

中国职业技术教育学会
智慧旅游职业教育专业委员会推荐用书

专家指导委员会主任 / 韩玉灵
总主编 / 周均军 魏 斌
副主编 / 朱承强

酒店管理与数字化运营系列教材

CANYIN FUWU YU SHUZHUA YUNYING

餐饮服务与数字化运营

| 主编 陈增红 韩爱霞 鹿 敬 |



旅游教育出版社

中国职业技术教育学会
智慧旅游职业教育专业委员会推荐用书

专家指导委员会主任 / 韩玉灵
总主编 / 闫向军 魏 凯
顾问 / 朱承强

酒店管理与数字化运营系列教材

CANYIN FUWU YU SHUZHUIHUA YUNYING

餐饮服务与数字化运营

主 编 陈增红 韩爱霞 鹿 敏
副主编 冯召伟 牟 青 韩 静 陈永燕



立体化教学资源

北京·旅游教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

餐饮服务与数字化运营 / 陈增红, 韩爱霞, 鹿敏主编. — 北京: 旅游教育出版社, 2022. 7
酒店管理与数字化运营系列教材
ISBN 978-7-5637-4438-1

I. ①餐… II. ①陈… ②韩… ③鹿… III. ①数字技术—应用—饮食业—商业服务—高等职业教育—教材
IV. ①F719.3-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第120189号

酒店管理与数字化运营系列教材

餐饮服务与数字化运营

主编 陈增红 韩爱霞 鹿敏

副主编 冯召伟 牟青 韩静 陈永燕

总 策 划	丁海秀
执行策划	黄明秋 陈卫伟
责任编辑	陈卫伟
出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里1号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462 (传真)
本社网址	www.tepcb.com
E - mail	tepfx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	三河市灵山芝兰印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	710毫米×1000毫米 1/16
印 张	15.25
字 数	227千字
版 次	2022年7月第1版
印 次	2022年7月第1次印刷
定 价	59.80元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

酒店管理与数字化运营系列教材

专家指导委员会、顾问、编委会

专家指导委员会

主任：韩玉灵
委员：杜兰晓 康 年 卓德保 丁海秀

顾 问

顾问：朱承强

编委会

总主编：闫向军 魏 凯

委员（按姓氏笔画顺序排列）：

于小桐	马婷婷	王 方	王玉娟	王海燕	王 琪	王 静	王瀚君
尹 萍	孔亚楠	左 蕾	石 磊	叶耀玲	田万顷	冯召伟	冯英梅
邢琦娜	朱培锋	刘 伟	刘兵燕	刘 岳	刘居超	刘晓杰	刘 峰
刘 萍	刘 鎏	闫雪梅	孙立新	孙 健	孙 鹏	孙 赫	牟 青
纪 亮	杜奇明	李文英	李 伟	李岑虎	李雨琪	李佳龙	李素馨
李 真	李爱军	李海英	李姬贤	杨杏园	邱 天	何梦华	辛 冰
汪惠萍	汪 婷	沙绍举	宋晓燕	张 文	张立俭	张伟玉	张敏敏
张 琳	张 越	张斐斐	张 晶	张皓闵	张 强	张 媛	张婷婷
张懿卓	陈永燕	陈 颖	陈增红	邵 雯	武真奕	尚晓攀	金 玉
周 彦	周高华	郑月月	柳花鹏	侯兴起	姜录录	秦 娜	袁 博
柴 佳	倪欣欣	徐 倩	栾鹤龙	高 宁	唐志国	鹿 敏	章勇刚
蒋术良	韩爱霞	韩 静	路 飞	解姣姣	綦恩周	蔡丽伟	

《餐饮服务与数字化运营》

编委会

主 编：陈增红 韩爱霞 鹿 敏
副主编：冯召伟 牟 青 韩 静 陈永燕
编 委：秦 娜 王 方



2021年3月，教育部印发了《职业教育专业目录（2021年）》，将高职“酒店管理专业”更名为“酒店管理与数字化运营专业”，这是旅游职业教育呼应旅游业特别是酒店业数字化时代的标志。酒店业与信息化、数字化、智能化融合已是大势所趋，网络预订、短视频营销、直播带货、网络点评、会员系统、云上PMS、移动支付、人脸识别、餐饮POS收银、网络团购、成本控制、在线点单等基本普及，信息技术和信息系统成为酒店企业日常经营的基础工具与竞争利器。中国酒店业已经从产品和服务为中心进入了以客户为中心的时代，数字化成为酒店行业发展命脉所在，同样成为酒店管理与数字化运营专业的必修内容。

在这样的形势下，原有的高职酒店管理专业课程和教学内容留什么、改什么，数字化运营是什么、做什么，酒店管理与数字化运营专业如何建设、如何发展、如何培养人才，成为高度聚焦、深度研究的课题。在专业建设的众多课题中，我们以教材建设作为适应专业变革的突破口，有组织、有计划地进行酒店管理与数字化运营专业的教材建设。根据前期积累的教育教学与专业建设经验，在旅游教育出版社的大力支持下，我们组织专家团队进行全国首套酒店管理与数字化运营系列教材的编写与出版工作。

2020年初，也是在酒店管理专业正式更名之前，作为有着30多年酒店管理专业办学经验的老牌旅游院校，山东旅游职业学院已深切感知到酒店管理

专业应该加强形势研判，抓住机遇，赢得主动，从与专业建设密切相关的教材和课程建设上入手，积极开展相关工作。学院组织包括星级酒店、连锁酒店、连锁餐饮公司、物业公司在内的 22 位企业总监级别以上的管理人员、酒店管理专业教学专家与我院酒店管理专业的教师共同召开专业建设研讨会，形成了全国首套酒店管理与数字化运营专业人才培养方案、课程建设方案、教材建设方案。这套方案的课程设置与当前教育部主导的高等职业学校酒店管理与数字化运营专业教学标准的课程设置是高度吻合的，为我们牵头组织酒店管理与数字化运营系列教材的编写奠定了很好的基础。

2021 年 7 月，山东旅游职业学院与旅游教育出版社共同邀请了覆盖全国院校和酒店行业企业的专家团队召开研讨会，启动了教材的编写工作。编写专家团队来自济南大学、山东青年政治学院、浙江旅游职业学院、青岛酒店管理职业技术学院、郑州旅游职业学院、黑龙江旅游职业技术学院、广州番禺职业技术学院、济南职业学院、青岛职业技术学院、北京财贸职业学院、黑龙江工程学院、平顶山职业技术学院、安徽职业技术学院、烟台工贸学校、顺德职业技术学院、洛阳科技职业学院、湖南商务职业技术学院、安徽广播电视职业技术学院、贵州职业技术学院等 20 多所院校。全套教材的编写注重校企合作与数字化升级。我们还邀请了北京歌华开元大酒店、济南舜和酒店集团、济南南郊集团、山东大厦、洲际集团济南贵和酒店、杭州绿云软件股份有限公司、杭州柏悦酒店、北京云迹科技股份有限公司、广州蓝豆软件科技有限公司等近 10 家行业企业的专家参与此项工作。在多方共同努力下，历时一年的时间，教材将于 2022 年 8 月份陆续出版。

本套教材既可作为中高职旅游类专业教学用书，也可作为职业本科旅游类专业教学参考用书，同时可作为工具书供从事旅游服务与管理的企事业单位专业人员借鉴与参考。

作为酒店管理与数字化运营专业更名后的第一套系列教材，加之酒店行业数字化转型日新月异，教材编写中难免还存在缺陷与不足，恳请读者指正，我们将在再版过程中予以完善与修正。

总主编： 

2022 年 8 月



前言

FOREWORD

随着我国信息化和数字化的迅猛发展，酒店业的信息化、数字化程度也在不断提升，酒店业由数量扩张转向了质量竞争的发展阶段，行业的转型发展对人才培养的规格也提出了新要求。培养适应行业发展需要，服务国家经济发展战略的高素质技术技能人才，是职业院校义不容辞的责任。

近年来，我国正在全面推进高等职业教育教学改革，“教师、教材、教法”改革成了职业教育教学改革的核心问题，原有以知识逻辑架构为基础的学科体系不断被打破，以岗位工作过程为导向的教学逻辑日益受到重视。

本教材以《高等职业教育酒店管理与数字化运营专业教学标准》为依据，以立德树人为目标，参照岗位工作标准，融合职业技能等级证书体系，遵循“岗课赛证”融通的教育理念，以工作任务为驱动，进行项目化教学设计，实现了教学内容与岗位工作内容的无缝对接，着重培养学生的服务理念、劳动意识和工匠精神，使之成为德技并修、理实兼具的高素质餐饮技术技能人才。

在内容选取上，本教材以餐饮岗位的典型工作任务为基础，充分融合行业发展过程中的新技术和新标准，着重培养学生提出问题、分析问题和解决问题的综合能力。

本教材共分为七个项目：项目一为餐饮行业认知，主要包括中外餐饮业发展历史、餐饮发展趋势、当下主要的餐饮业态类型等内容；项目二为中餐服务，主要包括中国菜与中餐厅、中餐零点服务程序和中餐宴会服务程序等

内容；项目三为西餐服务，主要包括西餐的特点、各国西餐菜品、西餐的餐具种类、西餐台面的摆设标准、西餐服务方式、西餐零点、西餐宴会及自助餐的服务与管理等内容；项目四为餐饮服务设计，主要包括餐饮服务设计、宴会氛围设计、餐饮菜单设计等内容；项目五为餐饮数字化营销，主要包括餐饮数据运用、餐饮自媒体营销、餐饮企业 O2O 营销、餐饮促销手段与方法等内容；项目六为餐饮成本经营与收益分析，主要包括餐饮成本核算、餐饮各环节成本控制、餐饮收益分析等内容；项目七为餐饮督导与管理，主要包括餐饮组织架构与工作安排、餐饮出品质量管理及服务质量管理等内容。

每个项目均设有项目导读、思政园地、学习目标、思维导图、学习任务、思考与练习等内容，内容全面、系统、新颖，重在塑造学生的职业精神，夯实学生的职业知识，强化学生的职业技能。教材通过数字化手段融入了大量立体化数字资源，旨在为学生创造“全方位、立体化、真情景、全融合”四位一体的学习体验。

本教材由山东旅游职业学院陈增红和山东大厦鹿敏负责全书的整体设计和统稿工作。具体编写分工如下：山东旅游职业学院韩爱霞编写项目一和项目二，山东旅游职业学院牟青编写项目三，青岛职业学院韩静编写项目四，济南职业学院冯召伟编写项目五，山东旅游职业学院陈永燕编写项目六，山东旅游职业学院秦娜编写项目七。

在编写本教材的过程中，编者参考了许多同仁的观点，多次听取了行业专家的建议，在此深表感谢。因编者水平有限，书中若有不妥之处，恳请广大师生批评指正。

编 者

2022 年 7 月



目 录 CONTENTS

项目一 餐饮行业认知	1
任务一 餐饮业的发展	3
任务二 当前餐饮的业态类型	10
项目二 中餐服务	17
任务一 中餐与中餐厅	19
任务二 中餐零点服务	42
任务三 中餐宴会服务	52
项目三 西餐服务	61
任务一 西餐与西餐厅	63
任务二 西餐零点服务	79
任务三 西餐宴会服务	87
任务四 自助餐服务	93
项目四 餐饮服务设计	97
任务一 餐饮服务设计	99
任务二 宴会氛围设计	104



任务三 餐饮菜单设计	112
项目五 餐饮数字化营销	125
任务一 餐饮数据运用	127
任务二 餐饮自媒体营销	133
任务三 餐饮企业 O2O 营销	145
任务四 餐饮促销手段与方法	148
项目六 餐饮成本经营与收益分析	157
任务一 餐饮成本核算	159
任务二 餐饮主要环节的成本控制	165
任务三 餐饮收益分析	177
项目七 餐饮督导与管理	189
任务一 餐饮组织架构与工作安排	191
任务二 餐饮出品质量管理	198
任务三 服务质量管理	217
参考文献	234



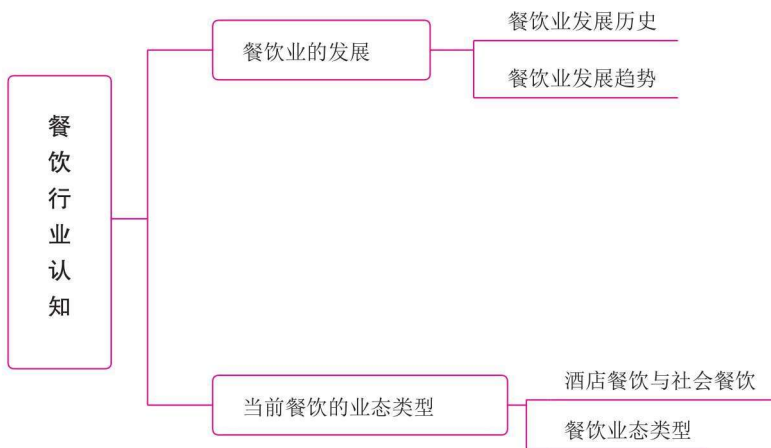
学习目标



1. 了解中国餐饮业的起源与发展；
2. 了解国外餐饮业的起源与发展；
3. 理解餐饮业未来的发展趋势；
4. 区分酒店餐饮与社会餐饮的异同；
5. 掌握当下的餐饮业态类型。



思维导图





任务一 餐饮业的发展

一、餐饮业发展历史

(一) 中国餐饮业的起源与发展

在我国，根据《国民经济行业分类注释》的定义，餐饮业（catering）是指通过即时加工制作、商业销售和服务性劳动等，向消费者提供食品和消费场所及设施的服务。按欧美《标准行业分类法》的定义，餐饮业是指以商业盈利为目的的餐饮服务机构。

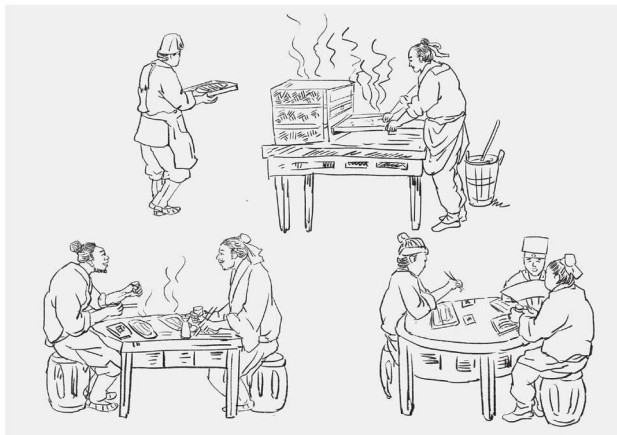


图 1-1 中国古代饮食场景

“民以食为天”，中国这句古话道出了饮食在人们生活中的重要性。中国的餐饮历史源远流长，从高周到春秋战国，从秦汉至唐宋，再到元、明、清，几千年的历史发展孕育出了博大精深的中国饮食文化。无论是作为地方菜代表的“八大菜系”，还是各地名目繁多、异彩纷呈的面点、米食、汤饮、酒水、小吃、茶饮，无不彰显着劳动人民的智慧，而那些享誉世界的名宴、名菜、名酒、名茶，更是让“吃在中国”成为世人之共识。

1. 中国餐饮业的萌芽时期

从茹毛饮血的史前时代到用火烹饪的文明时代，餐食烹调一直在不断地演变。在原始时代，人类主要以打猎为生，生吃食物，中国古人类过着茹毛饮血的生食生活。经过漫长的岁月，原始人渐渐发现用火烧过之后的肉类更



加容易咀嚼，且香气扑鼻。距今 40 万年前的“北京人”开始使用火，用火烹饪食物代表着人类进入了新的文明时代。一万年以前的新石器时代开始有了我们现在常用的烹饪方法，江西万年仙人洞的新石器遗址里发现的陶釜、鼎等烹饪器具是世界上最早的炊具。春秋战国时期，出现了青铜器，这标志着餐饮的炊、餐具从石器时代进入金属器具时代。



拓展阅读 1-1

2. 中国餐饮多样化融合发展时期

秦汉时期，烹饪技法和食材进一步丰富，烹饪方法更加多样，特别是汉代与西域的饮食文化交流，使得中原地区的食材更加多样化。汉代淮南王刘安，在炼丹的过程中摸索出了做豆腐的方法，东汉时期还发明了植物油。

唐、宋两代，饮食文化达到高峰。这一时期，中国封建社会进入鼎盛时期，唐朝的开放和包容，使中西（域）饮食充分融合。宋朝经济的富有和文化的繁荣使得宋朝的饮食日益精细和讲究。由于交通的迅速发展和贸易交流的需要，各处通商大邑设置了众多“客舍”与“亭驿”，为来往官宦和客商解决食宿，在一定程度上助推了饮食业的发展。这一时期，大街小巷肉店、酒店、熟食店林立，在烹调技艺上也较秦汉时期更为讲究。

元代，饮食文化呈现民族大融合的趋势。受战乱影响，这一时期出现了多民族大融合的现象，在客观上促进了中外各民族饮食文化的大交流，既丰富了传统的中国饮食，也深深影响了民间的烹调方式，出现了蒙、回、女真（今满族）等各族菜肴列于同一食谱上的现象。



拓展阅读 1-2

明清时期，饮食文化达到又一顶峰。进入明清时期，厨房分工更细，烹饪技术迅速提高，出现了许多名厨、食谱，还有美食家，如撰写《随园食单》的袁枚。清代出现的“满汉全席”，成为近代中国餐饮最高水平的代表。

3. 新中国成立后，饮食业迎来新发展阶段

新中国成立后，我国餐饮业迎来了新的发展阶段。餐饮业在继承我国传统饮食文化的基础上，形成了以鲁菜、川菜、粤菜和淮扬菜等菜系为代表的中国地方菜。与此同时，根据市场消费需求，不断创新发展，出现了百家争鸣、百花齐放的现象，中国成为享誉全球的“世界烹饪王国”。

改革开放以来，国民经济持续发展，人们生活水平不断提高，人们对餐饮的消费水平不断提升，餐饮业迎来了前所未有的繁荣景象。现在，全国城乡餐馆、饭店、酒楼、酒吧、茶楼、美食城、饮品店、快餐店鳞次栉比；许多旅游城市的餐饮一条街、小吃一条街、酒吧一条街成了新的城市名片；年夜饭、尾牙宴、婚庆宴、生日宴等多样化的宴席精彩纷呈，打破了时空界限，



越来越个性化；餐饮的业态日益多样，且呈现多业态融合发展的趋势；餐饮品牌越来越多，经营方式越来越成熟。不仅如此，我国餐饮市场的巨大消费潜力，还吸引了来自世界各地的“洋”店家，麦当劳、肯德基、星巴克等国外餐饮品牌也成了国人舌尖上的常客。

中餐是中国劳动人民几千年以来生产生活、民风民俗、烹饪技艺和文化传承的缩影，是中国人民智慧的结晶，餐饮业也因此成为了继承和传播我国非物质文化遗产的重要产业。从2006年以来，国家非物质文化遗产名录中关于餐饮文化的项目不断丰富，内涵上也不断拓展和深化。

而传承并非一成不变、因循守旧。随着时代发展，中国的餐饮文化也不断焕发出新的生命力。以饮食为主题的纪录片、综艺节目，打开了格局，提升了视角，也表达了更深的情怀，“现象级”热潮反映了全世界华人对祖国传统文化情感认同的诉求。

中国餐饮的传承与创新并非闭门造车。四十多年来，中国一直坚持开放包容式的发展，既欢迎外国餐饮企业来华投资发展，邀请外国烹饪大师来中国交流，也鼓励中国餐饮企业“走出去”，服务全球消费者。

（二）国外餐饮业的起源与发展



图 1-2 近代西方饮食场景

受西方文明进程的影响，西方餐饮业的发展呈现出不同饮食文明交错呈现的现象。

公元前3000年，埃及作为统一的国家，形成了自己的饮食特点。古埃及人在饮食上崇尚节制和简朴，饮用葡萄酒，讲究就餐礼仪和等级制度。

随后，希腊文明逐渐兴起，并替代了埃及文明。这一时期，多种烹调方法出现，希腊的美食家撰写了世界上第一部有关烹饪的书籍。公元前3世纪，



雅典人发明了世界上第一个冷盘手推车。

同时期，受希腊文化影响的古罗马也比较重视烹饪文化，他们注重宴会中食物的造型，开始使用餐巾，在餐桌上摆放装饰性的鲜花，并最早在宴会中报菜名。西方餐饮业起源于公元 1700 年小客栈的出现，最早在赫冈兰城的废墟中被发现，足见古罗马人的外食习惯较为普及，这与其频繁的高旅活动不可分割。十六、七世纪以后，客栈经营者开始通过精致烹调和餐具招徕顾客。



拓展阅读 1-3

意大利人非常重视饮食，16 世纪中叶，意大利成为欧洲文艺复兴运动的中心，其饮食文化也空前繁荣，在国际上享有盛名，意大利菜被誉为“西餐之母”，意大利被认为是西餐发源地。18 世纪前后，法国成为欧洲政治、经济、文化中心，源自于宫廷烹饪的法国菜在烹饪技术上居欧洲之首位。法国烹饪精巧细腻，选料广泛，品种繁多，是世界非物质文化遗产。

18 世纪末期，受英国工业革命影响，欧洲交通事业取得了较大的发展，旅游开始逐渐兴起和昌盛，由此带动了餐饮业与旅馆业的快速发展。随着商业贸易与旅游观光业的盛行，餐饮业者为了在竞争中赢得顾客，不仅讲究菜品质量，服务也有了较大的提升，出现了桌边服务，大大提升了西方饮食的



拓展阅读 1-4

艺术层次。与此同时，传承了欧洲饮食文化特色的美国，在经历了西部拓荒时期的荒野简餐以及牛仔酒吧后，逐渐发展起来了本土饮食文化，形成了自己的餐食特色，即不讲究造型，重视营养价值，求新、求快。这种模式不断在全球风靡起来，麦当劳就是美式餐食的代表之一。

二、餐饮业发展趋势

随着大众消费的不断升级，饮食已不再仅仅是为了满足人们的口腹之欲，而成为一种集体验化、智慧化、健康化和时尚化于一体的新的生活方式。在新的发展态势下，中国的餐饮业呈现出了独有的发展趋势。

我国餐饮业产业收入从 1978 年的 54.8 亿元开始，1983 年突破百亿元，1994 年突破千亿元，2006 年突破万亿元，2011 年超过 2 万亿元，2015 年超过 3 万亿元，在 2018 年超过 4 万亿元，达到 4.27 万亿元，比 1978 年增长近 780 倍，复合增长率高达 18.1%，已经成为仅次于美国的世界第二大餐饮市场。以 1978 年中国餐饮产业收入为基点，餐饮收入突破 1 万亿元历时 28 年，从 1 万亿元到 2 万亿元历时 5 年，而从 2 万亿元到 3 万亿元仅用 3 年，再发展到 4 万亿元也只经过 3 年。2017—2019 年餐饮业年复合增长率达到 9.88%，



高于同期 GDP 增速。受疫情影响，2020 年 1—4 月社会消费品零售总额 10.68 万亿元，同比下降 16.2%。^①

（一）高端餐饮受阻，大众化餐饮广受欢迎

随着国家相关政策的出台，公务接待、公款消费直线下降，高端餐饮受阻，持续转型，然而受市场框架以及物价不断飙升，租金、劳动力成本日益增加的影响，餐饮企业面临着较大的转型压力。

随着消费大众化时代的到来，大众餐饮由于其需求刚性的特点，在市场中表现出越来越强的活力，也成为整个餐饮行业繁荣回暖的中坚力量。

（二）互联网 + 餐饮迅猛发展，营销渠道越来越多样

随着国内互联网技术飞速发展，各行各业都呈现出了与互联网融合发展的迹象，餐饮业也不例外。互联网 + 餐饮呈现出强劲的发展势头，市场中涌现出了大量的第三方线上餐饮平台，比如大众点评、美团、饿了么等相继出现，微博、微信等自媒体营销手段越来越多地取代传统营销方式，各类餐饮应用（APP）应运而生，餐饮的线上业务占比越来越重。特别是在 2020 年新型冠状病毒肺炎疫情期间，外卖份额快速增长，零售销售份额甚至一度超过了堂食，食品外带和零售化趋势也越来越明显，餐饮企业呈现多渠道、全时段、场景化发展趋势。

（三）连锁品牌经营优势凸显，成为发展大势

在竞争越来越激烈的餐饮市场中，连锁化经营展现出了强大的生命力和发展潜力，众多餐饮企业纷纷走上连锁化发展的道路。他们重视品牌优势的塑造，通过连锁经营的方式进行扩张，扩大企业规模，快餐、外卖、火锅连锁店、团餐企业发展迅速，连锁化经营成为许多餐饮业的主要经营模式。



拓展阅读 1-5

国家高度重视餐饮企业的连锁化发展，特色餐馆连锁经营、快餐送餐连锁经营已被国家经贸委列入国债贴息项目给予重点支持。国家市场监督管理总局、财政部、国家税务总局等相关部门也已经制定了专门的政策，引导餐饮连锁经营的健康发展。

（四）小而精的轻餐饮将扮演越来越重要的角色

随着餐饮市场的长期蓬勃发展，消费者也更加成熟和理性，他们对于品牌店、特色店和名牌餐饮企业的追求越来越强烈。同时，市场上可供消费者选择的餐饮企业和产品门类也越来越多，餐饮市场的竞争异常激烈。

^① 数据根据世界中餐业联合会、社会科学文献出版社、昆明学院共同发布的《餐饮产业蓝皮书：中国餐饮产业发展报告（2019）》整理。