

全国高等职业教育旅游大类专业规划教材

餐饮服务与管理 项目教程

Food and Beverage Management

郑全军 主 编
王和民 周 庆 副主编
肖友荣 主 审



工作过程系统化



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

全国高等职业教育旅游大类专业规划教材

餐饮服务与管理 项目教程

Food and Beverage Management

郑全军 主 编
王和民 周 庆 副主编
肖友荣 主 审



工作过程系统化



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

本书秉承“工学结合”、“工作过程导向”、“任务引领”的教育理念,在组织结构上突出实践教学特征,提供了实训教学内容,分为基础篇和实训篇两大学习模块。以工作过程和学习情境为主线,将“餐饮服务与管理”课程中的知识内容转化为八大学习情境共15个基本技能项目和11个实训项目,由以往注重学生理论知识积累转向重视学生能力的培养,改变了理论知识和实践内容比例失衡的情况,要求学生了解服务流程、掌握服务技能,重点塑造学生职业综合素养。

本书适合作为高等院校、高等专科学校和各类职业院校旅游管理专业课程的教材,也可作为行业企业培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

餐饮服务与管理项目教程 / 郑全军主编. —北京:
中国铁道出版社, 2012. 6
全国高等职业教育旅游大类专业规划教材
ISBN 978-7-113-14828-7

I. ①餐… II. ①郑… III. ①饮食业—商业服务—高等职业教育—教材②饮食业—商业管理—高等职业教育—教材 IV. ①F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第120268号

书 名: 餐饮服务与管理项目教程
作 者: 郑全军 主编

策 划: 赵 鑫 读者热线: 400-668-0820
责任编辑: 赵 鑫 冯彩茹
封面设计: 刘 颖
责任印制: 李 佳

出版发行: 中国铁道出版社(100054, 北京市西城区右安门西街8号)

网 址: <http://www.51eds.com>

印 刷: 北京市昌平开拓印刷厂

版 次: 2012年6月第1版 2012年6月第1次印刷

开 本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 10 字数: 237千

印 数: 1~3 000册

书 号: ISBN 978-7-113-14828-7

定 价: 26.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书,如有印制质量问题,请与本社教材图书营销部联系调换。电话:(010) 63550836

打击盗版举报电话:(010) 63549504

教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》指出：“课程建设与改革是提高教学质量的核心，也是教学改革的重点和难点。高等职业院校要积极与行业企业合作开发课程，根据技术领域和职业岗位（群）的任职要求，参照相关的职业资格标准，改革课程体系和教学内容。”由此可见，根据行业、企业发展的需要和职业岗位实际工作任务的要求，提炼学习情境，实现项目化教学是高等职业教育改革的方向。秉承这样的教学改革理念，我们组织新编了《餐饮服务与管理项目教程》供大家学习、教学和实践使用。

本书分为基础篇和实训篇两大部分。基础篇包括5个学习情境，分别是：餐饮认知（包括餐饮业认知、餐饮组织机构和岗位职责及从业人员素养认知两个项目）、餐前服务（包括预订服务、迎宾准备服务和迎宾服务3个项目）、餐中服务（包括菜肴服务、酒水服务和清洁服务3个项目）、餐后服务（包括结账收银服务、送客服务和翻台服务3个项目）、餐饮管理学习情境（包括餐饮材料管理、餐饮生产管理、菜单设计与定价和餐饮服务质量监控4个项目）。实训篇包括3个学习情境，分别是：中餐服务学习情境（包括中餐早餐服务、中餐正餐服务、中餐自助餐服务和中餐宴会服务四项实训内容）、西餐服务（包括西餐酒会服务、西餐正餐服务和西餐宴会服务三项实训内容）、餐饮管理（包括餐饮材料管理、餐饮生产管理、菜单设计与制作和餐饮服务质量监控四项实训内容）。

本书在设计理念、组织结构和学习内容上都有一定的创新，主要表现在以下3个方面：

（1）本书秉承“工学结合”、“工作过程导向”、“任务引领”的教育理念，首先从行业企业调研分析入手，通过对职业岗位进行调查、分析找到每一个职业包含的工作任务；然后，经过行业比较分析，从社会和企业的任务中推导出典型工作任务；再以典型工作任务为基础构建学习领域，每一个典型工作任务构成一个学习领域；最后，为每一个学习领域设计教学项目，构建学习情境、确立学习项目、提炼学习任务。这个设计理

念简单阐述为“岗位（群）调研分析→工作任务分解→行动领域归纳（含职业成长阶段分析）→学习领域转换→学习情境设计→学习项目确定→学习任务提炼”。

（2）本书在组织结构上不仅涵盖基础知识和基本技能，而且提供了实训教学内容，突出了实践教学特征。本书以项目导向、任务驱动的结构组织教学内容，将“餐饮服务与管理”课程中的知识内容转化为 8 个学习情境，共 15 个基本技能项目和 11 个实训项目。

（3）本书在学习内容的选取上改变以往注重学生理论知识积累，转向重视学生能力的培养；改变以往理论知识和实践内容比例失衡的情况，要求学生理论知识够用、重点培养实践操作技能；改变以往服务技能和管理技能、职业素养比例失衡的情况，要求学生了解服务流程、掌握服务技能，重点塑造学生职业综合素养。本书在内容的整合上，以工作过程为主线、以学习情境贯穿工作过程，并结合职业资格证书的考核要求组织学习内容。

本书由郑全军任主编，负责全书的框架构建、修改、统稿和定稿，并参与每一学习情境的编写工作；王和民、周庆任副主编；肖友荣担任本书的主审工作。参加本书编写工作的还有王和民、刘薇、周庆、郭英英、龚雪、蒋秀娟、裴智君、魏来等。本书在编写过程中，参考了许多专家、学者编写的同类论著和大量文献资料，在此一并致谢。

由于时间仓促作者水平有限，书中难免存在疏漏和不足之处，敬请专家和读者批评指正。

编者

2012 年 5 月

欢迎使用中国铁道出版社教材



天勤教育网 (www.edusources.net) 是中国铁道出版社旗下全资子公司——北京国铁天勤文化发展有限公司创办的教学资源服务平台, 网站以满足广大师生需求为基本出发点, 以服务用户为宗旨, 为用户提供优质教学资源, 本着创新、发展的经营理念, 时刻把师生的满意度放在第一位, 面向实际, 面向用户, 开拓进取, 追求卓越, 全力打造国内专业教学资源品牌, 努力创建领先教学资源服务基地, 力争为教育事业做出巨大贡献!

登录天勤教育 www.edusources.net



充值金额在天勤教育网站有以下用途:

- | | |
|-----------|-------------|
| 1. 参加认证培训 | 6. 下载资源 |
| 2. 使用实训软件 | 7. 在线测评 |
| 3. 使用助学系统 | 8. 就业咨询 |
| 4. 购买书籍 | 9. 使用在线考试系统 |
| 5. 兑换礼品 | |

热线电话: 400-668-0820

去 充值专区

充值

充值专用序列号 **TQ001**



基础篇

学习情境一 餐饮认知 2

项目一 餐饮业认知 2

任务一 餐饮业起源与发展概况及未来发展趋势认知 2

任务二 餐饮企业分类及基本特点认知 7

项目二 餐饮组织机构和岗位职责及从业人员素养认知 9

任务一 餐饮组织机构、主要岗位及责任认知 9

任务二 餐饮从业人员职业素养认知 17

学习情境二 餐前服务 20

项目一 预订服务 20

任务一 电话预订服务 20

任务二 当面预订服务 24

项目二 迎宾准备服务 27

任务一 摆台服务 27

任务二 托盘服务 36

任务三 餐巾折花 41

项目三 迎领服务 46

任务一 迎宾服务 46

任务二 入座服务 50

任务三 点菜服务 54

学习情境三 餐中服务 58

项目一 菜肴服务 58

目 录 CONTENTS

任务一 上菜服务	58
任务二 派菜	61
项目二 酒水服务	64
任务一 酒水开启	64
任务二 斟倒酒水服务	67
项目三 清洁服务	70
任务 餐中清洁服务	70
学习情境四 餐后服务	74
项目一 结账收银服务	74
任务一 结账服务	74
任务二 收银服务	77
项目二 拉椅及送客服务	80
任务一 拉椅服务	81
任务二 送客服务	82
项目三 翻台服务	84
任务 餐后翻台服务	85
学习情境五 餐饮管理	87
项目一 餐饮原材料管理	87
任务一 餐饮原材料的采购	87
任务二 餐饮原材料的验收	92
任务三 餐饮原材料的储藏	95

任务四 餐饮原材料的发放	99
项目二 餐饮生产管理	102
任务一 餐饮生产组织机构与人员配置	102
任务二 餐饮生产场所管理	104
任务三 餐饮生产控制	107
项目三 菜单设计与定价	110
任务一 菜单设计	110
任务二 菜单定价	113
项目四 餐饮服务质量监控	116
任务 餐饮服务质量控制	117

实 训 篇

学习情境六 中餐服务

实训一 中餐早餐服务	122
实训二 中餐正餐服务	124
实训三 中餐自助餐服务	126
实训四 中餐宴会服务	129

学习情境七 西餐服务

实训一 西餐酒会服务	133
实训二 西餐正餐服务	135
实训三 西餐宴会服务	137

目 录 CONTENTS

学习情境八 餐饮管理	140
实训一 餐饮原材料管理.....	140
实训二 餐饮生产管理	144
实训三 菜单设计与制作.....	145
实训四 餐饮服务质量监控	148
参考文献	152

基 础 篇



本篇主要内容

- ◆ 餐饮认知
- ◆ 餐前服务
- ◆ 餐中服务
- ◆ 餐后服务
- ◆ 餐饮管理

学习情境一 餐饮认知

项目一 餐饮业认知

【学习目标】

- 熟悉我国餐饮业的发展历史概况。
- 了解餐饮业发展过程中各个历史阶段的特点。
- 对未来餐饮业的发展趋势有预见性。
- 能够熟练掌握餐饮业的分类。
- 掌握餐饮业的基本特点。

从茹毛饮血的原始社会到风味各异的现代社会，餐饮业经历了漫长的发展过程，各个时期也形成了不同的餐饮特色。了解餐饮业的发展历史和未来发展趋势，熟悉餐饮业的分类及基本特点，是每个餐饮从业人员必备的基本知识。

任务一 餐饮业起源与发展概况及未来发展趋势认知

我国有据可考的餐饮业始于北京人用火烤制肉类食物，后经长期演变，形成了粤、闽、皖、鲁、川、湘、浙、苏等各县地方风味特色的八大菜系，每一菜系都可烹饪 200 ~ 300 个品种的菜肴。国外餐饮业的发展也是各具特色，西餐更是日益为国人所接受和喜爱。回顾历史，展望餐饮业的未来趋势，希望能为餐饮经营者提供更广阔的视野，促进餐饮业的健康发展。

案例展示

张钢的“小肥羊”

留着平头、神情憨厚的张钢的脸上并没有那种生意人特有的精明，他当过工人、倒卖过服装、卖过手机，在不经意间发现了小肥羊火锅的潜在市场，从 1999 年到 2002 年的 3 年时间，小肥羊火锅成了国内中餐业的老大，并享誉海外。来自内蒙古的“羊”是如何打造自己的中式餐饮帝国的呢？

喜欢经商的张钢在包头经常与朋友吃不粘小料的羊肉火锅，味道十分不错。印象最深的是，当时在呼和浩特市有一家四川老板的火锅店生意非常好，开了 3 家分店。这让张钢意识到羊肉火锅将是一个大市场，于是张钢和他的家人很快加入了火锅汤料的研究中。张钢说：“我们家有一个大桌子，专门用来涮火锅。那段时间，我身边的四五十个朋友几乎都来吃火锅。”汤料经过改进的小肥羊火锅，于 1999 年 8 月 8 日正

式开业。张钢与昔日的老朋友陈洪凯成为小肥羊最初的创始人。

1999年10月,小肥羊在包头的第二家分店开业了。这时,小肥羊的羊肉也经历了一次变革。在小肥羊正式开业之前,内蒙古工商联组织了一次去通辽的商务考察。于是,张钢就决定把通辽作为羊肉源。他与当地一位叫韩云的交通局退休干部签订了供货合同。有一次,韩云给张钢送来了一车童子羊(羔羊),味道非常好。这给张钢一个启示,以后羊肉全部改用羔羊。羔羊肉加上改进后的不粘小料,小肥羊从面市第一天起生意就一直处于火爆状态,再加上张钢惯有的扩张风格,在特许加盟的连锁链条上,小肥羊在全国一路攻城略地。2002年,小肥羊的营业额达到25亿元,一跃成为中国本土餐饮业的老大。

2005年,小肥羊在海外的扩张速度开始加快。2005年10月份,小肥羊在中国香港开了第四家店,为小肥羊创造了1.4亿营业额。2005年11月8日,加拿大多伦多小肥羊店试营业的当天流水就有5万元。2006年,小肥羊关闭了在海外加盟的大门,只做直营店,合作伙伴可以参股。目前,小肥羊在中国台湾、新加坡、中国澳门、韩国、日本、欧洲各个国家或地区的分店陆续开张。2008年6月,小肥羊在香港上市。

思考

“小肥羊”是如何发展起来的?

分析

当今餐饮市场的发展与竞争,归根结底是品牌的发展与竞争。谁的品牌受消费者欢迎,谁就拥有市场。餐饮企业品牌的树立,包括经营的特色、经营的理念、服务个性、企业文化建设等诸多方面。许多餐饮企业正是通过企业品牌的树立去实现有形资产到无形资产再到有形资产的资金积累和企业扩张。

预备知识

1. 餐饮业的起源与发展

(1) 我国餐饮业的起源与发展

民以食为天,饮食是人类生存和发展的重要物质保障,我国餐饮业的发展在中华五千年悠久的历史长河中更是占据重要一隅。

据考古发现,史前时代,中国古人过着茹毛饮血的生活,《礼记·礼运》中记载:原始人“未有火化,食草木之实,鸟兽之肉,饮其血,茹其毛”。后来经过漫长的岁月,在距今四五十万年前,北京人开始用火烤制肉类食物,开始了最初的餐饮烹饪活动。

公元前6000年至公元前2000年的新石器时代,出现了陶器,使人们有了炊具、餐具和盛器,同时人工酿酒开始出现,使得人们能够以酒祝兴,以肴佐酒,促使先民们由原始的聚餐向筵宴转化。

商周及春秋战国时期,金属工具、原始瓷器、酿酒作坊和食盐的出现为餐饮业的形成创造了条件。这一阶段烹饪技术提高,出现了“筵席”,即在王室及诸侯国间进行的隆重、正规的宴会,宴会的仪式和内容都有详细的规定;在民间,随着“市”的出现,饮食店铺及从业人员逐渐增多,形成中国餐饮业的雏形。

秦汉时期,伴随着农业、手工业、商业的发展,对外交往频繁,“丝绸之路”引进了国外食物、

饮品及文化,丰富了我国的食物品种,餐饮业取得了长足的发展。

魏、晋至隋代,随着佛教的传播,寺庙烹饪逐渐形成;谢枫的《食经》为中国烹饪、餐饮理论的研究开了先河。

唐宋时期,筵宴有较大的发展,规模庞大,形式多样,名目繁多,菜点精美。在南宋时期,西湖上还出现了提供餐食的游船,其中最大的游船可同时提供百十人的宴会,这种饮食与游乐相结合的形式一直保留到今天。

元明清时期,中国筵宴已经成熟并走向鼎盛,以豪华宫廷大宴为标志的中国烹饪达到封建时代的最高水平,以乾隆时期的“千叟宴”和满汉燕翅烧烤全席最为典型。清代还形成了稳定的地方风味流派,成为各大菜系形成发展的基础。晚清时期,随着西方列强的入侵,西餐开始在我国沿海城市如广州、福州、厦门、宁波、上海等地出现,受西方经济、文化、生活习惯的影响,一些中国人也加入了开设西餐的行业。从此我国就有了西餐业。

(2) 国外餐饮业的起源与发展

国外餐饮业起源于古代地中海沿岸的繁华国家,基本定型于中世纪。主要体现在综合型的饭店餐饮、餐馆餐饮、非商业性餐饮的形成与发展上,这些不同的餐饮方式在不同的历史阶段、不同国家也各具特色。

早在公元前1700年,古埃及已有酒店存在,宫廷餐饮十分丰富。

随后希腊文明替代了埃及文明,这时多种烹调方法出现,技艺高超的厨师深受人们的尊重。约在公元前3世纪,雅典人发明了第一辆冷盘手推车,厨师将大蒜、海胆、用甜葡萄酒浸泡过的面包片、扇贝和鲟鱼装在盘子里,推入餐厅供人们选择享用。

古罗马时期创造了西餐的雏形,餐饮业已颇具规模。

16世纪中叶,意大利成为文艺复兴运动的中心,意大利人把吃视为一桩大事,其烹调技艺在国际上也是享有盛名,意大利也被认为是西餐的起源地。西餐就餐时有使用餐巾、在餐桌上放置玫瑰花、重大宴会时要报每道菜的菜名等礼仪。

18世纪前后,法国成为欧洲政治、经济、文化中心,其烹饪技术和菜肴居欧洲之首位。法国的饮食文化非常重视烹饪方法和就餐礼仪,烹饪除了讲究色、香、味外,更重视进餐环境,比如舒适典雅的环境、摇曳的烛光、情调雅致的音乐、精美的餐具等。法国餐的菜品与饮品的搭配是十分讲究的,牛、羊等肉类食品要配红葡萄酒,鱼、虾一类的海味就要喝白葡萄酒。同时,对喝葡萄酒如何持杯也很有讲究。

18纪末期,受英国工业革命的影响,整个欧洲的火车、轮船等交通工具发展迅速,带动了旅游风潮,餐饮业与旅馆业也因而发展迅速。餐饮业更注重提高服务质量和层次,主题餐厅成为英国餐饮业一个重要的组成部分,主要有美式主题、运动主题、音乐主题、影视表演主题、其他形式的主题等。主题餐厅业主往往将影剧院、保龄球、游泳池、酒吧、免费停车场、快餐店等设施结合在一起,以吸引更多的客源。

18世纪末,随着移民进入美洲,促进了美洲大陆餐饮业的迅速形成和发展。随着人们生活节奏的加快,美国人对餐饮业的追求更加注重营养丰富、快速简单。连锁经营是美国餐饮业经营的主要手段,肯德基、麦当劳、必胜客等餐饮业巨头的全球化扩张,在国际餐饮市场发挥着主导作用,成为国际流行饮食文化的代表。

日本是一个四面环海的岛国,日本料理的材料多以海产品和新鲜蔬菜为主,讲究吃生吃鲜,

清淡而少油腻。日本人还把米饭和鱼制作成了日本独特的食物——寿司。日本料理除讲究饮食色、香、味的特点之外，还注意了“形”的特点，即十分好看。日本的饮食行业非常注重食品原材料问题，比如食品的新鲜度、蔬菜有无农药残留等，都有明确的规定。同时注重店铺工作电气化，降低生产成本。

在印度，饮食受宗教的影响，素食主义者较多。印度北方喜食面食，南方喜食米食。烹饪普遍爱用咖喱和辣椒佐味，菜品注重以香辣、生鲜、润滑为主。印度人吃米饭的方式，喜欢用手来混合，捏成团后，抓着送进嘴里。

随着国际政治、经济、文化的交流越来越密切和深入，人们越来越多地往返于世界各地，各种不同的饮食习惯也相互交融。熟悉并了解各国的餐饮历史和习惯，对餐饮从业人员无疑是十分必要的。

2. 餐饮业的未来发展趋势

随着我国国民经济稳定快速的的增长，城乡居民收入水平明显提高，餐饮市场表现出旺盛的发展势头，餐饮消费成为拉动全年消费需求稳定增长的重要力量。中国社会科学院和中国烹饪协会联合发表的《餐饮蓝皮书》指出，中国餐饮业连续 18 年保持两位数的高速增长，2008 年中国餐饮业全年零售额达到 15 404 亿元，同比增长 24.7%，比 2007 年同期增幅高出 5.3 个百分点，占社会消费品零售总额的 14.2%，拉动社会消费品零售总额增长 3.41 个百分点，对社会消费品零售总额的增长贡献率为 15.83%。从以上数据可以看出，我国正迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔，同时餐饮业也面临巨大的挑战。随着消费者生活水平的日益提高，对餐饮的需求也日趋复杂，消费口味和消费心理随着社会环境的变化而不断变化。同时，中国经济和旅游业的发展使得餐饮业前景看好，在未来几年内，中国餐饮业经营模式将呈现大众化、个性化、多样化、连锁经营、品牌经营、绿色餐饮的发展趋势。

(1) 大众化、理性化的发展趋势

随着家庭厨房社会化和外出就餐经常化的消费观念的转变，以家庭消费为代表的大众化餐饮市场和节假日市场不断扩大，快餐、小吃、家常菜和风味酒楼市场继续看好，餐饮食品加工领域不断拓宽。据调查，家庭私人消费在很多餐馆的消费比重中已占到 80%，企业节假日市场的经营额较平日普遍增长 20% 以上。家庭消费中食品消费的比重继续攀升，节假日市场和旅游市场对餐饮业的拉动作用将更加明显。同时消费者在就餐时不再一味追求高档菜，而是考虑吃什么划算、吃什么实惠等，选择价位相对合理、服务优良、比较有特色的菜。

(2) 个性化的发展趋势

个性化服务，就是以客人为本，并根据客人层次及需求上的差异，对不同的客人采取不同的服务方式：包括对就餐环境的要求，消费档次的要求，对菜点品种的要求，对菜品口味、质地的要求，饮食忌讳以及对服务用语的要求等。

餐饮经营者可以为客人准备有特色的餐厅及餐位，有的客人喜欢坐靠窗户边的座位，有的客人在用餐时喜欢背对窗户的座位，有的客人则喜欢一个人坐包厢等。只要条件允许，这些客人每次来用餐时，都应该被安排在他们所喜欢的厅房或台位。

另外，还可以提供个性化的菜单，美国巴尔的摩市五星级的万丽湾景（Renaissance Harborplace Hotel）的窗景餐厅菜单内页每天都要更换。尽管所换的内容只是一小部分，比如日期、星期、当日例汤（Daily Soup/Soup of the Day）、当日特菜（Chef's Special/Daily

Special),但是有了这些最新的内容再加上与当天(比如某个节日)相配套的问候语印在菜单第一页的顶部,使客人一打开菜单就能感受到他们所享受的是最新的服务,且能产生一种亲切感。其次,这个餐厅还能够坚持按照预定记录本上的相关信息给那些VIP客人提供特别的菜单。此外,巴尔的摩万丽湾景酒店的餐厅还准备了精美的儿童菜单(Kids Menu),另小朋友爱不释手。

(3) 餐饮经营多样化的发展趋势

随着国外资本、管理和品牌的大举进入,中国餐饮市场的饱和度将越来越高,餐饮的多元化、细分化和个性化趋势增强。在中国传统菜系越来越淡化的同时,国外的菜系却得到强化和突出,法国菜、俄罗斯菜、意大利菜、土耳其菜、越南菜、日本料理、韩国料理等均逐渐被人们所接受。随着社会生活日益多元化,餐饮形式也紧随其后,休闲餐饮、浪漫餐饮、沙龙餐饮、旅游餐饮、娱乐餐饮、会展餐饮、网络餐饮、邮递餐饮等将会更多地进入人们的生活。餐饮企业在品牌特色化、运营产业化、业态多样化、店面小型化等方面的特点将更加明显。

(4) 餐饮连锁经营发展趋势

连锁经营是一种商业组织形式和经营制度,是适应大工业生产的一种新型流通组织形式,其实质是把现代大工业、大生产的组织原则应用于商品流通领域,达到提高协调运作能力和规模效益的目的。连锁经营替代了传统餐饮业随意加工、单店作坊式经营、人为经验式的管理,不仅提高了企业效率,还降低了成本,具有成本优势、价格优势、服务优势和品牌优势,有着极强的竞争能力,应该是我国餐饮业经营模式的主要发展方向。

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,连锁经营已成为餐饮业普遍应用的经营方式和组织形式,并显示出强大的生命力和发展潜力。我国也同样涌现出一大批多业态的餐馆、快餐连锁企业,如谭鱼头、仙踪林、东来顺、永和豆浆、小肥羊等全国性餐饮连锁企业。国家相关部门已将特色餐馆连锁经营、快餐送餐连锁经营、配送中心和中心厨房建设、厨房工程建设等,列入国债贴息项目给予重点支持,并制定了相应的政策,且引导餐饮连锁经营健康地发展。

(5) 餐饮品牌经营发展趋势

当今餐饮市场的竞争归根到底是品牌之争。餐饮企业品牌的树立,包括经营的特色、理念、服务个性、企业文化等诸多方面。多数餐饮企业正是通过品牌的树立实现了资金积累和企业扩张。形成品牌效应的餐饮企业既有老字号——创建于1864年的全聚德,也有后起之秀,如1999年8月8日开业的小肥羊。

(6) 环保、绿色食品餐饮引领未来发展趋势

绿色餐饮服务是指以保护自然资源、生态环境和人类健康为宗旨,并能满足消费者要求的服务,餐饮业的绿色餐饮服务主要伴随其产品一起向消费者提供,并贯穿生产和消费的全过程。目前,餐饮业不排除存在许多问题,如整个餐饮行业发展缺乏统一规划,市场准入缺乏统一标准;市场秩序不规范,不少餐饮企业餐桌污染严重,环保卫生不符合标准,食品安全令人担忧;原料的残留物超标,污染严重,超量使用化学物品,一些地方菜篮子工程使用的化学品更是超标。倡导绿色餐饮服务就显得极为重要,因此,在餐饮服务中,服务人员要准备绿色菜谱,积极向客人推荐无公害、无污染、安全优质的绿色食品和饮料。餐后为消费者提供“打包”和代为保管剩酒等精细化服务。