人沟通来得直接和有效。因此菜单是连接餐厅与顾客的桥梁，起着促成买卖的媒介作用。同时餐饮企业的菜品品种、价格范围、菜品烹调内容简介、图片展示及其他内容，越来越有效地反映餐厅经营的主题、风格和独到的特色以及经营服务的水平，它能无声地但强有力地影响客人购买的决定和产品的选择。

二、菜单是餐饮经营的计划书

菜单在整个餐饮经营活动中起着计划和控制作用，它是一项重要的管理工具。

1. 菜单与餐饮设备的选择购置

餐饮企业选择购置设备、灶具、工具和餐具，无论是它们的种类、规格还是质量、数量，都取决于菜单的菜式品种、水平和特色。炒勺难以烹制道地的牛扒、烤板不适宜炒青菜；制作北京烤鸭须使用挂炉，烤乳猪和烤羊肉串却常用明烤炉；上龙虾要配夹和叉，上蜗牛须配钳和签；没见过饭碗能装鸡尾酒，茶盅可作咖啡杯。显而易见，每种菜式都有相应的加工烹制设备和服务餐具。菜式品种越丰富，所需设备的种类就越多；菜式水平愈高愈珍奇，所需设备餐具也就愈特殊。总之，菜单是餐饮企业选择购置设备的依据和指南，它决定了厨房餐厅所使用的设备的数量、性能和型号等等，因而在一定程度上决定了餐饮企业的设备成本。

2. 菜单与厨师、服务员的配备

菜单内容标志着餐饮服务的规格水平和风格特色，而要实现这些规格水平和风格特色，还必须通过厨房烹调 and 餐厅服务。烹饪和服务是艺术，既是艺术，必有水平高低之分。菜单设计得再好，若厨师无力烹制或服务人员不懂服务方法，后果都是不堪设想的。因此，餐饮企业在配备厨房和餐厅职工时，应该根据菜式制作和服务的要求，招聘具有相应技术水平的人员。如果招收的是非熟练工，一如目前我国诸多饭店招工情况，则应以既定菜单内容为中心对职工进行培训，使他们尽快达到技术水平要求。

菜单除决定职工的技术要求水平以外，还决定职工的工种和人

数。中、西餐兼备的菜单，各帮名菜汇集的菜单，必然要求餐饮企业拥有一支庞大的、技术全面的职工队伍。

3. 菜单与食品原料采购贮藏

食品原料采购贮藏是餐饮企业业务活动的必要环节，它们受到菜单内容和菜单类型的影响和支配。菜单内容规定了采购和贮藏工作的对象，菜单类型在一定程度上决定着采购和贮藏活动的规模、方法和要求。例如，使用固定菜单的餐饮设施，由于菜式品种在一定时期内保持不变，企业所需食品原料的品种、规格等也相应固定不变，这就使得企业在原材料采购方法、采购规格标准、货源、原料贮藏方法、贮藏要求、仓库条件等方面能保持相对稳定；如果企业使用循环菜单或变换菜单，则会产生不同的情况，这两种类型的菜单菜式或按一定的周期重复出现，或经常不断地变换，从而使食品原料的采购和贮藏活动变得繁琐复杂。

4. 菜单与餐饮成本

菜单在体现餐饮服务规格水平、风格特色的同时，也决定了企业餐饮成本的高低。用料珍稀、原料价格昂贵的菜式过多，必然导致较高的食品原料成本；而精雕细刻、煞费苦心的菜式过多，又会无端增加企业的劳力成本。人所共知，各种不同成本的菜式的数量之间应成一定的比例，这一比例是否恰当，直接影响到餐饮企业的赢利能力。事实上，确定各菜式的成本，调整不同成本菜式的品种数量比例，是餐饮企业成本管理的首要环节，也就是说，餐饮成本管理须从菜单设计开始。

5. 菜单与厨房布局和餐厅装饰

厨房布局和餐厅装饰也同样受到菜单内容的影响。厨房是加工制作餐饮实物的场所，厨房内各业务操作中心的选址，各种设备、器械、工具的定位，应当以适合既定菜单内容的加工制作需要为准则。中餐与西餐厨房的布局往往大相径庭，这是因为它们烹制的内容不同，过程不同，所用的设备、工具不同。而即使同是中餐厨房或西餐厨房，也会因各家菜单在菜肴特色、加工制作方法、品种数量比例等方面的差异而产生各自的特定布局。餐饮企业中，除了国外某些连锁经营的快餐馆外，例如麦克唐纳(Mc Donald's)、汉堡包王(Burger King)、肯得基炸鸡(Kentucky Fried Chicken)，几乎找不到布局设计完全相同的厨房。而那些连锁经营的快餐馆之所以会有相同的厨房布局，也正是由于它们的菜单内容完全相同的缘故。

餐厅环境直接影响宾客进餐时的情绪。在简洁明快、淡雅清新的西餐厅设置南宋官宴，或在画梁雕栋、明窗彩户的中餐厅举行鸡尾酒会，其结果难免会给人格格不入的感觉。餐厅装饰的目的是形成产品的理想的销售环境。因此，装饰的主题立意、风格情调以及饰物陈

设、色彩灯光等等，都应根据菜单内容的特点来精心设计，以达到环境体现餐饮风格，氛围烘托餐饮特色的效果。旅游饭店往往设有多种餐厅，各种餐厅的菜单内容又各有千秋，而餐厅装饰便是企业借以渲染，突出各种餐饮特色的重要手段之一。

三、菜单是餐饮销售控制工具

菜单是管理人员分析菜品销售状况的基础资料。管理人员定期对菜单上每项菜品的销售状况、顾客喜爱程度、顾客对菜品价格敏感度进行分析和调查，会发现菜品生产计划、菜品烹调技术、菜品定价以及菜品选择方面的问题。从而能帮助管理人员更换菜单品种，改进生产计划和烹调技术，改善菜肴的促销方法和定价方法。

四、菜单是餐饮促销的手段

菜单不仅通过提供信息向顾客进行促销，而且餐厅还通过菜单的艺术设计衬托餐厅的形象。菜单上不仅配有文字，它还往往饰有图画图案，套有色彩，附有食品和菜肴的图例。菜单美观的艺术设计，给人以感性的认识和对味觉的刺激。洁净无瑕的外表会体现餐厅高雅的服务和经营特色，同时还能反映餐厅的整体风格。往往客人没等就餐服务就已经对餐厅产生好感，乐于多点几道菜。相反，一份龌龊不堪、污斑累累的菜单会起到反促销的作用。

另外，菜单内容的编排，菜单上菜品和餐具图片的展现会勾起客人的食欲和影响客人对菜品的选择，能促进高利润菜的销售。菜单还可以制作各种漂亮精巧的宣传品，它可以陈列在潜在顾客易见之处，它可以在街头向潜在顾客散发也可以刊登在报刊杂志或直接邮寄给潜在顾客，进行各种有效的推销。制作精美的菜单可作为顾客的纪念品提示和吸引顾客再次光顾。

五、菜单是餐厅服务员为顾客提供服务的依据

菜单还决定了餐厅服务的方式和方法，要求服务员根据菜单所列内容进行不同规格、风格、标准和程序的服务。如对一份中餐菜单，用餐餐具要以筷子、食碟为主，摆放简单。菜品也首先摆桌看形后食用。而对一份西餐菜单的服务，使用的餐具与中餐不同，如用餐刀、餐叉、汤匙、餐盘等。由于西餐菜单中有面包、黄油、色拉等菜目，因此西餐餐具中使用面包、黄油碟和色拉碟及黄油刀等。根据西餐菜的特点，常常还需要增设一些餐具，如龙虾需要配备鱼刀、鱼叉、果

核剥取器，上鱼子酱要有相应的小刀叉、奶油碟、奶油刀。法式西餐的蜗牛食用时要有蜗牛夹及特殊的蜗牛夹子的帮助。可以说对中餐菜单服务注重冷盘菜成型的摆放艺术，对西餐菜单则不同地区有不同的餐具摆放习惯性规则，对自助餐菜单则根据菜单顺序将菜品逐一摆放在桌子上，如通常顺序是：

- (1) 色拉、调味品、冷盘、熏鱼、奶酪。
- (2) 热主菜。
- (3) 烤制食品及烧热的主菜。

第二节 菜单与菜系

一、菜单与菜系

制定一份适合餐饮市场需求的菜单，除了对餐饮市场的客源作深入调查研究外，还需掌握广博的菜系知识，只有对各种菜系作了深入的研究，才能对菜肴所需的原料，客人所需的口味，以及菜肴推出的时机掌握得恰到好处。这样的菜单，推出以后才能得到餐饮市场的肯首。

二、传统菜系

我国饮食文化历史悠久，源头可以上溯到先秦时代，尤其是一些名都大邑，相对来说政治稳定，经济繁荣，从而带动了饮食业的发展，其中，最有影响的就是以鲁、川、粤、闽、苏、浙、湘、皖八省命名的“八大菜系”。

一个菜系的形成不仅受到政治、经济、文化发展的制约，更重要的要依赖于当地的自然地理、气候、水土、资源特产和人们的饮食习惯，久而久之，形成了与众不同的口味和当地的特色，下面我们对八大菜系的特点简要介绍一下。

1. 鲁菜

为山东菜的总称，包括济南菜和胶东菜两种地方菜。济南菜擅长爆、烧、炒、炸，以清、鲜、脆、嫩著称，特别讲究清汤和奶汤的调制，奶汤色白而醇，清汤色清而鲜，这样可以少用味精，风味自然。胶东菜则擅长爆、炸、扒、蒸，以鲜咸为主，偏重清淡，注重保持原料原有鲜味，胶东菜尤以烹制海鲜著名。

从春秋战国时期开始，鲁地就以治饌闻名，历经汉、唐成为北菜

主角，元、明、清均为御膳支柱，北京的现代仿膳菜仍保有鲁菜的某些特色，对黄河流域及其以北地区烹饪影响颇深。其主要名菜如下：

“清汤燕菜”、“清汤银耳”、“奶汤蒲菜”、“奶汤鸡脯”、“九转大肠”、“锅烧肘子”、“脱骨扒鸡”、“糖醋黄河鲤鱼”、“干蒸加吉鱼”、“油爆海螺”、“炸蛎黄”等。

2. 川菜

四川菜的简称，以成都、重庆两地菜为正宗，包括江津菜、自贡菜、合川菜等。

四川菜源于秦末，汉初时就已初具规模，经历代川厨的实践探索，产生了脍炙人口的干烧、干煸、鱼香、宫保、麻辣、怪味、椒麻、红油八大特色，川菜素以味多，味广，味厚著称，其味广是其他菜系无以比拟的，即使麻辣味也有不同的风格，如红油味，酸辣味，陈皮味，椒麻味等，调味多用三椒(辣椒、胡椒、花椒)和鲜姜，常用原料多以鸡、鸭等肉类、蔬菜及山珍野味为主，水产品较少。川菜的风味特色是清、鲜、醇、浓并重，并以麻、辣、香著称，素有“一菜一格，百菜百味”之誉。主要名菜有：鱼香肉丝、宫保鸡丁、樟茶鸭子、香酥鸡、干烧鱼、麻婆豆腐、夫妻肺片等。

3. 苏菜

江苏菜的简称，由扬州、南京、苏州三地的地方菜发展而成，江苏地处我国东南，东临黄海、中临运河、长江横穿腹地，江苏境内河流纵横、湖泊众多，水产品非常丰富，是全国闻名的鱼米之乡，因此，苏菜由其地理位置自然形成，并迅速发展起来。早在两千多年前，吴人即善炙鱼、蒸鱼和鱼片，一千多年前，鸭已成为金陵美食，唐宋时，苏菜便与浙菜共为南食两大支柱。

苏菜总的特点是选料严谨，制作精良，注意配色，讲究造型，四季有别，擅长炖、焖、蒸、烧、炒；重视制汤，保持原汁，浓而不腻，淡而不薄，其中，扬州菜为淮扬风味，清淡适口、讲究火工、刀工精细，南京菜号称“京苏菜”，擅长焖、炖、叉烤，口味和醇，玲珑细巧；苏州菜口味趋甜，清雅多姿，擅长烹制河鲜、湖蟹、蔬菜。

苏菜名菜有：鸡汤煮干丝、清炖蟹粉狮子头、双皮刀鱼、水晶肴蹄、松鼠鲑鱼、野鸭菜饭、百花酒焖肉、银芽鸡丝、盐水鸭、清蒸鲥鱼等。

4. 浙菜

浙江菜的简称，由杭州、宁波、绍兴等地的地方菜发展而来，浙菜有两千多年的历史，南宋时在“南食”中居主要地位，明清时大为发展。

浙菜总的特点是清鲜、细嫩、注意刀工，制作精细，擅长运用炸、爆、炒、烩、焖、烤等方法烹制河鲜，家禽菜肴。其中杭州菜以

爆、炒、烩、炸为主，工艺精细，清新爽脆；宁波菜以“鲜咸合一”，蒸、烤、炖制海鲜见长，讲究嫩软滑；绍兴菜则擅长河鲜家禽，入口香酥绵糯，汤味浓重，富有乡村风味。

浙江菜名菜有：西湖醋鱼、东坡肉、叫化鸡、干炸响铃、龙井虾仁、荷叶粉蒸肉、西湖莼菜汤、生爆虾片等。

5. 徽菜

即安徽菜系，由沿江、沿淮、皖南三种地方风味构成。安徽省位于华东区的西北部，长江、淮河横贯全省，物产富饶，素以烹制山珍野味著称。相传徽菜起源于汉唐，兴于宋元，盛于明清。

徽菜的特点是选料朴实，擅长运用砂锅、木炭煨炖，故有“吃徽菜、要能等”之说，菜肴重油、重酱色、重火工。

徽菜代表菜有：无为熏鸭，符离集烧鸡、火腿炖甲鱼、雪冬烧山鸡、奶汁肥王鱼、毛峰熏鲥鱼等。

6. 闽菜

福建菜的简称，起于闽侯，由福州、漳州、泉州、厦门等地方菜荟萃而成。

福建省位于我国东南沿海，盛产多种海产品，闽菜以海鲜为主要原料，烹调方法以清汤干炸、爆炒为主，调味常用红糟、菜肴酒味重，口味偏重甜酸、清淡，制作精细，色调美观，在南方诸多菜系中别具一格。

闽菜代表菜肴有：佛跳墙、闽生果、桔汁加鱼、高丽海蚌、梅开二度、太极明虾、干炸三肝花卷、淡糟炒鲜竹、福寿全、雪花鸡等。

7. 湘菜

湖南菜的简称，由长沙、洞庭湖区、湘西山区等地的地方菜组成，并以长沙菜为主要代表。

湖南境内多湖泊山丘，淡水鱼虾，山珍野味俱全，烹调手法擅长煨、蒸、煎、炒、炖、腊、熏。其中长沙地区菜肴油重色浓，讲究实惠，注重香鲜、酸辣、软嫩，腊味包括烟熏、卤制、叉烧等；洞庭湖区以烹制河鲜、家禽、家畜见长，多用炖、烧、腊等方法，芡大油厚，咸辣香软；湘西山区擅长制作山珍野味，烟熏腊肉和各种腌肉，重咸香酸辣，常以柴炭烹制，有浓厚乡土味。

湘菜名馐有：腊味合蒸、东安子鸡、红烧全狗、冰糖湘莲、红煨鱼翅、金钱鱼等。

8. 粤菜

广东菜系的简称，由广州、潮州、东江等地方菜发展而来，史载：粤菜源于两汉，西汉刘安著《淮南子》载：“越人得蚰蛇以为上肴。”南宋《岭外代答》载越人“不问鸟兽虫蛇，无不食之”。明清市井繁华，随后西餐涌入，益发推动粤菜的发展，从而赢得了“吃在

广州”的美誉。

粤菜主要特点是选料广而精，花色繁多，新颖奇特，将其他地区罕用的蛇、鼠、狸等野味视为上品。蛇菜别具一格，独具风味。烹调手法擅用煎、炒、焖、煲、炸、焗、烩、烧等，口味以清淡、生脆、爽口为主，注重色、香、味、形，尤其讲究形，花色品种很多。粤菜佐料丰富，喜欢肉蔬调配，尤擅长将时令水果，香花入菜，如菠萝、荔枝、梅子、椰子、香蕉、风栗、剑麻等，都是粤菜佐料。此外粤菜名称诱人，别具一格。

粤菜名馔主要有：烤乳猪、盐焗鸡、蚝油牛肉、菊花龙虎凤大烩、五蛇羹、满坛香、鼎湖上素等。

以上我们简要叙述了我国传统八大菜系的基本特色，一个餐厅经理在菜单设计伊始，不能不对这些知识有所了解，从而针对目标顾客的口味，作出自己的决策。

近些年来，餐饮业发展非常迅速，餐饮文化也有了更新的内涵，不同菜系之间的交流，原材料可获得性的提高，使一个菜系不再局限于某几种做法，某几种选料，可谓融会交流，再加上餐饮工作者的不断深化、挖掘，又形成了许多新的菜系，深受广大群众喜爱，我们将在下一节予以简要介绍。

三、新型菜系

经过历史的沉积，八大菜系逐渐稳定下来并不断得到发展，与此同时，各地餐饮业的专家们不断致力于菜系的深化与广度上的伸展，再加上各菜系之间的交流，又形成了许多新的菜系，这些新的菜系就象一朵朵美丽的鲜花盛开在饮食业的花园里，我们不妨撷取几支为大家作一介绍：

1. 北京菜

北京菜是从元、明、清代宫廷御厨和王府家厨逐步流传演变而来的，元代由于符合蒙古王公的口味，便一跃登上大雅之堂。入明后，其势不衰，清代蔚为壮观，以满汉全席为京菜高峰。北京菜主要以宫廷风味，清真风味和原山东风味构成，擅长烹制山珍海味，以咸为主，兼配其他味，常用烹调方法有多种，擅长烤、爆、炸、炒、熘兼用烧、烩等方法，其特点为四季分明，选料广泛，刀工精细，烹调讲究，油而不膩，淡而不薄，突出主料，注重色、质、味、器，兼顾形的华美，有“国菜”之誉。

其名菜有：北京烤鸭、涮羊肉、烤羊肉、手抓羊肉、糟溜鱼片、三鲜海参、拌海蜇头、双色凉糕、干烧鸡脯、炸肥肠等。名点有双色凉糕、高汤水饺、银丝卷等。