

CanyinJingli Duben

C Y J L D B

餐饮经理读本

Canyin



陈尧帝 ◆ 著

辽宁科学技术出版社

LIAONING KEXUE JISHU CHUBANSHE

陈尧帝 著
Chenyaodi Zhu

餐饮经理读本

CanyinJingliDuben

辽宁科学技术出版社
LiaoningKexueJishuChubanshe

沈阳
Shenyang

本书由台湾扬智出版社授权辽宁科学技术出版社在
中国大陆出版简体字本。著作权合同登记号 06 - 2001
第 96 号。

图书在版编目 (CIP) 数据

餐饮经理读本/陈尧帝著. —沈阳: 辽宁科学技术出
版社, 2001.9

ISBN 7 - 5381 - 3418 - 2

I . 餐… II . 陈… III . 饮食业 - 经济管理
IV . F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 032636 号

出 版 者: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮编: 110003)

印 刷 者: 沈阳市第二印刷厂

发 行 者: 各地新华书店

开 本: 787mm × 1092mm 1/18

字 数: 330 千字

印 张: 24

印 数: 4 001 ~ 8 000

出版时间: 2001 年 9 月第 1 版

印刷时间: 2002 年 3 月第 2 次印刷

责任编辑: 陈慈良

封面设计: 耿志远

版式设计: 袁 舒

责任校对: 王春茹

定 价: 38.00 元

邮购咨询电话 024 - 23284502

目 录

第1章 绪论/1

第一节 餐厅经营的要素/1

第二节 餐饮业的特性/2

一、现代餐饮文化的特性/3

二、现代餐饮业的发展趋势/3

第三节 餐厅的种类/6

一、服务方式区分/6

二、经营方式区分/8

三、供应餐食的种类区分/9

四、供应餐食时间区分/9

五、上菜方式区分/11

第四节 餐饮部门组织/11

一、餐饮组织的基本原则/13

二、餐饮组织概况/15

三、餐厅工作人员的职责与工作时间/17

四、厨房工作人员的职责与工作时间/20

第2章 餐厅的布置与管理/25

第一节 餐厅的主题与布置/25

一、餐厅主题的选择/25

二、餐厅的布置/26

第二节 餐厅与其他部门的联系/35

一、餐厅与厨房的联系/36

二、餐厅与餐务部的联系/36

三、餐厅与饮务部的联系/36

四、餐厅与餐饮部办公室的联系/36

五、餐厅与财务部的联系/37

六、餐厅与工程部的联系/37

七、餐厅与安全部的联系/37

第三节 餐厅管理的内容/37

一、确定标准和标准程序/38

二、销售史资料/38

三、生产计划表/40

四、餐饮部销售预算的方法/41

第四节 中、西餐厅的管理/42

一、中餐厅的管理/42

二、西餐厅的管理/44

三、客房餐饮/45

第3章 厨房规划与管理/47

第一节 厨房规划的目标/47

一、影响厨房规划的因素/49

二、厨房与供膳场所气流的压力/50

三、其他基本设施/50

第二节 厨房布局与生产流程控制/52

一、厨房布局/53

二、厨房的格局设计/54

第三节 厨房设备的设计/56

- 一、基本原则/56
- 二、安装与固定/56
- 三、餐具的材质/57
- 四、空调设计/60

第四节 厨房作业人员人体工学的考虑/65

- 一、高度/67
- 二、长度与宽度/68

第五节 中式厨房设备/69

- 一、调理机具/69
- 二、烹调机具/70
- 三、制冷机具/71
- 四、洗净与消毒设备/71

第六节 西式厨房设备/71

- 一、调理机具/72
- 二、烹调机具/72
- 三、冷却机具/73

第4章 中餐厨房作业/75

第一节 中餐的起源和特色/75

- 一、选料在烹饪中的意义/75
- 二、刀工对烹饪的作用/79
- 三、火候的实质与掌握/81

第二节 调味的原理及扩散的关系/83

- 一、调味的基本原理/83
- 二、调味与扩散/85
- 三、中国烹饪调味的源流/86

四、目前的基本味和味型/88

五、根据人体生理、病理进行调味/89

六、根据“适口者珍”的原则进行调味/90

七、根据地域差异与季节气候变化进行调味/91

八、根据调味品的理化性质进行调味/92

第三节 中华美食的科学性与艺术性/94

一、倡导营养平衡的饮食结构/94

二、讲究外观内质的饮食特点/97

三、美饌佳肴的命名艺术/99

四、追求优雅谐调的饮食环境/102

第四节 中式餐饮烹调方法/103

一、氽、涮、熬、烩/104

二、炖、焖、煨/105

三、煮、烧、扒/106

四、炸、熘、爆、炒、烹/107

五、煎、焗、贴/114

六、蒸/115

七、烤、盐焗、煨烤、熏/115

八、卤、酱、拌、炆、腌(冷菜的烹调)/117

九、拔丝、挂霜、蜜汁/119

第五节 中式各地方菜系特点/120

一、北京菜/121

二、四川菜/121

三、江浙菜/121

四、湖南菜/122

五、福建菜/122

六、粤菜/122

第5章 西餐厨房作业/123

第一节 西式菜系的兴起/123

- 一、意大利菜/123
- 二、法国菜的演进/124
- 三、古典烹饪创始者/125
- 四、法国菜发展的原因/127

第二节 西餐的烹饪方法/128

- 一、清烫/128
- 二、滚煮/129
- 三、蒸/130
- 四、慢煮/132
- 五、油炸(frying)/134
- 六、煎炒/137
- 七、烧烤/140
- 八、焗/142
- 九、烘焙/143
- 十、炉烤/144
- 十一、焖/146
- 十二、烩/147

第三节 西式餐饮菜系/149

- 一、法式菜肴/149
- 二、意式菜肴/150
- 三、英式菜肴/150
- 四、美式菜肴/150

第6章 餐饮原料的采购、验收、仓储与发放/151

第一节 餐饮采购的意义/151

- 一、餐饮采购的定义/152
- 二、研究现代餐饮采购的目的/152
- 三、采购管理的机能/153
- 四、餐饮采购的职业道德/154

第二节 餐饮采购部的职责和其他部门的关系/155

- 一、餐饮采购部的职责/155
- 二、采购部门与餐厅其他部门的关系/156
- 三、采购资讯的搜集和预算/158
- 四、采购数量预算编制方法/160

第三节 餐饮采购的主要任务/161

- 一、注意品质与规范的表示/161
- 二、规范与品质的种类/162
- 三、餐饮采购供应来源的选择/162
- 四、影响采购价格的因素/163
- 五、餐饮采购的方式与合约/164

第四节 验收作业/169

- 一、验收的意义与种类/170
- 二、验收的基本原则/171
- 三、验收的准备工作/172
- 四、验收的方法/175

第五节 仓储作业/175

- 一、仓储的意义/176
- 二、仓储地区的条件/177
- 三、食物的储存方法/180

四、仓储作业须知/183

第六节 发放管理/186

一、发放的意义与重要性/186

二、发放作业须知/187

三、发放作业应注意事项/189

第7章 餐厅出纳作业管理/191

第一节 餐厅出纳作业准则/191

一、客观性/191

二、一致性/192

三、稳健性/192

第二节 餐厅收入的分类/192

第三节 餐厅费用的分类/194

一、直接费用/194

二、间接费用/195

三、固定费用/196

第四节 餐厅出纳作业流程/197

第五节 餐厅现金管理作业/198

第8章 餐饮服务/201

第一节 服务人员的素质/202

一、专注/203

二、殷勤有礼/203

三、可信任/203

四、节俭/203

五、效率/204

六、诚实/204

七、知识/204

八、忠诚/204

九、敬业/204

十、自律/205

十一、敏感性/205

第二节 餐饮服务的方式/205

一、法式服务/206

二、美式服务/209

三、英式服务/211

四、俄式服务/212

第三节 客房餐饮服务/212

一、客房餐饮服务的方式/212

二、客房餐饮服务的注意事项/214

第四节 中式餐饮服务/215

一、中餐的贵宾服务/215

二、贵宾服务的顺序/217

三、贵宾服务的分菜/218

四、鱼的切割法/218

五、引进两餐服务方式/219

六、小吃的服务/220

第9章 饮料管理/223

第一节 葡萄酒/223

一、葡萄酒的品试/225

二、储存/227

三、酒水服务礼仪/227

四、世界主要典型葡萄酒品种/229

五、葡萄酒标签的识别/234

第二节 烈酒/237

一、蒸馏酒/237

二、白兰地/237

三、威士忌/238

四、琴酒/238

五、兰姆酒/238

六、伏特加/239

七、特奎拉酒/239

八、甘露酒和利口酒/239

九、饮料调制/239

第三节 啤酒/241

一、生啤酒/241

二、熟啤酒、贮藏啤酒/241

三、黑啤酒、烈酒/242

四、饮用方法/242

五、酒杯/243

第四节 咖啡/243

一、储存及保管咖啡时应注意的要点/243

二、咖啡的种类/244

三、常见咖啡冲调法/245

第五节 茶/246

一、茶的种类/247

二、泡茶的用具/249

三、茶的制备/249

第10章 餐饮行销/251

第一节 餐饮推销形式/252

一、人员推销/253

二、人员推销的程序/253

三、电话推销/254

四、人员推销的管理/255

第二节 广告推销/256

一、餐饮广告/256

二、宣传推销/258

第三节 公共关系/259

第四节 餐厅推销方法/260

一、餐厅的主题与创意设计/260

二、服务创新与推销/261

三、建议式推销/262

四、餐厅烹饪与推销/263

五、试吃/263

六、让客人参与的推销/263

第五节 促销活动/264

一、店内促销活动/264

二、店外促销活动/269

第11章 餐饮各类食物的成分及其营养价值/273

第一节 餐饮食物的构成/273

一、蛋白质/273

二、脂肪/275

三、糖类/276

四、水/278

五、矿物质/282

六、维生素/282

第二节 餐饮食物的分类/283

第三节 餐饮食物的营养价值/283

一、肉类/283

二、鱼贝类/287

三、蛋类/289

四、奶类/293

五、干酪类/295

六、谷类/298

七、蔬菜水果类/299

八、黄豆类/300

第12章 食品卫生与安全/303

第一节 食品卫生的重要性/303

第二节 食品卫生的控制/304

一、厨房环境的卫生控制/304

二、原料的卫生控制/305

三、生产过程的卫生控制/305

四、生产人员的卫生控制/306

第三节 厨房安全/307

一、食物中毒的预防/307

二、操作安全/310

第13章 菜单设计/315

第一节 菜单的意义/315

第二节 菜单的内容和种类/316

一、菜单内容/316

二、菜单种类/319

第三节 菜单的功能/320

一、菜单反映了餐厅的经营方针/320

二、菜单标示着该餐厅商品的特色和水准/321

三、菜单是沟通消费者与接待者之间的桥梁/321

四、菜单是菜肴研究的资料/321

五、菜单既是艺术品又是宣传品/321

第四节 菜单的设计/322

一、筹划设计菜单的基本原则/322

二、菜单设计者/323

第五节 菜单的定价及其策略/325

一、定价原则/325

二、定价策略/326

第六节 菜单的制作/328

一、菜单制作要求/328

二、设计菜单的注意事项/329

第14章 餐饮的控制/333

第一节 餐饮服务质量的控制/333

一、确立标准,完善制度/333

二、充当客人,实地检查/334

三、深入现场,例行检查/334

四、利用间接材料,进行检查/335

第二节 餐饮成本的控制/335

一、食品原材料成本的控制/335

二、费用支出的控制/338

三、对餐饮的考核/339

第三节 生产流程控制/340

一、制定控制标准/340

二、控制过程/342

三、控制方法/344

第四节 餐饮成本类型/345

一、餐饮成本控制的要件/346

二、餐饮成本控制特性/348

第五节 员工成本控制/349

一、员工成本的定义/349

二、员工薪资结构与成本的影响/350

三、经营方式/351

四、以系统分析作成本控制/353

第 15 章 餐饮业未来的发展/355

第一节 餐饮业经营理念/355

一、餐饮的品质/355

二、餐饮的服务/356

三、餐饮的卫生/356

四、餐饮的价值感/356

第二节 餐饮业面临的困境/357

一、从业人员募集不易/357

二、从业人员素质提高不易/357

三、从业人员流动率高/357

四、顾客掌握不易/358

五、餐厅场地租金上扬/358

六、停车不方便/358

七、自动化设备不足以取代人力/358

八、服务品质有待提高/359

九、标准作业程序不足/359

第三节 餐饮消费趋势/359

一、注意有机食品原料/359

二、外食人口愈来愈多/360

三、对品质的要求越来越高/360

四、一价吃到饱大行其道/360

五、追求精致的美食/360

第四节 餐饮业未来发展趋势/361

一、快餐业潜力无穷/361

二、外卖食品业将扩展迅速/361

三、加入连锁化经营/361

四、团膳随饮食业成长/362

五、餐饮经营企业化/362

六、导入国际化经营/362

七、建立标准作业程序/362

八、积极进入自动化/363

参考书目/365