

第一章 导论

第一节 餐饮业概述

一、餐饮业的构成

餐饮业是指从事餐饮食品加工、烹饪和餐饮服务经营活动的行业。由于构成餐饮业的范围广泛，因此企业的类型多种多样。虽然餐饮市场客源构成多元化，其消费需求存在很大个性差异，但是餐饮业所提供的各种珍馐美味，能够适应社会不同层次消费群体的餐饮需求，人们完全可以找到适合其个性和消费水平的就餐场所。按餐饮企业的营业形态、餐饮内容或服务方式的不同，餐饮业的企业类型归纳起来如图 1—1 所示。

（一）特定市场餐饮

特定市场指餐饮服务对象限定在某一特定空间或某一特定群体。特定市场餐饮主要有以下几种类型：

1. 运输业餐饮 指航空、海运、河运、铁路、公路等运输业设立于机场、码头、车站或火车、轮船上的餐厅或饭店等，为旅客候车、候船、候机或转乘，以及旅途上提供餐饮服务。

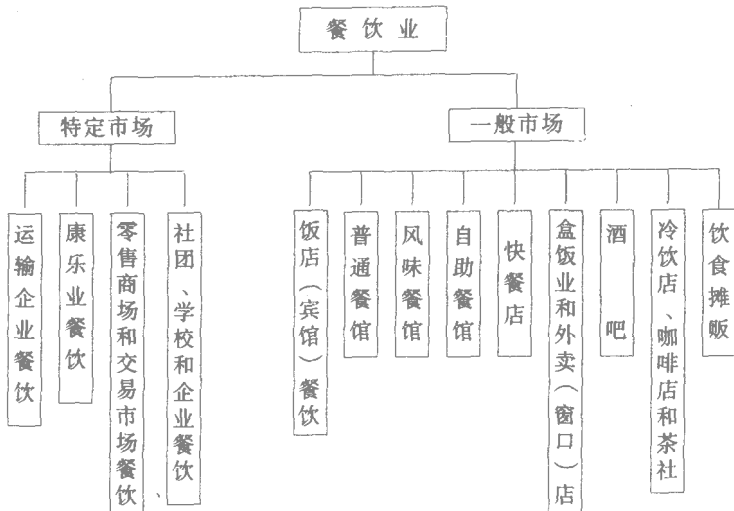


图 1—1 餐饮业企业类型图

2. 康乐业餐饮，指康乐企业为满足在康乐设施活动中对餐饮消费需求所进行的餐饮食品加工、烹饪和餐饮服务的经营。例如，为在高尔夫球场、体育场馆、游泳场馆、健身房、舞厅、歌剧院、歌厅、公园、游乐场等康乐设施活动的消费者所提供的餐饮食品和餐饮服务。

3. 零售商场和交易市场餐饮，指设置于百货商场、综合商场、超级市场、证券交易所或期货交易所等的餐厅，以盈利为目的所进行的餐饮食品加工、烹饪和餐饮服务的经营。

4. 社团、学校和企业餐饮，指设置于社会团体、俱乐部、学校、公司或工厂内的餐厅或酒店，以盈利为目的所进行的餐饮食品加工、烹饪和餐饮服务的经营。目前，我国这种类型的餐饮，大都不是以盈利为目的的餐饮服务，属于为其成员提供的福利。国外这种类型的餐饮服务，有些是由外界专门餐馆或供餐公司提供的，也有的是自行经营提供的。其餐饮服务有多种形式，如自助餐

厅、午餐服务台、食堂、外卖窗口或流动服务车等。

（二）一般市场餐饮

一般市场餐饮涵盖广泛，由各种类型的餐饮企业构成了餐饮业的主体。随着餐饮业的发展，传统餐馆或小食店的手工作坊和家庭行帮一家一店的经营方式被打破，餐饮业逐渐朝着综合化、多样化、连锁化和集团化的方向发展。一般市场餐饮主要有以下几种类型：

1. 饭店 宾馆 餐饮。各类饭店 宾馆 诸如商务型饭店、会议型饭店、长住型饭店、公寓型饭店、汽车旅馆和经济旅馆等 在满足旅游者住宿消费的同时，又为旅游者提供餐饮服务。饭店（宾馆）为满足旅游者不同的餐饮消费，都设有多种餐饮服务场所，如中西零点餐厅、自助餐厅、咖啡厅、宴会厅、风味餐厅、酒吧、茶座和客房送餐服务等。通常这类饭店（宾馆）餐饮设施豪华，能够提供各种美味佳肴和一流的餐饮服务。但是，也有经济型饭店的餐饮设施规模小，所提供的餐饮食品和餐饮服务水平一般。

2. 普通餐馆。从总体上来说，这类餐馆数量较多，城乡各地随处可见，经营品种广泛，服务于多元化的消费群体，占餐饮业营业额的比例较高。普通餐馆按餐饮服务对象和餐饮内容的不同，可以分为便餐馆和高级餐馆两种。便餐馆是一类经济实惠的大众化餐馆，一般投资额不大，客容量有限，其设施、装饰和布局注重简洁、明亮、舒适，大多经营家常菜肴和大众化饮食，服务快捷，主要面向中低档收入阶层。高级餐馆无论是餐饮设施设备、环境布局、餐厅数量和餐位，还是经营项目、餐饮内容、服务方式均较规范，属于正规化的餐饮企业。高级餐馆按经营餐饮食品类别不同分为高级中餐馆和高级西餐馆。这类餐馆讲究餐饮服务环境和就餐氛围，注重餐饮食品的品质特色、餐饮服务的规范化和服务质量。

3. 风味餐馆。因其经营的菜肴富有特色而区别于普通餐馆，亦常称特色餐馆。风味餐馆可专营某一类菜肴，如海鲜、野味等；也可经营某一地方菜系，如鲁菜、闽菜、潮州菜等，还可突出经营某一民族的菜肴，如清真菜、鲜族菜、维吾尔族菜等，或专门经营以某种烹调方法为主的菜肴，如烤肉、火锅等。风味餐馆因经营菜肴较专一，菜单内容有限，餐饮服务因饮食风味特点的不同而在某些环节上有些差异。

4. 自助餐馆。自 20 世纪 70 年代开始推行“吃到饱”的自助餐，对餐饮业经营方式以极大的震撼。自助餐一般有两种形式：一种是客人自行从餐台选取食品，而后依照所取食品付款；另一种也是客人自行从餐台选取食品，但是一次付款后任你吃到饱。这种经营方式基本取消了餐桌服务，服务人工成本降低很多，加之消费者感觉不再受点菜或套餐组合的约束而深受欢迎，成为餐饮业一种常见经营方式和广为流行的一种餐饮方式。

5. 快餐店。快餐业起源于 20 世纪 20 年代的美国，迅速发展于六七十年代。快餐店以人们喜欢的餐饮食品、有限的菜单、最佳的品质、低廉的价格、标准化的技术、快捷的服务、明净和卫生的餐饮环境，为众多消费者所欢迎。随着人们生活节奏的加快，许多消费者钟情于快餐，使快餐具有广阔的发展空间，加之快餐店多以连锁式集约经营为经营理念，因此其在世界各地得以迅速发展。近来，我国洋快餐店咄咄逼人的增长势头对中式快餐造成很大的冲击。

6. 盒饭业和外卖（窗口）店。盒饭业以经营大众化中式菜食为主，注重食品营养和卫生，经济实惠，按约定的菜食品种、价格、数量和时间将盒饭送至订餐者手中，成为我国城镇众多消费者愿意接受的一种餐饮形式。许多机关、社会团体、工厂、学校的员工

和学生的午餐就是以盒饭为主，使盒饭业得以迅速发展。近来，盒饭经营者有的逐渐摆脱小厨房生产作业，采取制度化采购和工厂化、标准化生产，以配送中心方式集中大量供应订餐盒饭。

外卖（窗口）店有的是饭店或餐馆设立外卖窗口，有的是专营的外卖店，通常不设餐厅或设有限面积的餐厅，供应有限品种的大众化食品和风味小吃，方便顾客携带和随时享用。外卖（窗口）店一般选择交通方便、人流密集的地方和顾客用餐的时段外卖。

7. 酒吧。它能够完成繁忙而紧张工作后需要无拘无束地轻松一下的顾客提供一个休闲场所；也能够为受排遣寂寞困扰的顾客提供一个温馨场所，成为西方国家和我国许多城市时下较流行的一种餐饮场所。

8. 冷饮店、咖啡店和茶社。炎热的夏天令消费者流连忘返的餐饮场所莫过于冷饮店，吸引顾客的是冷饮店中凉爽的环境和各种清凉可口的冷饮品，如各种汽水、矿泉水、雪碧、可口可乐、百事可乐、橙汁、冰淇淋和酸乳酪等。有的业主还供应其他方便食品，以满足顾客的饮食需要。

许多咖啡店、茶馆或茶社一改传统的经营方式，以高雅的装饰，全新的格调，崭新的经营风貌屹立于餐饮业中。

9. 饮食摊贩。我国饮食摊贩类似西方国家称谓的快餐车，摊点往往设在人群聚集的市场、公园、街口、剧场、影院或运动场等地方。饮食摊贩提供美味小吃，其品种广泛，各具风味，并提供简便快捷的服务，深受旅游者青睐。但是，饮食摊贩的食品卫生能污染环境，确属值得认真对待的问题。

从广义的餐饮业角度来说，餐饮业的类型还应该包括非商业型餐饮，如政府机关和学校的食堂、公司和工厂的员工食堂、医院和疗养院的餐饮等。这类餐饮主要是满足特定范围消费群体的饮

食需要，其餐饮服务的意义重于盈利目的。

二、餐饮业的经营形式

（一）独家经营

独家经营指由一人或数人拥有一家或数家餐馆或餐饮企业，而各餐馆或餐饮企业之间不存在连锁和制约关系。餐饮业经营特点决定着独家经营是餐饮业最基本、最普遍的一种经营形式。为广大消费者提供大众化餐饮食品和风味小吃的众多中小型餐馆或餐饮企业多为独家经营。这些独家经营的餐馆或餐饮企业的名称、标识、经营项目、菜单、服务方式、操作规范、管理机制或经营策略等均由经营者自行决定，除市场竞争因素外，一般不受其他餐饮企业的干涉或制约。大量中小型独家经营的餐馆或餐饮企业，在激烈的餐饮市场竞争中独自经营，资金匮乏，管理落后，始终处于被动地位。

（二）直营连锁

直营连锁是连锁式集约经营的初级形式。直营连锁一般是企业即兴期和发展期的必经阶段，即单纯依靠某一创业者的奋斗，以其特有的店名、标识、餐饮内容、餐饮服务、管理手段或经营策略，开拓了餐饮市场，并占有稳定的市场份额，立足于某个区域的餐饮业，或者是在某地已成经营规模的投资者力争在异地发展，以筹资建造或收购兼并等方式建立自己的连锁店所采取的一种经营方式。随着餐饮市场竞争的加剧，当直营连锁发展到一定规模时，创业者发现再以直营连锁方式拓展经营规模，已是很困难或是几乎不可能的。

（三）特许经营

特许经营是直营连锁经营形式发展的结果，标志着连锁式集约经营发展到一个新阶段。特许经营是企业集团向个人或其他企

业让渡特许经营权的一种经营形式。这种特许经营权在企业管理方面是一种“专利”，受让企业在无需出让所有权和经营权的情况下，通过交纳一定的费用，可以向企业集团购买这种经营权。获得特许经营权的企业，可以使用让渡特许经营权的企业集团的名称、标志、服务标准、操作规范和经营管理制度等，成为该企业集团的成员，新加盟企业集团成员就可以运用已经成熟的经验迅速步入市场的激烈竞争。让渡特许经营权的企业集团，有责任对受让特许经营权的企业在选址、建筑设计、布局与装饰、员工培训，以及开业后的经营管理等方面，给予指导和监督。同时，受让者也有义务确保企业达到让渡者所要求的经营标准和服务标准。世界上许多饭店集团都是利用转让特许经营权而发展壮大。

（四）租赁经营

租赁经营指承租人通过签订租约、交纳租金的方式将企业从所有者手中租赁过来，然后由承租人作为法人对企业进行经营管理。租赁经营可以节省企业固定资产的巨额投资，只要向所有者交付一定租金，即可取得经营权。它有利于企业集团经营规模的迅速扩大。

对于租赁经营，一般由承租人和企业所有者协商租赁期限和租赁金额。通常经营成功一家饭店需要很长时间，因而饭店的租赁期一般订的比较长，可以免于在经营成功之际，业主收回饭店。

租赁经营的租金支付有两种形式：一是定额支付租金，要求承租人以每年按双方约定租金标准，定期向业主支付租金。这种支付租金的形式，意味着承租人对企业的经营管理全面负责，并承担经营风险。二是按照一定比例从营业利润分成来支付租金的形式。这意味着业主和承租人共同承担企业经营的风险。

（五）委托经营

委托经营的业主大多委托有管理经验的管理公司，按着管理公司的管理标准、规范和机制来经营管理餐饮企业。通常是由业主和管理公司以委托经营合同形式，确立双方关系、权利和义务。因此，委托经营又称合同经营或管理公司经营。

管理公司的出现，主要是由于有的业主建造或购买了餐饮企业或饭店，但缺乏管理经验或者不打算自行经营，于是聘请或委托管理公司或企业集团进行经营，从而使企业成为企业集团的成员。由于存在这种经营形式，因此，企业集团无需对企业进行投资建造或兼并购买，只负责企业的经营管理工作，并根据委托经营合同向企业业主收取管理费，这已经成为国际性饭店集团发展规模、扩大势力的重要手段之一。

在委托经营期内，企业使用企业集团的名称、标志，加入该集团的市场推销。企业集团将指派包括总经理在内的各部门主要管理人员，根据企业集团的经营方法、操作规程和管理制度，负责组织企业的经营管理活动，并保证达到企业集团所确定的风格特点和服务水平。

管理公司要按委托经营合同的约定收取管理费。其管理费分基本报酬和奖励金两部分：基本报酬一般按全年经营收入的 2%~5% 提取，或按全年净利润的 10%~25% 收取；奖励金通常是按照超过预定净利润部分按比例提取。

委托经营和租赁经营有着相似之处和严格的区别。企业所有权和经营权分开是两种经营形式的共同点。但是这两种经营形式的性质却完全不同。

委托经营，管理公司是企业业主的代理人，代替业主经营。管理公司不向企业员工负责，由企业业主对员工负责。管理公司按约定向业主收取管理费。管理公司一般不承担或部分承担经营亏

损的风险。

租赁经营，承租人作为企业法人对企业进行经营管理。承租人向企业员工负责，按承租的约定向企业所有者缴纳租金，由承租人承担经营亏损的风险。

三、我国餐饮业的产生和发展概况

伴随着生产力的发展和人类饮食文明的进步，餐饮业逐步产生和发展起来。

我国是世界文明古国之一，在距今 50 万年前周口店“北京人”遗址的用火遗迹中，发现大量烧骨和烧过的朴树籽，表明“北京人”已经掌握了加热熟食的技术，可以说人类用火熟食是烹饪的开始。到了新石器时代早期出现了陶器，人们煮海水为盐，用陶器盛水煮熟食；用陶器酿谷物、果品为酒。

人类与自然界的斗争，不仅促进了生产力的发展，人类饮食文明有了进步，也为餐饮业的产生和形成创造了物质条件。

奴隶社会的夏、商、周时期，发明了铜冶炼技术，贵族开始使用青铜器作烹调器具。东周时期，农业、牧畜业的发展，使食物有了稳定来源，已有六畜、六禽、五谷、五菜、五果等食物之称。稻、粱、粟、黍、稷、麦、菽、豚、犬、牛、羊、鹿、狐、兔、鹑、雉、鸡、鸭、鹅、鱼、鳖、蟹、蝉、蚁、蜂、菱、芡、薄、蓼等已见于贵族筵席。据《礼记·内则》所述“八珍”记载了黄河流域的北方风味食品；《楚辞·招魂》中则记载了长江流域的南方风味食品。这个时期，厨膳格局已形成，厨膳内外有了分工。《周礼》等典籍记载着：如何选择食品原料；如何去粗取精进行细加工；形成刀工、配菜的时间、空间格局；调节火候和五味调和；运用多种技术加工不同食品。西周时期，集市上出现了“沽酒”、“担粥”、“狗屠”、“牛屠”和小食摊贩标志我国餐饮业的雏形；食礼也开始有一整套程式，包括按等级确定筵席食品和数

量；食品摆放和位置；席面餐具的区别；进食礼仪和饮食卫生等。

战国时期，农业、手工业和商业的发展，频繁的商业活动增加了对食宿设施的要求，为旅店业的发展提供了市场。随着商业中心的形成和交通运输的发展，各地都建有“宾馆”“客舍”民间旅店业已初步形成。早在商周时期，就出现了为商人提供旅途食宿的“逆旅”。《周礼·遗人》中记载：“凡国野之道，十里有店，店有饮食”。远在殷代，官办的“驿传”，就是专供公差人员食宿的旅馆。我国历代官办的“驿传”“驿站”“传舍”“群鄙”“四方馆”或“迎宾馆”等，在饭店业发展史上有着重要的地位。

秦、汉两代 400 余年间，生产力发展迅速，中央集权出现了都市经济。西汉经 70 余年休养生息，商业活跃，餐饮业和饭店业兴旺，呈现“牛马车兴，堵塞道路”；“船车贾贩，周于四方”；“逆旅设置，以通贾商”；“熟食遍列，肴旅成市”的繁荣景象。这一时期有许多烹饪著作问世，如《老人食禁经》、崔氏《食经》、刘休《食方》、诸葛亮《淮南王食经》等，可惜绝大部分已佚。书中不仅叙述了汉民族菜肴，还有羌煮、貊炙、胡羹、胡饼、胡炮肉、韩羊等少数民族菜肴。东汉以后，佛教传入，对寺院斋食、民间素食的发展有一定影响。

隋、唐时期，社会安定，农业和手工业兴盛，都市经济活跃，商业繁荣，封建社会进入鼎盛时期。期间餐饮业和饭店业得到迅速发展，主要表现在如下几方面：①规模空前扩大。唐太宗曾下诏令京城为朝见官员建造官邸 300 余所，全国驿站有 1 639 所。唐代长安饮食凡三五百人之馔可立办；北宋开封大烧饼店，有的饼炉多达 50 多个。经营形式、档次多样化。有建筑宏伟、陈设华丽的驿站或四方馆（迎宾馆）；也有高级酒楼、花园酒店、普通酒店和饮食摊贩，如杭州西湖提供餐饮的最大游船可同时供百余人宴会。

南北方和民族间饮食文化交流，使经营食品种类增加，各具风味

特色。宋代杭州、开封、临安的饮食店有：直卖店、包子酒店、散酒店、苍酒店、面食店、茶坊、南食店、北食店和川食店等，而且其档次、品类齐全，日夜营业，十分繁荣。餐饮业分工趋于精细。宋代都市市场上设有“四司六局”，专管服务工作，服务人员组织也很周密。

元、明、清时期，中外饮食文化和各民族饮食风格相互融合，使餐饮业又得到很大发展。元代连年战事，生产处于衰微状态，商业萎缩，餐饮业萧条，市肆饮食大不如以前，但是中外和国内各民族饮食文化进行了大交流。南欧、西亚、中亚饮食和原料传入我国，中原面食传至意大利等国家；汉、蒙、回、女真各族肴饌首次出现在同一食谱上，大大丰富了中国饮食风味。明清是我国资本主义萌芽时期，餐饮业和饭店业兴旺发达。郑和七次下西洋和东南沿海百姓渡海经商，一方面向海外传播了我国的肴饌；另一方面把海外的食品原料、加工和烹饪技术带回国内。清代满族入主中原，满汉饮食大交流。从康熙到嘉庆年间是清代盛世，同时南北饮食风味又进行了大交流，餐饮业出现新的发展高潮。鸦片战争以后，帝国主义列强侵入中国，设立租界，划分势力范围，兴办银行、邮政、铁路、工矿企业和饭店等。京城和通商口岸出现了西餐馆；英美等西方国家也有华侨经营的中餐馆。在元、明、清这段历史时期，餐饮业的发展集中表现在以下几方面：①元代已有前店后作，主食、菜肴、酒水和娱乐（包括女乐或赌博）的一条龙服务；②有官建民营的酒楼和饭店；③寺院斋堂和市肆素馆大量出现；④出现清真菜馆、中西合璧餐馆和纯西餐馆；⑤出现风景区季节旅游餐馆；⑥船宴在江南一带多处发展，成为餐饮市场的一部分。

辛亥革命以后，餐饮市场的变化，使沿海大城市的餐饮业和饭店业得到发展。多数饭店、餐馆兼营几种风味并提供各种服务。

如 1918 年在北京开业的玉楼春豫菜馆，并包办南席外会；北京东方旅店的西餐馆中西结合。西式饭店比中国传统饭店规模宏大，装饰华丽，住宿餐饮和其他设施齐全并提供相应的服务。各大城市相继建立一批中西结合的半中半洋的新式饭店。这类饭店在建筑风格、式样、设施设备和服务项目上，都受到西式饭店的影响。如北京的东长安春饭店、西珠市口中国饭店、东交民巷西口华安饭店；天津的国民饭店、惠中饭店；上海的东方饭店、中央饭店、大上海饭店、南京饭店和国际饭店等。饭店在经营方式和经营体制上，实行饭店、交通、银行等行业联营。

1949 年以后，我国的餐饮业进入一个新的发展时期，餐饮业继承和发扬我国民族饮食文化的传统，形成了以鲁菜、川菜、粤菜和淮扬菜等菜系为代表的中国菜，我国被誉为世界烹饪王国之一。

改革开放以来，国民经济持续稳定发展，人民生活显著改善，餐饮市场兴旺，各类饭店、餐馆林立，一派欣欣向荣的景象，为广大群众提供多层次、多品种的餐饮服务。据 1990 年不完全统计，餐饮业网点有 162.4 万户，从业人员 445.5 万人；1995 年餐饮业网点为 249.3 万户，从业人员达 710.7 万人，年营业额高达 15 794 亿元人民币。随着社会主义市场经济的稳定持续发展，人民物质文化生活水平的不断提高，我国餐饮业必将呈现一个异彩纷呈的繁荣新局面。

第二节 餐饮服务内容

一、餐饮产品的内涵

餐饮产品有别于工农业产品，是一种具有特殊性质的服务产

品。这种特殊性服务产品的产品含量，从直接与实物产品相关的服务到几乎不涉及实物产品的服务的情况，可以用一个连续的区间来表示（如图 1—2 所示），餐饮服务的产品含量，介于高产品含量的车辆等销售服务和无产品含量的法律服务中间，属于一种典型的服务产品。

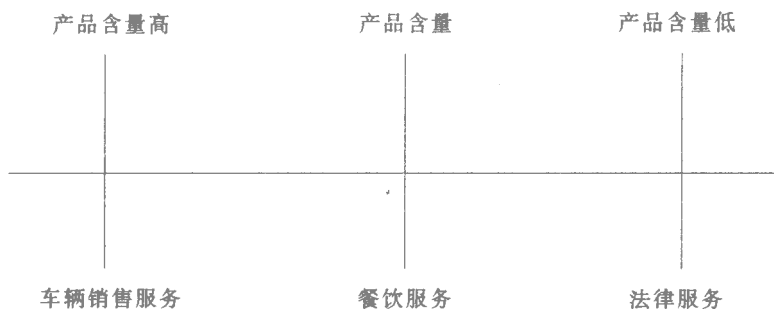


图 1—2 服务连续区间内的产品内涵图

这种典型的服务产品 不仅仅只是肴、饌、酒水等餐饮食品 或者是餐厅服务，以及是餐饮食品与餐厅服务二者的结合，而是具有丰富的内涵和完善的能与特性。

餐饮产品的内涵是由消费者对餐饮消费需求和购买内容决定的。只有认真地分析和研究消费者对餐饮消费需求和购买内容，才能掌握其内涵，有的放矢地满足这些消费需求和购买内容。这种满足餐饮消费需求和购买内容的餐饮服务就是餐饮产品。在激烈的餐饮市场竞争中，分析和研究消费者对餐饮消费需求和购买内容，成为饭店经营者关注的首要问题。

消费者对餐饮消费需求和购买内容都有哪些方面呢？按餐饮产品的表现形式可以分为无形服务和有形实物两部分。其具体表现形式如表 1—1 所示。

表 1—1 宾客对餐饮产品的消费需求

餐饮消费需求			明确或隐含需求	
			物质、生理、心理、精神和情感需求	
			基本、安全、归属、自尊和自我实现需求	
餐 饮 产 品	有形实物	餐饮实物	饥渴(卫生、营养、色香味形质)	物 有 所 值
		设施设备及 服务用品	享受感(主动、热情、耐心、周到)	
	无形服务	餐饮环境	支配感和身份地位感(受欢迎、受尊重)	
		餐厅餐饮 服务		

无形服务是餐饮生产成果的一部分。这部分生产成果并不是物化在具有一定形态的物质上所转化的实物产品，而是依托物质资料为服务手段，凭借物质资料所营造的餐饮服务环境，以餐饮食物作为无形服务的载体，通过向客人提供美味佳肴，使美味佳肴与餐饮劳务服务和餐饮服务环境完美地融为一体，满足就餐宾客的餐饮消费需求和购买内容，从而达到销售餐饮产品的目的。饭店为就餐宾客提供餐饮服务，宾客享受提供的餐饮服务；宾客只有消费了为其提供的美味佳肴，又享受了为其营造的服务环境和餐饮劳务服务，才能使饭店的无形服务的销售得以实现。例如，当宾客步入饭店的前厅后，礼仪小姐彬彬有礼的迎客，礼貌的问候和引座、餐厅的整洁卫生、美观的装饰、舒适的桌椅、典雅的环境及美味佳肴、餐厅服务员热情、周到、快捷的席间服务等都是饭店为客人的餐饮消费提供的，也是客人在餐饮消费中所享受到的。

有形实物是餐饮生产综合成果的另一组成部分。这部分生产成果是物化在具有一定形态的物体上，呈现一定物质形态的外在

形式。色、香、味、形、质俱佳的餐饮食品并非原料自然形成的，而是凝结着厨师的高超烹调技艺和相关员工生产劳动的成果。满足客人对餐饮食品的消费需求，仅是餐饮服务总体的一部分。餐饮食品是餐饮产品的基础。餐饮食品虽是客人餐饮消费的基本追求，但客人还要求幽雅的餐饮环境、华丽的餐饮设施和一流的餐饮服务及其营造的餐饮氛围。很难设想一个饭店能够为客人提供美味佳肴，确无设施设备、环境或服务的保证，这个饭店会在消费者心目中树立起完美的形象，其产品能适应市场竞争的需要。

由于消费者对餐饮需求多种多样，且具有潜在弹性，而每个饭店的餐饮产品的生产又有局限性，饭店都力图推出各自特有的产品以适应既定市场的餐饮需求，这就使餐饮市场上出现了风格或类型各异的餐饮产品。

综上所述，餐饮产品是由餐饮实物和餐饮劳务服务、餐饮服务用品、餐饮设施设备及其所营造的餐饮服务环境等要素构成的有机整体。

在商品经济的条件下，餐饮产品具有使用价值和价值。餐饮服务劳动一方面创造它的产品的使用价值，尽管其产品有一部分是无形的，但它能够满足客人的餐饮消费的需求，其产品构成社会总产品的一部分；另一方面，餐饮服务劳动耗用劳动资料、体力、脑力和劳动时间，必然创造价值。餐饮服务劳动所创造的产品，不论是有形实物和无形服务，都是根据客人的餐饮需求和购买内容为就餐宾客生产的。经营者把餐饮产品当商品来经营，从开始就是用来进行交换的，并应该实行等价交换。

二、餐饮服务内容

（一）餐饮设施设备

餐饮设施设备具体包括前厅的配置、各类餐厅、宴会厅、酒吧

等设施设备的设置、容量和布局 厨房的设置、容量、布局及各种设备 辅助区设施设备的配置 公共区域的楼道、走廊、卫生间及休息区设施设备的配置等。

餐饮设施设备可分为生产性和客用性两大类。生产性的餐饮设施设备是提供餐饮产品的手段和物质基础，作为餐饮服务的依托和凭借，体现目标市场对餐饮设施设备的要求，反映餐饮服务的能力与品位，影响服务质量和效率。客用性餐饮设施设备发挥着服务的功能，其舒适、美观、完善程度影响服务质量或客人的满意程度，作为满足客人心理、生理需要的手段，成为客人餐饮消费中享受的内容。

对餐饮设施设备的要求是：

1. 体现饭店设定的定场定位，按规定的等级标准进行配置。
2. 效用性。这是指满足使用要求必须具备的功能。要求设施设备充分发挥其功能，提高设施设备的效用性。
3. 时代性。由于餐饮产品属高消费和高气氛性产品，其设施设备就应该具有时代气息 讲究造型、颜色、风格和装饰性 以设施设备来体现饭店的时代潮流。
4. 经济性。其涉及使用寿命、使用频率、效率及使用成本。
5. 完好率。应该保证设施设备处于良好的工作状态。

（二 餐饮服务环境

作为高品质的餐饮产品，良好的餐饮服务环境构成餐饮产品的重要组成部分。它能够提供舒适、方便、周到、快捷、安全的服务，可以满足宾客心理、情感等方面的需要。

餐饮劳务服务及其他公共服务设施设备的配置、设施的装饰、微小气候、环境美化和绿色装点、音响、餐位结构、清洁卫生等方面构成餐饮服务环境的内涵和整体效果。要创造良好的餐饮服务环

境除了餐饮设施设备的配置外还包括：

1. 设施的装饰。设施的装饰是由饭店建筑设计和建造完成的，形成接待风格和品位。要搞好设施的装饰，就应与设计、施工部门密切协调，遵循美观、经济、适用的原则，体现餐饮风格特色，反映饭店等级和礼仪规格。设施的装饰应保证：符合消费服务场所的功能。消费服务场所的功能不同，其装饰要求也不同。如宴会厅应体现豪华、美观、热烈、典雅；咖啡厅要重点体现舒适、自由、活泼。

②装饰效果。为保证装饰效果，装饰的重点是棚顶、墙面、窗、门、地面材料和色彩的选择及结构设计，灯具、家具的式样色调和布局，灯光色彩的处理等。设施的装饰在设计手法上可以采取布景、借景、透景、对称、协调等，并通过设计手法的运用和具体施工装饰来保证消费服务场所的功能和装饰效果，体现服务设施的风格特点和品位。

2. 环境的美化。这主要指在设施装饰基础上，采用盆栽、盆景、花草、喷水池、假山、雕塑、字画、条幅等来美化服务现场。就餐服务场所如餐厅、宴会厅、咖啡厅、酒吧、KTV包间及娱乐场所等，应根据消费服务场所的功能来美化服务场所，通过消费场所的风格和品位，反映饭店的总体形象。

②就餐服务以外场所，如饭店周围和门前的空地、饭店建筑楼体和门面、前厅、内庭花园、休息厅（廊）、楼梯等，应特别注意能够为宾客留下美好的第一印象，以便迎合客人对饭店选择的心理要求或用以招揽顾客。

3. 就餐环境的微小气候。

4. 室内外的环境卫生。

（三）餐饮食品

对于多数消费者来说，光临饭店购买餐饮食品是就餐宾客最直接、最明确的购买内容，也是宾客购买的最基本的目的。餐饮食