



饭店餐饮业务与管理

云南大学出版社

FAN DIAN CAN YIN YE WU YU GUAN LI

主编 田瑞云

副主编 骆静珊

副主编 扬滨



饭店餐饮业务及管理

主 编 田瑞云

副主编 骆静珊 杨 滨

云南大学出版社

责任编辑：于 学

封面设计：张 文

责任校对：陈宇文

饭店餐饮业务及管理

主 编：田瑞云 副主编：骆静珊 杨 滨

*

云南大学出版社出版发行

(云南大学北院)

云南建工集团总公司印刷厂印刷

*

开本：850×1168 1/32 印张：10.125 字数：250 千
1997 年 10 月第 1 版 1997 年 10 月第 1 次印刷

印数：0001—5000

ISBN 7-81025-822-2/F·139

定价：14.80 元

《旅游企业运作与管理丛书》

编辑委员会

编委会主任	铁振国	岳怀仁		
编委会副主任	田瑞云	褚明德	施惟达	
执行主编	骆静珊	戴抗		
执行副主编	吴云鹰	周锡敏	王锐利	黄继元
	吕增新	姜若愚	张丽华	
编委	王锐利	文瑾	龙宝珍	田瑞云
	伍奇	吕增新	李云霞	杨滨
	杨敏	张立新	张丽华	张明清
	吴云鹰	周锡敏	姜若愚	施晓红
	骆静珊	黄继元	窦志萍	褚明德
	赖宇红	蔡红华	熊晓霞	戴抗

总 序

当前,我国改革开放和现代化建设事业进入了一个新阶段,正面临着全面推进经济体制改革,加快现代化建设步伐,迎接 21 世纪挑战的历史性任务。这对中国旅游业既是难得的发展机遇,又面临新的任务和要求。

经过“八五”期间的大发展,我国旅游业已经实现从“事业型”到“产业型”的转变,旅游业已经成为我国国民经济中发展最快、产出水平较高的重要新兴产业。在“九五”期间和下个世纪头十年,我国社会生产力和人民生活水平将再上一个新台阶,中国将进一步成为全世界游客的旅游胜地,国际国内旅游市场需求将不断持续增长,我国旅游业必将继续保持高于国民经济总体发展速度的势头,逐步发展成为国民经济中的新兴支柱产业。

现代旅游业是经济与文化高度结合的产业。旅游业激烈竞争的成败已经演变为在旅游目的地的资源条件下,旅游从业人员素质优劣的竞争。旅游经济发展的后劲,越来越取决于旅游专门人才的数量、质量和旅游从业人员的素质。实现中国旅游业发展“九五”计划和 2010 年远景目标,使我国的旅游事业再上一个新台阶,从根本讲,必须依靠科技和教育。中国旅游业面对 21 世纪的发展机会和挑战,加快旅游专门人才的培养,提高旅游从业人员的素质是一项十分紧迫的任务。

我国旅游业已处于蓬勃发展的时期,而旅游服务人员及管理人员严重短缺,《旅游企业运作与管理丛书》即是应此形势而编的。

本系列丛书以昆明大学旅游系十一年的教学实践经验及云南省烟草国际旅游总公司多年来经营管理经验为基础,并结合国际

国内学术界的先进理论,对旅游业的支柱——饭店、旅行社、风景区等业务及管理进行全面系统的阐述,并引入相关的新兴学科,对旅游实践起到指导作用。

本系列丛书具有理论性、实用性和操作性相结合的特点,语言通俗易懂,既可使有实践经验的旅游工作者在理论上得到提高,更好地完成服务及管理工作;同时,也能使无工作经验者通过学习,具备一定的运作能力。因此,本系列丛书可作为旅游大专院校的专业教材,也可成为旅游中专、职高的专业指导丛书,同时还可供在职旅游人员以及广大有志于从事旅游工作的自学者进行系统的学习和阅读。

全书分为第一辑和第二辑。

第一辑 (1997年出版)

《饭店管理学概论》、《饭店客房业务与管理》、《饭店餐饮业务与管理》、《饭店营销学》、《实用旅游统计学》

第二辑 (1998年出版)

《饭店计算机管理》、《饭店工程管理》、《旅行社业务及管理》、《旅游风景区管理实务》、《旅游服务心理学》

本丛书注意体现研究工作的连续性,广泛参考国内外有关著作和论文,尽力吸收前人成果,在此一并表示谢意。

由于我国发展现代旅游业的时期较短,具有中国特色的旅游经济体系正在构建之中,许多旅游经济理论和实践问题还有待于探究,也限于作者的水平,书中若有不当之处,恳请读者指正。

《旅游企业运作与管理丛书》编辑委员会

1996年10月

前 言

随着旅游事业的不断发展和人民生活水平的日益提高，餐饮业与日俱增，出现了生机勃勃的景象。如何以优质的食品、良好的服务、优美的进餐环境和合理的价格赢得客源，在激烈的市场竞争中立于不败之地，是当今世界餐饮业发展竞争的主题。本书对饭店餐饮的经营管理和服务规范作了较为系统的阐述，总结了国内外餐饮业在经营和管理方面的先进经验及方法。本书内容丰富、涉及范围广，具有较高的实用价值和收藏价值。

本书主要作为旅游院校饭店管理专业教学用书，或作为餐饮员工培训教材和餐饮部经理、管理人员业务学习参考书，亦可作为餐饮爱好者阅读的书籍。

本书主编田瑞云，副主编骆静珊、杨滨，参加编写人员有蒋素梅（第一、五章），宁德煌（第二章、附录一），杨滨（第三章、附录二），骆静珊（第四章）、田芙蓉（第六、七章、附录三），李云霞（第八章）、窦志萍（第九章）。

全书由田瑞云、骆静珊、杨滨拟定写作提纲、统审和整理。在编写过程中，难免有错误和不足之处，恳请专家、同行和广大读者给予批评指正。

一九九七年四月

目 录

第一章 餐饮部概述	(1)
第一节 餐饮部的地位及任务	(1)
一、餐饮部在饭店中的地位	(1)
二、饭店餐饮服务的特点	(1)
三、餐饮部的任务	(2)
四、餐饮部的经营目标	(5)
第二节 餐饮部的组织机构	(6)
一、建立餐饮部组织机构的原则	(8)
二、餐饮部的机构设置	(9)
三、餐饮部经理级管理人员的职责	(11)
四、餐饮部服务人员的岗位职责	(14)
复习思考题	(18)
第二章 菜单计划	(19)
第一节 菜单的作用和种类	(19)
一、菜单的作用	(19)
二、菜单的种类	(22)
第二节 菜单设计	(27)
一、菜单设计的目标	(27)
二、菜单设计程序	(29)
三、菜单的构成	(31)
四、菜单式样设计	(31)
第三节 菜单的定价	(34)

一、菜单产品的价格结构	(35)
二、菜单的定价方法	(36)
第四节 菜单推销	(42)
一、菜单推销概念	(42)
二、菜单促销的内容	(43)
三、菜单推销工具	(45)
复习思考题	(46)
第三章 餐饮采保管理	(48)
第一节 采购管理	(48)
一、制定采购规格标准	(49)
二、制定采购程序	(51)
三、采购方法	(52)
四、采购数量管理	(53)
五、采购价格的控制	(56)
六、健全采购制度	(57)
第二节 验收管理	(58)
一、验收的程序	(58)
二、食品验收日报表	(60)
三、验收要求	(61)
第三节 贮存管理	(63)
一、贮存要求	(63)
二、贮存方法	(66)
第四节 存货发放与盘点控制	(70)
一、库存食品原料的发放	(70)
二、库存的盘点与控制	(72)
复习思考题	(73)

第四章 厨房生产管理	(74)
第一节 厨房的组织结构	(74)
一、大型厨房的组织结构	(75)
二、中型厨房的组织结构	(77)
三、小型厨房的组织结构	(77)
四、厨房主要管理人员的职责	(78)
第二节 厨房的设计与生产布局	(79)
一、厨房设计的基本要求与生产布局的一般原则	(79)
二、厨房的生产布局	(81)
第三节 厨房生产流程控制	(86)
一、厨房生产流程	(87)
二、制定控制标准	(88)
三、控制过程	(91)
四、控制方法	(93)
第四节 厨房用器具设备	(94)
一、中餐厨房用器具设备	(94)
二、西餐厨房用器具设备	(96)
第五节 餐饮卫生与厨房安全	(96)
一、餐饮卫生	(97)
二、厨房安全	(100)
复习思考题	(103)
第五章 餐厅管理	(104)
第一节 餐厅的种类	(104)
一、主餐厅	(104)
二、扒房	(105)
三、风味餐厅	(105)
四、宴会厅	(105)

五、咖啡厅·····	(106)
六、自助餐厅·····	(106)
七、多功能厅·····	(107)
第二节 中、西餐厅的管理·····	(107)
一、餐厅管理人员的职责·····	(107)
二、餐厅的计划管理·····	(109)
三、餐厅的组织形式·····	(114)
四、餐厅环境布置·····	(116)
五、房内用餐·····	(122)
第三节 宴会管理·····	(123)
一、宴会的形式·····	(124)
二、宴会部及其组织机构·····	(126)
三、宴会的活动计划·····	(128)
四、宴会的餐桌设计·····	(139)
五、中餐筵席设计·····	(145)
六、宴会客史档案管理·····	(147)
复习思考题·····	(148)
 第六章 餐饮服务与管理·····	 (149)
第一节 餐饮服务的基本技能·····	(149)
一、托盘·····	(149)
二、摆台·····	(151)
三、口布折花·····	(155)
四、斟酒·····	(164)
五、上菜与分菜·····	(166)
第二节 中、西餐服务程序·····	(168)
一、中餐服务程序·····	(168)
二、西餐服务程序·····	(172)

第三节 宴会服务·····	(176)
一、中、西餐宴会服务程序·····	(176)
二、冷餐会服务·····	(182)
三、鸡尾酒会服务·····	(183)
四、宴会服务的注意事项·····	(184)
第四节 餐饮服务推销技巧·····	(185)
一、餐饮推销的基本知识·····	(185)
二、餐饮服务中的推销技巧·····	(187)
复习思考题·····	(189)
第七章 酒水知识与酒吧管理·····	(190)
第一节 酒水知识·····	(190)
一、欧美名酒介绍·····	(190)
二、中国名酒介绍·····	(203)
第二节 鸡尾酒及其调制·····	(207)
一、鸡尾酒概述·····	(207)
二、鸡尾酒的调制·····	(213)
第三节 酒吧管理·····	(220)
一、酒吧的种类及设计·····	(220)
二、吧台操作的原则·····	(223)
三、酒吧管理·····	(224)
第四节 酒水成本控制·····	(228)
一、用量标准的控制·····	(228)
二、员工行为的控制·····	(231)
复习思考题·····	(232)
第八章 管事部的管理·····	(234)
第一节 管事部的职责范围·····	(234)

一、管事部工作职能·····	(235)
二、管事部岗位职责·····	(238)
三、管事部操作规程·····	(240)
第二节 餐饮物资与设备的管理·····	(242)
一、餐饮物品的定额·····	(242)
二、餐饮用具的管理·····	(243)
三、餐饮用具的清洁·····	(244)
四、厨房设备的保养·····	(248)
复习思考题·····	(251)
第九章 餐饮人力资源管理·····	(252)
第一节 人力资源服务成本控制·····	(252)
一、定员定额·····	(252)
二、员工的招聘·····	(259)
第二节 岗位培训·····	(259)
一、培训计划·····	(260)
二、岗位培训的主要内容·····	(262)
第三节 员工激励·····	(264)
一、餐饮部门员工的需要·····	(265)
二、维护企业形象, 建立团队精神·····	(265)
三、激励方法·····	(266)
附录一 中国饮食文化·····	(270)
附录二 营养学基本知识·····	(281)
附录三 世界流行鸡尾酒配方·····	(289)

第一章

餐 饮 部 概 述

餐 饮服务是现代饭店不可缺少的经营内容，餐饮部因此成为饭店的重要赢利部门之一。

餐饮产品是有形产品和无形产品的综合体，有形的如食品、饮料等；无形的如服务、环境气氛等。餐饮产品的这种综合特性，是区别于其它饭店产品的主要特征之一，因此，餐饮部的质量水平和风格特色将直接影响饭店的声誉。餐饮管理是饭店中业务环节最繁多、技术水平要求最高，也最显复杂的一项业务管理。本章主要阐述餐饮部的任务、组织机构以及餐饮部主要管理人员的职责等内容。

第一节 餐饮部的地位及任务

一、餐饮部在饭店中的地位

（一）它是饭店服务的必要组成部分

“食”是人们外出旅游的必要条件，饭店作为旅游者的暂时居留场所，必须提供满足旅游者最基本需要的餐饮服务。不设立餐饮部门的饭店就不是功能健全的饭店，餐饮部是饭店中必不可少的部门，只是由于饭店的类型、规模、等级不同，各自的餐饮经营规模和特点会有所不同而已。

（二）它是饭店营业收入的主要来源

饭店收入来源于三大部分：客房收入、餐饮收入以及综合服

务收入。餐饮收入一般占饭店总收入的 35% 左右，仅次于客房收入。对于餐饮经营较好的饭店，甚至可超过客房的收入。

从赢利的角度来讲，尽管餐饮产品成本开支大，远不如客房产品的创利高，但其创利仍然可达到饭店利润总额的 20% 左右。因此，饭店应认真看待这项收入。管理人员要排除这样一种错误观念：餐饮部获利甚微，是饭店为了吸引客人住宿而不得不采取的牺牲措施。

（三）它是平衡饭店季节性经营差异的重要手段

大多数饭店都存在着经营的季节性。在旅游旺季，通常为每年 4 至 10 月，饭店往往是满负荷运转；而在每年 11 月至次年 3 月的旅游淡季，则住客较少；甚至在一周内，由于周末休息日的区别也导致饭店生意上下波动，造成设备设施闲置。因此，饭店可在经营淡季时，隆重推出餐饮特色产品，如举办食品节等活动，吸引当地居民和旅游者消费，增加饭店淡季时的营业收入。

（四）它是一种重要的旅游资源

餐饮产品是餐饮现实物、烹饪技艺和服务技巧完美结合的饭店产品，它能满足客人的基本生理需求以及心理、感情等方面的间接需求。同时，饭店餐饮产品代表一个地区、一个国家的饮食文化，是旅游者了解当地民风民俗和文化传统的重要旅游产品。在现代旅游中，餐饮不仅仅是旅游得以进行的手段，而且是旅游的目的之一。中国的烹饪艺术享誉天下，位居世界四大菜（中国、俄国、法国、意大利）之首，已成为吸引众多国外旅游者的因素之一。餐饮部因此担负着弘扬我国饮食文化、挖掘我国旅游资源的重任。

二、饭店餐饮服务的特点

因为餐饮产品是由有形实物与无形劳务共同组成的，因而餐饮产品的价值和使用价值不仅仅取决于实物本身，而且还取决于

餐厅服务人员的服务，餐饮实物本身也只有通过精良的餐饮服务才能得到更好的销售。因此，餐饮服务在饭店中具有重要作用。

（一）无形性特点

尽管餐饮服务是饭店内唯一具有实物形态的产品，但它仍然具有服务的无形性特点。服务是一种行为，客人不能把服务本身购买回家，他所购买到的只是服务产生的生理、心理上的效果。对餐厅就餐者来说，他享受到的除了餐饮实物所给予的以外，更重要的是餐厅环境气氛以及热情服务所给予的心理满足和愉悦。

（二）不可贮存性

餐饮服务不能被贮存以备将来之需要。尽管食品原料可以进行短期贮存，但厨房却不能在无客人时生产大量菜肴进行贮存；同样，餐厅服务员由于宾客稀少而浪费的工作时间，也不可能保存到次日进行再使用。而且，宾客需求量在不断变化。当就餐者众多时，会给厨房、餐厅带来压迫感，造成餐饮部应付需求波动的困难。鉴于餐饮服务的不可贮存的特点，饭店必须采取措施，主动改变宾客需求量，使之尽量接近餐饮部实际接待能力，避免因接待能力不足或客源不足而引起的声誉损失或经济损失。

（三）质量差异性特点

餐饮服务不可避免地存在着质量、水平上的差异，这是由于餐饮服务包含大量的手工劳动，由于员工的工作态度、技能技巧的差异所造成的。而且，同一员工在不同时间、不同场合所生产的同一餐饮产品或所提供的同一种服务也会存在着水平、质量的不同。例如，对菜肴的配份，如果不控制每种配料的重量，将出现质量不一的状况；同时，员工在服务期间也会由于体力、情绪变化等，而导致所提供的服务受到人为因素的影响，难以自始至终提供同一质量的服务。为此，实行标准化管理，加强员工职业道德培训，是控制服务质量差异性的重要手段。

(四) 生产消费同步性特点

饭店餐饮服务的生产过程与销售过程是同时发生的，即当场生产当场销售，消费者与生产者直接接触，不存在产品贮存、运输等中间过程。这一特点决定了饭店、餐厅位置必须靠近客源聚集地，或靠近商业中心、交通中心，风景区。同时饭店必须重视生产环境和销售环境，即重视餐厅气氛的营造，因为在绝大多数情况下，饭店餐厅既是服务的生产场所，又是服务的销售场所。

当然，餐饮服务的这一特点也为饭店、餐厅创造了极好的现场推销机会，这是其它工业产品的销售所不具备的优势。这也要求餐厅服务员具有良好的推销技能，善于向宾客介绍、推荐食品饮料，以促进销售。

(五) 餐饮收入的弹性特点

饭店的客房收入通常在一段时间内会相应的固定不变，因为其客房价格、客房数量以及客房出租率在该时期内基本固定。而餐饮收入却是弹性收入，其每日营业收入可能因为就餐人数、人均消费额或餐厅座位周转率而具有很大的可变性。这一特点为饭店提高营业收入提供了极大的可能和余地，尤其是现代饭店在客房和其它设备设施大致相似的情况下，饭店竞争更多地表现为餐饮经营的竞争。

(六) 饭店餐饮部对饭店的依赖性

饭店餐饮部不同于一般独立的餐厅，其营业量在很大程度上依赖于饭店客房设施、娱乐设施的规模及吸引率。在正常情况下，凡是客房数量多、客房出租率高、公共服务及娱乐设施齐全的饭店，其餐厅营业量一般也较大。

(七) 餐饮管理的复杂性

餐饮管理是饭店中牵涉到学科知识、专业技艺最多的一种业务活动。餐饮部人员尤其是餐饮部经理必须掌握一定的管理理论和专业技能，通晓烹饪技术，了解与食品饮料及服务相关的化学、