

范建强 吴克祥 / 编著

酒吧经营管理

JIU BA JING YENG GUAN LI

辽宁科学技术出版社



目 录

第1章 酒吧的本质与分类	1
第一节 酒吧本质	3
一、酒吧概念	3
二、酒吧的本质	4
三、酒吧文化实质	6
第二节 酒吧分类	6
一、根据服务内容分类	7
二、根据经营形式分类	8
三、根据服务方式分类	9
第2章 酒吧经营特征	11
第一节 酒吧经营的特征	13
一、酒吧经营的目的	13
二、酒吧经营特征	13

第二节 市场信息与酒吧经营	14
一、酒吧经营与市场信息	14
二、酒吧市场信息调研	16
第三节 酒吧的客源市场特征	21
一、酒吧客源确定的因素	21
二、酒吧客源市场的特征	22
第四节 酒吧经营位置特征	24
一、酒吧经营位置的特征	24
二、酒吧经营位置确定的原则	27
第3章 酒吧经营氛围营造	29
第一节 酒吧设计	31
一、酒吧的空间设计	31
二、酒吧门厅设计	32
三、吧台结构与设计	33
第二节 酒吧装饰与陈设	37
一、装饰材料	38
二、家具	38
三、地毯	40
四、窗帘	40
五、小品	42
第三节 酒吧的色彩及灯光	42
一、酒吧的色彩与气氛	42
二、酒吧的灯光与气氛	44
第四节 酒吧的音乐	45
一、音乐营造酒吧氛围的灵魂	45
二、酒吧音乐的分类及其演奏	46
第4章 酒吧娱乐项目设置与经营	51
第一节 酒吧娱乐经营的可行性分析与设计原则	53
一、酒吧娱乐经营的可行性分析	53
二、酒吧娱乐项目设计的原则	54
三、娱乐项目设计的具体要求	54

第二节 酒吧经营类型与娱乐项目设置	56
一、酒吧与卡拉 OK	56
二、酒吧与 KTV	57
三、迪厅吧与迪斯科	59
四、歌舞厅酒吧与舞曲	60
五、酒吧与表演型娱乐	61
六、运动型娱乐酒吧	63
七、酒吧与休闲娱乐	68
第三节 酒吧乐队的选聘与管理	70
一、酒吧乐队的选聘	70
二、酒吧乐队的管理	70
第 5 章 酒吧经营计划与酒单设计	71
第一节 酒吧经营计划	73
一、酒吧经营的指标计划	73
二、酒吧经营计划	75
三、酒单与经营计划实施	77
第二节 酒吧饮品的分类与酒单式样	79
一、酒吧饮品的分类	79
二、酒吧常用饮品和小食品	80
三、酒单式样	83
第三节 酒单设计与制订	93
一、酒单制订的依据	93
二、酒单设计	95
三、酒单的表述	98
第四节 酒单订价	99
一、酒单订价原则	99
二、酒单订价观念	100
三、酒单产品的价格结构及订价因素	101
四、酒单订价方法	106
第 6 章 酒吧营销	111
第一节 酒吧推销的目的	113
一、树立起酒吧的形象	113

二、促成顾客的消费行为	113
第二节 酒吧的形象推销	114
一、酒吧的店面形象推销	114
二、员工形象推销	116
三、酒吧环境形象推销	116
第三节 酒吧促销活动	117
一、酒吧广告促销	117
二、酒吧人员推销	119
三、酒吧营业促销	120
四、酒吧活动促销	122
第四节 酒吧酒水推销	123
一、酒水推销是酒吧经营的核心	123
二、酒水服务推销	125
三、酒水的特征与推销	127
四、节日酒水推销	131
五、酒水的季节推销	132
六、宾客特征与酒水推销	132
第7章 酒吧原料采购及成本控制	135
第一节 原料采购计划	137
一、酒吧原料采购品种计划	137
二、原料采购数量计划	138
三、原料采购质量标准	141
四、原料采购程序	143
第二节 原料验收与储存	145
一、饮料验收	145
二、水果及小食品验收	147
三、原料仓储	147
四、原料领收料控制	151
第8章 酒吧设备及用品的管理	155
第一节 吧台区设备及配置	157
一、酒吧吧台设备设施的种类及功能	157
二、吧台区设备设施的配置原则	160

第二节 酒吧音响设备及管理	161
一、酒吧音响设备的种类	161
二、酒吧音响设备的选择	162
第三节 酒吧照明及管理	165
一、酒吧照明设备安装要求	165
二、灯具的维护和保养	166
第四节 酒吧用具及管理	167
一、酒吧厨房设备	167
二、酒吧桌台座椅的布置	167
三、酒吧用具	168
四、酒吧用具的使用和管理	171
第9章 酒吧岗位设置与职责分工	173
第一节 酒吧的岗位设置	175
一、酒吧三级管理	175
二、酒吧岗位设置	176
第二节 酒吧各岗位职责分工	177
一、经理的岗位职责	177
二、酒吧领班的岗位职责	180
三、酒吧调酒师的岗位职责	180
四、酒吧服务员岗位职责	182
五、灯光调音师的岗位职责	184
六、酒吧出纳、保管、采购及保安的岗位职责	185
第10章 酒吧人力资源与管理	187
第一节 酒吧工作分析	189
一、工作分析的内容	189
二、工作分析的方法	189
三、工作说明书	190
四、工作规范书	191
五、工作说明书与规范书的制定	191
第二节 酒吧人员招聘	191
一、招聘准备	191

二、内部招聘	192
三、对外招聘	192
四、招聘广告	193
五、委托招聘	193
六、员工推荐	193
七、张贴招聘广告	194
八、招聘规则	194
第三节 酒吧员工培训及考核	194
一、员工培训	194
二、工作考核	197
第四节 酒吧员工激励	200
一、激励员工方法	200
二、企业文化与团队精神	202
第 11 章 酒吧营业管理	205
第一节 酒吧结账管理	207
一、客人账单的用途及所含信息	207
二、账单的使用控制	207
三、非现金形式结账的控制	209
四、特殊情况处理	210
第二节 酒吧操作管理	211
一、标准饮料单	211
二、标准的价格	212
三、标准配方	212
四、标准牌号	213
五、标准载杯	213
六、标准的操作程序	213
第三节 酒吧工作人员行为管理	214
一、人员使用控制	214
二、员工行为控制	214
三、防止员工在服务过程中的不良行为	214
四、服务过程中对顾客有消费行为的控制	215
第 12 章 酒吧经营评估与分析	217

第一节 酒吧经营产品的分析.....	219
一、酒吧经营产品的时效性分析	219
二、酒吧经营产品开发分析	221
第二节 酒吧经营收益分析.....	223
一、酒吧经营的成本收益分析	223
二、保本销售分析	226
三、投资回收期的计算	231
第三节 酒吧经营成果评估.....	232
一、酒吧经营成果评估的方法	232
二、酒吧经营成果评估的具体内容	233
后 记.....	238

第 1 章

酒吧的本质与分类

第一节 酒吧本质

一、酒吧概念

酒吧一词，源自于英文 Bar，意指出售酒品的柜台，最初出现于路边小店、小客栈、小餐馆中，即在为客人提供基本的食物及住宿外，也提供使客人兴奋的额外休闲消费，尽管这种消费在某些国家或地区的某些时期是为当政者禁止的。随后，由于酒的特殊魅力及酿酒业的发展，人们社会意识的提高，这种 Bar 便从客栈、餐馆中分离出来，成为专门销售酒水供人怡情、交友、聚会的地方，所以，酒吧在英文中也称 PUB，意指公众聚会的场所，可以独立经营。经过发展了的酒吧的概念就成为出售酒品，让公众聚会的场所。

现代的酒吧又发生了很大的变化，不但场所扩大，而且所提供的产品也不断增多，除酒品以外，还有其他多种无酒精饮料，同时也增设了各种娱乐服务项目。很多人在工余饭后都很热衷于去酒吧中消磨时光，其目的是为消除一天繁忙工作的疲劳，或沟通友情，或增加兴致。从世界范围来看，酒吧业也越来越受到人们的欢迎，成为经久不衰的服务性行业。

若从现代的酒吧企业经营的角度来看，酒吧的概念应为：提供服务及饮品，以利润为目的，做有计划经营的一种经济实体。

首先应明确，酒吧所提供的商品不单是饮品，更重要的是服务，包括环境服务及人际服务，环境服务即是要使酒吧的环境给客人一种兴奋、愉悦、美的感受，使客人身在其中，受其感染，并达到放松、享受的目的。人际服务是指通过服务员对客人所提供的服务而形成客人与服务人员之间一种和谐、轻松、亲切的关系。服务员应把握客人的心理脉搏，做到“恰到好处”地对客人进行服务，让客人从内心感到自然、舒适。现代服务业提出的“超值服务”也属于这一类，它是一项对客人进行感情投资的活动。

其次，酒吧经营是以利润为目的，这就要求经营者从管理中求效益，把握投入与产出的关系。但同时要注意的是，酒吧不能因一时的利益而侵犯客人的消费权益，或触犯国家的有关法律规定，而最终损害了酒吧的形象，所以在追求利润的同时，还应注意酒吧的形象，把握好长远利益与眼前利益的关系。

第三，酒吧作为一种企业的经营必须要有计划性，管理者应做到在经营时心中有数，事先做好调查和预测，才能适应市场竞争环境的需要。现代竞争社会要求酒吧管理者在每一个环节都不能掉以轻心，尤其是经营前的准备调研工作，不了解市场行情，不了解竞争对象的状况，将无法筹划一个有计划的方案。酒吧业中事先不做市场调查，靠投机取巧，靠不正当手段获利，并在经营中又听之任之，最终导致失败的管理者大有人在，所以，计划是市场经济条件下酒吧经营不可缺少的一个重要环节。

二、酒吧的本质

众所周知,酒吧业是各种行业中利润率很高的一个行业;酒吧酒水的毛利率高于食品,一般达到60%~70%,有的甚至高达75%,高档饭店可达到80%。以烈性酒而言,其售价往往是进价的5倍甚至更高,而客人却甘愿在酒吧中消费,且酒吧业经久不衰,在目前的中国还仍有迅猛发展的趋势,酒吧业的经营者必须要了解其原因,探寻其中的奥秘,以把握酒吧经营的本质,并把握酒吧经营的方向。

1. 酒是酒吧经营的灵魂

由于酒吧中所提供的产品是以酒为主体,所以,欲了解酒吧的本质,我们应首先了解酒的本质。

有记载人类酿酒的历史已有6000多年,古波斯和古埃及是最早酿酒的国家。但据传说及推理,初级的酿造及产生含酒精饮料要早得多。相当一部分人都知道有关“猿人造酒”的传说:距今几万年前的类人猿时期,猿人主要是靠食用森林中的野果为生,但野果是有季节性的,旺季时,野果自然是足够采集及食用,且还有富余,但一过旺季,大量野果落地,猿人只能靠采集及存贮的落果充饥,大量的落果时间一长,在当时的自然存贮条件下,便发生了变化,即产生了自然的发酵,并产生了酒精,仍可食用,且给人体一种愉快的感觉。此后,猿人便会有意识地主动将剩余落果放置在某一更加有利于自然发酵地点,让其产生应有的变化,以备日后充饥,并使身体产生一种愉快的感觉。

与人类具有同源性的猩猩,也易嗜酒,人们曾经为取大猩猩的血液制造药物而又不伤害大猩猩,就在森林中大猩猩易出没之处放置一些酒,嗅到酒香,大猩猩便来到酒旁,饮至酣处,便昏睡过去,这时人们便会取了其血液而去。如此往复,由于酒的魅力,大猩猩并不会吸取教训。

另有传说:古波斯王的一个失宠的妃子,为结束其孤寂难熬的生活,在宫中找到一个标有“毒药”的罐子,将其中液体喝了下去。但其液体为葡萄发酵而成,喝下后,自我感觉却比没喝前好多了,有一种奇妙的愉快感,她便将此液体献给国王一杯,国王喝后,称其为“令人愉快的毒药”,此妃子由此也重新被国王接回宫中受宠。

在一些民间神话中,有象征放荡的罗马酒神巴卡斯(Bacchus)、希腊酒神戴奥尼索斯(Dionysus)以及中国的酒神“杜康”。说明酒自它出现起就渐渐被人们接受甚至作为一种神奇的东西而被崇拜。

酒在生活中可以增强人们的愉快感,松弛紧张情绪,减轻痛苦,在某种情况下还可启发人们的智慧。古代居住于英格兰的撒克逊人在举行其议事会前要用一装有啤酒的石罐轮喝一周。古希腊哲学家苏格拉底曾说酒可以“滋润灵魂”。

但在现实生活中,由于酒的麻醉作用,由于相当一部分人嗜酒如命,所以,喝酒误事、出事,喝酒致命的事也时有发生,所以酒在某种程度上也成为我们生活中的障碍物和腐蚀品。在饮酒猖狂的国家和地区,政府自然要对饮酒加以限制甚至禁止,目前,在

世界上大部分国家和地区,对饮酒的数量、时间、地点,政府都有或多或少的规定和限制,对此我们在后面的章节中还要谈到。

综上所述,酒在某种程度上可以使人兴奋和愉快,减轻和解除我们在日常生活中的压力,但同时,嗜酒,却可使人的工作和生活能力降低,甚至,如果嗜酒如命,酒就会成为我们生活和生命的大敌。酒精是一种不受消化系统影响的液体,进入人体后通过胃壁而不发生变化地进入血液。人的血液中平均含有0.0003%的酒精。喝酒时控量不会对身体造成很大的危害,少量的酒令人兴奋,给人以一种快感,而过量的酒则使人神情沮丧,谁也无法保证一个醉酒的人会做出怎样不正常的行为。因此,我们可以说,酒,对我们的生活和生命来说,是“令人愉快的毒药”,这也是我们所谈的酒的本质,而对酒吧经营者来说,应把握酒的“令人兴奋”之利,而排除“毒药”之弊。

2. 酒吧是现代社交、休闲、娱乐的场所

酒吧是世界上利润率最高的行业之一,但为什么许多人明知酒吧中酒水价格奇高,而仍去消费?为什么想喝酒不去商店买一瓶在家中或其他地方享用,而情愿花高出几倍的价格去酒吧享用呢?酒吧的魅力究竟在哪里,这就是我们每一个经营者在经营酒吧时必须了解和把握的问题。

在古代西方,在客栈重新起步并发展的过程中,酒吧也随之发展,并从客栈中分离出来。5世纪后,在英格兰,酒吧便作为公共场所用于公众聚会,人们在其间交友、娱乐、沟通思想和交流信息。随着时间的推移,客栈及其所含的酒吧在欧洲不断发展,酒吧中也增设了娱乐项目、音乐及舞蹈,同时也成为人们共同认可的聚会场所。在其间,人们手捧酒杯交换最新信息及传播小道消息。城市中趣味相同的人们在此间饮酒及交流思想。莎士比亚、本·琼森等著名诗人就曾在伦敦的美人鱼酒吧定期聚会,律师们也有其喜好并定期聚会在酒吧,大学生们也如此,议员们也组成政治家俱乐部,不同的派别在他们所喜好的酒吧中讨论政策问题。

美利坚合众国的独立革命,也是在酒吧中酝酿而成,酒吧当时是革命者们约会、聚集的地点,爱国者们在酒吧中谈论对殖民的不满,进而讨论独立计划及对英作战计划,革命组织“波士顿茶叶协会”就是在“汉考克”(Han cock)客栈的酒吧中形成,纽约“皇后头像”(Queen's Head)客栈中的酒吧就是纽约革命组织“纽约茶叶协会”形成及在战争中经常举行会议的场所,所以美国人自己认为,酒吧是美国革命的摇篮。

现代人在做生意时,在合作协议达成之际,总是要在酒店中吃饭,然后去酒吧中娱乐,以沟通及加深感情,并庆贺合作成功。

人们去酒吧消费的目的在于社交、交谈、聚会、沟通情感、松弛日常生活的紧张,庆贺某一喜事的到来或合作成功。所以说,人们对酒吧的需求和消费,精神方面的需求远大于物质方面的需求,而酒吧本身的设施和服务也正体现了这一点。如果按马斯诺需求层次论来说,它是超越生理和安全需求之上的社交和归属需求。随着现代社会经济的发展,人们生活水平的提高,物质生活的满足必然带来精神需求的增加,则酒吧业的日益昌盛便成情理之中的事。所以,就其本质而言,我们可以说酒吧是一个“使人愉快和兴

奋的场所”；是一个提供精神服务和享受的场所，酒吧经营者必须了解和牢记这一点，并应以此为经营思维的基点，开展和拓展其服务和经营的项目。

三、酒吧文化实质

酒吧经营是以展示和体现一定的文化为核心。酒吧文化是酒吧的特色，是一个酒吧区别于另一个酒吧的标志。

酒吧文化主要表现在三个方面，即酒吧的物质文化、酒吧的服务文化及酒吧的精神文化。

1. 酒吧的物质文化

酒吧物质文化包括装饰风格、布置设施、材质特点以及服务员的服饰等。装饰风格衬托着气氛，而气氛感染着人的心情。布置设施及材质要注意其独特的个性，突出民族性，时代性（当然要依各酒吧的具体情况而言）。服务员的服饰是酒吧物质文化意境中的主要内容，它直接表现出其酒吧独特的情感形式，并成为体现酒吧文化层次的重要一景。

2. 酒吧的服务文化

现代企业制度已形成一套完整的管理体系。作为酒吧管理者来说，他的管理意识已被赋予一种文化的概念。而作为酒吧服务员来说，他将是这一文化意识的具体表现者。

服务文化是包括酒吧在内的旅游业所特有的一种文化形式。服务文化的有效展示不仅能弥补设施的不足，而且能显示出酒吧的风格，服务人员品德和当地的风尚，同时把丰富多彩的民族和地区的文化栩栩如生地展示给宾客；人的服务不但可以实现有效的感情交流，而且有利于环境气氛的烘托。

3. 酒吧的精神文化

精神文化是酒吧文化的核心。酒吧文化最本质的东西就是酒吧精神。酒吧精神包括：（1）酒吧和个人的进取意识；（2）积极有效的激烈原则；（3）义不容辞的责任感。一个酒吧如果有了积极进取的奋斗精神，团结向上的合作精神以及认真负责的敬业精神，其发展将是不可估量的。

酒吧以精神文化为核心，以物质和服务这两个层次的文化作配合，并结合酒吧自身的基础、特点，去指导酒吧的全面实际经营管理活动，就形成了酒吧互不相同，各具特色的酒吧文化。

第二节 酒吧分类

对酒吧进行分类研究是要使经营者了解不同的酒吧类型经营方式上的不同特点，以便使我们了解及把握这种规律，明确经营方向，更好地使经营方向适应目标客人的需求。

一、根据服务内容分类

1. 纯饮品酒吧

相对于提供食品的酒吧而言,此类酒吧主要提供各类饮品,但也有一些佐酒小吃,如果脯、杏仁、腰果、果仁、蚕豆等坚果食品类,因为据科学验证,人们喝酒之后流失最多的就是此类食品中所含的物质。一般娱乐中心酒吧、机场、码头、车站等酒吧属此类。

2. 供应食品的酒吧

此类酒吧还可进一步细分为:

(1) 餐厅酒吧

绝大多数餐厅都设有酒吧或吧台,这种附属于餐厅的酒吧台大部分只是餐厅中食物经营的辅助品,仅作为吸引客人消费的一个手段,所以,其酒水销售的利润相对于单纯的酒吧类型要低,品种也较少,但目前在高档餐厅中,其品种及服务有增强趋势。

(2) 小吃型酒吧

从一般意义上讲,含有食品供应的酒吧其吸引力总是要大一些,客人消费也会多一些,所以,建议在有可能情况下尽量有食品供应。因食品与酒水的消费往往是相辅相成的,所以有食品自然会使客人增加消费。小吃的品种往往是有独特风味及易于制作的食品,如三明治、汉堡包、炸猪排、炸鱼排、炸牛排等或地方风味小吃。在这种以酒水为主的酒吧中,小吃的利润高些客人也会消费。

(3) 夜宵式酒吧

这种酒吧往往是高档餐厅的夜间经营场所。入夜,餐厅将其环境布置成类似酒吧型,有酒吧特有的灯光及音响设备,产品上,酒水与食品并重,客人可单纯享用夜宵或其特色小吃,也可单纯用饮品,这种环境与经营方式对某些人也具相当吸引力。

3. 娱乐型酒吧

这种酒吧环境布置及服务主要为满足寻求刺激、兴奋、发泄的客人,所以这种酒吧往往设有乐队、舞池、卡拉OK、时装表演等,有时甚至是娱乐为主、酒吧为辅,所以其吧台在设计中所占空间较小,而舞池较大。此类酒吧气氛热烈、活泼,而强烈的灯光设计使人觉得冲动、兴奋,亮色和粗的模型显得刺激,在这样的氛围中,心情会彻底地放松,大多数青年人较喜欢刺激豪放类酒吧。

4. 休闲型酒吧

此类酒吧通常也可称为茶座,是客人在进行了一次紧张的旅行之后或公务之余松弛精神,怡情养性的场所。主要为满足寻求放松、谈话、约会的客人而设,所以要座位舒适、灯光柔和、音响的音量小、环境温馨优雅,除其他饮品外,供应的饮料品种以软饮

料为主,咖啡是其所售饮品中的一个大量。

5. 俱乐部、沙龙型酒吧

由具有相同兴趣、爱好、职业背景、社会背景等的人群组成的松散型社会团体,在某一特定酒吧定期聚会,谈论共同感兴趣的话题、交换意见及看法,同时有饮品供应,如在城市中可看到的“企业家俱乐部”、“股票沙龙”、“艺术家俱乐部”、“单身俱乐部”等。

二、根据经营形式分类

1. 附属经营酒吧

(1) 娱乐中心酒吧

娱乐中心酒吧附属于某一大型娱乐中心,客人在娱乐之余,为增兴起见,往往要到酒吧饮一杯酒,以增强其兴致,此类酒吧往往是供应含酒精量低的及不含酒精的饮品,属增兴服务,使客人在运动之余、兴奋之余,获得另一种状态的休息和放松。

(2) 购物中心酒吧

大型购物中心或商场也常设有酒吧。现代社会,购物也是一种享受,此类酒吧,往往为人们购物之后休息及欣赏其所购置物品而设,主要经营方向为不含酒精饮料。

(3) 饭店酒吧

为旅游住店客人特设,也接纳当地客人。我们知道,酒吧首先是在饭店的初级形式——客栈中出现的,虽然现在已有许多酒吧独立于饭店而存在,但饭店中的酒吧仍是随饭店的发展而发展,而且饭店中酒吧往往是某一地区或城市中最好的酒吧,饭店中酒吧设施、商品、服务项目也较全,客房中可有小酒吧,大厅可有鸡尾酒廊,同时还可据客人需求设歌舞厅,并据饭店本身的特点及不同客人的喜好开展各种服务。

(4) 航空机、火车、轮船酒吧

为旅客旅途中消磨时光、增加兴致,航空机、火车、轮船上也常设有酒吧,但仅提供无酒精饮料及含低度酒精饮品。

2. 独立经营酒吧

相对前面几类所言,此类酒吧与其他大类经营无明显的附属关系,单独设立,但此类酒吧往往经营品种较全,服务及设施较好,或有其他娱乐项目经营,交通方便,也会吸引客人。

(1) 市中心酒吧

大部分酒吧都建在市中心,市中心酒吧一般其设施和服务都趋于全面,常年营业,顾客逗留时间较长,消费也较多。由于设在市中心的酒吧很多,所以这类酒吧总是面临着竞争。

(2) 交通终点酒吧

设在机场、火车站、港口等旅客中转地,旅客因某种原因需滞留及等候,为消磨等候时间,休息放松,旅客会去酒吧消费。在此类酒吧消费的客人一般逗留时间较短,消费量也较少,但有时座位周转率会很高。交通终点酒吧一般经营品种较少,服务设施也比较简单。

(3) 旅游地酒吧

设在海滨、森林、温泉、湖畔等风景旅游地,供游人在游览之余放松及娱乐,一般都有舞池、卡拉OK等娱乐设施,但所经营的饮料品种较少。

(4) 客房小酒吧

此类酒吧设在酒店客房内,客人可以在自己的房间内随意饮用各类酒水或饮料,这种酒吧在国内饭店并不多见,它是高级客房的标准。但随着酒吧业的不断发展,这类酒吧已被许多大饭店所采纳。

三、根据服务方式分类

1. 立式酒吧

立式酒吧即为传统意义上典型的酒吧,即客人毋须服务人员服务,一般自己直接到吧台上喝饮料。“立式”并非指宾客必须站立饮酒,也不是指调酒师或服务员站立服务而言,它只是一种传统的习惯称呼。在这种酒吧里,有相当一部分客人是坐在吧台前的高脚凳上饮酒,而调酒师则是站在吧台里边,面对宾客进行操作。由于调酒师自始至终在与宾客的直接接触之中,在宾客面前进行各种业务操作,因而他必须始终保持整洁的仪容,谦和有礼的态度,自然还必须掌握熟练的调酒技术来吸引及招徕宾客。传统意义上立式酒吧的调酒师,在一般情况下多单独地工作,因此,他不仅在负责酒类及饮料的调制,还要负责收款工作,同时还必须掌握整个酒吧的营业情况,所以,可以说它是以调酒师为中心的酒吧。

2. 服务酒吧

服务酒吧多见于娱乐型酒吧、休闲型酒吧和餐饮酒吧。是指宾客不直接在吧台上享用饮料,而通常是通过服务员开票并提供饮料服务。一般情况下,调酒师并不与宾客发生直接的接触。服务酒吧为餐厅就餐宾客服务,因而佐餐酒的销售量比其他类型的酒吧要大得多。不同类型服务酒吧供应的饮料的品种略有差别,尤其是在销售上区别较大。服务酒吧的布局一般为直线封闭型。立式酒吧的调酒师通常都独立作业,并负责收款,但服务酒吧的调酒师必须与服务员合作,按照服务员所开的酒单配酒及提供各种酒类饮料,并由服务员收款,所以,可以说它是以服务员为中心的酒吧。与其他类型酒吧相比,服务酒吧对调酒师的技术要求相对较低,因此,服务酒吧在饭店中通常是一名调酒师的工作起点。