

LÜYOUXUE

高等院校
旅游专业系列教材

LÜYOUXUE



餐饮经营管理

第二版

吴克祥 编著



南开大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

餐饮经营管理

第 二 版

吴克祥 编著

南 开 大 学 出 版 社

天 津

图书在版编目(CIP)数据

餐饮经营管理/吴克祥编著. —2版. —天津:南开
大学出版社, 2004.3
(高等院校旅游专业系列丛书)
ISBN 7-310-01455-3

I. 餐... II. 吴... III. 饮食业—经济管理—高等
学校—教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 097627 号

出版发行 南开大学出版社

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮编:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542

邮购部电话:(022)23502200

出版人 肖占鹏

承印 南开大学印刷厂印刷

经销 全国各地新华书店

版次 2004 年 3 月第 2 版

印次 2004 年 3 月第 5 次印刷

开本 880mm×1230mm 1/32

印张 12.125

插页 2

字数 345 千字

印数 18001—23000

定价 19.00 元

出版说明

随着我国改革开放和社会主义市场经济的发展,旅游业以不断增长的势头迅速发展,已经被正式列入国民经济序列。与此同时,高等院校的旅游教育与研究也在长足发展,并且为旅游业的各个部门输送了大量的专业人才。目前设置旅游专业的高等院校已达 300 多所。

旅游形势的发展要求旅游教育从理论上跟踪、总结旅游业的成就得失,并及时反映到教学研究中来,目前极需要有一批适应形势发展、反映旅游学最新理论与动态的教材,服务于旅游学科建设,这是我们组织编写高等院校旅游专业系列教材的宗旨。

我社的旅游教材起步早,品种多,并且以理论基础扎实、实用性强的特点,得到国内广大高校师生的认同。应许多高校旅游专业师生的要求,我社重新策划出版这套系列教材。我们以教育部指定的旅游管理专业的主干课程作为依据确定选题,以各高校旅游专业中有影响、有研究的教师、学者作为作者主体,以反映旅游学科的新观点、新材料、新成果作为教材编写内容的指导原则。新编旅游专业系列教材有如下特点:理论性较强,起点较高,既注重同国际旅游学术研究接轨,又反映我国旅游教育与研究的实际;注重实务性,可以直接服务于旅游业的不同部门;使用最新资料和例证,反映旅游业的最新动态。

这次出版的新版教材,与我们原有的 30 余种教材,基本上涵盖了高等院校旅游专业设置的课程,而且我们将根据旅游业、旅游教育形势的需要,不断地修订原有教材,增加新选题,使之日臻完善,更好地为广大高等院校旅游专业的师生服务。

新版旅游专业系列教材与作者分别为:

- | | |
|---------------|---------------------|
| 旅游学概论(第5版) | 李天元编著(南开大学) |
| 旅游市场学(修订版) | 林南枝主编(南开大学) |
| 旅游经济学(修订版) | 林南枝 陶汉军主编(南开大学) |
| 旅游心理学 | 刘 纯编著(上海大学) |
| 旅游心理学(修订版) | 甘朝有编著(南开大学) |
| 旅游企业人力资源管理 | 赵西萍编著(西安交通大学) |
| 饭店经营管理原理 | 丁 力编著(浙江大学) |
| 餐饮经营管理(第2版) | 吴克祥编著(暨南大学) |
| 饭店前厅与客房管理 | 余炳炎 朱承强编著(上海旅专) |
| 旅游资源与开发 | 甘枝茂 马耀峰主编(陕西师大) |
| 旅行社经营与管理(修订版) | 杜 江编著(北京第二外国语学院) |
| 旅游法教程(修订版) | 王 健编著(南开大学) |
| 旅游饭店财务管理(修订版) | 徐 虹编著(南开大学) |
| 旅游美学(修订版) | 乔修业主编(南开大学) |
| 旅游管理信息系统 | 邱德海主编(西安交通大学) |
| 新编中国旅游地理 | 刘振礼 王 兵编著(北京旅游学院) |
| 旅游商品学 | 刘敦荣主编(桂林旅游高等专科学校) |
| 国际旅游发展导论 | 罗明义著(云南省旅游局) |
| 旅游景区管理学 | 赵黎明 黄安民 张立明著(天津大学等) |
| 生态旅游 | 田 里 李常林主编(云南大学) |
| 现代饭店管理 | 郑向敏等编著(华侨大学) |

这套教材除了适用于高等院校的旅游专业外,还可做为高职教育、自学考试的专业教材,以及旅游业高级人员的培训教材。

欢迎使用这套教材的师生与专业人员提出宝贵意见,帮助我们改正其中的疏漏与不当之处。

南开大学出版社

2003年7月

第二版序

本书于2000年出版以来,我从未敢预料到它可以获得这样的成绩,得到了兄弟院校餐饮管理教师和学生的喜爱和推崇,实业界的朋友也都认为本书的理论和观点为他们的成功经营提供了很好的启迪,大家在使用本书的过程中又向我提出了很多好的修改建议,加上自己在这领域的研究又有了更深的见解和认识,一些新的想法也希望可以补充进来,所以就萌生了修改的愿望,适时我的老朋友、也是第一版的编审,南开大学出版社孙淑兰女士向我发出重新修订的邀请,既高兴又有一点忐忑,担心能力所限愧对一直支持我的读者和朋友。更幸运的是,自己恰巧得到去英国学习和进修的机会,在广泛涉猎国外餐饮管理的书籍、尤其是该领域的最新的先进成果之后,心里对于本书的修订已经有了蓝图,在收集到的大量资料中,特别是 Bernard Davis 和 Andrew Lockwood 编写的《Food and Beverage Management》一书的体例对本书的修订影响甚大。回国后,一边继续从事餐饮管理的教学,一边对自己的思想进行完善,在大量勤奋工作的基础上对本书进行了修改和补充。

本书除了保持第一版系统性、超前性、理论与实践结合性和强调基础知识的掌握四大特点之外,修改后更具有以下特色:一是增加营养、卫生、酒水管理等章节,使本书的结构更加完善,逻辑结构更加严谨;二是书的内容尽可能与国际惯例和我国餐饮业的最新法规、制度等相结合,使知识体系更符合现实需要,适应餐饮业发展的需求;三是增加了很多实用的餐饮知识,不仅能丰富学生的专业知识,而且有利于掌握必要的餐饮礼节,提高人生修养和情趣;四是本书根据每章内容的特点,提出了教学指导建议,实现教学互动安排,可以收到更好的教学效果。写完本书,我很欣慰地看到,第二版书的内容更丰富,结构安排更合理,书的体系独特且具有创新性,将能更好地满足读者的需要。更重要的

是,能和志同道合者共同分享自己在求知过程中一点小小的发现,比得上三五知己月下畅饮,更是人生幸事。

本书在修改过程中还得到我的同事刘存乐、朱明芳两位教师的支持,深圳市一些知名的饮食服务企业朋友的帮助,在此一并致谢。同时本人还有个希望,本书作为星星之火,能够促成餐饮教育的燎原之势,从而使教育更好地为我国餐饮业的发展提供必要帮助。

吴克祥

于深圳华侨城

暨南大学深圳旅游学院

2003年8月

序 言

近年来,随着现代市场经济的发展,我国餐饮业界在实践中经过不断的探索和努力,明显提高了我国餐饮企业的经营管理水平。餐饮类型越分越细,餐饮手段越来越现代化,已使我国餐饮业逐步发展成为一个具有一定规模、档次的现代产业。学术界对餐饮管理内容和经营范围的深入研究和重新思考,促进了餐饮经营管理理论体系的更加完善。在这一背景下,南开大学出版社的孙淑兰副编审以她敏锐的眼光和智慧,提出了编写一本更能适应指导餐饮业经营管理发展需要的、既有理论性又有实践操作性的、更为系统的餐饮经营管理的本科教材。本人接到编写任务后,深感责任重大。为完成本书的编写工作,本人深入各地对经营较好的餐饮企业进行调查、研究,力图收集到第一手资料。并与暨南大学中旅学院、南开大学、天津商学院的同仁们多次进行讨论,力争使本书的体例、内容更加充实完善。本书的编写首先突出其超前性,目的是使读者在观念上、思想上对餐饮业有一个全新的认识。本书引用的大量案例、论述的理论观念,就是力图告诉人们现代餐饮业已不再是传统意义上的小餐馆,而是以连锁经营、特许经营为模式的现代大型企业(集团)。其次,强调基础知识的掌握。书中对餐饮业的基本原理、基本概念、基本方法作了较为详细的阐述,以利于读者能更深入地研究思考。第三,强调理论与操作的有机结合。本书从餐饮企业的实际需要出发,对餐饮经营中的每个环节都细述了具体操作内容。一方面使理论能够指导操作,另一方面达到使读者能够学以致用、融汇贯通的目的,以便培养有创新意识的管理人才。第四,注重系统性。本书共分为11章,从概述、经营策划到市场促销,详细论述了餐饮经营以市场为起点和归宿的各个环节,提供了较为完善的餐饮经营管理的内容。

另外,本书在编写过程中得到了暨南大学中旅学院何建伟副院长、段开成主任的大力支持;我妻子在百忙之中抽出时间在资料整理、文字

校对方面做了大量的工作;为了强调连续性,书中的一些内容尤其是案例,借鉴和引用了施涵蕴老师编著的《餐饮管理》一书中的资料,在此一并表示感谢。

由于时间仓促,书中遗漏和不足之处在所难免,望读者提出宝贵的意见和建议,以使本书不断充实完善。

吴克祥

2000年4月于深圳华侨城

目 录

第一章 餐饮经营概述	(1)
第一节 餐饮市场特征.....	(2)
第二节 餐饮经营管理的目标.....	(11)
第三节 餐饮经营管理的内容.....	(19)
第四节 餐饮经营管理趋势.....	(25)
第二章 餐饮经营策划	(33)
第一节 确定餐饮目标市场.....	(34)
第二节 餐饮经营范围.....	(44)
第三节 餐饮企业的选址.....	(49)
第四节 餐饮企业名称与标志.....	(54)
第五节 餐饮经营计划.....	(62)
第三章 餐饮经营类型	(74)
第一节 传统餐饮经营类型.....	(75)
第二节 自助餐饮经营类型.....	(80)
第三节 餐饮创新经营类型.....	(85)
第四节 餐饮类型与组织机构.....	(90)
第四章 餐厅设计与厨房规划	(97)
第一节 餐饮企业的空间划分.....	(98)
第二节 餐厅设计布局.....	(102)
第三节 厨房规划布局.....	(113)
第五章 菜单的设计	(125)
第一节 菜单的种类.....	(126)
第二节 菜系与菜单的设计.....	(133)
第三节 膳食营养与菜单设计.....	(140)
第四节 菜单内容及其安排.....	(143)
第五节 菜单的定价.....	(147)

第六章 食品原料的采购与保管	(154)
第一节 食品原料的采购管理.....	(155)
第二节 食品原料的验收管理.....	(168)
第三节 食品原料的储藏管理.....	(173)
第四节 食品原料的发放管理.....	(182)
第五节 食品原料的盘存.....	(185)
第七章 厨房生产管理	(192)
第一节 厨房行政管理.....	(193)
第二节 厨房生产的标准化控制.....	(198)
第三节 厨房生产的质量控制.....	(203)
第四节 厨房生产折损的控制.....	(211)
第五节 厨房生产的效率管理.....	(217)
第八章 餐饮酒水管理	(223)
第一节 餐厅酒水管理的作用.....	(224)
第二节 佐餐酒知识与服务操作.....	(228)
第三节 洋酒知识.....	(236)
第九章 宴会组织与管理	(248)
第一节 宴会预订.....	(249)
第二节 宴会菜单设计.....	(258)
第三节 宴会台面设计.....	(263)
第四节 宴会管理.....	(267)
第十章 餐饮服务管理	(274)
第一节 餐饮服务的内容.....	(275)
第二节 餐饮服务管理.....	(290)
第十一章 餐饮促销	(306)
第一节 餐饮促销的特征.....	(307)
第二节 餐饮价格优惠促销.....	(314)
第三节 餐饮产品促销.....	(323)
第四节 餐饮人员推销.....	(333)
第五节 餐饮经营的公关活动.....	(337)

第十二章 餐饮成本控制·····	(342)
第一节 餐饮成本概述·····	(343)
第二节 餐饮成本核算与成本控制·····	(349)
第三节 饮料成本控制·····	(361)
第四节 人工成本控制·····	(365)
主要参考文献·····	(375)

第一章 餐饮经营概述

学习目的

通过本章的学习,对餐饮业有一个全面认识,在了解餐饮产品、市场及经营的特征、目标的基础上,掌握现代餐饮企业的经营理念、管理内容及餐饮业经营管理的趋势;学会运用经济学、管理学的基本原理分析餐饮经营管理的现象和问题。

主要内容

●餐饮市场特征

餐饮业的特征 餐饮产品的特征

餐饮消费市场的特征 餐饮企业经营存在的问题

●餐饮经营管理的目标

制定餐饮经营目标 餐饮经营的质量效益目标

餐饮经营的品牌目标

●餐饮经营管理的内容

实现餐饮企业资源的有效配置

加强经营中的风险管理

餐饮经营手段现代化的管理

●餐饮经营管理趋势

餐饮管理的趋势 餐饮经营的趋势

教学指导

通过安排学生进行市场调查或通过网络查找最近的餐饮业经营动态资料来掌握本章的内容。

第一节 餐饮市场特征

一、餐饮业的特征

近年来,随着生活水平的日益提高,人们对饮食的需求也在不断变化,这使得各种从事饮食制作并提供就地消费场所的餐饮企业迅速地发展起来。人们习惯上将传统餐饮企业称之为餐馆、饭店、酒楼、快餐店、咖啡厅、酒吧等。一些餐饮企业因规模大、经营领域广、机械化程度高而采取公司制的形式,如集团公司、餐饮娱乐有限公司等。

下面是国民经济行业分类中,餐饮业包括的内容:

代码		经营范围
67	餐饮业	
671	6710	正餐服务
672	6720	快餐服务
673	6730	饮料及冷饮服务
679	6790	其他餐饮服务

本书所研究的是以盈利为目的的商业性餐饮企业。

餐 饮 业	商业性	饭店餐饮部
		快餐、小吃店
		外卖店
		家庭式餐馆
		正式餐馆
		休闲餐饮店
	非商业性	学校食堂
		医院食堂
		公司食堂
		其他非盈利性饮食

根据《酒家酒店分等定级规定》GB/T13391—2000,餐饮企业(Restaurant)是指现时烹调加工销售饮食制品并为消费者提供就餐场所和消费服务的企业。包括饮食店、餐馆、酒家、酒楼、饭庄、饭馆、酒吧、多种风味馆、专营店、茶楼等,以及饭店、宾馆、旅店、旅馆等的餐饮服务部门。

餐饮企业(Restaurant)基本上有3个组成要素:一、主要经营产品是餐食或饮料;二、有固定场所;三、良好的就餐环境。餐饮企业因为是坐地经营,它的客源不仅受其目标客源群的限制,而且受客人能否在有效时间内到达的空间距离限制。客源市场的地域性,一方面要求餐饮企业合理确定营业面积,另一方面要求餐饮企业合理建立营业网点。餐饮行业有以下特点:

1. 餐饮业是增长最快的行业

餐饮业是典型的劳动密集型服务性行业,全国现有350万家企业,1800万从业人员,统计数字显示,2002年我国餐饮业营业额首次突破5000亿元,占国内生产总值的5.1%,占第三产业收入的14.5%左右,占社会消费品零售总额的12%左右。

餐饮业从改革开放以来一直作为国内消费需求中发展速度最快、增长幅度最大的行业,每年都保持在两位数的增长幅度。随着行业整体经营水平的提高和经营规模的扩大,餐饮业正在成为中国产业经济体系中备受重视的重要产业之一。

2. 餐饮业是竞争最激烈的行业

近年来随着餐饮业由卖方市场转向买方市场,该行业已成为国内投资的热点,不同水平、不同档次的餐饮企业基本上形成了全方位竞争的市场格局,并且竞争已经从区际扩展到了国际。根据世贸组织协议,中国承诺在2002年12月全面放开酒店和餐饮业市场。国外餐饮集团除已占据一分天下的麦当劳、肯德基外,西方一些较具实力的餐饮企业如德国的兰特伯爵、新加坡的骨肉茶、美国的星期五等也将进入我国市场。这意味着餐饮业这块极富诱惑力的蛋糕,将被重新分割。餐饮企业在菜品、饮料、经营方式以及环境设计、装修装饰等方面容易被模仿。同行间的竞争将促进我国餐饮业整体经营水平的提高,在餐饮业界流传

着中国餐饮企业平均寿命只有 2.9 年,5 年的存活率也只有 10% 的说法,主要是指淘汰那些脏、乱、差、不具备经营餐饮条件的企业,优胜劣汰的市场经济法则将使中国餐饮业的整体水平得到较快提高。餐饮业在未来一段时间仍将是最具有赚钱机会的行业。最主要原因是教育普及使得他乡求学的学子日益增多、团体用膳、社会交际、公司应酬甚至结婚喜庆等等,对餐饮界而言都是商业的契机。加上我国旅游、观光业的发展,人们度假休闲的同时,更需要餐饮业作为调剂生活的必备要素。

3. 餐饮业是衡量人们生活水平的行业

首先,餐饮业是社会经济发展的晴雨表,从餐饮业的演进,可以看出人类进步的历史。餐馆在古代称谓很多,文献可考的有“旗”、“酒家”、“酒肆”、“客棧”等。餐饮业真正普遍流行大概在汉、唐时代,这是历史上的太平盛世,交通发展迅速,各处通商,大街小巷到处都可看到酒店、熟食店。中华美食一直承传传统的“色”、“香”、“味”俱全的烹调精髓,在世界饮食艺术舞台上独领风骚。餐饮业的发展已经成为民族文化的一部份,独特的餐饮美食可以发展成一个区域性的特色与观光旅游点。

其次,一个地区的餐饮业是否兴盛,可以反映人们的消费能力。经济的发展,尤其是人均国民生产总值和人均国民收入水平的变化将直接影响人们对餐饮产品的消费。人均国民收入水平越高,意味着人均个人可消费支出越多,随着人们对吃的要求越来越高,包括菜品、管理、服务、环境、文化含量等多种因素,追求精神消费和健康,消费向个性化和多样化发展,人们更多的是注意食品的营养、健康状况、生活质量。因此,生活的舒适程度和便利程度、经济福利尺度等被视为衡量消费水平的指标。

4. 餐饮业是一个高度相关的行业

餐饮业的发展,与上游生产制造业有关,例如食品加工业、陶瓷业、餐饮设备制造业等。与横向的相关行业有关,如装潢业、广告业、印刷业、劳动人培训服务业、环保处理业等。还与餐饮业下游企业的发展有关,如餐饮顾问公司、餐厅清洁消毒公司等。相关行业的发展促进了餐饮业的发展,如食品原料加工越来越精细,半成品越来越普及,使得餐

饮业原料的来源越来越符合餐饮企业的需求;种植业技术的提升,能不受季节影响供应品质与数量稳定的蔬菜;保存设备与技术的提升,使冷冻或外卖食品的品质与口味越来越能让消费者接受;餐饮机械设备的的发展加快了烹饪工业化的进程。餐饮业对国民经济发展的依赖性很强,同时,餐饮业的发展反过来也带动了种植业、养殖业、食品加工业和商业等发展。餐饮企业与相关企业互为依存和补充,在经济迅速增长的时期,因其他行业经营活动的增加,餐饮业的发展机会将会增多,餐饮企业的投资规模也将迅速加快。

5. 餐饮业是集生产、销售、服务、消费于一体的行业

餐饮业最显著的特征之一,就是生产、销售、服务、消费在同一时空完成。首先是餐饮业包含有生产企业的特征,将原料在厨房里准备,经过专业人员的精心烹制,而后在餐厅里出售。因此,从原料的采购、验收、处理、储藏、烹调、配膳直到服务客人的整个流程,都需要精心的规划。其次,餐饮业也具有零售业的特征,餐厅将其烹调好的产品以合理的价格出售给消费者。以何种经营方式来销售并使顾客乐于接受,各个餐厅所采用的方式有较大的差别。第三,餐饮业因它的产品独具特色更显服务业特征。

二、餐饮产品的特征

1. 餐饮产品的概念

狭义的餐饮产品是指作为人们日常生活基本组成部分的菜品、饮料及伴随的餐饮供应服务。这对于餐饮企业经营来说还是不够全面的,因为人们对餐饮企业产品的要求包含有形和无形两个方面:(1)有形的产品,如餐厅装潢、座位、菜单、设备、制服、食物种类与品质等,都直接与消费者的喜好有关。(2)无形的产品,如餐厅气氛、风格、人员的服务、清洁、卫生、甚至礼仪、习俗、时尚等文化内容。所以,餐饮产品应该是由菜品、饮料、服务及饮食文化构成的综合性产品。任何一个餐饮企业的经营都需要保持独特的文化特色,如果忽视了文化内涵其经营将难以持久。

(1)菜品和饮料是功能产品。