

# 餐饮服务与管理

陈秋萍 主 编

王新建 伍剑琴 周 丽 副主编

清华大学出版社

北 京

## 内 容 简 介

本书详细介绍了餐饮服务与管理的基本原理与基础知识,帮助读者熟悉餐饮经营管理的主要环节,了解食品营养学、酒水服务的基础知识,培养读者餐饮服务与管理的实践能力。全书共十五章,包括餐饮服务概述、餐饮服务的基本技能、中西零点服务、中西宴会服务、酒吧服务与管理、餐饮服务质量管理、餐饮组织机构与人员管理、餐厅的规划与设备管理、餐饮产品的设计与价格管理、食品原料的采购供应管理、餐饮产品的卫生与安全管理、餐饮产品的生产管理、餐饮产品的销售管理、餐饮产品的市场推广、餐饮产品的成本控制等内容。

本书紧密结合企业案例,内容翔实,深入浅出,系统有序,教学资源丰富,可作为高等院校旅游管理类专业的教材,也可作为留学生“餐饮管理”课程的教材,还可供从事餐饮服务工作的读者参考学习。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。举报:010-62782989, beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

### 图书在版编目(CIP)数据

餐饮服务与管理 / 陈秋萍主编. —北京:清华大学出版社, 2024.1

ISBN 978-7-302-63736-3

I. ①餐… II. ①陈… III. ①饮食业—商业服务 ②饮食业—商业管理 IV. ①F719.3

中国国家版本馆 CIP 数据核字(2023)第 103828 号

责任编辑:王 定

封面设计:周晓亮

版式设计:孔祥峰

责任校对:马遥遥

责任印制:宋 林

出版发行:清华大学出版社

网 址: <https://www.tup.com.cn>, <https://www.wqxuetang.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-83470000 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 装 者:三河市龙大印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:19.75 字 数:468千字

版 次:2024年1月第1版 印 次:2024年1月第1次印刷

定 价:79.80元

---

产品编号:091483-01

# 前 言

“餐饮服务与管理”既是本科、高职院校旅游管理类专业重要的专业课，又是旅游从业者的必修课程。它是一门集食品学、服务学、营养学、管理学等知识于一体的综合性课程。本课程主要面向旅游管理、酒店管理等专业的学生开设，也可用于企事业单位的管理人员及餐饮从业者的岗位培训。学习本课程，可以使学生掌握餐饮管理的基本原理与基础知识，熟悉餐饮经营管理的主要环节，了解食品营养学、酒水服务的基础知识，为后续课程与专业实习打下必要的基础。

本书内容涵盖餐饮管理的全过程，包括餐饮管理的基本原理与方法、中西餐饮服务的基本技能与操作程序、中西餐宴会服务的流程与操作要领、餐饮经营管理的主要环节与控制要点，以及食品卫生与安全管理的基础知识等。本书注重理论体系的完整性与系统性，内容充实，以餐饮管理者的工作实际为依据组织教学内容，具有一定的创新性和操作性。

本书编写团队不仅包括旅游院校的专业教师，还包括资深的餐饮企业管理者。全书由陈秋萍负责大纲的构建、统稿、修订和审核，并负责编写第一章至第四章、第九章；伍剑琴负责编写第五章；张乐负责编写第六章；周丽负责编写第七章；张煜负责编写第八章；马潇负责编写第十章；王新建负责编写第十一章；葛小琴负责编写第十二章；刘加凤负责编写第十三章；皮平凡负责编写第十四章；吴佳佳负责编写第十五章。

本书是华侨大学教材建设资助项目，在编写过程中，得到了清华大学出版社的大力支持。本书在编写过程中参考、引用了许多学者的研究成果，附录中列出了主要的参考文献，在此一并表示衷心的感谢！另外，特别感谢莆田悦华酒店总经理李鹏辉先生、北京环球度假区哈蒙德餐厅运营经理林丹女士的宝贵意见！还要感谢马芳芳、刘紫鹃、王文强、何魁、叶文雅等在资料查找、文字校对工作中的付出。

由于作者水平和时间所限，本书难免存在一些疏漏之处，敬请各位同仁与读者批评指正，编者将在后续修订中逐步完善。



本书数字课程资源丰富，配套的电子教学材料包括课程教学大纲、电子教案、教学课件、试题库及模拟试卷等，读者可扫描下列二维码获取，以便随时随地利用信息技术手段进行自主学习。



教学大纲



电子教案



教学课件



试题库及  
模拟试卷

陈秋萍  
2023年6月

# 目 录

<b>第一章 餐饮服务概述</b> .....	1
<b>第一节 餐饮服务的概念、         内容与类型</b> .....	2
一、服务与餐饮服务的概念	2
二、餐饮服务的内容	3
三、餐饮服务的类型	3
<b>第二节 餐厅的组成与分类</b> .....	5
一、餐厅的组成要素	5
二、餐厅的分类	5
<b>第三节 餐饮服务的特点与要求</b> .....	9
一、餐饮服务的特点	9
二、餐饮服务的要求	10
三、餐饮服务业的发展趋势	11
<b>复习思考题</b> .....	13
<b>第二章 餐饮服务的基本技能</b> .....	15
<b>第一节 托盘服务</b> .....	16
一、托盘的分类	16
二、托盘服务的分类	17
三、轻托的操作步骤与要领	17
四、重托的操作步骤与要领	17
<b>第二节 铺台布与摆台</b> .....	18
一、铺台布	18
二、摆台	21
<b>第三节 斟酒服务</b> .....	24

一、斟酒服务的分类	24
二、斟酒服务的步骤	24
三、斟酒服务的操作要领	26
四、斟酒服务的注意事项	27
<b>第四节 餐巾折花</b> .....	27
一、餐巾的作用	28
二、餐巾的分类	28
三、餐巾折花的基本技法	29
四、餐巾折花的注意事项	30
<b>第五节 上菜与撤台</b> .....	31
一、上菜	31
二、撤台	34
<b>第六节 分菜服务</b> .....	35
一、分菜的用具与方法	35
二、分菜的顺序	36
三、分菜的操作要领	36
<b>复习思考题</b> .....	36
<b>第三章 中西零点服务</b> .....	38
<b>第一节 中餐零点服务</b> .....	39
一、引领服务	39
二、餐前服务	39
三、点菜服务	39
四、上菜服务	41
五、席间服务	42
六、撤台与结账服务	42



七、收尾工作·····	42	二、营业中的服务流程·····	85
第二节 西餐零点服务·····	43	三、结账收款工作·····	88
一、西餐早餐服务·····	44	四、营业结束后的工作·····	89
二、西餐午餐、晚餐服务·····	45	第三节 酒吧管理·····	89
三、西餐零点服务的操作要领·····	47	一、酒吧物料管理·····	89
复习思考题·····	50	二、酒吧的成本控制与价格管理·····	92
第四章 中西宴会服务·····	53	复习思考题·····	94
第一节 宴会服务概述·····	54	第六章 餐饮服务质量管理·····	96
一、宴会的起源与发展·····	54	第一节 餐饮服务质量的概 念、内容与特点·····	97
二、宴会的概念与特点·····	55	一、餐饮服务质量的概 念·····	97
三、宴会的种类·····	56	二、餐饮服务质量的 内容·····	98
第二节 中餐宴会服务·····	57	三、餐饮服务质量的 特点·····	101
一、中餐宴会席位设计·····	57	第二节 餐饮服务质量的 影响因素·····	102
二、中餐宴会摆台·····	58	一、餐饮服务质量的 差距模型·····	102
三、中餐宴会的服 务流程·····	61	二、餐饮服务质量的 差距影响因素·····	103
四、中餐宴会的分 菜与分汤服务·····	64	第三节 餐饮服务质量的 控制·····	107
第三节 西餐宴会服务·····	65	一、餐饮服务质量的 控制方法·····	107
一、西餐宴会座次 安排·····	65	二、餐饮服务质量的 管理控制实施·····	109
二、西餐宴会摆台·····	67	第四节 餐饮服务质量的 分析·····	110
三、西餐宴会的服 务流程·····	69	一、排列分析图法·····	110
四、冷餐会服务·····	70	二、因果分析图法·····	112
五、鸡尾酒会服务·····	72	三、PDCA 循环工作 法·····	113
第四节 自助餐服务·····	73	复习思考题·····	115
一、自助餐服务概 述·····	73	第七章 餐饮组织机构与人 员管理·····	116
二、自助餐服务程 序·····	74	第一节 餐饮组织机构的 设计·····	117
复习思考题·····	75	一、餐饮组织机构的 设立·····	117
第五章 酒吧服务与管理·····	77	二、餐饮企业的岗 位职责·····	118
第一节 酒吧概述·····	78	第二节 餐饮人员的配 备与管理·····	123
一、酒店中酒吧的 类型·····	78	一、餐饮人员的配 备·····	123
二、酒吧的组织结 构·····	80	二、餐饮人员的培 训管理·····	127
三、酒吧的岗位职 责·····	81	三、餐饮人员的绩 效考核管理·····	131
第二节 酒吧服务程序 与标准·····	82	复习思考题·····	134
一、营业前的工作 程序·····	82		



<b>第八章 餐厅的规划与设备管理</b> .....136	
第一节 餐厅的规划与布局 .....137	
一、餐厅的整体规划与设计 .....137	
二、餐厅的空间设计与布局 .....139	
第二节 餐饮环境的氛围营造 .....140	
一、餐饮环境布局的要求 .....141	
二、餐饮环境布局和装饰 .....141	
第三节 餐厅设施的清洁与保养 .....144	
一、地面、桌面的清洁与保养 .....144	
二、地毯的清洁与保养 .....146	
三、餐厅墙面的清洁与保养 .....147	
四、餐厅窗户的清洁与保养 .....148	
五、餐厅沙发的清洁与保养 .....149	
第四节 餐厅电器的使用与保养 .....151	
一、电器使用时的注意事项 .....151	
二、冰箱、冰柜的使用与保养 .....151	
三、空调设备的使用与保养 .....152	
四、吸尘器的使用与保养 .....153	
五、电视机的使用与保养 .....153	
六、制冰机的使用与保养 .....153	
七、消毒柜的使用与保养 .....154	
八、微波炉的使用与保养 .....154	
九、电饭煲的使用与保养 .....154	
十、打蜡机的使用与保养 .....155	
第五节 餐厅物品的清洁与保养 .....155	
一、餐厅餐具的清洁与保养 .....155	
二、玻璃器皿的清洁程序 .....157	
三、金属器件的清洁与保养 .....157	
四、布草、毛巾的清洁管理程序 .....158	
五、绿化的清洁程序 .....158	
复习思考题 .....160	
<b>第九章 餐饮产品的设计与价格管理</b> ....161	
第一节 餐饮调研与市场定位 .....162	
一、餐饮市场细分 .....162	
二、确定餐饮目标市场 .....164	
三、餐饮市场定位 .....166	
第二节 菜单的设计与制作 .....168	
一、菜单的起源与概念 .....168	
二、菜单的作用 .....169	
三、菜单的类型 .....170	
四、菜单的内容 .....172	
五、菜单设计的依据 .....173	
六、菜单的装帧 .....175	
第三节 餐饮产品的价格管理 .....176	
一、餐饮产品的定价原则 .....176	
二、餐饮产品的价格构成 .....176	
三、餐饮产品的定价目标 .....177	
四、餐饮企业常用定价方法 .....178	
复习思考题 .....181	
<b>第十章 食品原料的采购供应管理</b> .....183	
第一节 食品原料的采购管理 .....184	
一、食品原料采购与采购管理的 概念 .....184	
二、食品原料采购组织管理 .....184	
三、食品原料采购的人员配备 .....185	
四、食品原料采购的程序控制 .....186	
五、食品采购的质量控制 .....187	
六、原料采购计划书编制 .....188	
七、食品采购的数量控制 .....190	
八、食品采购的价格控制 .....193	
九、食品采购方式的控制 .....195	
第二节 食品原料的验收管理 .....195	
一、建立合理的验收体系 .....196	
二、原料验收的程序 .....197	
三、原料验收的检验标准 .....199	
四、原料验收的相关表格 .....199	



第三节 食品原料的库存管理 .....	204
一、原料储存要求 .....	204
二、库房管理 .....	207
复习思考题 .....	209
<b>第十一章 餐饮产品的卫生与安全</b>	
<b>管理 .....</b>	<b>210</b>
第一节 餐饮产品卫生与安全管理的	
概念与内容 .....	211
一、餐饮产品卫生与安全管理的	
概念 .....	211
二、餐饮产品卫生与安全管理的	
内容 .....	212
第二节 食品污染与食物中毒 .....	213
一、食品污染 .....	213
二、食物中毒 .....	214
第三节 餐饮产品卫生与安全管理的	
法规、制度与措施 .....	218
一、餐饮产品卫生与安全管理相关	
法规与制度 .....	218
二、餐饮产品卫生与安全管理措施 .....	221
第四节 餐饮产品生产与服务	
安全事故管理 .....	225
一、餐饮产品生产与服务常见安全	
事故及预防 .....	225
二、餐饮产品安全事故的应急处理 .....	227
复习思考题 .....	228
<b>第十二章 餐饮产品的生产管理 .....</b>	<b>231</b>
第一节 厨房的组织形式与	
规划布局 .....	232
一、厨房组织机构的设置 .....	232
二、厨房的规划与布局 .....	234
第二节 餐饮产品的生产质量控制 .....	238
一、餐饮产品生产特点 .....	238

二、餐饮产品质量构成要素 .....	239
三、餐饮产品生产质量控制方法 .....	242
复习思考题 .....	246
<b>第十三章 餐饮产品的销售管理 .....</b>	<b>249</b>
第一节 餐饮销售计划 .....	250
一、餐饮销售的概念 .....	250
二、可行性研究 .....	252
三、市场需求调研 .....	254
四、销售计划制订 .....	257
五、销售计划实施 .....	257
第二节 餐饮销售控制 .....	259
一、影响餐饮销售的因素 .....	259
二、餐饮销售定价策略 .....	260
三、餐饮产品销售策略与技巧 .....	262
四、点菜系统 .....	262
五、盈亏分界点的确定 .....	263
复习思考题 .....	265
<b>第十四章 餐饮产品的市场推广 .....</b>	<b>268</b>
第一节 餐饮产品的营销策略 .....	269
一、餐饮企业营销沟通组合 .....	269
二、餐饮企业广告 .....	271
三、餐饮产品销售推广 .....	277
四、餐饮企业的人员推销 .....	279
五、餐饮产品的网络营销 .....	282
第二节 餐饮企业的公共关系、	
公众宣传与危机管理 .....	284
一、公共关系和公众宣传概述 .....	284
二、公共关系和公众宣传的工具 .....	285
三、危机管理 .....	286
复习思考题 .....	288
<b>第十五章 餐饮产品的成本控制 .....</b>	<b>290</b>
第一节 餐饮成本核算 .....	291
一、餐饮成本的概念 .....	291



二、餐饮成本的分类·····	291	二、餐饮成本控制的意义·····	300
三、餐饮成本的结构与特点·····	292	三、餐饮成本控制的原则·····	301
四、餐饮成本核算的步骤·····	293	四、餐饮成本控制的要素·····	301
五、餐饮成本核算的内容·····	293	五、餐饮成本控制的方法·····	302
六、餐饮成本分析·····	297	复习思考题·····	305
第二节 餐饮成本控制·····	299	参考文献·····	306
一、餐饮成本控制的概念·····	300		

# 第一章

## 餐饮服务概述

2021年8月23日,中国饭店协会与新华网联合发布《2021中国餐饮业年度报告》(以下简称《报告》)。《报告》显示,2020年中国餐饮收入39527亿元,较2019年下降15.4%。2021年全国餐饮收入46895亿元,同比上涨18.64%。2021年全国餐饮收入占社会消费品零售总额的10.6%,高于上年0.5个百分点,且增幅再次高于社会消费品零售总额增幅,我国餐饮行业呈现稳中向好的趋势。餐饮行业的核心内容是从事与饮食或食品经营管理相关的组织或个人,如餐厅、酒楼、酒店的餐饮部门等,通过对食品进行加工处理,满足客人的饮食需要,从而获得相应的收入。

### 学习要点

1. 了解餐厅的起源与分类。
2. 熟悉餐饮服务的概念、特点与分类。
3. 了解餐饮服务的发展趋势。

### 导入案例

#### 桂花鱼怎么跑到隔壁去了

某餐厅晚宴正酣。一名实习生将客人点的桂花鱼端到了另一桌上,当这桌客人津津有味地品尝着桂花鱼时,点桂花鱼的那桌客人正在为桂花鱼的迟迟未上而着急。两桌的客人都是餐厅的老客人,怎么办?餐厅的服务员标兵小李先带着实习生到点桂花鱼的那桌客人面前,温和地道歉:“让您久等了!”并风趣地说:“不知今天的桂花鱼为什么这么淘气,跑到隔壁的桌上去了!是我们没看住,给您带来不快,对不起!请大家耐心等待一会儿,我们让厨师尽快做一条桂花鱼上来。”客人听他一席话,看他们满脸的诚意,笑道:“不就是一条鱼吗?下次看住点。”小李说:“多谢各位!”然后他们来到另一桌客人面前,恭喜客人获赠一份桂花鱼:“您是本店的幸运之星,愿这条桂花鱼给你们带来好运!恭喜你们!”客人听后大喜,又点了一瓶酒



助兴。

(资料来源: 作者搜集整理)

思考: 服务员标兵小李的应对方式有哪些可圈可点之处?

## 第一节 餐饮服务的概念、内容与类型

餐饮消费是人们最普遍的消费之一,也是旅游活动的重要组成部分。除了满足客人的功能需求,餐饮服务还满足他们的心理需求。餐饮服务既抽象又具体,虽然是无形的,但也有迹可循。通过对餐饮服务内容与类型的分析,可以加深餐饮从业者对餐饮服务的认知,进而提升其从事餐饮服务的热情。

### 一、服务与餐饮服务的概念

#### (一) 服务的概念

服务是从英文 service 翻译而来,service 一词的含义为一种作为职业或事业而为他人做的工作。服务是一系列助人的行为,是为了集体(或他人的)利益或为某种事业而工作,它不以实物形式而以提供劳动的形式满足他人的某种特殊需要。

#### (二) 餐饮服务的概念

餐厅英文为 restaurant,含义为提供给人们食品和场地,以恢复其精神和活力。因此,餐厅是一个为客人提供食物和休息,以恢复其活力的特定场所。

在国际标准化组织和中国国家技术监督局制定的国家标准 GB/T 16766—1997《旅游服务基本术语》中,餐饮服务被定义为:“为满足客人的餐饮服务需求,餐饮服务企业与客人接触的活动和餐饮服务企业内部活动的结果。”

#### (三) 餐饮服务的内涵

餐饮服务是服务人员在向餐厅的客人提供食物和饮料时进行的一系列活动。它包括在餐馆、宴会、咖啡馆、酒吧和酒馆中面对面为客人提供的个人服务,以及厨房、酒吧、茶水间、饭馆等餐饮服务部门中不在客人视线范围内的后台服务,两个领域的工作是相辅相成的。

就餐饮企业而言,狭义的餐饮服务是指向客人提供食品和饮料的活动和方式;广义的餐饮服务不限于提供食品和饮料,还包括餐饮企业的所有设施设备、人员配置、通道、效率和成本等服务要素。

餐饮服务包括服务技能和服务态度等两个方面。服务技能是指餐饮服务人员以适当的方式向客人提供食品、饮料的能力。服务态度比技能更重要,它指的是餐饮服务人员为客人服务时的精神状态和行为倾向。



## 二、餐饮服务的内容

餐饮服务的内容既包括显而易见的有形的实物产品，也包括不易察觉的无形的服务要素。随着时代的推移与消费理念的演变，餐饮服务具备越来越丰富的内容。具体而言，餐饮服务包括以下几个方面。

- (1) 餐饮实物产品。餐饮实物产品是指客人在餐厅购买或消费的物品，如菜肴、酒水等，这是餐饮服务的核心产品。
- (2) 辅助性设施设备。辅助性设施设备是指在提供服务前必须到位的各种设备，包括建筑物、家具、服务设施和用品、内部装潢等。
- (3) 显性的服务。显性的服务是客人可以明确体验到的利益，包括各类服务项目、服务员技能技巧、厨师的烹饪技艺等。
- (4) 隐性的服务。隐性的服务是指客人获得的心理感受或隐含的服务，如服务员的态度、等待服务的时间和安排、服务环境的气氛等，使客人有方便、安全、舒服、显示气派等心理感受。通过产品与服务的组合销售，在客人心中形成餐厅良好的形象。
- (5) 附加利益。附加利益是指餐饮企业向客人提供的额外的服务和利益。不少营销学家认为，未来的竞争将是餐饮企业在所能给予客人的额外价值方面的竞争。

### 案例1-1

#### 咖啡溅到了客人的衣服上

某酒店的早餐服务正在忙而有序地进行着。忽然听到“啊”的一声，只见一位身着套装的女士，从自己的座位上跳起来，使劲地抖着衣服，似乎是让什么给烫着了。

原来是服务员小李忙中出错，不小心将热咖啡溅到了客人的衣服上。小李赶紧充满歉意和关心地问：“实在对不起，烫着了没有？”那位女士拉长了脸，恼火地指着衣服说：“怎么这么不小心，你看衣服弄成这个样子，你说怎么办？”小李心想错误已经造成，而且完全是由于自己工作上的失误，应该采取相应的办法予以补救。于是，小李郑重地向客人道歉，并征求客人的意见：“您能否回房把衣服换下来，我马上拿去洗衣房给您免费洗烫，下午三点以前给您送回，您看这样可以吗？”女士表示同意。当天在送回衣服时，小李特意在洗衣袋内留了一张字条：“女士，实在对不起，由于我工作的失误给您带来了不便，请接受我的再次道歉。”当第二天这位客人又来用餐时，小李又一次向她表示了歉意，客人完全释然地说：“没关系，小事一桩。”

(资料来源：<https://wenku.baidu.com/view/7fe7b773cc2f0066f5335a8102d276a2012960c1.html>)

问题：评价小李的服务水平。

## 三、餐饮服务的类型

根据划分依据的不同，餐饮服务分为不同的类型。



### (一) 按服务的特点分类

(1) 餐桌服务。餐桌服务的特点是全程由服务员引导客人就座并提供相关服务，如点菜、上菜和结账。餐桌服务需要更多的服务员，而且更正式。餐桌服务型餐厅在餐饮业中数量最大，常称为酒楼、酒家、饭庄、饭馆等，其经营品种丰富，菜品风味突出，服务较全面。

(2) 柜台服务。柜台服务的特点是快速和方便，客人在柜台点餐，可以在餐桌边食用，也可以把食物带走。例如，寿司就经常以这种形式提供。在柜台服务式餐厅，客人坐在柜台前，可以边聊天边享受厨师的菜肴，服务员或厨师直接向客人提供食物。这种类型的餐厅也被称为快捷餐厅、速简餐厅，因为它的服务速度很快。

(3) 自助服务。自助服务的特点是多数食品和饮料摆放在餐台上，客人可以取走并付款。其优点是可以展示食物，客人可以自由交谈，有更多的选择，且需要更少的工作人员；缺点是客人对食物不太熟悉，可能要排队，需要额外的设备，分量难以控制，可能用餐体验不那么美好。

(4) 外卖服务。外卖服务的特点是餐饮产品制作后，不是装盘提供给客人，而是将其用餐盒包装好，由客人带至餐厅以外的地方用餐。优点是方便快捷、成本低，缺点是难以控制质量与保证卫生，要求包装密闭、快速上门。

### (二) 按服务的复杂程度分类

西式服务中，按照服务方式的复杂程度，分为法式、俄式、美式、英式等四大服务方式。

(1) 法式服务。法式服务是餐饮企业中最高级别的餐饮服务。常用于扒房(grill room)的零点服务、高级中餐厅的零点服务及中餐贵宾厅服务。一般使用手推车或服务桌服务，在服务现场展示菜肴烹调表演、调味及切配表演，使用优质的瓷器、银器和水晶杯。

(2) 俄式服务。俄式服务的风格优雅，菜肴在厨房制熟，之后放入一个精致的餐盘，采用肩上托盘的方法送至餐厅。一般使用左手，以胸前托盘的方法请客人欣赏菜肴，然后用右手通过服务叉和服务匙为每个客人分菜。俄式服务方式简单快速，服务时不需较大的空间，服务效率和餐厅空间利用率较高。

(3) 美式服务。美式服务是简单和快捷的餐饮服务方式，广泛用于咖啡厅、西餐厅和宴会。菜肴一般在厨房中烹制装盘后，由服务员用托盘运送到餐厅。上菜时服务员在客人的左侧，用左手从客人左边送菜肴，从客人右侧撤餐具和斟倒酒水。冷菜使用冷餐盘，热菜使用热餐盘，以便保持食物的温度。

(4) 英式服务。英式服务又称家庭式服务，服务员从厨房将烹制好的菜肴传送到餐厅，由客人中的主人亲自动手切肉，装盘并配上蔬菜，服务员把装盘的菜肴依次送给每一位客人。调味品、沙司和配菜都摆放在餐桌上，由客人自取或相互传递。英式服务家庭气氛浓，用餐的节奏较慢。



## 扩展阅读1-1

什么是扒房



## 第二节 餐厅的组成与分类

餐饮行业包罗万象，餐厅的类型也不胜枚举。作为餐饮从业人员，应对餐厅有整体的了解，比如餐厅的组成要素、分类、组织结构、岗位分工、加工程序等，这样才能更好地明确自己的角色与定位，为客人提供针对性的优质服务。

### 一、餐厅的组成要素

开设餐厅一般必须具备以下几个条件。

- (1) 具备一定的场所，即具有一定接待能力的餐饮空间和设施。
- (2) 必须要提供食品、饮料。食品和饮料是餐厅经营的主要产品，也是餐厅存在的重要物质基础。
- (3) 有一定的服务水准，即具备满足客人的不同需求和期望的能力。客人在购买食品和饮料并接受餐厅工作人员提供的服务后，可以通过其生理和心理上的满意度来判断餐厅的服务水平。如果餐厅所提供的服务与客人的心理预期相吻合，那就是让客人满意的服务。
- (4) 能够盈利。餐厅能够保持一定的利润水平，才可持续经营。

### 二、餐厅的分类

#### (一) 按服务对象分类

根据服务对象不同，餐厅分为以下两类。

- (1) 商业型餐厅。商业型餐厅一般利润较高，经营流动性较大，如带餐厅的酒店、综合餐厅、娱乐场所等。
- (2) 非商业型餐厅。非商业型餐厅通常是国企、事业单位的餐厅。它们没有强烈的盈利动机，服务地点是固定的，如学校餐厅、医院餐厅、军队餐厅等。

#### (二) 按经营的组织形式分类

根据经营的组织形式不同，餐厅分为以下两类。

- (1) 独立经营的餐厅。独立经营的餐厅一般独立核算，有经营自主权，有注册资本，具有法人资格。我国绝大多数餐厅属于独立经营的餐厅。
- (2) 依附经营的餐厅。依附经营的餐厅是属于酒店的餐饮部门，隶属于酒店，没有自己的



注册资本、不具备法人资格。

### (三) 按菜品的特色分类

根据菜品的特色不同，餐厅分为以下四类。

(1) 地方风味餐厅。中国饮食文化的悠久历史促进了各种地方风味的发展。这些地方风味餐厅往往根据自身地方特色优势，专门经营某些地方菜，如川菜、鲁菜、粤菜和淮扬菜等。

(2) 民族风味餐厅。民族风味餐厅以一个国家或一个民族的风味菜为主导产品，如泰国菜、日本料理、韩国料理、越南菜等。

(3) 特色原料餐厅。特色原料餐厅专注于一种主要特产或典型原料，并为某种原料创造一系列产品，突出其自身的商业特色。例如，北京的全聚德烤鸭、四川的麻婆豆腐等。

(4) 家常风味餐厅。这类餐饮企业主打家常菜，价格亲民，数量众多。

### (四) 按营业时间分类

由于餐厅的营业时间受目标市场的就餐时间制约，因此，餐厅可根据不同地区人们的习惯分为两餐、三餐、四餐，甚至 24 小时营业等不同的种类。

(1) 正餐厅。正餐厅主要提供中餐和晚餐。这类餐厅通常使用点菜菜单，提供点菜服务，菜品种类繁多。

(2) 早餐餐厅。早餐餐厅主要提供早餐或早茶。由于我国的早餐通常较简单，所以这些餐厅一般是流动式或摊点式的。

(3) 全天候餐厅。全天候餐厅主要指 24 小时经营的餐厅。一些连锁餐厅的部分分店提供 24 小时服务，如麦当劳、海底捞等餐厅。这些餐厅通过延长营业时间，吸引一些稳定的客源到店用餐。

## 扩展阅读1-2

百年老店聚春园



### (五) 按经营业态分类

餐饮业态是指为满足不同目标市场的饮食消费需求而形成的不同经营形态。餐饮业态主要依据餐饮企业的位置空间、规模诉求、目标客人、产品结构、店堂设施、经营方式、服务功能、技术条件等来确定。餐饮业态的实质是这些要素的组合，组合不同就会产生不同的效果，就会有不同的市场表现。

#### 1. 传统经营类型

(1) 餐桌服务式餐厅。餐桌服务式餐厅在我国餐饮企业中占有相当大的比例，这类餐厅即通常所说的正餐厅，餐厅名称一般带有酒家、酒楼、饭庄等字样。这类餐厅经营品种丰富，能经营一种以上的地方风味菜肴，并且通过菜品的创新与组合来吸引更多的客人。这类餐厅不仅接待散客，通常还承办会议、商务应酬、婚寿等团体宴席。



(2) 风味餐厅。风味餐厅一般分为风味菜肴餐厅和地方风味小吃餐厅两大类，通过提供由特殊原料或独特烹饪方法制作的具有独特风味的菜品来满足客人的需要，其菜品风味或服务颇具地域性或民族性特点。

(3) 酒吧。酒吧主要是供客人消遣、交往的场所，一般比较注重店堂内外的装修与摆设，尽量创造出一种美观、舒适、高雅的异国情调。酒吧既可以独立经营，也可附设在酒店、大型餐厅内。有些大酒店或餐厅为满足不同客人的需求，会在不同位置附设 1~3 个酒吧。酒吧经营规模较小，一般只设几十个座位。

(4) 茶馆。从茶馆的功能来看，客人进茶馆已不是为了解渴，更多是为了满足消遣、娱乐和社交的需要。从经营的品种与提供的服务项目上看，茶馆可分为清茶馆和茶餐厅两大类。清茶馆是最具传统特色的茶馆，其经营品种主要是各类茶水及各种干货小食品，许多大型的茶馆还同时提供说书、戏曲表演等娱乐服务项目。茶餐厅则是茶、酒、饭、菜兼营的餐厅。

(5) 咖啡厅。咖啡厅可分为两大类：一类附属于酒店，主要经营一些大众化的西式菜肴和部分西式快餐食品，并提供简单的餐桌服务，其实质是一种简化了的餐桌服务式西餐厅，通常又被称为咖啡超市；另一类被称为咖啡屋，经营以咖啡为主的各类饮料、水果及小食品，其功能和特点与酒吧类似，主要是供客人休闲、聚会的场所。这类咖啡厅较受年轻白领阶层的青睐。

### 扩展阅读1-3

#### 港式茶餐厅



#### 2. 自助式经营类型

自助式餐厅与自助餐是有区别的。自助式餐厅是一种餐厅类型，而自助餐是一种服务方式或宴席形式，各类餐厅都可经营自助餐。自助式餐厅具有以下特点：一般不提供餐桌服务，而是由客人自己将食物端至桌前。多数情况下，食品、饮料等均在柜台上陈列，由客人自取，有的餐厅要求客人用餐后将托盘等餐具放在指定位置。有些自助餐厅连食品最后的加工都由客人自己完成。新型自助式餐厅要求客人的参与度与自助程度越来越高。自助式餐厅可分为中西式快餐厅、自助式火锅餐厅及超市餐厅三大类。

(1) 中西式快餐厅。现代快餐是一个科学的生产服务体系，具有以下特征：采用节省时间的设备，利用节省人力的机械，运用自我服务设施降低劳务成本，提供相对固定的经营品种。我国快餐企业主要包括两大类：一类是以手工操作、现场加工和单店经营为主要特征的传统快餐企业；另一类是以标准化、工厂化和连锁经营为主要特征的现代快餐企业，这类企业除麦当劳、肯德基等西式快餐企业外，还有真功夫、大娘水饺、丽华快餐、面点王等中式快餐企业。

(2) 自助式火锅餐厅。火锅是中国传统的餐饮形式之一，也是一种典型的中式自助餐饮。自助式火锅餐厅的主要特征是：就餐形式体现自助特色，客人自主选择原料，自调蘸味料，自行烹制加热，充分满足客人对口味的个性化要求；餐厅一般提供添加汤料、更换燃料等有限餐桌服务；客人在自助式火锅餐厅的就餐时间较长，因此餐厅座位周转率较低。



(3) 超市餐厅。超市餐厅将传统自助餐经营与现代商业零售市场的原理有机结合起来,以千品汇一、超市自选、廉价销售、连锁经营为主要特色,打破传统餐厅前堂后灶的封闭式布局,厨房与就餐区之间用透明玻璃间隔,使客人对厨房设备和烹调过程一目了然。超市餐厅的基本特征是餐厅采取透明化、开架式布局,分为选料区、食街区、操作区和就餐区;原料新鲜,明码实价;开放式布局更透明,环境更卫生。

### 3. 现代创新经营类型

(1) 吧台式餐厅。吧台式餐厅的特点是利用酒吧吧台的形式来经营餐饮。餐厅中传统的桌椅被吧台和吧凳所取代,餐厅内的工作台沿墙边摆设,呈直线形或半圆形,服务员站在柜台后面,各种生熟菜品的样品均置于玻璃柜台内,旁边墙上张贴简单的菜单,直观性很强。客人可以通过玻璃柜台选择自己喜爱的菜品,点完菜后,坐在柜台外的吧椅上等候现场烹制。吧台式餐厅的出现,在一定程度上满足了客人对便捷就餐方式的需求。

(2) 休闲娱乐型餐厅。这类餐厅的特点是将各种休闲娱乐活动融入餐饮经营中。如今,餐饮经营者更深刻地认识到,休闲娱乐活动与餐饮经营相结合能给企业带来的巨大经济效益和社会效益。经营者通过不断开发与创新,赋予休闲娱乐餐饮更为丰富的内容,形成全新的现代休闲娱乐餐饮形式。

(3) 无店铺式经营餐厅。随着餐饮市场竞争的加剧,继外卖送餐式餐厅、超市餐厅之后,又出现无店铺式经营餐厅。无店铺经营餐厅是指企业不提供固定就餐场所,而是根据标准化菜单或客人指定菜单,由厨师上门为客人进行现场烹制和服务,这也是餐饮企业向家庭的延伸。目前,无店铺式经营形式逐渐被其他餐饮企业采纳,有许多传统餐厅也推出此类服务方式。

(4) 绿色餐厅。绿色餐厅是指以环保、健康、安全、可持续发展的绿色经营理念为指导,以绿色食品为主要原料,产品的生产、服务与销售均符合绿色食品的生产操作规程、包装储运标准及环境质量标准,而且将可持续发展经营思想贯穿于整个生产服务过程,如使用、回收、利用无污染的绿色餐具等的餐饮企业。绿色餐厅比其他餐厅在原料采购与设备方面投入更多,菜品附加值也更高。虽然目前这类餐厅在我国数量较少,但其有广阔的发展前景,尤其在经济较发达地区,更有良好的潜在客源市场。

(5) 主题餐厅。主题餐厅主要通过餐厅整体装饰布置、特色食品、服务程序、娱乐安排等来营造某种特定的主题风格,从而使餐厅具有丰富的社会文化及人文内涵,以一种特殊的就餐氛围来吸引客人。这类餐厅提供的产品品种有限,但都富有特色,一般经营规模适中,提供餐桌服务,但服务程序较普通餐桌服务型餐厅更具特色。

## 案例1-2

### 神奇的香蕉

某星级饭店住满了来自各国的客人。其中一位“孤僻”的客人入住已有一周。他不善言笑,总是板着脸,就连服务员对他笑脸相迎,他也不露声色。



这位客人每天都到自助餐厅吃早餐。每当吃过盘中自选的食品后，他总要在餐台上寻找什么东西，一连两天都是这样。第一天服务员笑着问他需要何物，没有得到答复。第二天服务员又耐心地询问，仍然没有得到回答，搞得服务员很是尴尬。当这位冷面先生正要走出餐厅时，服务员又笑着问他是否需要帮助，“香蕉”一词终于从他的嘴里吐出。第三天早餐时间，一大盘香气扑鼻的香蕉出现在这位美国客人面前，这情形使他绷紧的脸第一次有了笑容。在以后的几天内，这位美国客人每天早上都能吃到香蕉。

几个月后，这位客人再次光顾了这家饭店。次日早上他步入自助餐厅时，惊喜地发现在上次同样的位置摆放着熟悉的香蕉。他忙找到服务员，主动询问是否特意为他准备。服务员笑着告诉他，总台服务员昨晚已经通知餐厅客人入住饭店的信息。

服务太好了！神奇的香蕉使这位冷面先生的脸上露出了感激的笑容。

(资料来源：<https://www.doc88.com/p-10359441859633.html?r=1>，有修改)

问题：评价这位服务员的做法。

### 第三节 餐饮服务的特点与要求

餐饮服务业(catering services)是集即时加工制作、商业销售和服务性劳动于一体，向客人专门提供各种酒水、食品、消费场所和设施的食品生产经营行业。服务是一种特殊的无形活动，是一个独立创造价值的活动，而且服务给客人带来的满足感是非常奇特的价值。

#### 一、餐饮服务的特点

餐饮服务是餐饮从业人员为就餐客人提供从进店到离店期间一系列帮助行为的总和，包括与客人面对面的前台服务和客人视线范围不能涉及的后台服务。如用餐服务、引领服务等属于前台服务；采购、储藏、财务等属于后台服务。两者是相辅相成的，缺一不可。后台服务是前台服务的基础和保证，前台服务是后台服务的继续和完善。只有两者有机结合，才能创造出令客人满意的餐饮服务。概括而言，餐饮服务有以下特点。

(1) 无形性。餐饮服务与其他任何服务一样不能够量化。无形性是指就餐客人只有在购买并享用餐饮产品后，才能凭借其生理与心理的满足程度来评估其优劣。由于餐饮服务只能通过就餐客人购买、消费、享受服务之后所得到的亲身感受来评价其好坏，因此，这种效用上的无形性加大了餐饮产品的销售困难。

(2) 一次性。餐饮服务的一次性是指餐饮服务只能即时享用，过时则不能使用。这就要求餐饮企业接待好每一位客人，提高每一位客人的满意程度，当客人在精神和物质方面的需求得到满足后，才能多次光临，成为回头客，并起到宣传作用。

(3) 同一性。餐饮服务的同一性是指餐饮产品的生产、销售、消费几乎同步进行，餐厅的生产过程就是客人的消费过程。只有当客人进入餐厅后服务才能进行，当客人离店时，服务也就自然终止。这就要求餐饮企业既要注重产品生产的质量和服务过程，也要重视就餐环境。



(4) 差异性。餐饮服务是由餐饮部门工作人员通过手工劳动来完成的，而由于每位工作人员年龄、性别、性格、素质、受教育程度及工作经历的差异，他们为客人提供的餐饮服务也不尽相同，另一方面，同一位服务员在不同的场合、不同的时间，或面对不同的客人，其服务态度、服务效果等可能有一定差异。这就要求餐饮企业制定服务标准，并加强员工的培训和对服务过程的控制。

## 二、餐饮服务的要求

餐饮服务的质量与水平不仅关系着餐厅的效益与口碑，更关乎餐厅的生存与发展。在不同类型的餐厅，餐饮服务可能呈现不同的形式与节奏，但是发自内心、真诚而到位的服务永不过时。例如，优质的餐饮服务是以标准的服务动作，快速稳健地为客人提供细致入微的服务，使客人在餐饮消费中体验到温馨和专业，具体表现为标准与个性相统一、快捷与稳妥相统一、热情与礼仪相统一、亲切与高雅相统一、守则与灵活相统一。

### (一) 餐饮服务的类型

餐饮服务可从功能性、情感性、增值性等三个方面满足客人的需求。

(1) 功能性服务。功能性服务是餐饮服务的基本要求，包括服务员得体的仪容仪表、妥帖舒服的礼貌礼仪、自然熟练的技巧和基本的知识技能等。这些都是餐饮服务必备的培训内容，可以满足餐饮企业为客人提供简单服务的需求。如食品确保安全、餐厅保持清洁、硬件设施运作良好、按时提供酒菜等。

(2) 情感性服务。情感性服务是餐饮服务的自然延伸，主要指客人在用餐过程中，与服务员的交往互动产生的情感满足。如服务员是否有亲切的微笑与问候，在与客人的沟通中，服务员是否具备优雅而又不失温暖的气质，客人能否感受到被关注和关爱等。

(3) 增值性服务。随着餐饮竞争逐步回归经营的本质，服务制胜的观点深入人心，增值服务得到越来越多餐饮经营者的青睐。餐饮从业人员集思广益，不断创新，使增值服务的内容越来越丰富，技巧越来越高超。增值服务的形式多样，目的都是为了感动客人。如管家式服务、亲情式服务、顾问式服务、情境式服务等，都可以使客人从用餐体验中获得深层次的差异化感受，让客人产生流连忘返、连续消费的冲动。

功能性服务、情感性服务是常规的服务内容，而增值性服务则是品牌餐饮与非品牌餐饮的分水岭。如管家式服务中，服务员能够准确分辨客人的身份，避免一直使用先生、女士等呆板敬语；在客人的用餐过程中，服务员提供周到、细致、贴心的服务，设身处地帮助主人照顾其他客人；当行动不便的客人进店消费时，服务员在第一时间为客人推出残疾人专用三轮车；当客人酒醉呕吐时，服务员除马上清扫外，还会帮助客人清理衣物或端送凉开水，以便客人尽快恢复常态；如发现客人带病赴宴，服务员马上为客人准备相应药品，在征得客人同意的情况下，帮助客人服用或包扎等。悄无声息拨动客人心弦的往往是这些于细节处见真情的贴心服务。



## 扩展阅读1-4

### 肯德基的标准化服务



#### (二) 餐饮从业人员的能力要求

为了做好餐饮服务，餐饮从业人员可从执行力、应变力和创造力等三个方面进行能力构建与相关培训。

(1) 执行力。执行力指的是服务员完成标准工作的能力。基本的餐饮服务标准往往涉及卫生、清洁及食品安全问题。基础标准就像船舱吃水线以下的部分，看起来不明显，但如果出了问题，可能会带来更大的风险。基础标准培训的要求应该是明确、清晰、可理解的，以便于服务员掌握和执行。

(2) 应变力。应变力指的是服务员根据情景与客人需求，调整相关餐饮服务的能力。具体而言，可遵循以下五个步骤实现个性化服务。第一，确定客人的来源。第二，找出不同背景的需求差异，如年轻客人需要什么，年长客人需要什么；南方客人需要什么，北方客人需要什么，等等。第三，设计一个适合不同需求的体验。餐厅可建立一个量身定做的服务数据库，便于服务员提取参考信息。第四，实施体验，鼓励服务员主动向不同的客人推荐所设计的体验。第五，不断自查与优化服务设计。

(3) 创造力。创造力指的是员工在服务中给客人带来惊喜的能力。这种能力的强弱更多地取决于服务员的悟性。为了提升服务员的创造力，餐厅可推出明确的激励措施，以留住有技能和才华的一线员工，使他们能够充分发挥个人才能，为客人提供难忘的体验。另外，通过餐饮服务细节的培训，不仅可以开发员工的潜在技能，提升服务的灵活性与主动性，而且有利于提升员工的自信心，促进员工的职业发展。

## 扩展阅读1-5

### 海底捞的服务特色



## 三、餐饮服务业的发展趋势

作为世界第二大餐饮服务市场，我国餐饮服务业的市场规模由2016年的35799亿元大幅增加至2019年的46721万亿元，复合年增长率为9.3%。2020年，受新冠疫情影响，我国餐饮服务市场规模降至39527亿元。但随后迅速回升，2021年，我国餐饮收入合计46895亿元，同比增长18.64%。2022年，我国餐饮收入合计43941亿元，比2021年下降6.3%。2021年，我国餐饮行业相关企业新注册334万家，较上年增加86.2万家，同比增长34.8%。截至2022年3月，我国餐饮相关企业共计1172.36万家。目前，餐饮服务业面临着新的挑战与机遇，餐饮业的竞争焦点将更集中地表现在创新能力、经营手段、管理水平与人才保证等方面，餐饮企业只有拓展新业态，不断更新产品，创新经营与服务方式，精准对接客人需求，才能立于不败



之地。

(1) 餐饮服务数字化。目前,便捷、高效的餐饮管理软件与先进的硬件设施已成为餐饮企业的制胜法宝。随着我国餐饮业的数字化发展、实体经济与互联网技术的融合,餐饮业获得了更丰富的拓展空间。数字化正在重塑餐饮业,而 SaaS(Software-as-a-Service, 软件运营服务)正在新的餐饮环境中获得发展。近年来,在头部餐饮企业的引领下,餐饮全行业进入数字新基建的加速模式,几乎所有的餐饮企业都在探索数字化转型升级之道。然而,鉴于传统餐饮企业对数字化的认识程度较低和 SaaS 行业发展依然面临不少挑战,正在踏上数字化征程的餐饮企业开始意识到,不必盲目跟风进行现代化和数字化转型,而是要根据餐厅的业务和消费需求的演变,才能找到真正适合餐厅的数字化解决方案。

(2) 餐饮全业务一体化。为提高生产力,降低餐饮业的劳动成本,餐饮业的智能化将继续发展,工作重点将从手工劳动转向互联网、数据和智能化工作。餐饮企业的三个主要在线业务场景是餐厅、外卖和购物中心。未来的餐厅需要在一个整体的系统中管理三者的运作,去中心化智慧餐饮解决方案的出现恰逢其时。如微盟的三店合一模式,将堂食、外卖、商城三大场景进行数字化整合,打通多渠道会员数据,实现线上、线下相统一的战略和运营体系。餐饮企业寻求与零售业的合作与联系,开发一系列新的商业模式。如一些餐饮企业加入生鲜大军,利用自己的供应链销售生鲜产品、半成品等。

(3) 特色创新经营蔚然成风。在日益激烈的市场竞争中,餐饮企业越来越重视个性化特征,食品质量、餐厅环境和管理水平逐步提高。食品制备技术更新,厨房和餐厅设计更加现代化,食品质量更加稳定,管理更加科学。同时,餐饮企业的科技含量不断提高,随着电子采购、计算机管理、网络推广的普及,行业发展水平明显提高,重点从多种类、低价向品牌、优质转变,从基于价格多元化的竞争向基于品牌文化的竞争转变。在餐饮业转型升级过程中,多数企业面临的问题是加强管理,提升品牌文化的创新力度,重视个体经营、品牌建设和营销。未来的餐饮市场将是一个管理规范、系统化,经营科学化,餐饮精品化的世界。

(4) 餐饮业进入品牌与文化竞争阶段。首先,随着市场经济的日益成熟和消费的合理化,餐饮业的竞争正在变成品牌间的竞争。从价格、环境、设施,到产品质量、服务质量、服务功能、文化品位,竞争会越来越激烈。其次,随着经济全球化进程的加快,越来越多的国外资本来到中国,这会进一步加剧餐饮市场的竞争,促进我国餐饮产业结构的进一步优化。通过竞争,持续对现有的餐饮企业优胜劣汰,市场将在传输和分配方面发挥更大的作用,进一步整合和调整企业,促进餐饮行业的可持续性发展。

(5) 连锁经营加速发展。连锁经营作为一种经营模式正在迅速发展,并在餐饮行业越来越受欢迎。老牌企业和知名专营店正在积极推动直营和特许经营连锁店,这构成了餐饮连锁店发展的基础。一些餐饮连锁企业通过积极的探索、大胆的行动和卓越的积累,在发展和成长中表现出色。随着市场经济的发展,餐饮连锁企业的竞争范围也将从一店一品的竞争转变为不同业态、连锁、集团之间的竞争。区域间的零售连锁店已成为扩张的主要机会,餐饮行业将看到具有广阔市场的连锁店快速发展,连锁销售在餐饮行业总销售额中的比例也将大幅增加。

(6) 绿色餐饮引领未来发展趋势。目前,我国餐饮业繁荣发展,但仍存在一些隐患。如整个餐饮业的发展缺乏统一规划,市场准入缺乏统一标准;市场组织不规范,很多餐饮企业环境



卫生不达标，食品不安全，百姓不放心；原材料浪费超标，污染严重，各类化学品使用过量。餐饮业应更加重视餐饮设施的整体质量，改善行业的经营环境，以满足客人对绿色消费的需求。中国饭店协会在国内率先推出了“绿色饭店”，“绿色餐饮”服务应运而生，有利可图，这将成为未来餐饮业发展的趋势。

## 扩展阅读1-6

服务 SaaS 化的头部餐饮企业



## 复习思考题

### 一、名词解释

1. 餐饮服务
2. 法式服务
3. 自助式餐厅

### 二、简答题

1. 简述餐饮服务的内容。
2. 根据服务对象的不同，餐厅分为哪些类型？
3. 餐饮服务有哪些特点？
4. 按服务的特点、餐饮服务分为哪些类型？
5. 区别自助式餐厅与自助餐。

### 三、实践题

1. 分析你所在高校食堂的供餐与经营情况。
2. 从服务的角度，点评你熟悉的一家餐厅，分析其成功经验或失败原因。

### 四、案例分析

一天，几位客人来到一家餐厅就餐，走到门口发现里面已经客满了，当客人还在门口犹豫时，伴随着热情的“欢迎光临”，迎宾员面带甜美的笑容，将客人引到了餐厅的休息区。客人刚刚坐好，茶水和糖果就送到了他们面前，时值盛夏，送来的茶水是温的。客人尚未发问，迎宾员就笑盈盈地告诉客人：“不好意思，暂时还没有空位，请不要着急，经理正在落实你们的位置，请等一等。”于是客人只好耐心地喝茶等待。过了 5 分钟，餐厅经理过来微笑地向客人问好，说：“我已经查过了，在你们之前还有三批客人，可能还需要再等等，真抱歉，赶上周末，人比较多。”客人看到经理说话如此客气，说：“那就再等等吧。”



又过了 15 分钟，客人的茶水和糖果吃得差不多了，迎宾员又为客人送来了果盘，依然诚恳地向客人道歉，同时保证一有空位立即通知客人。之后的 20 分钟内，迎宾员不时送来些话梅、瓜子等小食品，主动帮助客人点菜，同时向客人通报空位的情况，客人等位置的烦躁都被迎宾员耐心的服务转移了，甚至在等待过程中，竟未主动询问什么时候有空位。当客人从休息区转到餐桌旁时，才发现已经心甘情愿地等了近一个小时。

(资料来源: [http://www.360doc.com/content/15/1101/18/16273306\\_510014546.shtml](http://www.360doc.com/content/15/1101/18/16273306_510014546.shtml))

问题:

1. 本案例中，在客满的情况下，迎宾员通过什么留住了等待的客人？
2. 结合案例，分析餐厅的等候服务对留住客人、提高客人满意度的影响。