

MENU DESIGN,
MERCHANDISING
AND
MARKETING

菜单设计与制作

〔美〕阿尔滨 G.西博格 著

现代旅游饭店管理丛书



中财 B0013218

现代旅游饭店管理丛书

MODERN HOTEL MANAGEMENT SERIES

菜单设计与制作

MENU DESIGN, MERCHANDISING AND MARKETING

(美) 阿尔滨 G.西博格 著

李婉君 崔功射 编译

(D242/18

中央财经金融学院图书馆藏书

总号 402075

分类号 F59/14-10

浙江摄影出版社

(浙) 新登字 8 号

(本书根据以下版本编译出版)

MENU DESIGN,

Merchandising and Marketing

(Third Edition)

by Albin G. Seaberg

CBI Publishing Company, Inc.

(美) A.G.西博格 著

菜单设计与制作 李婉君 崔功射编译

浙江摄影出版社出版发行

(杭州葛岭路1号)

浙江新华印刷厂印刷

(杭州环城北路天水桥)

浙江省新华书店经销

开本 850×1168 1/32 印张 7.75 字数 167 千 印数 3501-7000

1991 年 8 月第 1 版 1992 年 2 月第 2 次印刷

ISBN7-80536-105-3/Z·62

定 价: 5.00 元

现代旅游饭店管理丛书编委会

顾问：钱 炜

主编：吕建中

编委：（以姓名笔划为序）

吕建中	陈妙林	张金山	沈学均
张明樑	陈愈润	经长宽	周建华
金维东	贺 起	祝炳松	徐义铭
郭开中	徐秉文	徐炳生	徐崇云

本书编译者姓名

(以姓氏笔划为序)

李婉君

崔功射

审 校：贺 起 李 忠

封面设计：王义钢

图表复制：岳 秀

责任编辑：贺 起

序

随着我国国际旅游事业的蓬勃发展，我国现代旅游饭店行业迅速兴起，在短短的 10 年间，旅游饭店无论在数量建设或设施水平方面都已取得长足进展。然而，毕竟由于发展时间较短和缺乏现代化管理理论和管理方法的指导，又兼我国饭店向为事业型、接待型的历史渊源，我国旅游饭店的管理水平与旅游业发达国家相比，尚有明显差距。因此，加强旅游饭店经营管理理论和方法的研究，大力培养饭店管理人才，努力提高饭店企业的管理水平，是当前乃至今后若干年内我国饭店管理理论研究者、教学工作者和饭店经营者所面临的严峻任务。

在我国社会主义现代化建设进程中，合理地吸取和借鉴国外现代化企业管理理论、方法和经验是提高我国企业管理水平的重要途径。旅游饭店业是国际性的行业。我国的旅游饭店与世界各地的饭店不仅共处同一国际市场，而且在经营管理方面也颇具相同特点，因而，引进和利用饭店业发达国家的现代化饭店管理理论、技术、方法和经验就显得十分必要。

当今世界，美国是旅游业和饭店业最为发达的国家之一。从 30 年代起，美国的饭店业在世界上崭露头角，半个世纪以来久盛不衰，不仅出现了蜚声全球的假日（Holiday Inns）、希尔顿（Hilton Hotels Corp.）、谢拉顿（Sheraton Corp.）、凯悦（Hyatt Hotels Corp.）等国际性的饭店集团公司，而且也涌现出一批如埃尔斯沃思·斯塔特勒（Ellsworth Statler, 1863—1928）、凯蒙斯·威尔逊（Kemmons Wilson, 1913— ），康拉德·希尔顿（Conrad N. Hilton, 1887—1979）、欧内斯特·亨德森（Ernest Henderson, 1897—1967）以及威拉德·马里奥特（J. Willard Marriott, 1900— ）等杰出的饭店企业家。他们的创业精神和管理经验为全世界饭店业界所传颂。先进的饭店管理专业教学是美国饭店业取得成功并遥遥领先的坚实基础。在美国，饭店管理专业教学已有近百年历史，而今，各级水平的专业教学结构完整，各种专业院校星罗棋布，而各类专业书籍更是汗牛充栋。发达的饭店管理专业教学不仅提高了饭店行业从业人员的素质，而且保证了饭店行业人才辈出。

我国发展旅游饭店管理专业教学尚不到 10 年时间，课程设置和教材建设未臻完善，目前已出版的一些专业书籍远远不能满足学校教学和饭店从业人员进修学习的需要。为此，我们编译了这套丛书，目的是为了引进现代化旅游饭店管理理论、技术、方法和经验，丰富我国旅游饭店管理专业用书，为发展饭店管理专业教学，提高我国饭店管理水平作出贡献。

旅游饭店经营管理是一门从微观角度研究总结饭店企业经营管理理论、方法和技术的学问，具有较强的务实性。这套丛书主要根据美国 CBI 出版公司最新版本编译而成。原书作者

几乎皆为饭店管理权威、学者，他们不仅学富五车，而且都具有相当丰富的实践管理经验，其中包括已为我国旅游业界熟悉的美国加利福尼亚州立理工大学饭店管理学院院长唐纳德·伦德博格 (Donald E. Lundberg)、专门研究饭店成本控制的迈克尔·考脱曼 (Michael Coltman)、擅长饭店管理理论研究的詹姆斯·凯萨 (James Keiser)、以研究饭店电脑系统、管理信息系统著称的迈克尔·卡萨瓦纳 (Michael L. Kasavana)，以及极受美国当代饭店建筑设计大师威廉·泰勃勒 (William Tabler) 推崇的理查德·庞纳 (Richard H. Penner)。而在我国旅游业开始腾飞的 1979 年曾来北京讲学的美国饭店建筑设计家华尔特·罗茨 (Walter A. Rutes)，当然也值得一提。

整套丛书共十二种，其书目为：《旅游饭店管理概论》、《旅游饭店营销管理》、《旅游饭店与餐馆经营管理》、《旅游饭店前厅管理》、《旅游饭店客房管理》、《旅游饭店餐饮管理》、《旅游饭店人事管理》、《旅游饭店管理会计》、《菜单设计与制作》、《餐厅与酒吧服务》、《旅游饭店建筑规划与设计》、《旅游饭店工程设备维修管理》。丛书内容广博，可以说涉及了旅游饭店所有主要业务部门的管理。由于原著本身具有较强的理论性和实践性，丛书的质量便从根本上得到了保证。而我们采用编译方法的目的在于取其精华，删除不适合我国国情的内容，同时，增补符合旅游饭店业发展趋势的内容。这样，使得本丛书的内容具有较大的适用性和一定的超前性，因而既适合作为高等院校旅游专业和饭店管理专业教学及理论研究参考用书，也可资中等旅游职业学校教学参考，当然也可作为旅游饭店广大从业人员的培训进修教材。

正因为这样，本丛书的编译出版得到了国家旅游局教育司的热情鼓励，与此同时也得到了浙江省旅游局、杭州望湖宾馆、新侨饭店、华侨饭店、杭州香格里拉饭店、黄龙饭店、萧山宾馆等单位的大力支持。浙江摄影出版社旅游编辑室承担编辑工作并给予诸多具体帮助。参加本丛书编译的作者与译者大部分是大专院校的师资，也有不少从事实际管理工作的专家与经理。本丛书的编译虽称不上浩繁，但如果没有多方支持和所有参与者的共同努力，其出版问世断断不会如此顺利，谨在此一并表示诚挚谢意。

吕建中

1989年3月于杭州

前 言

就餐饮服务系统工程而言，或许可以这样说，菜单是整个系统运行过程中关键性的聚焦点。在多数情况下，菜单又是首屈一指的食品推销员。因此，不时地从设计、促销文字和市场销售着眼，对菜单加以审察、分析、修改和完善，是十分必要的。

菜单是沟通信息的印刷品，它配有文字，饰有图画图案，套有色彩，附有食品和菜肴图例。菜单应该色彩丰富、洁净无瑕、引人注目；菜单应能体现餐馆的高雅服务和经营风格，并能反映出餐馆的整体风貌。

一份醜陋不堪、污斑累累、印制粗劣且又读来艰难费劲的菜单，给人的第一个印象就是不堪入目；而一份雅致动人、色调得体、洁净闪亮的菜单不仅读来赏心悦目，而且能增进顾客的舒畅心情，没等他开口点菜，却已对餐馆的经营和烹调产生了好感，光凭菜单的外表就能促使顾客欣然解囊，乐于多点上几道佳肴。

选择菜单的纸质、字体、印刷、设计和穿插菜肴图例等，这对一个普通的餐饮服务经营者来说，似乎很有些“力不从心”，因为需要他操心的是烹调、推销、核算、帐目、安排调度雇员，前厅迎送顾客，直至月底能否奇迹般地出现盈余。

但是，跟餐饮服务的各个环节一样，菜单的实际制作和印刷也有行家里手提供帮助。本书的目的，就是要帮助解决菜单的种种问题。依靠本书，再加上专业行家、文字撰写人、艺术家和印刷商的帮助，更好且更有效的菜单应该是不难制作的了。

作为推销工具，菜单的文字撰写和制作都是为了增进销售。说得具体些，菜单应该有助于你打算售卖的大多数主菜、开胃品、饮料和甜点的销售。为此，在菜单设计过程中应考虑到顾客大众的口味，考虑到他们确实会点叫品尝的菜肴饮料，再则就是要考虑那些能创高利的食品。顾客的口味并不是固定不变的，标价也有上下变化，今天最受欢迎的食肴，明天就未必如此。

菜单销售的并不局限于菜肴和饮料，它还能推销别的项目，如筹办筵席、外卖、聚餐、宴请等服务。许多菜单常见的缺陷是留有空白。这是花了钱制作的，但你却对此不加利用。

菜单上的每一页，都要看作与杂志上的广告页同等珍贵。你不见得会以巨大耗资去买下杂志上的两版广告，到头来却留下一版空白。你的菜单就如广告一样，每天使用它的人数是十分可观的。只须将一个月内使用菜单的人数加一下，你便会发现菜单的可观的广告价值。这类价值要充分利用，使之每次信息传递都能给你带来经济效益。

菜单不仅是一种设计完美、印刷精良、促销得力的工具，它更是一种你所独特经营的食品饮料的产品清单。选定哪类食品饮料上柜供应，每类食品饮料中又选定多少种，它们各自标以什么价格，这一切不论是经过仔细计划、谨慎核算的，还是任意凑合，胡乱堆砌起来的，其最终结果都是菜单。因此，在作出自己的重大销售决策前，适当地作些调查研究，考察一下别家餐馆经营些什么，每类食品饮料中他们选定些什么，留心一下他们的标价，这一切不会不对你的经营有所帮助。

本书旨在尽可能给各种食品服务经营者以真正实用的帮助。对于一个大都市中心从事巨资经营者来说，如果他能聘用到第一流的职业行家——菜单文字撰写人、艺术家、印刷商等，本书的作用似乎有限。不过话得说过来，不论是富有创见的菜单文字撰写人，还是名声显赫的艺术家，他们有时也会违犯菜单设计制作中的某些基本原则，因为他们不了解菜单传递信息中的一些特殊问题。对于在小城镇经营的餐馆，或者说对于那些远离形象艺术和广告技术中心的餐馆来说，本书能给予的帮助就大得多了。本书附有大量图表图例和菜单实例可供借鉴，它能提供的帮助是最为全面的。

印制菜单的费用是餐馆总预算中可观的一笔。由于这个原因，你总希望自己抛入的本钱能带来巨大的报偿。印制菜单时必须记住，告诉顾客能吃到什么菜肴、饮料等信息始终是首要的目的，制作一件艺术品则是第二位的。如能这般去考虑，制作的成本便会降低，销售的收入倒反而会增加。

然而，在制作菜单问题上，你不能只“抓了芝麻丢了西瓜”。如果只是因为尚存有许多菜单有待用完，而事实上这

些菜单早已不能有效地促进销售时，你依然不及时对菜单内容（包括品种和价格）和设计布局予以更改，这就可能是最最糟糕的小算盘。

说到底，要负责的应是您本人。印刷商、艺术师、设计师和文字撰写人当然会帮助你，但是经营的成败、菜单的成败却全都取决于你。应该使你对餐饮服务行业的全部知识通过这些行家里手变成合适的销售工具。

没有一个印刷商会告诉你应列上哪些食品饮料，也不会告诉你该怎样标价；没有一位艺术设计师或文字撰写人有资格为你列出“高利热销”的食品饮料来。但你们结合在一起，利用本书提供的信息资料，集思广益，群策群力，那你们就能解决菜单编制过程中的各类问题。

目 录

序

前言	(1)
1 菜单制作	(1)
2 菜单封面	(5)
3 顺序—菜单编排的诀窍	(17)
4 菜单文字	(30)
5 菜单字体选择	(35)
6 菜单用纸的选择	(43)
7 让菜单更富有独创性	(46)
8 菜单制作中常见通病	(57)
9 菜单种类及其采用	(61)
10 给菜单增添特色	(67)
11 菜单的色彩运用	(72)
12 特色菜肴的安排	(82)

13	花色品种——菜单的调味品	(85)
14	于细小处充实菜单	(90)
15	外卖食品	(96)
16	欧洲大陆色彩的菜单	(99)
17	借鉴外国菜单	(105)
18	促销低热量食品	(111)
19	菜肴品名编排的重要性	(116)
20	法文菜名英文注释的菜单	(122)
21	将烈性酒列入菜单	(132)
22	葡萄酒单	(138)
23	早餐菜单	(156)
24	儿童菜单	(161)
25	住院病人菜单	(170)
26	三明治面包	(172)
27	客房送餐菜单	(178)
28	特殊场合菜单	(185)
29	中国式菜单	(189)
30	快餐馆菜单	(193)
31	色拉	(199)
32	海味菜肴销售市场调查	(203)
33	餐后甜点	(210)
34	冷饮制品——餐馆不竭的财源	(222)
35	酒单需适应顾客口味变化	(226)

1

菜单制作

制作一份菜单，首先需要找些有资格的行家帮助设计、撰稿和印刷。但是在此以前，你打算经营什么食品，标以什么价格，都应该做到心中有数。如果是从头开始制作一份新菜单，那就得开具一份清单。不论你采用哪一种经营风格，下列表格分类能帮助你清楚地列出拟经营的一切食品饮料。

类 别	品 名	价 格
餐前开胃类		
汤 类		
色拉菜类		
三明治面包类		
主 菜 类		
零添副菜类		
甜 点 类		

续 表

类 别	品 名	价 格
饮 料 类		
鸡尾酒类		
啤 酒 类		
葡萄酒类		
香槟酒类		
餐后饮料类		

清单完成后，接着需要开列的是特色类菜肴项目。这样做既能理顺自己的思路，又有助于设计师和印刷商的工作。所谓特色类，就是指你想借以体现经营特色的，你想侧重销售的食品饮料。用句通俗的话来说，就是菜单的精华部分。你的设计师和印制人只有领悟了你拟特色经营的项目后他们才能加以表现。典型的特色类有：

1. “双人”组合客饭 —— 客饭加饮料或甜点。
2. 欧洲大陆式客饭 —— 法式、德式、意大利式等。
3. 家庭式和餐 —— 几乎可以包括你可以供应的一切主菜，原则通常是一个家庭能吃多少就供应多少。
4. 周日或周末特色 —— 晚餐特肴，周末鱼鲜餐，周日自助餐。
5. 特色饮料 —— 时兴饮料，通常以伏特加或杜松子酒为基酒调合。

特色类项目将在另一章详尽讨论。这里提一下主要是提醒