

普通高等教育“十五”国家级规划教材修订版

餐饮企业管理与运作

FOOD AND BEVERAGE ENTERPRISES MANAGEMENT AND OPERATION

(第二版)

周宇 钟华 颜醒华 主编



高等教育出版社
Higher Education Press

普通高等教育“十五”国家级规划教材

餐饮企业管理与运作

Canyin Qiye Guanli yu Yunzuo

(第二版)

周宇 钟华 颜醒华 主编



高等教育出版社·北京

HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书是普通高等教育“十五”国家级规划教材《餐饮企业管理与运作》的修订版。全书共分10章,内容主要包括餐饮业概述、餐饮企业经营策划、餐饮企业经营场所设计与布局、餐饮企业组织机构与人力资源管理、菜单管理、餐饮企业生产管理、餐饮服务质量管理、餐饮企业基本营销原理与促销技巧、餐饮娱乐项目开发与利用、餐饮企业信息管理等。

本书内容体现了最新行业发展动态,力求反映行业最新发展趋势;理论与实务紧密结合,正文设有针对性较强的实例分析,章后设有思考题,注重对学生管理技能的训练以及综合职业素质的培养。

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人教育、五年制高职餐旅管理专业、酒店管理专业、烹饪专业以及其他相关专业的课程教材,也可作为社会培训机构的培训教材,还可供广大餐旅企业的各级管理人员或技术人员自修或参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

餐饮企业管理与运作/周宇,钟华,颜醒华主编. —2
版. —北京:高等教育出版社,2010.1
ISBN 978-7-04-028309-9

I. 餐… II. ①周…②钟…③颜… III. 饮食业-企业管理-高等学校:技术学校-教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 226258 号

策划编辑 高 飞 责任编辑 巨克坚 封面设计 张雨微 责任绘图 黄建英
版式设计 范晓红 责任校对 金 辉 责任印制 朱学忠

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 山东省高唐印刷有限责任公司

购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
<http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
<http://www.widedu.com>

开 本 787×1092 1/16
印 张 17.25
字 数 410 000

版 次 2003 年 7 月第 1 版
2010 年 1 月第 2 版
印 次 2010 年 1 月第 1 次印刷
定 价 22.40 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 28309-00

第二版前言

《餐饮企业管理与运作》作为普通高等教育“十五”国家级规划教材正式出版已经6年,在此期间重印数次,受到使用院校及机构的认可和好评。然而,随着我国餐饮业的快速发展、行业国际化进程的加快、高新技术在行业的大量应用以及激烈竞争环境下企业管理和运作模式的不断创新,我国餐饮业对专业人才,尤其是高等职业技术人才培养的要求也正发生着显著的变化。行业对从业人员职业能力的要求正逐渐从拥有熟练的单项技能和单一知识结构,向具备熟练的综合技能和较高综合素质方面转变。为了让这部教材能够更好地适应行业对职业人才培养的需要,为我国餐饮高职教育发挥更大的作用,高等教育出版社从2008年起就组织了相关院校的专家、学者以及原书部分作者进行了研讨,并最终决定在不影响原书特色的原则下对部分内容进行修订与调整后重新出版。

本书在保持原书创新特色的基础上,结合行业最新发展趋势,对部分内容进行了重大修订与调整,具体特点包括:

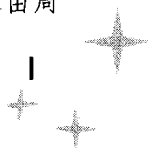
第一,内容和结构更趋完善与合理。考虑到第一版教材中某些知识在许多院校中属于其他专业课程的教学内容,而且属于较初级的技能知识,如第七章和第九章,因此,第二版中删除了这些内容,同时增加了餐饮企业服务质量管理和信息管理等内容;还增加了一些关于行业发展新动态的内容,如第一章中更新了行业发展特点,第二章和第六章中分别增加了关于市场调查问卷设计以及与餐饮企业经营管理密切相关的新修订的《中华人民共和国食品安全法》简介等内容。

第二,更强调对学生管理技能的训练以及综合职业素质的培养。如部分章节后增加了案例分析等内容,强调对学生自我管理能力、资料收集与分析能力以及团队意识的培养,体现了以“工学结合”为核心、理论与实践相结合、专业知识与职业能力并重的高职教育特色。

第三,教材体例进行了改进。章前增加了知识目标与能力目标的教学要求,便于学生和教师明晰教学目标;章后增加了同步练习和实训项目,便于学生巩固所学知识。同步练习主要有简答题、单项选择题、多项选择题、计算题、案例分析题等题型,不同章节根据内容在题型设计上有所取舍;实训项目均要求进行行业或企业调研,考虑到各个院校和培训机构条件差异较大,实训项目只列出了项目名称、实训目的和项目要求,并未对实训教学的组织实施、评价标准提出具体要求,给教师教学留下了发挥的空间,体现教材的灵活性。

本书既适合作为高职院校餐旅管理专业、酒店管理专业、烹饪专业以及其他旅游相关专业和培训机构的教材,又可以作为广大餐旅企业的各级管理人员或技术人员自修的参考教材。

本书由深圳职业技术学院周宇、钟华以及华侨大学颜醒华担任主编,由周宇负责统稿。全书共分为十章,其中,第一、第二、第五章、第六章的第一、第二、第三、第五节以及附录由周

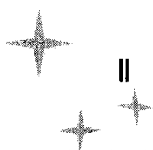


第二版前言

字编写,第三章由深圳职业技术学院张丹编写,第四章由湖南女子大学陈琦编写,第六章第四节及同步练习由广东韩山师范学院胡建国与深圳职业技术学院周宇共同编写,第七、第八章由深圳职业技术学院钟华编写,第九章、第十章第一、第二节由华侨大学颜醒华编写,第十章第三节由华侨大学刘邓编写。

本书在编写过程中参考和借鉴了国内外众多专家和学者的最新研究成果,同时也得到许多酒店餐饮企业的帮助,在此一并表示感谢!由于水平有限,书中错误之处在所难免,希望各位专家学者和广大同仁批评指正。同时,也真诚期望能通过本书为繁荣我国餐饮业和饮食文化、促进我国餐饮高职教育的发展尽微薄之力。

编 者
2009年10月



第一版前言

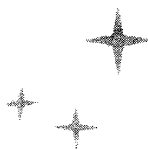
一个城市或地区旅游业的蓬勃发展往往伴随着饮食文化的繁荣及传播,而旅馆酒店业的发达一定与餐饮业的发达息息相关。19 世纪末、20 世纪初一个名叫里兹的瑞士人,凭着他对法国宫廷生活的熟悉及伺奉法国贵族的经验,将各种服务设施及服务项目创造性地加以标准化、程序化,使旅馆出售的特殊产品——服务具有高品位、高质素及高享受的特点。后人因此称里兹为“近代旅馆业之父”。在这一过程中,餐饮作为现代旅馆业的重要组成部分,也得到了标准化和程序化的洗礼,西餐作为一种高雅、丰富的欧式饮食文化已为世人所广泛接受。

中国是一个具有五千年历史的文明古国,而中华饮食文化更是这一文明古国的一块光彩夺目的瑰宝。如何在 21 世纪使我中华文化,其中包括灿烂的中华饮食文化发扬光大,是摆在我们面前的一个重要课题。但是,应当承认,我国对中华饮食文化的研究还很不足;而对中华饮食文化的主要载体——各类餐饮企业的管理仍然十分薄弱。为此,深圳职业技术学院及兄弟院校一批年轻的学者,本着繁荣中华饮食文化、强化我国餐饮企业管理的目的,撰写了集理论与实务、知识与技术于一身的《餐饮企业管理与运作》一书,本书剖析了餐饮企业管理的整个过程,并突出了餐饮企业管理各个环节的具体实务和技术,内容广泛,同时具有很强的可操作性。本书既可作为高等职业院校餐旅管理专业的教材,又可以作为广大餐旅企业的各级管理人员或技术人员自修的参考教材。

本书由深圳职业技术学院俞仲文、周宇同志担任主编,全书共十章,其中第一、二章由俞仲文、周宇同志编写,第三章由深圳职业技术学院张丹同志编写,第四章由湖南女子大学谭泽晶同志编写,第五、第六章由周宇同志编写,第七、第八章由深圳职业技术学院钟华同志编写,第九章由深圳职业技术学院容莉同志编写,第十章由华侨大学颜醒华同志编写。全书由俞仲文同志负责统稿,哈尔滨商业大学杨铭铎教授担任主审。

本书在编写过程中参考和借鉴了国内外众多专家和学者的最新研究成果,同时也得到许多酒店餐饮企业的帮助,在此一并表示感谢!由于水平有限,书中错误之处在所难免,希望各位专家学者、广大同仁和读者批评指正。我们真诚期望本书能为繁荣中华饮食文化、促进我国餐饮业的发展作出自己的贡献。

编 者
2003 年 2 月



目 录

第一章 餐饮业概述	1
第一节 餐饮业及餐饮市场的发展简介	2
第二节 餐饮企业经营类型	6
第三节 餐饮企业管理的特点、基本原则和任务	16
同步练习	19
实训项目	20
第二章 餐饮企业经营策划	21
第一节 餐饮市场调研与目标市场的确定	22
第二节 餐饮经营投资决策	36
第三节 餐饮企业选址与筹建	49
同步练习	55
实训项目	57
第三章 餐饮企业经营场所设计与布局	59
第一节 厨房的设计与布局	60
第二节 常见生产设备的用途、选型与生产环境设计	66
第三节 就餐区设施设备与用具要求	73
第四节 餐厅店面装修与就餐气氛的营造	77
同步练习	84
实训项目	86
第四章 餐饮企业组织机构与人力资源管理	87
第一节 餐饮企业岗位设置的依据与组织机构	88
第二节 中、基层管理人员的职责	92
第三节 员工的配备与班次的安排	97
第四节 餐饮企业人力资源管理的基本内容与方法	101
同步练习	112
实训项目	114
第五章 菜单管理	115
第一节 菜单的种类	116
第二节 菜单策划及实施策略	128
第三节 菜单内容编排与设计	133
第四节 菜单管理中应注意的问题	137

同步练习	139
实训项目	141
第六章 餐饮企业生产管理	143
第一节 餐饮生产的特点及餐饮生产管理的任务	144
第二节 餐饮生产计划	151
第三节 原料采保管理	158
第四节 餐饮生产标准化管理	175
第五节 餐饮生产成本控制	185
同步练习	190
实训项目	191
第七章 餐饮服务质量管理	193
第一节 餐饮服务质量的含义及要素	194
第二节 餐饮服务质量的测定	195
第三节 餐饮服务质量的控制	201
同步练习	210
实训项目	211
第八章 餐饮企业基本营销原理与促销技巧	213
第一节 餐饮市场营销组合策略	214
第二节 餐饮企业产品定价目标、策略与基本方法	215
第三节 餐饮企业营销计划制订的基本程序	220
第四节 餐饮企业促销的常见形式与促销技巧	223
同步练习	229
实训项目	230
第九章 餐饮娱乐项目开发与利用	231

1

第一章 餐饮业概述

学习目标

知识目标

- 了解世界餐饮业的发展概况
- 熟悉中国现代餐饮市场的主要特征

能力目标

- 掌握我国常见餐饮企业的类型及特点
- 掌握餐饮企业管理的特点、基本原则和任务

餐饮业是一个源远流长、规模巨大的行业,它是随着生产力的发展、社会分工的深化而发展起来的。以为他人提供餐饮服务为生的职业阶层的出现,为餐饮业的兴起与发展提供了良好的基础,当这种提供餐饮服务的活动进入商品经济关系之中后,餐饮业才真正形成。

第一节 餐饮业及餐饮市场的发展简介

一、世界餐饮业的起源与发展

尽管人们无法确切知道世界上第一家经营性质的餐厅出现于何时何地,但我们仍可从一些历史资料中看出早期餐厅的发展轮廓。公元前 18 世纪,古代巴比伦王国的《汉谟拉比法典》中就有关于开酒店餐厅的记载,当时如果有人在出售的酒中掺水,就可能被处以极刑。而古希腊的餐厅向人们提供的食物主要包括谷物、橄榄油、葡萄酒、奶酪、面包、猪肉、羊肉、香肠、兔肉、鱼和黄鳝等,当时加填佐料的驴肚在雅典被认为是美味佳肴。同一时期,古代埃及餐厅菜单上的食品主要是面包、禽类、牛肉、鱼和水果,烤鹅特别流行。到罗马人征服当时的世界时,其餐饮业已相当发达。公元 79 年维苏威火山爆发,灰烬、熔岩和炽热的泥浆吞噬了意大利南部美丽的小镇庞贝,从其遗迹中至今仍能辨认出 100 多家餐馆、酒吧及酒店等。当时的快餐馆一般都设有面向街道的“热饮料及食品柜台”,向顾客出售酒类,而酒吧也出售食品。

在英国,餐饮业的发展同旅店有密切关系,早在 6 世纪中叶,就出现了有关开设旅店的规定。早期的英国旅店是人们聚会、交流信息的场所。那时,人们都知道店铺的柱子上挂着常春藤的就是酒店。早期的英国旅店里出售的菜肴主要是肉类和啤酒,很少有蔬菜,因为今天我们常吃的一些蔬菜到 16 世纪才传入欧洲。然而英国的旅店和餐饮业在 16 世纪已经相当发达了,据 1577 年的不完全统计,当时的英格兰和威尔士就有 14 202 家啤酒酒店、1 613 家旅店、329 家酒店。

餐厅(Restaurant)一词,根据《法国百科大辞典》记载,其语源为“de Restaurant”,是恢复精神、体力的意思。关于法国第一个大众餐馆的业主还有一段有趣的故事。在 1765 年以前,公众的饮食服务只是由客栈和包办伙食的机构供应,这些机构由有限的成员组成了一个承办筵席的基尔特(行会)。有一个卖汤的小贩创制了一道羊腿和白酒调味的菜,行会以盲目竞争的理由将小贩告到法庭。但法庭认为销售此菜不属于与行会竞争,判定允许小贩继续经营。于是这个小贩将其称为“Restaurant”而继续做他的卖汤生意,这个卖汤的厨房由于小贩的宣传而变得非常出名,甚至法国国王也要去尝一尝这个特制品,引起了公众的轰动。于是“Restaurant”的意思慢慢演变为向顾客提供食物、休息及恢复体力的场所。最后形成今日所称的餐厅。

在亚洲,餐饮业有悠久的历史。在日本,以经营欧美食物为主的西餐厅始于公元 1821 年,即江户时代,而当时的江户即现在的东京。

被誉为古代三大“烹饪王国”的中国、法国和土耳其,因其深厚的文化底蕴和各具特色

的烹饪艺术,对各自文化圈内地区和国家的饮食文化有着重要而深刻的影响,至今仍然是推动世界餐饮业发展的重要力量。今天,以美国为代表的“快餐文化”席卷全球,为餐饮业的变革作出了重要贡献。随着经济全球化进程的加快以及文化的进一步交流与融合,行业内新技术不断推广与应用,经营模式与管理理念不断创新,新兴地区饮食文化不断崛起,世界餐饮业正迎来新的发展机遇。

二、我国传统餐饮市场发展的历史阶段

我国饮食文化源远流长,据《易·系辞》记载:“神农日中为市,致天下之民,聚天下之货,交易而退,各得其所。”宋代司马光所著《资治通鉴》也认为神农时期即开始了市场。饮食市场作为其主要部分,亦随之出现,尽管这些说法带有一定传说性质,但从历史唯物主义的观点看,市场的出现是生产力不断提高,产品有了剩余的必然结果。从河姆渡文化遗址中(这一时期与传说中的神农时期大体相当),发现了稻壳、稻粒及稻秆近4 000m²的堆积层,厚达0.5 m,据中国农业大学严文明教授考证,只算稻粒就达120 t,可见当时的收获量之大。从河姆渡文化及其后的龙山文化遗址中可以看出,当时的农业和渔猎都已达到相当的水平,人们发明了弓箭,学会了制陶及掘井技术,剩余产品不断增多,从而有了产品交换,出现了市场。据专家估计,我国饮食市场出现在以农耕为主要生产方式的原始农业时期,即从河姆渡、龙山文化至夏初这一时期,但当时的饮食市场的交换方式是原始的以物易物。这一时期可称为饮食市场的萌芽阶段。

夏末商初,随着生产力的不断提高,饮食市场得到进一步发展。酒店餐厅已经出现,饮食市场已呈现初步轮廓。到商周时期,各种饮食店铺和做挑担小生意的可谓五花八门,各地均有,如“朝歌牛屠”——在商的首都朝歌有宰牛的屠房;“孟津市粥”——在孟津有卖粥的饭店;“宋城沽酒”——在宋城有酒家可以买酒喝。总之,夏末至商周时期可称为饮食市场形成初步轮廓的阶段。这一阶段饮食市场的特点是民间的酒店餐厅较零散,专门为帝王、贵族而设的餐饮服务机构较发达,而这些饮食机构已能够承办一定规模的宴席了。

春秋战国时期,饮食市场得到进一步发展,形成了南北风味,经营品种越来越多,到秦汉时期,饮食市场已初具规模。这一时期城市扩大,商业繁荣,酒店餐厅在各地都日益兴旺起来。据文献记载,西汉末年都城长安人口达24万,全城有9个市场,聚集着各种大小商店,成为许多市,如酒市、牛市、羊市等。除长安外,洛阳、临淄、邯郸、成都等当时的著名大城市,饮食业亦相当繁荣。在经营方式上,这些饭店酒楼还大量雇用招待,而且还出现了由胡人经营的酒店。这一时期我国餐饮市场处于迅速增长阶段。

魏晋南北朝至隋唐五代这一时期,随着佛教的传入,出现了素食,经营品种进一步丰富,如面食点心开始使用酵面,菜肴使用了更多的调味品。隋唐时期饮食业已相当发达,此时饮食市场的特点之一是规模大、品种多。据《酉阳杂俎》记载,当时长安人口过百万,饭店、酒楼、茶肆遍布,饮食品种多达100多种,胡食、面食品种丰富,还出现了冰制食品与“冷饮”。一些大酒楼对外承办宴席,三五百人的宴席即刻可以办好。此时饮食市场的另一个特点是分布较广,带有普遍性。当时的水路与陆路交通都十分发达,除城市和交通要道遍设酒楼饭馆外,乡村亦有酒店。除此之外,经营方式灵活多样,亦是这一时期饮食市场的显著特点。隋唐时期还有了“夜市”,重视饮食服务,出现了李白《金陵酒肆留别》中描写的“风吹柳花满

店香,吴姬压酒劝客尝”的场面,饮食服务推广到全国。总的来看,这一时期饮食市场已具相当规模,处于逐渐完善的阶段,同时又把我国古代饮食文化推向了一个新的高潮。

至宋辽金时期,饮食市场突破传统的“坊”、“市”界线,酒楼饭店可随处开设,营业时间亦不受限制,而不再像唐代都市分“坊”、“市”,“坊”即住宅区,“市”即商业区。城市规模不断扩大,饮食业非常繁荣,竞争亦比以往任何一个朝代都激烈。这一时期饮食市场规模大,饮食网点星罗棋布;饮食行会的作用日益重要;经营方式灵活,品种繁多;许多酒楼不但白天营业,还开设夜市和早市,几乎是全天营业;服务对象包括各个阶层,从豪华大中型酒楼到各类街头摊档,应有尽有,饮食行业分工精细,服务更周到。酒楼饭店出现了“四司六局”的职能分工:“四司”即“设帐司”——负责布置厅堂,“茶酒司”——供应茶酒,“厨司”——烹制菜点,“台盘司”——负责准备餐具;“六局”即“果子局”——筹办果品,“蜜饯局”——供应蜜饯,“蔬菜局”——负责蔬菜采办,“油烛局”——专掌照明,“香药局”——提供香料及醒酒汤药,“排办局”——负责桌椅及用具。这些分工,使酒楼能够承办更多更大规模的宴席。尤其是这一时期酒楼中服务人员更多,有迎来送往的“堂倌”,打酒上菜的“茶饭量酒博士”,上汤斟酒的“煨糟”,买物取货的“闲汉”,叫卖食品的“撒哲”,供应炉香的“香婆”,唱曲助兴的“厮波”,陪客谈笑的“札客”等。和今天的酒楼服务相比,亦算是相当周到了。同时,酒楼饭店的经营者更加注重门面的装饰与店堂内部设计。这一时期是我国古代饮食市场的繁荣阶段。

元明清时期,是我国历史上汉民族与少数民族饮食文化相互交流、相互融合的时期。明代官办酒楼直接受到最高统治者——皇帝的认可和提倡,饮食市场更加发达;清代饮食市场随着商品经济的进一步发展出现了许多新特点,如饮食行业与娱乐行业、旅游业相结合,茶馆兼营食饌,城市盛行小吃,酒楼饭店兼营中西菜肴等一系列富有创新特色的经营方式,将这一时期的饮食文化推向高潮。当时的酒楼饭店与茶肆,不仅供应酒食,雇请专人唱戏说书,还将酒楼饭店开到旅游名胜地区,同时一些有名的寺院宫观亦大量经营素食店。不仅如此,民间亦盛行以前只限于官办和富商大贾的船宴。“鸦片战争”后,中国的一些通商口岸出现了西餐行业。这一时期可称为我国传统餐饮市场的鼎盛阶段。

三、我国现代餐饮市场的发展和存在的问题

(一) 发展

20世纪初至20世纪中叶,从封建社会的灭亡,到新中国新经济关系的建立,前后50余年,这一时期我国经历了军阀混战、8年抗战及4年内战,社会动荡,国家经济相对落后,饮食市场的发展受到严重影响。这一时期,我国饮食市场处于由传统饮食市场向现代饮食市场的过渡调整阶段,其特点是少部分大城市饮食市场相对发达,中小城镇及乡村地区普遍落后,经营方式与经营规模处于变更调整状态。

新中国成立后,饮食市场得到一定恢复,大城市与中小城镇的差别逐步缩小,尤其是改革开放30多年来,党和政府大力发展新型的社会主义市场经济,餐饮市场得到空前的发展,餐饮业已成为第三产业的支柱产业之一。餐饮市场与过去相比,发生了巨大的变化。这主要表现在以下几方面:

(1) 随着改革开放的不断深入和经济快速发展,餐饮行业规模迅速扩大。饮食网点从1978年的10.9万家发展到2008年的500万家,从业人员从1978年的85.75万人增加到2008年的超过2000万人;2008年全国住宿和餐饮业零售额达到15404亿元,占当年全国GDP的5%,人均年餐饮消费额达到1158.5元,是1978年的203倍,而对社会消费品零售总额的增长贡献率为15.8%,继续成为拉动经济增长和扩大内需的重要力量(部分数据摘自中国社科院和中国烹饪协会编写的《餐饮产业蓝皮书——中国餐饮产业发展报告(2009)》)。

(2) 随着民营资本和国际资本不断涌入,风险投资和股票上市的成功运作,现代经营理念不断为餐饮业所接受,我国餐饮业产权形式趋于多元化,新的经营模式不断出现,如联号经营、连锁经营、集团化经营、绿色经营等,除一些国外知名企业外,还形成了一大批区域性本土品牌;针对不同消费对象、不同节令的广告宣传、展销促销满足了不同层次消费者的需求。中餐、西餐、中西合璧餐,正餐、快餐,火锅、休闲餐饮、主题餐饮等业态快速发展,极大地丰富了现有餐饮市场,与不断提高的人民生活水平基本适应。

(3) 高科技不断应用于生产与服务,现代化的餐饮生产设备与服务设施已相当普及,行业科技含量明显增高。各种加工、加热设备的运用,将生产人员从繁重的体力劳动中解放出来,同时也使餐饮产品的加工工艺日趋简化,产品质量日益稳定;计算机和网络在全行业逐步普及,各种点菜、预定、结算和管理软件的开发与大量新材料的应用,使餐饮服务设施不断完善,生产、服务和消费环境明显改善。

(4) 餐饮市场正朝着管理规范化、竞争有序化方向发展。随着行业规模不断扩大,各种相关法律法规相继出台,新修订的《中华人民共和国食品安全法》于2009年6月1日正式实施,政府职能部门与行业管理机构分工明确,行业协会的管理与督导作用日益增强。

(5) 随着生活水平和国民素质的提高,餐饮市场的消费者日趋成熟,消费行为愈加理智。过去那种“大鱼大肉,讲排场”的消费陋习已被逐渐摒弃,消费者已越来越重视饮食营养与卫生,餐饮消费过程中更体现出一种务实的态度。

(6) 酒店与餐饮职业教育蓬勃发展,人才培养初具规模,从业人员素质普遍提高。到2005年底,全国开设旅游、酒店、餐饮、烹饪等相关专业的院校共有1336所,其中高等院校693所,在校生308400人;“餐饮业职业经理人”、“厨政管理师”等新的职业不断出现,新的职业资格认证体系基本建立。

所有这些都说明我国现代餐饮市场已完全形成,目前正处于经营理念与经营模式不断创新阶段。

(二) 存在的问题

尽管我国餐饮市场发展迅猛,但整个行业的发展仍然存在许多不合理因素,主要表现在以下几个方面:

(1) 法规建设相对滞后,市场秩序有待进一步规范。虽然新的《中华人民共和国食品安全法》已经开始实施,但尚未完全建立全国统一的适用于餐饮业的国家级法规和标准。同时,新的法规仍面临执行方面的严峻挑战。例如,由于取消了食品免检,企业可能面临每年大笔检验费用,很多中小企业可能难以承受;而日常抽检由各地相关机关负责,但一些地方相关部门也会面临资金、技术、设施设备及人员等方面的巨大压力,让人有抽检制度形同

虚设的担忧。因此,新的《中华人民共和国食品安全法》执行难度较大,市场日常监管体系有待完善,市场管理和行业管理跟不上形势发展需要。

(2) 市场结构失衡,大众化市场有待开发。中高档餐饮企业数量增加过快,而经济实惠、干净卫生的大众化餐饮企业数量相对不足,尤其是符合大众口味的现代中式快餐业发展相对缓慢。

(3) 行业集约化程度较低,经营特色不足,品牌建设尚需加强。我国餐饮业总体仍处于小、散、弱的状态,90%以上的餐饮企业为小企业,2007年规模最大的100家餐饮企业营业额仅占整个餐饮市场的8.5%(数据摘自商务部《全国餐饮业发展规划纲要(2009—2013)》);虽已形成一些国内区域性品牌企业,但仍然缺少具有国际竞争力的品牌企业;许多内地企业仍保留传统经营观念、经营模式与经营方式,产品创新与开发意识不强,难以适应市场需求的变化。

(4) 生产方式、管理及服务水平与发达国家相比还有较大差距,科技含量有待进一步提高。尽管引进了一些现代化的生产设备,但整个行业仍然以手工作坊式的生产方式为主,单店经营占绝大部分;许多企业仍然依靠经验型管理,信息化程度较低;企业标准化、规范化、规模化与工业化水平以及赢利水平同发达国家相比,仍然存在较大差距。

我国已加入WTO,我国餐饮业必须与国际惯例接轨,克服上述不足,进一步提高管理水平与服务质量。

第二节 餐饮企业经营类型

餐饮服务机构根据经济目标可分为两大类。第一类是以营利为目的的商业性餐饮企业。第二类是事业性餐饮服务机构,其主要特征是不以营利为目的,通常是机构内部带有福利性质的部门,例如政府机关、学校、军队以及其他机构的内部餐厅和食堂,这类餐饮服务机构只对内部人员,不面向社会。然而随着我国改革开放的不断深入,政府机关、学校以及大型企业单位后勤管理社会化进程的加快,事业性餐饮服务机构正成为一类特殊的商业性餐饮企业。

餐饮企业的分类方法有很多,如根据服务方式的不同可分为传统餐桌服务型餐厅、自助餐厅、快餐厅及其他服务方式的餐厅;根据经营品种的不同可分为中式餐厅、西式餐厅、特色品种餐厅及酒吧等各类饮料店;根据经营的组织形式可分为独立经营餐厅、连锁经营餐厅以及宾馆、饭店的附属餐厅等。根据我国目前餐饮服务业的现状,本书为便于叙述,将餐饮企业分为传统经营型、自助式经营型与现代创新经营型三大类型。

一、传统餐饮经营类型

(一) 餐桌服务式餐厅

餐桌服务式餐厅在我国餐饮企业中占有相当大的比例,这类餐厅即是通常所说的“正

餐厅”,实际中餐厅名称后一般常带有“酒家”、“酒楼”、“饭庄”等字样。这类餐厅经营品种丰富,不仅有当地人喜爱的菜系菜品,同时兼营其他菜系的佳肴。其基本特征如下:

(1) 餐厅比较注重店堂与门面的装修,就餐环境舒适;一般配有供客人使用的电话,门前通常设迎宾员,有些地方又称“带位员”或“咨客”。

(2) 餐厅整体布局较合理,突出某一风格,力求给顾客提供较高文化品位的就餐环境。厨房与楼面就餐区之间都有隔油烟和气味的设施,设有卫生间,并且洗手池、卫生纸及干手器等设施用品较齐全。

(3) 除传统散座营业大厅外,通常设有雅座区、厅房或 KTV 包房等小就餐区;同时一些较高档的餐厅还增设了许多服务内容与娱乐项目,如歌舞表演,现场烹调表演等。

(4) 厨师和服务员都受过专门训练,专业技能熟练,工作经验丰富。

(5) 菜单内容丰富,能经营一种以上的地方风味菜肴,并且通过菜品的创新与组合来吸引更多的顾客。

(6) 生产和服务中越来越多地使用现代化的设施与设备,如电子点菜系统和收银系统,从而使服务更加方便、快捷。

(7) 这类餐厅不仅接待散客,通常还承办会议宴、商务应酬宴、婚寿宴等团体宴席。

(二) 特色餐厅

特色餐厅通常又可称为“主题式餐厅”,这类餐厅主要是通过餐厅整体装饰布置、特色食品与服务程序、娱乐安排等,来谋求某种特定的主题风格,从而使餐厅具有丰富的社会文化及人文内涵,以一种特殊的就餐氛围来吸引顾客,如球迷餐厅、文化餐厅、摇滚西餐厅、经营各类宫廷菜肴的仿膳餐厅、经营宫观寺院素菜的素菜餐馆等。主题式餐厅强调使客人获得整体感受,而不仅限于餐饮。因此这类餐厅提供的餐饮品种有限,但都富有特色,其经营规模适中,提供餐桌服务,但服务程序较普通餐桌服务型餐厅的服务更具特色。这类餐厅的基本特征如下:

(1) 特色餐厅的客源市场主要是那些追求某种特殊情调与氛围的特定客人,这类客人一般都具有某种相同或相近的兴趣爱好以及较高的文化层次。因此就某一具体的特色餐厅来说,其客源市场一般都相对较小。

(2) 餐厅装饰布局与服务的特殊性。特色餐厅为了满足那些追新求异的消费者对特殊气氛与情调的享受需要,一般都通过室内外的装饰与就餐服务来展现较独特的风格。

(3) 特色餐厅的经营具高利润与高风险性。由于特色餐厅满足了那些追新求异的特殊消费者,价格一般较餐桌服务型餐厅高,因此有较高的利润;但餐厅需保持其独特性、新颖性,其投入也会较大,而且顾客喜好变动较大,规律不好把握,因此又具有较大的风险。

(三) 风味餐厅

风味餐厅主要是通过提供由特殊原料和(或)独特烹饪方法制作的具有独特风味的菜品来满足顾客的需要,其菜品风味或服务颇具地域性或民族性的特点。例如,按餐厅经营的原料特殊风味来分,有海鲜餐厅、药膳餐厅等;按国内地方风味菜系来分,有川菜馆、粤菜馆、湘菜馆、上海菜馆等;按某一国家的风味菜品来分,有意大利餐厅、日本料理、越南菜馆、泰国菜馆等。这类餐厅还具有以下一些基本特征:

(1) 这类餐厅一般有两类:一类是风味菜肴餐厅;另一类是地方风味小吃餐厅。这类餐厅具有明显的地域性,强调菜品的正宗、地道,近年来这些餐厅为适应当地人群的口味,在原有的风味的基础上,大多进行了调整,从而创造了既保持某些传统风味特色,又能适应不同地区口味需要的新型风味餐厅,如上海的海派川菜馆等。

(2) 风味餐厅一般装修简单、随意,提供简化了的餐桌服务,同时不降低卫生和服务标准,使餐厅具有家庭气氛和亲切感。

(3) 风味餐厅的规模和供应品种有限,业务受季节的影响较大。近年来,一些风味餐向规模化、高档化和规范化的方向发展,如成都的龙抄手、陈麻婆豆腐,天津的千品府等风味餐厅。而另一些餐厅则向简单、快捷的方向发展。

(四) 酒吧、咖啡厅与茶馆

1. 酒吧

酒吧一词源于英文“Bar”,原意是指栅栏或障碍物。相传早期的酒水经营者为了防止意外,减少财产损失,一般都不在店堂内摆设桌椅,而在店外四周设置横栏,一方面起阻隔的作用,另一方面又可以为骑马而来的饮酒者提供拴马的地方。久而久之,“有横栏的地方”就专指饮酒的酒吧了。今天,人们对酒吧的理解已从传统的“专指饮酒的地方”转变为“专业售酒及其他饮料、供人怡情聚会的地方”,因而,酒吧不仅在西方被看做是经久不衰的服务行业,在东方的发展亦是如鱼得水。例如,香港有一条叫兰桂坊的街因酒吧林立,被誉为酒吧街。而在北京、上海、广州、深圳等大中城市,近年来亦出现了类似“兰桂坊”的酒吧街。酒吧既可以独立经营,也可附设在酒店、大型餐厅内。酒吧的基本特征主要有如下几点:

(1) 酒吧主要是供人们消遣、交往的场所,一般都比较注重店堂内外的装修与摆设,努力创造出一种美观、舒适、高雅的异国情调。

(2) 酒吧经营品种主要包括酒水与不含酒精饮料,偶尔也出售少量的其他食品。

(3) 酒吧经营规模较小,一般都只有几十个座位。有些大酒店或餐厅为满足不同顾客的需求,在不同地方附设1~3个酒吧。

(4) 酒水销售成本低,利润高。酒吧一般将酒和不含酒精饮料调成鸡尾酒或拆零杯装后加价出售,因而成本较低,利润比食品菜肴高。

(5) 销售随机性强,管理不易控制。由于顾客对饮品的偏好无固定规律,而酒吧的客流量也较大,因此,销售上具有随机性;酒吧在销售过程中以杯酒销售为主,销售单位较小,酒水流失的可能性较大,因而成本控制有一定难度。

2. 茶馆

我国是茶树的原产地,亦是世界上产茶、饮茶最早的国家,饮茶历史悠久,有着深厚的茶文化。唐代陆羽所著的《茶经》是世界上第一部论述茶叶的科学专著。该书认为:“茶之为饮,发乎神农,闻於周鲁公。”上古的人们最早发现茶叶是拿它来止痛的,而不是作为饮料。在春秋前期,由于产量稀少,茶叶通常都是用来作为祭品的,一般老百姓享用不到。从西汉后期至三国时代,茶逐渐发展成为宫廷高级饮料。西晋之后,成为民间饮料。到唐朝,饮茶之风盛行,因而出现了大量经营茶水的茶社、茶肆、茶饮店、茶铺,各种流动茶担、茶摊更是不计其数,不仅茶叶品种繁多,制茶工艺不断提高。而且煮茶、饮茶的方法多种多样,茶亦成为许多酒楼、餐厅的常见饮料。到了明代,中国人又将这类茶水服务机构称为茶馆,一直沿用

至今。关于茶馆的经营特点与基本特征,有必要作如下几点说明:

(1) 从茶馆的功能来看,茶馆已不是供人解渴的场所,而主要是满足人们消遣、娱乐和社交的需要。从这一点上看,它与酒吧有异曲同工之妙,有人甚至作了这样的比喻:“酒吧是西方人的‘茶馆’,茶馆是东方人的‘酒吧’。”

(2) 从茶馆经营的品种与提供的服务项目上看,茶馆可分为“清茶馆”、“茶餐厅”两大类。清茶馆是最具传统特色的茶馆,其经营品种主要是各类茶水及各种干货小食品,许多大型的茶馆还同时提供说书、戏曲表演等娱乐服务项目。北京、上海、成都、杭州等地的茶馆最具代表性。“茶餐厅”则是茶、酒、饭、菜兼营的餐厅,以广东为例,人们说“请你饮茶”其实是“请你吃饭”的意思。

(3) 从茶馆的客源市场来看,一般消费者多为“有闲人士”,而且人们进茶馆一坐就是大半天,因而每家茶馆的客源相对稳定,座位周转率不高,这一点与酒吧有较大区别。

3. 咖啡厅

咖啡厅可分为两大类:一类是附属于酒店宾馆,主要经营一些大众化的西餐菜肴和部分西式快餐食品,并提供简单的餐桌服务,其实质是一种简化了的餐桌服务西餐厅,通常又称为“Coffee Shop”。另一类被称为“咖啡屋”,经营以咖啡为主的各类饮料、水果及小食品,其功能和特点与酒吧类似,主要是供人们休闲、聚会的场所。这类咖啡厅较受年轻“白领”阶层的青睐,目前在一些大中城市这类餐饮企业有连锁经营的趋势,如深圳的“名典咖啡屋”在市区就有多家连锁店。

二、自助式餐饮经营类型

自助式餐厅与自助餐是有区别的。自助式餐厅是一种类型的餐厅,而自助餐是一种服务方式或宴席形式,各类餐厅,都可搞自助餐。自助式餐厅一般都具有以下一些特点:

(1) 一般不提供餐桌服务,而是由顾客自己将食物端至桌前。

(2) 多数情况下,食品饮料均在柜台上陈列,由顾客自取,有的餐厅要求顾客用餐后将托盘等餐具放在指定位置。

(3) 有的自助餐厅连最后的加工都由顾客自己完成。

(4) 新的自助式餐厅要求顾客的参与度与自助程度越来越高。

自助式餐厅可分作中、西快餐厅、自助式火锅餐厅以及超市餐厅三大类。

(一) 中、西快餐厅

1. 快餐与快餐厅

“快餐”一词在英语中被称作“Fast Foods Meal”,“快餐厅”则是“Fast Food Restaurant”。在欧美国家,“Fast Foods”是指由商业机构分销的可即刻食用的食品。这些商业机构即是“Fast Food Restaurant”,其特点是店堂内备有或不提供就餐设施,点餐(Ordering)与供应(Serving)之间只需很短或无需等候时间。而提供快速供餐的方法是使用商用方便食品或预先烹调好非加工食品,在售前保温。在日本,方便快餐食品被统称为“中食”,意思是指从市场上购买的已烹调好的食物,拿回办公室或家里食用,并且必须同时符合以下3个条件的餐厅才叫快餐厅,即: