

THE
MANAGEMENT
OF FOOD AND
BEVERAGE

旅游饭店餐饮管理

吕建中 郭振刚 金虎儿 编著

现代旅游饭店管理丛书

现代旅游饭店管理丛书
MODERN HOTEL MANAGEMENT SERIES

旅游饭店餐饮管理

THE MANAGEMENT OF FOOD AND BEVERAGE IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

吕建中 郭振刚 金虎儿 编著

浙江摄影出版社

(浙) 新登字 8 号

旅游饭店餐饮管理

吕建中 郭振刚 金虎儿 编著

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 16 字数 333 千字 印数 3501-6500

1991 年 7 月第 1 版 1992 年 2 月第 2 次印刷

ISBN7-80536-107-X / Z · 64

定 价: 8.00 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

本书作者姓名及所著章数
(姓名以所著章数先后为序)

吕建中 (第一、二、三、六、七、九、
十、十一、十二章)

郭振刚 (第四、五章)

金虎儿 (第八章)

封面设计: 王义钢

责任编辑: 金维东

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，合理地吸收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甚为发达的国家之一。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 Startler, 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的历史，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和经理。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

目 录

序

第一章 饭店餐饮管理概述	(1)
第一节 饭店餐饮服务的作用和地位.....	(2)
第二节 饭店餐饮服务的特点.....	(5)
第三节 饭店餐饮服务的业务组织.....	(14)
第四节 饭店餐饮部的管理职能.....	(25)
第二章 菜单设计	(37)
第一节 菜单的重要性.....	(37)
第二节 菜单设计的依据.....	(44)
第三节 菜单种类.....	(59)
第四节 菜单装帧与程式.....	(67)
第三章 餐饮设施设计布局	(76)
第一节 饭店公共服务设施概述.....	(76)

第二节	餐饮设施规划·····	(84)
第三节	餐饮设施面积·····	(90)
第四节	餐饮设施设计布局的基本原则·····	(97)
第五节	厨房布局和环境设计·····	(102)
第四章	食品的营养价值·····	(112)
第一节	食物的营养素·····	(113)
第二节	主要烹饪原料营养成分·····	(131)
第三节	膳食结构与正常饮食·····	(142)
第五章	餐饮卫生和安全·····	(155)
第一节	微生物基本知识·····	(155)
第二节	有毒植物食物中毒·····	(167)
第三节	有毒动物食物中毒·····	(171)
第四节	常见化学性食物中毒·····	(175)
第五节	食品污染引起人畜共患的 主要寄生虫病·····	(178)
第六节	预防措施·····	(182)
第六章	食品原料采购与验收管理·····	(196)
第一节	食品原料采购管理·····	(196)
第二节	原料进货验收管理·····	(215)
第七章	食品原料贮藏与发放管理·····	(222)
第一节	食品原料贮藏管理·····	(222)

第二节 食品原料发放管理.....	(235)
第八章 厨房业务管理.....	(240)
第一节 厨房组织机构.....	(240)
第二节 厨房设备与工具.....	(253)
第九章 餐厅服务与管理.....	(267)
第一节 饭店餐厅的类型.....	(268)
第二节 餐厅组织结构.....	(271)
第三节 餐厅服务形式.....	(277)
第十章 酒吧服务与管理.....	(309)
第一节 洋酒概述.....	(310)
第二节 酒吧服务.....	(350)
第三节 酒吧管理.....	(370)
第十一章 餐饮服务质量管理.....	(378)
第一节 餐饮产品概述.....	(378)
第二节 实物产品质量控制.....	(384)
第三节 餐饮环境质量要求.....	(392)
第四节 餐厅服务质量水平.....	(398)
第十二章 餐饮成本管理.....	(404)
第一节 菜单定价.....	(404)
第二节 食品成本控制.....	(432)

第一章 饭店餐饮管理概述

人类历史，实际上是一部酸、苦、辣、甜的生活史，而人类生活领域中最基本、最重要的活动莫过于餐饮。中国格言“民以食为天”，马克思语“一切劳动，首先，原来也是把食物的占有和生产作为目的”，无一不是对此基本常识的高度概括。

餐饮，作为人类赖以生存的首要物质基础和社会前进的重要条件，其发展水平不仅反映着一个地区或国家在开发和利用自然资源方面的能力，而且也标志着一个国家和民族的物质文明和精神文明程度。诸如吃什么？吃多少？怎样吃？这些与人类生活息息相关但又极其平常的餐饮问题，总是周而复始地出现在各个不同的历史进程中，而人类为了维持生存和社会发展又总是反复地加以解决，并不断赋予餐饮以新的内容和形式，以至造就了历史上一代又一代的名厨和名餐馆，创造了无数珍馐佳肴，出现了一批又一批的美食家和服务大师。

餐饮服务，自古有之。餐饮服务业是商业的重要组成部分。今天，如何科学地、有效地经营和管理旅游饭店的餐饮服务已成为一个引起我国饭店管理工作者和研究者广泛兴趣的课

题。这不仅因为餐饮服务是组成整个饭店产品必不可少的部分，饭店餐饮部是饭店的重要利润中心之一；也不仅仅因为餐饮服务的水平和特色在很大程度上反映了饭店企业的总体水平和特色，餐饮服务质量的优劣直接影响饭店的声誉乃至成败；而且还因为餐饮部通常是一家饭店职工最集中，业务环节最繁多，技术水平要求最高，牵涉到的学科知识最广泛的一个业务部门，因而其管理也最显复杂。

第一节 饭店餐饮服务的作用和地位

一、餐饮服务是饭店服务的必要组成部分

从最基本的观点出发，食、住、行是人们外出旅行或旅游的必要条件，其中住和食尤为重要。饭店、餐馆乃应旅游的产生而产生，随旅游的发展而发展，这不论在我国或世界其它地方都是如此。英国早期的不成文法就规定，旅馆必须承担为住店旅客提供住宿、餐饮和安全的义务；我国史书也有记载，当时国野之道多设有各种不同的馆舍，为往来旅人提供住宿和饮食服务。可见，饭店存在的前提乃是旅游者的住宿和餐饮需求。有人曾说，不提供餐饮服务的饭店算不上真正的旅游饭店。此话不免失之偏颇。但至少可以这样认为，餐饮服务是饭店服务的必要组成部分，餐饮部是饭店中必不可少的业务部门，只不过由于饭店的类型、规模、等级、地理位置不同，各

自餐饮服务的经营规模和特点也有所不同罢了。

二、餐饮服务是重要旅游资源之一

众所周知，饭店产品由有形的实物产品和无形的劳务服务组成，是两者有机结合的一个整体，而饭店提供的餐饮服务则最典型地体现了饭店产品的这一特性。餐饮服务是餐饮实物、烹饪技艺和服务技巧完美结合的饭店产品，它不仅能满足宾客的生理性直接需求，还能满足宾客的许多如心理、感官方面的间接需求。因此，有专家认为，餐饮不仅是饭店产品，而且是旅游产品的重要组成部分。换言之，餐饮不单是旅游得以进行的手段，而且是旅游的目的之一，具有既属于旅游设施类，又属于旅游资源类的双重性质。此种分析和见解无疑是正确的，有指导意义的。尽管目前千里迢迢来我国只是为了领略中国烹饪的游客为数还不多，但美食旅游、减肥旅游、食疗旅游在各地正逐渐成为一种时尚这一事实足可证明，旅游饭店应该不失时机地恢复、开发名菜名点和设计特种餐饮，以丰富饭店餐饮内容，吸引更多的宾客。

三、餐饮服务水平是饭店服务水平的客观标志

餐饮服务的水平客观地反映了饭店的服务水平，餐饮服务质量直接影响饭店的声誉和竞争力，这是毋庸置疑的。餐饮服务水平由多种因素决定，但无一例外地牵涉到餐饮部的各个业务环节。从宾客的角度来分析，餐饮服务水平主要由厨房烹调

和餐厅服务水平两大因素决定。厨房烹调技术影响着餐饮服务实物产品部分的水平，餐厅服务水平则影响着宾客购买、接受该实物产品时的精神和心理状态。餐厅服务水平除了指服务员的态度和技术，还包括餐厅的装饰布置、风格情调、音响、色彩、餐饮器具等等的质量或水平，而这一切却又都决定于饭店的经营管理水平。世界各地因餐饮服务出色而声誉鹊起，并经久不衰的饭店为数甚众，如美国纽约华尔道夫饭店的屋顶星光餐厅、世纪广场饭店的餐厅、芝加哥大使旅馆的舞鞋餐厅，都以精美的餐饮和独特的服务风格，使这些饭店闻名于世；而法国的里茨饭店公司，美国的马里奥特饭店公司则是饭店业界久享盛誉的以注重餐饮服务著称的公司。我国旅游饭店业起步较晚，但发展很快，虽然目前饭店开设的餐厅已跻身于各地名餐馆之列的为数尚少，但旅游饭店较之社会餐馆，具有实力雄厚、人才济济、设备先进、信息灵通的优势，因而，在不久的将来，旅游饭店的餐厅必定能与各地名餐馆并驾齐驱，而且后来居上。

四、餐饮服务是饭店营业收入的主要来源之一

饭店餐饮部是饭店重要赢利部门之一。在欧美国家，饭店餐饮收入一般占饭店总收入的 35% 左右（食品占 25%、饮料占 10%），仅次于客房收入。我国饭店中餐饮收入一般也可占饭店总收入的三分之一，与客房收入、商场收入一起，被称为旅游饭店的三大支柱。但倘若今后我国旅游饭店接待散客（与团体宾客相对）的比例继续上升，餐饮收入的比例则可能会有

所下降。因为散客对大多数饭店的餐饮部来说，是非控制型宾客，他们可以自由地选择其它餐饮场所，饭店无法强制他们非得在饭店餐厅就餐不可。如果这是一种趋势，那就要求饭店把餐饮服务办得更具特色和魅力，具有与地方餐馆争夺宾客的能力。

第二节 饭店餐饮服务的特点

饭店餐饮服务充分具备饭店产品的各种特点。从根本意义上说，讨论餐饮服务的特点实际上就是讨论饭店产品或服务的特点。

一、餐厅销售的主要是服务而不是实物

只要对服务性企业的销售内容或消费者的购买内容稍加分析就不难发现：任何商品的销售或购买都伴随着服务的销售或购买；而任何服务的销售或购买也必定伴随商品的销售或购买。据此，服务性企业以其销售活动而言便分成二种类型。一类是借助服务以销售商品为主的企业，一如各类零售商店。这类企业提供的零售服务被称作“助销服务”，意即它起着帮助销售产品的作用。另一类企业是凭借实物产品以销售服务为目的的企业，如饭店、餐馆、理发厅、各种修理商店等。在这类企业中，实物产品被视为“助销产品”，因为它起着促进销售某种服务、技术或技艺的作用。