

餐饮 服务与管理

傅启鹏 主编

傅启鹏 沈建龙 樊平 汪珊珊 张粤华 编



高等教育出版社

旅游中等职业技术学校试用教材

餐饮服务与管理

傅启鹏 主编

高等教育出版社

内 容 提 要

《餐饮服务与管理》是由国家教委职教司和国家旅游局人教司联合为旅游中等职业技术学校饭店服务专业组织编写的试用教材。

本书根据我国旅游饭店和旅游中等专业学校学生的实际，吸收了国内外餐饮服务和餐饮管理的先进经验，在编写中力求做到由浅入深、循序渐进，突出餐饮服务的实践环节，比较系统地介绍了餐饮服务的知识、技能和切合我国国情的餐饮管理基本知识。

本书广泛采用国内外的新观点、新资料，尽量兼顾我国各地不同的餐饮习惯和各种档次的饭店，并对中餐服务与管理提出了一些新的观点和方法，具有系统性、科学性和实用性。

本书主要作为旅游职业高中饭店服务专业学生用书，也可作为旅游中专、技工学校及在职人员培训和自学用书。

旅游中等职业技术学校试用教材

餐饮服务与管理

傅启鹏 主编

高等教育出版社出版

新华书店北京科技发行所发行

河北省涞水县印刷厂印装

开本787×1092 1/32 印张13 字数290 000

1991年4月第1版 1991年4月第1次印刷

印数0 001—22 200

ISBN7-04-002655-4/Z·36

定价 3.65 元



前 言

本书是由国家教委职教司和国家旅游局人教司联合为旅游中等职业技术学校饭店服务专业组织编写的试用教材。本书是在总结前几年各学校教学经验的基础上,根据学校教学工作的实际,将客房服务和餐饮服务分开设课编写的教材。编者在教材内容的实用性和先进性,以及在处理章节篇幅比例的安排上作了较多的努力和改进,突出了必知和应知的内容,删减了不必要的内容;突出了职业技能、职业态度、职业习惯的培养和训练,为餐饮服务与管理的教学,力求提供一本较好的教学用书。

本书由浙江省旅游学校、南京旅游学校、北京外事服务职业高中、广州市旅游职业高中、四川省旅游学校集体编写。参加编写的有傅启鹏、沈建龙、樊平、汪珊珊、张粤华。由傅启鹏担任主编,对全书进行了统稿。

参加本书提纲讨论的有广东省旅游学校吴军幼、湖北省旅游学校武洪涛。

本书的审稿会于1990年1月在天津南开大学举行,中国旅游学院旅游系副主任周福有副教授担任主审,参加审稿的有北京长城喜来登饭店(GREAT WALL-SHERATON)宴会部副经理常春阳,北京旅游服务管理学校餐饮系主任马芳芳,他们对本书提出了许多宝贵的意见,还为本书提供了新的资料。

在编写过程中,本书还得到河南省旅游局、广州白天鹅

宾馆、北京长城喜来登饭店、北京国际大厦世界之窗以及上述旅游院校领导及有关同志的大力支持和热情帮助。

本书在编写过程中，参阅了大量的有关书籍、资料，数十位著（译）者给我们的启发帮助是巨大的，在此一并表示衷心的感谢。

由于编者经验不足，水平有限，加之编写时间仓促，书中错漏之处在所难免，望有关学校的教师和读者批评指正。

编 者

一九九〇年四月

目 录

第一章	餐饮概述	1
第一节	餐饮部在饭店中的地位	1
第二节	餐饮产品的产销特点	3
第三节	餐饮部的组织结构与职能	8
第二章	餐饮服务人员	15
第一节	行业素质	15
第二节	餐饮服务人员的岗位职责	20
第三章	餐饮服务的基本技能	26
第一节	托盘	26
第二节	斟酒	26
第三节	餐巾折花	33
第四节	摆台	111
第五节	上菜和分菜	123
第六节	其它服务	131
第四章	中餐服务	136
第一节	零点餐厅服务	136
第二节	团体包餐服务	145
第三节	宴会服务	149
第五章	西餐服务	164
第一节	西餐简介	164
第二节	西餐服务	187
第三节	零点餐厅服务	191
第四节	西餐宴会服务	207
第五节	其它服务	226

第六章	酒水与酒水服务	240
第一节	中国酒	240
第二节	外国酒	247
第三节	非酒精饮料	250
第四节	鸡尾酒	266
第五节	酒吧服务	276
第七章	管事部	283
第一节	管事部的工作范围	283
第二节	餐厅用具的清洁和保养	285
第三节	部分餐厨设备的清洁和保养	289
第八章	餐饮服务管理	292
第一节	餐饮服务质量	293
第二节	餐饮服务质量的特性和内容	296
第三节	餐厅主管的管理职能与作用	301
第四节	餐饮服务质量的控制	304
第五节	服务质量的监督和服务训练	308
第九章	菜单及成本控制	317
第一节	菜单的作用和种类	317
第二节	菜单设计	331
第三节	餐饮成本控制	341
第十章	餐饮业务管理	353
第一节	采购	354
第二节	验收和库存	361
第三节	餐饮生产管理	386
附录	我国主要客源国的饮食习惯	404

第一章 餐 饮 概 述

餐饮部是旅游饭店中的一个重要部门。它不仅能够满足宾客对食品、饮料和良好服务的需求，还可为饭店创造较好的经济效益。本章概述饭店餐饮部的重要性及其特点，介绍餐饮部的组织结构和职能。

第一节 餐饮部在饭店中的地位

餐食和饮料是人类生存和发展的最基本条件之一。随着历史的发展，人类的进化、人类的饮食也日臻完善。尽管世界上存在着不同的种族，有着不同的肤色和语言，但对于维持人类生存的饮食的需求是一致的，只不过各民族的饮食传统和习惯有所不同。

一、餐饮在旅游中的重要作用

随着世界性经济、文化的发展，人们之间的交流日益增多，旅游业也由此得到迅速发展。与此同时为旅游者提供住宿、餐饮、文娱、购物、观光游览等多元化服务的旅游饭店也应运而生，并迅速发展起来。旅游者在旅游活动中的吃住和休息，是旅游得以继续进行的保证。因此，旅游饭店的餐饮设施也在不断地完善，从单一化到多样化。现代旅游饭店的餐饮部不仅拥有中、西餐厅，咖啡厅，宴会厅，还有酒吧，音乐茶座等餐饮设施。

餐饮在世界各地因食品原料、烹调方法、饮食习惯等的不同，形成了丰富多彩的世界饮食文化。旅游者通过品尝异国风味的美酒佳肴，领略异国情调的饮食文化，不仅得到必

要的营养补充，也从中受到艺术感染，从而得到精神上的享受。既加深了对异国文化的了解，又增进了各国人民之间的友谊。所以说，餐饮不仅是饭店得以生存发展的条件，也是世界旅游业发展的重要条件之一。

二、餐饮服务直接影响饭店声誉

美国旅游饭店业的先驱斯达特勒先生(MR. Statler)曾说过：“饭店从根本上说，只销售一样东西，那就是服务。提供低劣服务的饭店是失败的饭店，而提供优质服务的饭店则是成功的饭店。饭店的目标应是向宾客提供最佳服务，而饭店的根本经营宗旨也就是为了使宾客得到舒适和便利。”随着旅游业的飞速发展和人民生活水平的日益提高，宾客对饭店服务的要求也越来越高。因此，搞好饭店服务无疑具有十分重要的意义。

餐饮部是为宾客提供食品、饮料和良好服务的部门，餐饮产品是有形产品(食品、饮料等)和无形产品(烹饪技艺、餐厅服务等)的有机结合体。餐饮实物不仅可以满足宾客最基本的生理需求，还可以从其色、香、味、形、器上使宾客得到感观上的享受，当宾客在典雅舒适的就餐环境中受到热情的款待和周到的服务的同时，又可在精神上得到享受和满足。

餐饮部工作人员，特别是餐厅服务人员，他们与宾客直接接触，其一举一动，片言只字都会在宾客的心目中产生深刻的印象。因此，宾客可以根据餐饮部为他们提供的食品、饮料的种类、质量和份量、服务态度及方式等来判断一个饭店服务质量的优劣和管理水平的高低。所以，餐饮服务的好坏不仅直接关系到饭店的声誉和形象，也直接影响饭店的客源和经济效益。

三、餐饮收入是饭店收入的重要组成部分

餐饮部是饭店获得经济效益的重要部门之一。我国旅游饭店的餐饮收入一般要占饭店总收入的30—40%，在旅游淡季，客房的利用率较低时，经营管理较好的餐饮部收入甚至可以超过平常占主体的客房收入。因为饭店客房数量和租金基本上是固定不变的，所以其最高日收入是一个常量，而餐饮部的最高日收入则是一个变量，虽然餐位数是基本固定的，但餐饮部的工作效率和专业化服务水平所产生的日接待人数和人均消费是不固定的，所以餐饮部收入的伸缩性较大。

餐饮工作是一种技术性、艺术性都很强的复杂劳动，且又能满足宾客的需求心理，所以餐饮产品的市场价格可较大地偏离其实际价格，为饭店多增加收入；由于宾客数及其消费是不固定的，所以通过宣传推销、增加服务项目、推出新的餐饮品种等也可以扩大销售量，增加收入；又由于餐饮品是饭店的实物产品，所以通过精打细算，减少原材料消耗，加强成本管理与控制，也可以增加收入。只要加强对餐饮的经营管理，并合理安排餐饮部各部门人员的工作，努力提高各位员工的工作效率，就能提高座位周转率(餐位使用率)，增加餐饮部的收入，提高餐饮部的经济效益。

第二节 餐饮产品的产销特点

一、餐饮生产特点

餐饮部作为饭店中唯一生产产品的部门，既生产有形的实物产品，如各式精美的食品，又生产无形的服务产品，如良好的进餐环境和热情周到的接待服务等。因此，它与一般的产品生产相比，具有其不同的特点。

1. 产品规格多, 批量小

旅游饭店餐饮部为宾客提供的食品、饮料的品种多达几十种甚至数百种, 而宾客在购买餐饮产品时所选择的品种较少, 数量较小, 而且大多数产品不能批量生产。

2. 产品的生产时间很短

宾客进餐厅点菜, 餐饮部才能为宾客生产产品, 而从宾客点菜到烹饪、服务、消费、结帐等一系列活动, 整个过程所花费的时间很短促, 一般来说, 仅1—2小时左右。

3. 生产量难以预测

只有宾客进入餐厅落座点菜后, 餐饮部才能开始生产餐饮产品, 但宾客的人数及其消费的食品、饮料都难以预测。因此, 餐饮部的生产量的随机性很强, 宾客人数时多时少, 消费量时大时小, 因此, 其生产量一般很难预测。

4. 产品原材料容易变质

生产餐饮产品的原料既有米、面、杂粮, 又有油、盐、酱、醋、糖、香料、味精等调味品, 更有鱼、肉、禽、蛋、蔬菜、豆制品等副食品, 其中使用最多的大多是鲜货原料, 具有时间性和季节性等特点, 极容易腐烂变质, 用这些原料生产的产品也同样不容易保存。

5. 生产过程的管理难度较大

餐饮部的生产从食品原料的采购到验收、贮存保管、领用、粗加工、切配、烹饪、销售服务和收款, 整个过程中的业务环节很多, 任何一环出现差错都会影响产品质量, 所以也就带来了管理上的困难。

二、餐饮销售特点

1. 销售量受活动场所的限制

餐饮部接待宾客的人数受到餐厅面积的大小、餐位数的

多少的限制，而每一宾客的消费总有一定的限度，餐厅一旦满座就无法再提高其销售量。只有采取积极的措施如提高餐饮质量，树立良好的声誉及增加服务项目，提高服务效率和餐厅专业化服务水平，推出特殊风味的产品等才能吸引更多的宾客来餐厅就餐，从而提高座位周转率及每位宾客的人均消费，从而提高餐饮部的销售量及经济效益。

2 销售量受进餐时间的限制

一般宾客一日三餐的进餐时间大致相同。进餐时间一到，餐厅宾客盈门，而时间一过宾客皆离去。所以，餐饮部应提高正常用餐时间以外的销售，如外卖、客房送餐等，延长咖啡厅、酒吧餐饮设施的营业时间等，只有这样才能提高餐饮部的销售量，增加收入。

3. 毛利率较高，资金周转较快

如前所述，餐饮部的营业收入占饭店总收入的30—40%，其毛利率在50—60%之间，营业利润高。而餐饮部所销售的产品都是现生产、现销售，相当一部分原料都是当天采购，当天生产并销售的，因此，资金周转也较快。经营管理较好的餐饮部，其资金周转率每年可达到10次以上。

4. 固定成本高，开支比重较大

餐饮设施营业所必需的固定资金较高，如各种餐厨设备、餐酒具等。而且餐饮部的业务环节多，产品成本难以控制，所需劳动力成本及水、电、煤等燃料较多，所以各项费用支出也较多。餐饮部只有尽量减少原材料消耗，降低各项费用指标，提高每位员工的工作效率，才能提高销售额，增加毛利，提高经济效益。

三、餐饮服务特点

餐饮服务是餐饮部工作人员为就餐宾客提供食品、饮料

的一系列行为。餐饮服务可分为直接对客的前台服务和间接对客的后台服务。前台服务是指在餐厅、酒吧等餐饮设施中面对面为宾客提供的服务；后台服务则是指在客人视线所不能到达的场所，如采购部、粗加工区及厨房等部门工作人员为生产、加工菜点所进行的一系列工作。前台服务与后台服务相辅相成，任何一方出了问题都会影响餐饮服务质量。后台服务是前台服务的物质基础，前台服务是后台服务的继续和完善。只有精美的菜点，没有高质量的服务不行；只有高质量的服务，没有精美的食品也不行。因此，美味佳肴只有配以热情、礼貌而周到的服务，才会受到宾客的欢迎。那么，餐饮服务到底有何特点呢？

1. 无形性

任何一种服务都不可能数量化，餐饮服务也不例外。无形的餐饮服务虽然是餐饮产品的重要组成部分，但它不同于一般的有形产品如电视机、沙发等，仅从其色彩、性能、式样等方面就可初步判断其质量的高低。而餐饮服务只能在就餐宾客购买并享用餐饮产品后凭生理和心理满足程度来评估其质量的优劣。

餐饮服务的无形性给餐饮部带来了销售上的困难。而且餐饮服务质量的提高是无止境的，所以要想提高服务质量，增加餐饮部的销售额，关键在于餐饮部工作人员，特别是厨师和餐厅服务人员的服务技能和服务态度。

2. 一次性

餐饮服务的一次性是指餐饮服务只能当次使用，当场享受，过时则不能再享用。这恰似饭店的客房、客机的座位，如当晚不出租，当班不满座，那么饭店或航空公司失去的是无法弥补的收入。所以，餐饮部要注意接待好每一位宾

客，给他们留下良好的印象，并通过各种销售渠道推销餐饮产品，从而使宾客再次光顾，巩固原有客源市场，不断开拓新的客源市场。

3. 同步性

同步性，也即直接性。一般的物质产品，如电视机，在商品经济社会中，由生产到消费不是直接的，而必须通过流通领域。这就是说，产品生产出来以后，要通过商业这个中间环节才能到达消费者手中。而餐饮部的大部分饮食品的生产、销售、消费是同步进行的，餐饮产品的生产服务过程也即宾客的消费过程，即现生产、现销售。同步性决定了餐饮产品不可能贮存也不可能外运。所以饭店餐饮部除了必须考虑到餐饮产品的生产环境外，还必须考虑其销售环境，并注意充分利用当场推销的机会，既为宾客提供热情周到的服务，又为餐饮部推销更多的产品。

4. 差异性

一方面，餐饮服务是由餐饮部工作人员通过手工劳动来完成的，而每位工作人员由于年龄、性别、性格、所受教育程度及其职业培训程度等方面的不同，他们为宾客提供的餐饮服务也不尽相同；另一方面，同一服务员在不同的场合，不同的情绪，不同的时间，其服务方式、服务态度等也会有一定的差异，因为人毕竟不是机器设备，可长期工作而无差异，这就是餐饮服务的差异性。针对这一特点，餐饮部一定要制定餐饮服务质量标准。虽然要求每位员工达到完全一致的质量标准有一定的困难，但通过经常性的对员工进行职业道德教育，就能逐步端正服务态度，树立巩固的专业思想，不断地通过业务培训，就能掌握丰富的服务知识和熟练的服务技能，这样就可基本上做到餐饮服务的规范化，质量的标

准化，管理的制度化。

第三节 餐饮部的组织结构与职能

餐饮部是旅游饭店为宾客提供食品、酒类和饮料及其服务的部门，它作为饭店系统中的一个子系统，必须与其它部门如销售部、公关部、前厅部、客房部、财务部、工程部等密切配合才能正常运转。旅游饭店餐饮部的营业活动主要由下列三方面人员的共同努力来完成的：

1. 采购人员 他们的工作是以最有利的价格采购优质的食品原料、饮料等。采购工作是餐饮部工作得以开展的基础和保证；

2. 厨房工作人员 他们的工作是将优质的食品原料进行加工、制作成为美味可口的菜点，并努力控制餐饮成本；

3. 餐厅服务人员 他们负责招呼、接待宾客，并为他们提供良好的食品、饮料服务。

这三方面人员及管事部人员等相辅相成，每个人都极其重要，任何一人的一件小事或一句不恰当的语言，都会影响到餐饮服务质量。

由于饭店的规模和设备设施不同，因而餐饮部的组织结构也不尽相同，但每个饭店餐饮部管理的范围和职能是相似的。

一、大型饭店餐饮部的组织结构

规模较大、设备豪华完善的饭店餐饮部的组织结构如图 1-1 所示。餐饮部的收款等财务事宜由饭店财务部直接负责。食品原料的采购则由饭店采购部承担。

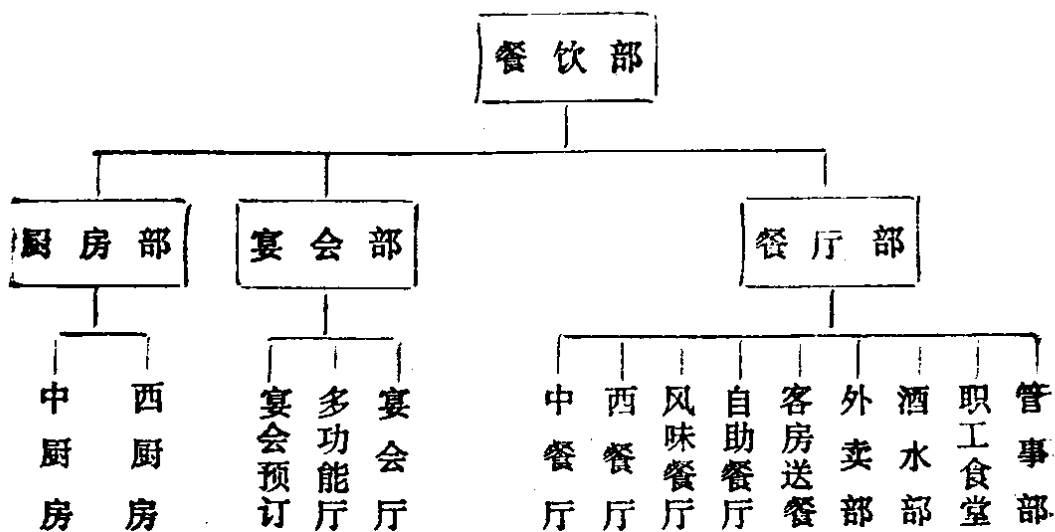


图 1-1 大型饭店餐饮部的组织结构

二、中小型饭店餐饮部的组织结构

中小型饭店餐饮部的组织结构如图 1-2 所示。餐饮部的收款等财务事宜也由饭店财务部直接负责。有些中小型饭店餐饮部不另设采购部，而由食品饮料管理员、厨师长或部门经理直接负责采购事宜。

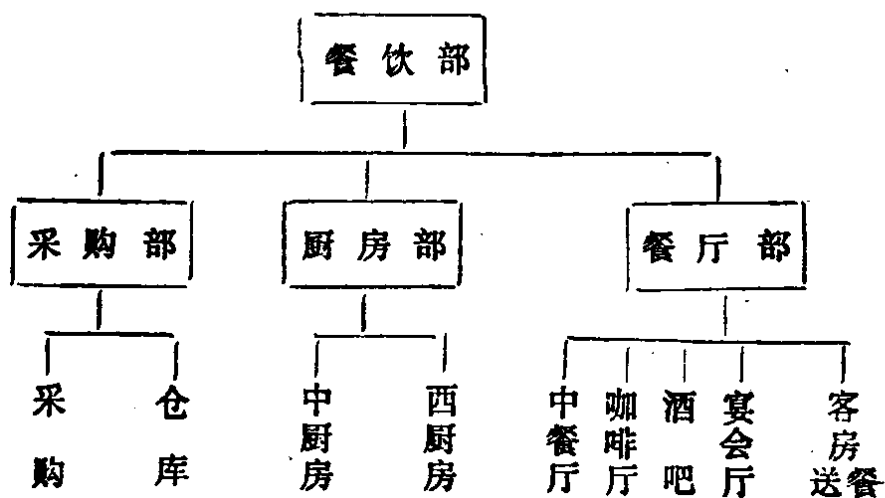


图 1-2 中小型饭店餐饮部的组织结构

三、餐饮部各部门的职能

(一) 餐厅部

餐厅是为宾客提供食品、饮料和良好服务的公共场所。

一般来说，餐厅必须具备下列三项条件：

1. 一定的场所，即具有一定的接待就餐宾客的餐饮设施；
2. 提供食品、饮料和服务；
3. 以赢利为目的。

我国旅游饭店的餐厅根据所提供的食品、饮料和服务的不同，可分为如下几种：

1. 点菜餐厅

点菜餐厅是饭店的主要餐厅，供应中西菜点。要求菜点品种多，注意供应节奏，服务周到。因此，前后台所有工作人员应具有良好的服务意识、熟练的业务技术、操作技能和高质量的服务水平。

2. 团队餐厅

当前，我国的旅游饭店大多接待来华旅游的包价旅游团队和国内外的会议团体。无论是包价旅游团队还是会议团体，都由旅行社或会议主办单位包餐，并规定用餐标准。因此，我国的旅游饭店大都设有团队餐厅。团队餐厅主要供应中式包餐，也安排适当的西式菜点。要求安排菜点时尽量做到每餐不同，各有特色，特别要注意安排地方风味菜点，为团体宾客提供良好的服务，给他们留下美好的印象。

现代旅游饭店一般都在大楼的底层位置设有一个多功能厅，即根据宾客的多种需求而设置的多用途的厅堂。它可根据饭店的客源情况和宾客的需要而用作团队餐厅、宴会厅、会议厅、舞厅、电影放映厅、剧场、展览中心等。因此