

# 餐饮企业必读

— CANYIN QIYE BIDU —

董全 陈宗道 主编



餐饮业是从事在一定场所对食物进行现场烹饪、调制出售给顾客，主要供现场消费的服务活动的行业。在现代社会里它属于第三产业，具有生产加工、饮食品零售和劳动服务的综合属性。餐饮业是我国社会经济和人民生活具有较强影响力的重要行业，对经济增长，社会就业产生了积极、显著的影响，在国民经济中的地位和作用日益突出。



化学工业出版社

# 餐饮企业必读

— CANYIN QIYE BIDU —

董全 陈宗道 主编



化学工业出版社

· 北京 ·

餐饮业是从事在一定场所,对食物进行现场烹饪、调制出售给顾客,主要供现场消费的服务活动的行业。本书分别介绍了餐饮概述、餐饮企业的行政管理、餐饮业从业人员的管理和素质要求、餐饮生产管理、餐饮食品的安全管理、厨房设备和用品的管理、酒和饮料的管理、餐饮服务基本技能、中餐服务、西餐服务、快餐店服务、酒吧、茶室和咖啡屋服务。本书既具有一定的理论性,又具有较强的实践性。

全书简明扼要、重点突出,可供餐饮企业管理人员和普通工作人员阅读,也可作为有关餐饮企业管理人员的培训教材和餐饮业爱好者的自学用书。

#### 图书在版编目(CIP)数据

餐饮业必读/董全,陈宗道主编. —北京:化学工业出版社, 2009. 8  
ISBN 978-7-122-06006-8

I. 餐… II. ①董…②陈… III. 饮食业-企业管理  
IV. F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第108665号

---

责任编辑:侯玉周  
责任校对:郑捷

文字编辑:朱恺  
装帧设计:张闻

---

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印装:化学工业出版社印刷厂

720mm×1000mm 1/16 印张15 1/4 字数287千字 2009年9月北京第1版第1次印刷

---

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

---

定 价: 38.00 元

版权所有 违者必究



## 前言

餐饮业是从事在一定场所,对食物进行现场烹饪、调制出售给顾客,主要供现场消费的服务活动的行业。在现代社会里它属于第三产业,具有生产加工、饮食品零售和劳动服务的综合属性。餐饮业是我国社会经济和人民生活具有较强影响力的重要行业,对经济增长、社会就业产生了积极、显著的影响,在国民经济中的地位和作用日益突出。2008年我国餐饮业零售额达到15404亿元,占社会消费品零售总额的14.2%。《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》指出,要鼓励发展餐饮等商贸服务,积极发展连锁经营、特许经营、物流配送等现代组织形式。

餐饮服务的质量主要由环境质量、设施质量、产品质量和服务水平等构成。餐饮企业的业主、管理人员和服务人员的综合素质以及餐饮环境和餐饮营销策略诸因素决定了企业的经济效益和社会效益。本书系统全面地讲解餐饮企业的组织机构、安全卫生、机械设备、经营管理、财务核算和政策法规,旨在规范企业的经营行为,改善服务质量,促进全社会饮食服务业的技术进步和管理进步。餐饮服务质量的核心是餐饮食品的安全质量,因此,本书对餐饮食品安全给予特别的关注。本书还分门别类地介绍中餐、西餐、快餐等的特点和服务注意事项。本书完稿在奥运会之后,编者尽可能将奥运餐饮的成功经验总结其中。

全书共分十二章。参加本书编写的人员及分工:第一章由西南大学陈宗道编写,第二、三章由西南大学明建、陈嘉编写,第四章由重庆工商大学周文斌编写,第五章由西南大学董全编写,第六章由西南大学陈厚荣编写,第七章由董全编写,第八章由西南大学杨吉霞编写,第九章由扬州大学葛莉编写,第十、十一章由西南大学刘雄编写,第十二章由西南大学郑海鹏编写。全书由董全和陈宗道负责统稿。

餐饮业涉及食品科学、安全卫生、机械设备和经营管理,改革开放以来新的内容不断充实,由于编者水平有限,书中难免有不妥之处,敬请读者批评指正。

编者

2009年4月于西南大学



# 目录

## 第一章 绪论 /1

### 第一节 餐饮业概况 /1

- 一、餐饮业、餐厅和餐饮产品的概念 /1
- 二、餐饮业的地位与作用 /2
- 三、餐厅的种类 /8
- 四、餐厅的等级标准 /11
- 五、餐饮的连锁经营 /12

### 第二节 餐饮服务质量管理 /14

- 一、餐饮服务质量概述 /14
- 二、餐饮服务评价 /18
- 三、消费者满意度调查表 /19

### 第三节 相关的政策和法规 /20

- 一、政策导向 /20
- 二、法律 /21
- 三、餐饮业相关的法规标准 /23
- 四、北京市相关的标准化指导性技术文件 /27

### 参考文献 /29

## 第二章 餐饮企业的行政管理 /30

### 第一节 餐饮企业管理概述 /30

- 一、餐饮企业管理的特点与任务 /30
- 二、电脑管理系统 /31
- 三、餐饮创新 /32

### 第二节 餐饮企业组织机构 /33

- 一、餐饮企业的组织结构 /33
- 二、各岗位职责 /35

### 第三节 餐饮企业财务管理 /38

	一、财务管理	/ 38
	二、经济核算	/ 38
	三、餐饮业的 market 分析与定位	/ 40
<b>第四节</b>	<b>餐饮企业销售管理</b>	<b>/ 40</b>
	一、确定营业时间	/ 40
	二、确定销售价格	/ 41
	三、销售环节的管理	/ 42
	四、促销	/ 43
	<b>参考文献</b>	<b>/ 44</b>
<b>第三章</b>	<b>餐饮业从业人员的管理和素质要求</b>	<b>/ 46</b>
<b>第一节</b>	<b>餐饮企业员工的管理</b>	<b>/ 46</b>
	一、员工的合理安排	/ 46
	二、员工的招聘与培训	/ 47
	三、卫生知识培训	/ 48
	四、员工的日常管理	/ 48
	五、劳动合同	/ 48
	六、提成工资制	/ 49
	七、员工的考评与激励制度	/ 49
<b>第二节</b>	<b>餐饮从业人员卫生的管理</b>	<b>/ 51</b>
	一、餐饮从业人员的个人卫生要求	/ 51
	二、餐饮企业从业人员的卫生管理	/ 51
<b>第三节</b>	<b>餐饮从业人员的素质</b>	<b>/ 53</b>
	一、餐饮从业人员素质的基本要求	/ 53
	二、服务意识	/ 54
	三、服务礼仪规范	/ 54
	四、礼节	/ 58
	五、应对顾客不合理要求	/ 63
	六、对待性骚扰	/ 63
	<b>参考文献</b>	<b>/ 63</b>
<b>第四章</b>	<b>餐饮生产管理</b>	<b>/ 64</b>
<b>第一节</b>	<b>原料的采购管理</b>	<b>/ 65</b>
	一、原料采购管理	/ 65

	二、原料采购索证管理 / 68
<b>第二节</b>	<b>原料的贮藏管理 / 69</b>
	一、贮藏的基本要求 / 69
	二、贮藏流程管理要点 / 70
<b>第三节</b>	<b>厨房生产管理 / 71</b>
	一、厨房生产的管理 / 71
	二、餐饮业设施设备卫生管理 / 75
	三、餐厅卫生管理 / 76
	四、菜肴烹饪中的卫生管理 / 77
	五、餐饮业专用功能间卫生管理 / 77
	六、餐具的卫生管理 / 78
	七、卫生检查 / 80
	<b>参考文献 / 81</b>

## **第五章 餐饮食品的安全管理 / 83**

<b>第一节</b>	<b>食品安全基本知识 / 83</b>
	一、食品安全的概念 / 83
	二、食品安全问题的原因 / 84
	三、引起食品不安全的因素 / 85
<b>第二节</b>	<b>我国餐饮食品的安全管理 / 92</b>
	一、我国食品安全管理体系 / 92
	二、我国食品安全的保证体系 / 93
	三、餐饮食品的安全卫生管理 / 95
<b>第三节</b>	<b>国际国内餐饮食品的安全案例 / 96</b>
	一、疯牛病事件 / 96
	二、美国沙门菌病 / 97
	三、李斯特菌中毒 / 97
	四、肯德基“苏丹红”事件 / 98
	五、甲肝 / 98
	六、福寿螺事件 / 99
	七、四季豆中毒 / 99
	<b>参考文献 / 100</b>

## **第六章 厨房设备和用品的管理 / 101**

<b>第一节</b>	<b>厨房常用设备 / 101</b>
------------	---------------------

一、清洗设备	/101
二、切割分离设备	/102
三、蒸煮、加热及烘烤设备	/104
四、冷加工设备	/109
五、榨汁设备	/112
六、磨浆设备	/113
第二节 厨房设备的管理	/114
一、建立规章制度	/114
二、建立设备技术档案	/115
三、设备的安全管理	/117
第三节 厨房餐饮用品的管理	/118
一、制定规范的管理规章制度和标准	/118
二、各种餐具的保管与使用方法	/121
参考文献	/121

## 第七章 酒和饮料的管理 /123

第一节 酒的特性与分类、鸡尾酒的调制	/123
一、酒的特性	/123
二、酒的分类	/123
三、鸡尾酒的调制	/125
第二节 饮料的特性和分类	/129
一、饮料的特性	/129
二、饮料的分类	/130
第三节 茶叶的特性和分类	/130
一、茶叶的特性	/131
二、茶叶的分类	/132
第四节 咖啡的特性与分类	/135
一、咖啡的特性	/136
二、咖啡的种类	/137
三、几种比较优质的咖啡	/139
第五节 现榨果蔬汁	/140
一、现榨果蔬汁的概念与分类	/140
二、现榨果蔬汁的调配操作	/141
参考文献	/142



## **第八章 餐饮服务基本技能 /143**

### **第一节 预定、准备和服务流程 /143**

- 一、预订 /143
- 二、餐前准备 /144
- 三、服务流程 /146

### **第二节 餐厅中的服务 /147**

- 一、餐前服务 /147
- 二、就餐服务 /149
- 三、餐后服务 /150

### **第三节 菜单设计与实施 /150**

- 一、菜单的作用 /151
- 二、菜单的种类 /152
- 三、菜单的内容 /153
- 四、菜单设计的原则 /154
- 五、中餐菜单设计 /156
- 六、西餐菜单的设计 /159
- 七、宴会菜单设计 /161
- 八、快餐菜单设计 /163

### **第四节 托盘、餐巾折花与摆台 /163**

- 一、托盘 /163
- 二、餐巾折花 /166
- 三、摆台 /167

### **第五节 斟酒、上菜、分菜和撤换餐具 /171**

- 一、斟酒 /171
- 二、上菜 /173
- 三、分菜 /175
- 四、撤换餐具 /177

### **参考文献 /179**

## **第九章 中餐服务 /180**

### **第一节 中餐店面的布置 /180**

- 一、中餐店面布置主题 /180
- 二、中餐店面布置的方法 /181

### **第二节 中餐服务技能 /184**

一、中餐的基本派系	/185
二、中餐的烹调方法	/186
三、中餐服务方式	/188
<b>第三节 中餐厅服务</b>	<b>/190</b>
一、中餐零餐服务	/190
二、团体餐服务	/192
<b>参考文献</b>	<b>/194</b>

## **第十章 西餐服务 /196**

<b>第一节 西餐概述</b>	<b>/196</b>
一、西餐的含义	/196
二、西餐的特点	/196
<b>第二节 西餐店面的选址与设计</b>	<b>/198</b>
一、西餐店面选址	/198
二、西餐店面设计	/199
<b>第三节 西餐服务</b>	<b>/201</b>
一、西餐摆台	/201
二、迎接与引导客人	/203
三、订菜服务	/203
四、上菜和撤盘服务	/203
五、酒水服务	/205
六、结账服务	/208
七、送客服务	/208
<b>参考文献</b>	<b>/208</b>

## **第十一章 快餐店服务 /209**

<b>第一节 快餐概述</b>	<b>/209</b>
一、快餐的含义	/209
二、快餐店的类型	/209
<b>第二节 快餐店面设计与布局</b>	<b>/210</b>
一、快餐店面选址	/210
二、快餐门面设计	/212
三、店内布局	/213
四、快餐店装饰	/216

<b>第三节</b>	<b>快餐销售服务</b>	/ 219
	一、快餐销售服务方式	/ 219
	二、快餐店服务礼仪	/ 220
	三、环境清洁与卫生	/ 221
	四、服务质量的控制	/ 221
<b>第四节</b>	<b>快餐连锁经营</b>	/ 222
	一、快餐连锁经营的模式	/ 222
	二、快餐企业连锁经营的运作	/ 224
	三、快餐连锁经营中的物流	/ 225
	<b>参考文献</b>	/ 227

## **第十二章 酒吧、茶室和咖啡厅服务 / 228**

<b>第一节</b>	<b>酒吧与酒吧服务</b>	/ 228
	一、酒吧的设计	/ 228
	二、酒吧服务	/ 231
<b>第二节</b>	<b>茶馆与茶馆服务</b>	/ 233
	一、茶馆设计	/ 233
	二、茶馆服务	/ 236
	三、广东人喝早茶	/ 238
<b>第三节</b>	<b>咖啡厅设计及服务</b>	/ 238
	一、咖啡厅设计	/ 238
	二、咖啡厅服务	/ 240
	<b>参考文献</b>	/ 242

# 第一章 绪论

## 第一节 餐饮业概况

### 一、餐饮业、餐厅和餐饮产品的概念

#### (一) 餐饮业的概念

从经济层面而言,我国《国民经济行业分类注释》中对餐饮业作如下解释:餐饮业是从事在一定场所,对食物进行现场烹饪、调制出售给顾客,主要供现场消费的服务活动的行业。餐饮业不同于商业,不同于工业,也不同于纯服务业。在现代社会里它属于第三产业,具有生产加工、饮食品零售和劳动服务的综合属性。

由此可见,餐饮业有三个基本要素:①必须要有餐食或饮料提供;②有足够令人放松精神的环境或气氛;③有固定场所,能满足顾客差异化的需求与期望,并使经营者实现特定的经营目标与利润。

如今餐饮业主要包括以下三大类。

① 宾馆、酒店、度假村等(即英语里所称的 hotel、motel、guesthouse)场所内部的餐饮部系统,包括各种风味的中西式餐厅、酒吧、咖啡厅和泳池茶座。

② 各类独立经营的餐饮服务机构,包括社会餐厅、餐馆、酒楼、餐饮店(即英语中所称的 restaurant)、快餐店、小吃店、茶馆、酒吧和咖啡屋。

③ 企事业单位的餐厅及一些社会保障与服务部门的餐饮服务机构,包括企事业单位食堂、餐厅,学校、幼儿园的餐厅,监狱的餐厅,医院的餐厅,军营的餐饮服务机构。

其实“有固定场所,能满足顾客差异化的需求与期望”并非是餐饮业的必备条件。被北京奥组委选择来负责奥运会餐饮服务的美国公司“爱玛客”就是一个“没有固定场所”的“食物帝国”。

从文化层面而言,餐饮业是各民族饮食文化的物质体现。饮食文化是各民族所处的自然条件、经济发展、风俗习惯综合作用的结果。世界上众多民族都为本民族的饮食赞不绝口。孙中山先生曾说过:“我国近代文明进化,事事皆落人后,惟饮食一道进步,至今尚为文明各国所不及。中国所发明之食物,固大盛于欧美;而中国烹调法之精良,又非欧美所可并驾。而中国饮食习尚暗合科学卫生,尤为各国一般人所望尘莫及也。”(孙中山:《建国方略》)

## (二) 餐厅的概念

餐厅是通过提供菜品、酒水和服务来满足客人饮食及精神和心理需要的经营性场所。英文中的“restaurant”一词,据《法国百科大辞典》的解释,意为使人恢复精神与气力的意思。也就是说,可以帮助人们恢复精神与精力的方法,大抵与进食和休息有关,于是在西方开始有人以“restaurant”为名称,在特定场所为人们提供餐食、点心、饮料,使客人得到充分的休息以恢复精神和体力。餐厅包括餐馆、饭店、酒楼、酒家、菜馆、食街、快餐店、小吃店、餐饮娱乐公司等。

## (三) 餐饮产品的概念

餐饮产品是由菜品、酒水、环境、服务及饮食文化等构成的综合性产品。

菜品和酒水是餐饮产品的物质基础,环境和服务是餐饮产品的重要组成部分,饮食文化是餐饮产品的灵魂。菜品、酒水、设备设施和饭店建筑属于餐饮企业的有形产品。环境、气氛、服务、企业形象、企业品牌和饮食文化等属于餐饮企业的无形产品。饭店餐饮产品是有形产品和无形产品的结合。特别应该强调指出,餐饮产品所具有的强烈而显明的文化特点,是区别于其他企业产品的最本质的特征。

## 二、餐饮业的地位与作用

餐饮是人类赖以生存和发展的基础。中国饮食文化源远流长,历史悠久,餐饮业作为专门制作与销售餐饮食品的行业出现在市场上,至今已有两千年以上的历史。作为关系国计民生的重要行业,餐饮业与许多其他产业息息相关,如农产品生产与加工、远洋捕捞、物流(水陆空)运输、进出口、海关、安全卫生、旅游、环境保护、建筑装饰、文化、信息等。

餐饮业作为流通领域与人民群众生活紧密相关,关系广大人民群众根本利益的一个基础性、渗透性强的产业,在市场经济条件下,发挥着扩大内需,拉动市场消费;创造消费,引导消费,提高人民生活质量;增加就业机会,广泛吸纳劳动力;建立新兴产业链条,促进相关产业互动;继承和弘扬中华民族饮食文化的

重要作用。

随着改革开放带来的国民经济的迅速腾飞和人均收入的稳步增长,我国的餐饮业也迎来了一个高速发展时期。国内统计显示,我国的餐饮业连续16年实现两位数高速增长,与改革开放初期的1978年相比增长了188倍。改革开放之初的1978年,全国餐饮产业零售额仅有54.8亿元,占社会消费品零售总额的3.52%。1998年,餐饮产业的零售额达到2816.4亿元,比1978年增长了50倍。2006年,我国餐饮产业零售额突破1万亿元大关,达到10345.5亿元。2007年,我国餐饮业发展迈上新台阶,全年零售额达到12352亿元,同比增长19.4%,占社会消费品零售总额的13.8%,拉动社会消费品零售总额增长2.6个百分点,对社会消费品零售总额的增长贡献率为15.6%。预计2010年全国餐饮产业零售额将达到2万亿元,人均年消费1500元。餐饮业已经成为我国社会经济和日常生活中具有较强影响力的重要行业,对经济增长、社会就业产生了积极、显著的影响,在国民经济中的地位 and 作用日益突出。

### (一) 餐饮的特点

#### 1. 餐饮消费的多功能性

餐饮消费是满足人们生存、发展的基本需要,餐饮产品和餐饮消费具有不可替代性。由于消费群体、消费目的、消费性质多样,餐饮消费具有层次多样的特点。世界各国受地理环境、自然条件、物产、民族习俗和传统文化的影响,形成了各具特色的菜系和风格,不同地域的消费者餐饮需求差异明显、特色显著。存在的就是合理的,没有必要去争论孰优孰劣。同时,餐饮是一种以消费者个体自身需要满足为目的的个体活动,也是一种公共性的、集体性的活动,人们有进行思想的、文化的、情感的,以及经济和政治的交流需要,餐饮产业扮演了一种社会交往媒介的角色。因而,消费的多功能性催生了不同市场定位的业态,高档酒楼、小吃店、快餐店、休闲餐厅满足了不同消费者的消费需求。

#### 2. 劳动力密集、行业规模扩大

餐饮企业需要大量的厨师、服务人员、管理人员和其他岗位的工作人员从事餐饮生产、服务、销售和管理的工作。尽管一些现代化、自动化的餐饮生产设备和设施投入到了餐饮生产和服务的工作中,但受餐饮生产复杂性、个别性和特殊性的影响,机器设备尚不能完全取代员工的手工劳动。以2007年为例,我国餐饮网点超过400万个,从业人员2000多万人,成为安置各类人员包括弱势群体就业的重要领域。我国每年新增劳动力800万人,农村富余劳动力1.4亿人,就业压力很大。餐饮业尤其是大众化餐饮属于劳动密集型行业,长期以来餐饮业

在扩大就业，特别是弱势群体就业方面，一直发挥着重要作用。

### 3. 较难掌握生产规模 营业有明显的高峰时段

第一、二产业的实物产品的生产、流通、分配和消费在时间和空间上往往并不一致，一般性的商品通过流通领域销售给终端消费者。而餐饮业兼容了生产与销售，直接面向终端消费者，不存在中间的流通环节。餐饮业必须根据消费者的需求组织生产，而产品的种类和数量在顾客购买前并不预知，因此在经营管理上很难做到原料购进、加工制作、销售交易、消费的一致性，因而很难预估销售量以控制生产。近年来部分大型连锁店有中央厨房，食物可先在中央厨房做好，再运到卖场，使生产与销售实现部分分离，仍然很难控制生产规模。

餐饮业每日营业有明显的高峰时段，在一天之内，一般来讲，营业时间通常是三段区分：早餐在上午7~9时之间，午餐在中午11~14时之间，晚餐在下午17~21时之间。而如今消费市场变化多端，全天除三次正餐时段外，尚有早茶、下午茶、消夜、夜点心等消费时段。在全年经营中，有明显的冷、热、淡、旺季的情形，例如火锅业、冷饮业受气候影响十分明显，在旺季卖场面积可高达数百平方米以上，但在淡季却不到一百平方米。因此，经营者多以延长营业时间、调配人手、雇用兼职人员，来解决旺季的大量餐饮作业；在淡季，则减少人工的雇用或关闭某部分卖场来减少其费用的支出。营业时段对顾客来说是一种信约，不能失信。因此，在经营上需要有特殊的安排，通过调整员工的作息时间、把握食物烹调与服务的速度等来配合营业时段，尽量满足顾客需求。

### 4. 餐饮服务有较高的要求

餐饮产业是将有形产品和无形服务相结合的产业。餐饮产业不仅包括物质产品的生产，还包括非实物形态提供的各类服务。餐饮企业不仅提供消费者有形的菜肴等实物产品，同时还提供了就餐环境，以及附加在产品中的饮食文化等无形产品。消费者到餐厅就餐，不光是为了填饱肚子，他们不仅对有形的实物产品（菜肴）的质量和价格有明确的要求，还希望能够得到精神上的享受，得到礼貌、热情、周到、耐心、细致和有个性化的服务。这对餐饮企业的工作提出了较高的标准和要求。

### 5. 餐饮业的异质性和同质性

从整个餐饮市场来看，餐饮产业内部的差别较大，体现了餐饮产品的异质性，没有两种完全相同的餐饮产品。从燕鲍翅、家常菜到点心、小吃，其制作工艺、市场定位都有明显的差异。从业态观察，餐饮产业有正餐、西餐、快餐、自助餐、火锅、休闲餐饮多种形式，每一种业态的市场定位、服务方式和经营策略都不尽相同。但从同一业态来看，产品同质化却相当严重。由于技术壁垒不高，

企业一旦推出一个新品种,很快就被复制到各处,因而同一业态的同质竞争相当激烈。产品雷同而缺乏特色是中国餐饮产业存在的一个通病。这种同质与异质的纵横交错使得餐饮市场更是纷繁复杂。

#### 6. 餐饮经营日趋多样

餐饮经营形式日趋多样化,随着经济和市场的发展变化,特色餐饮、快餐等各类餐饮形式如雨后春笋般迅速发展起来,餐饮的竞争也由过去的单一竞争向全方位、多角度竞争转变。中高档的酒楼、餐厅不断增加;特色风味餐馆逐步增多;现代经营方式和先进营销管理观念的转变。麦当劳、肯德基、上岛咖啡等为代表的快餐和休闲餐饮,以其独具特色的产品和连锁经营等营销手段抢占市场,使餐饮市场更加丰富多彩,并取得了很好的业绩。

#### 7. 餐饮业必须深化改革,走向规范

我国餐饮行业是一个完全竞争的行业,市场空间巨大,行业壁垒低。随着国民经济稳定增长,城镇居民可支配收入增加;旅游、会展等相关行业的发展也将进一步带动我国餐饮业的发展。但是我国餐饮业竞争激烈,行业秩序和规范正在形成过程中,相应人才缺乏,与食品、餐饮卫生等相关的标准和法律法规还不完善,企业经营主体的安全意识和品牌意识不足,餐饮业缺乏全国性的品牌;行业市场秩序还主要靠企业自律;外资餐饮继续在快餐业领航。

### (二) 餐饮业的发展趋势

改革开放开启了我国餐饮业蓬勃发展的黄金时期,整个行业经历了从小草到参天大树的逐步发展壮大。餐饮业在国民经济中的比重,从无足轻重的位置飞速增长到年营业收入上万亿元,已成为我国经济发展不可忽视的重要力量。中国之大,每天有一千个新的餐饮企业开张了,又有一千个经营不下去的餐饮企业倒闭了。只有洞察餐饮业的发展趋势并顺势而为,才能立于不败之地。我国餐饮业有以下发展趋势。

#### 1. 餐饮业将持续快速发展

餐饮业每年以高于10%的速度发展,既归因于政策因素,也归因于市场因素,但市场因素是根本性的。从政策角度来说,政府制定了专门的政策和规划,促进第三产业、服务业和餐饮业的发展。从市场角度来说,餐饮业是足够开放的,是市场化程度最高的行业之一,餐饮业的发展步伐与我国市场化的进程是一致的。随着人民生活水平的提高,家庭厨房社会化和外出就餐经常化的消费观念的转变,在中国餐饮业市场继续看好是不存疑义的。大众化餐饮市场中家庭私人的消费比重中已占到80%。节假日市场和旅游市场对餐饮业的拉动作用将更加



明显。节假日市场不断扩大,节假日市场的经营额较平日普遍增长 20%以上。

## 2. 中外餐饮业相互学习

中西方餐饮业都有着悠久的发展历史,受到本国和本地区群众的喜爱,也能被一部分异国和异地区人群接受。他们都有各自的固有优势。西方餐饮业在资金管理和制度上占有优势,中国餐饮业在市场和文化的占有优势,两者完全应该互相虚心学习,互相促进。

改革开放以来,中国的餐饮业虚心、努力地向西方餐饮业学习,首先是学习他们的经营管理的成功经验。汉堡包一直是西方人传统的日常食品,汉堡包加工很简单。两片面包,一片牛肉饼,1/8 盎司芝士酱,1/3 盎司番茄酱。为了精确起见,就用一个枪,挤一下 1/8 盎司,挤一下 1/3 盎司。然后加三片酸黄瓜、三片鲜黄瓜、二十粒洋葱碎片,用包装纸一包,万事大吉,天下一味。这让中国人感到很不服气,认为太简单了,缺乏技艺和文化,简直没法和中餐的复杂性和艺术性相比拟。但麦当劳公司拥有 1 万多家分店,分布在世界 60 多个国家和地区,年营业额高达 140 亿美元。所以又不得不服气,于是开始认真学习麦当劳和肯德基的成功经验,如稳定的质量和规模(严格的流程,量化的操作,快速、新鲜、洁净、营养的食品,一贯的质量和口味,统一的价格);规范的服务(有限的品种,良好的态度,规范的服务行为);先进的营销方式(特许经营,明确的企业理念,统一的企业外观设计、亲和的产品形象、令人愉快的用餐环境)等。通过学习,中国的餐饮业收获甚丰,已经有了很大的改观。

在中国落户的西方餐饮业也在向中国五千年的饮食传统学习。他们发现中国的消费者更喜欢新鲜的菜肴,鱼必须是现杀的,而不太喜欢从冰箱里拿出来的材料,对绿色蔬菜特别关注;中国的消费者喜欢有家庭气氛的热闹宴请,讲究烹饪技艺,追求文化氛围和体现社会地位的排场。对于菜品的喜好,中国人也有别于西方人。因此西方餐饮业也采取了菜单本地化的措施,如汉堡王新增了鸡肉菜品,在一些菜品中添加了辣椒。肯德基在迎合中国人口味上做得最多,供应南瓜粥、老北京鸡肉卷以及早餐菜谱上的油条。坦白地说,西方餐饮业的学习热情和成效都远不如他们的中国同行,但是有朝一日西方餐饮业会放下架子的。

## 3. 连锁经营将健康发展

餐饮连锁经营是企业提高效率、降低成本的经营方式,能够帮助企业突破发展中的管理瓶颈。连锁经营具有成本优势、价格优势、服务优势、品牌优势,有着极强的竞争能力。麦当劳、肯德基的成功经验,使国内餐饮业看到了连锁经营的种种好处,纷纷将连锁作为主攻方向。经过几十年的发展,已成为餐饮业普遍应用的经营方式和组织形式,显示出强大的生命力和发展潜力。以快餐连锁为代