

<<餐饮概论>>

图书基本信息

书名：<<餐饮概论>>

13位ISBN编号：9787030219121

10位ISBN编号：7030219120

出版时间：2008-9

出版时间：科学出版社

作者：杨铭铎

页数：178

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<餐饮概论>>

前言

餐饮业作为中国第三产业中的一个传统服务性行业，改革开放以来取得了快速发展。

特别是进入“十五”以来，餐饮业更是成为服务业发展中的一个亮点，发展规模不断扩大，增长势头强劲，呈现出欣欣向荣的景象。

餐饮业不仅是国内消费需求中发展速度最快、增长幅度最大的行业，而且是我国国民经济不可忽视的经济增长点。

据商务部公布，2007年我国住宿与餐饮业全年零售额累计实现12352亿元，同比增长19.4%，比2006年同期增幅高出3个百分点。

其零售额占社会消费品零售总额比重为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%。

特别是未来20年，作为传统服务业中的重头戏的餐饮业，充分利用中国加入世贸组织后的有利机遇，加快其升级改造，大力发展现代餐饮业，促进其产业结构优化，将直接关系到我国“三步走”战略的实现。

一个产业的发展，离不开科学的理论指导，离不开学科建设。

论著是理论研究成果的体现，是学科建设的重要标志。

纵观餐饮理论研究成果，比较注重餐饮文化和餐饮经营管理活动，缺少以餐饮活动为主线，从消费者、产品、行业（企业）多角度研究其基本原理和基本规律的专著。

我欣喜地看到杨铭铎教授的《餐饮概论》一书弥补了同类著作的不足。

本书站在人类餐饮活动的宏观大坐标体系高度，以自然科学与社会科学有机结合的研究方法，立足于餐饮行业指导和学科建设，本着注重知识的全面性、权威性与实用性的根本原则，从餐饮与餐饮业、餐饮企业分类的概述到系统阐述餐饮产品的加工、欣赏、管理和营销，再到对中国餐饮文化的界定与剖析及其发展趋势的分析，对我国餐饮理论和实践方面进行了较全面的总结，力图系统和全面地阐释餐饮活动的基本规律，描绘出中国现代餐饮的全貌。

该书立题新颖、结构严谨、内容全面、重点突出，既填补了餐饮学科建设空白，又对我国餐饮业的人才培养乃至整个行业综合素质的提高起到了积极的促进作用。

<<餐饮概论>>

内容概要

本书分为七章。

第一章“餐饮与餐饮业”和第二章“餐饮企业”是概述部分，在论述餐饮业的地位与作用及其现状的基础上，对餐饮企业类型进行了系统划分；第三章从营养特性、卫生特性、餐饮产品原料、烹饪工具、烹饪工艺和配合六个角度阐述了餐饮产品的加工原理；第四章从饮食美学概述及其筵席设计的应用两方面论述了餐饮产品的欣赏原理；第五章以成本管理、质量管理和服务管理为突破口阐述了餐饮产品的管理原理；第六章从餐饮消费市场需求、产品组合、产品定价、产品营销渠道策略和产品促销策略五方面对餐饮产品营销原理进行了讨论；第七章在界定餐饮文化及其子文化内涵的基础上，进一步分析了其特征和发展趋势。

本书对现代餐饮基础理论进行了深入浅出的介绍，既有理论价值又有应用价值，既有方向性的指导，又具有可操作性，因此，可作为旅游高等院校、旅游与餐饮研究机构、高等职业教育等相关专业的教学用书和职业技能培训教材，也可为餐饮管理、旅游管理、企业策划等相关人员以及餐饮爱好者提供参考。

<<餐饮概论>>

作者简介

杨铭铎，男，汉族，1956年3月生，博士、教授、留日学者，国务院特殊津贴专家，黑龙江省青年突击手，黑龙江省优秀博士后。

曾任黑龙江商学院旅游烹饪系副主任、主任，黑龙江商学院副院长，哈尔滨商业大学副书记、副校长；现任黑龙江省科学技术协会副主席，哈尔滨商业大学中式快餐研究发展中心博士后科研基地主任，黑龙江省旅游学科带头人，哈尔滨商业大学旅游管理、食品科学硕士生、博士生导师。

杨铭铎曾做过厨师，当过工人，从事烹饪、餐饮高等教育近30年，以“食”为核心，涉及制冷工程、食品科学与工程、烹饪科学与技术、中式快餐、饮食美学、餐饮与旅游管理等领域，现已在国内外学术刊物上发表学术论文278篇，主编（审）教材、著作55册。

完成中国博士后基金项目“饮食美学及其在餐饮企业产品创新中的应用研究”、黑龙江省哲学社会科学规划项目“饮食美学研究”、国家人事部基金项目“中式快餐产业化示范工程”等国家、省部级科研项目45项；在研国家社会科学基金项目“现代餐饮企业创新系统的体系构建”、国家人事部基金项目“21世纪中国餐饮人才国际化战略研究”等国家、省部级科研项目5项。

多次获得省部级各种奖励。

兼任黑龙江省政协第七、第八届委员，第九、第十届常委，科技组组长，省政协特邀信息顾问，国际饮食文化研究会委员，中国烹饪协会常务理事、专家工作委员会副主任、快餐专业委员会顾问，餐饮业国家级一级评委，中国职业教育学会教学指导委员会常务理事、旅游烹饪专业研究会主任，黑龙江省欧美同学会副会长、博士学术研究会副会长、商务策划咨询协会会长，黑龙江省餐饮烹饪协会、饭店协会、职业技术培训协会副会长，黑龙江省食文化研究会名誉副理事长，广东顺德市政府、云南省烹饪协会特邀顾问，黑龙江省旅游集团股份有限公司、黑龙江省北大荒丰缘麦业有限公司独立董事，中国人民解放军军需大学、郑州工程学院、河北科技师范学院、黑龙江大学、哈尔滨学院、四川烹饪高等专科学校、顺德职业技术学院客座教授，《食品科学》、《中国食品》期刊编委，《商场现代化》期刊高级顾问等。

<<餐饮概论>>

书籍目录

加强餐饮学科建设,促进餐饮产业发展(代序) 第一章 餐饮与餐饮业 第一节 餐饮与烹饪、饮食的内涵 第二节 餐饮业的地位与作用 第三节 餐饮业的现状与趋势 第二章 餐饮企业 第一节 从经营管理角度划分的餐饮企业 第二节 从营销管理角度划分的餐饮企业 第三节 从服务管理角度划分的餐饮企业 第三章 餐饮产品加工 第一节 营养特性 第二节 卫生特性 第三节 餐饮产品原料 第四节 烹饪工具 第五节 烹饪工艺 第六节 配合 第四章 餐饮产品欣赏 第一节 饮食美学的界定 第二节 饮食美的形态 第三节 饮食美的范畴 第四节 饮食美与筵席设计 第五章 餐饮产品管理 第一节 成本管理 第二节 质量管理 第三节 服务管理 第六章 餐饮产品营销 第一节 餐饮消费市场需求 第二节 产品组合策略 第三节 产品定价策略 第四节 产品营销渠道策略 第五节 产品促销策略 第七章 中国餐饮文化 第一节 餐饮文化的内涵 第二节 餐饮企业文化与餐饮产品文化 第三节 中国餐饮文化的特征 第四节 中国餐饮文化的发展趋势 参考文献附录:哈尔滨商业大学中式快餐研究发展中心博士后科研基地简介后记

<<餐饮概论>>

章节摘录

2. 潜在性需求这类需求可以大致分为两种情况，一是尚未满足的需求；二是尚未实现的需求。两者的主要区别在于，尚未满足的需求是指市场上消费者已对某种产品或服务有了明确的需求欲望，而这种产品尚未研制出来，服务尚未有人开展，例如，当消费者需要营养均衡，发热量相对较低的现代餐饮产品，但市场上还未出现能够提供这类餐饮产品的企业时，就属于潜在性需求（potential demand）；而尚未实现的需求是指在一定的市场环境下，消费者对某一种餐饮产品或服务需求的最高限量扣除已经实现部分后的剩余。

现代餐饮企业市场营销的重要任务之一就是发现潜在需求，区分潜在需求的性质，通过行之有效的营销手段，努力转化潜在需求为现实需求，增加市场机会，提高企业的生存能力和核心竞争能力。

3. 随意性需求这类需求并不表现为没有购买能力或者有购买能力无法实现，它主要表现为购买动机的不确定，通常是购买信息的相对缺乏和选择性较为宽泛，导致购买决策的随机性和随意性。因此，随意性需求（random demand）主要是指消费者对某种餐饮产品和服务已有需求和购买动机，但在具有较多的选择余地的情况下，购买何种品牌，到什么地方购买，以及购买何种价位还没有做出最终决定。

在实际消费过程中存在大量随意需求情况，如何使消费者由随意性需求转化成确定性需求是现代餐饮企业必须认真研究的问题，其中的影响因素非常复杂，消费者在产生随意性需求时，通常会首先在个人以往经验形成的大脑数据库中搜索历史记录，以确定需求指向，如果搜索不成，便会转向感官所能达到的范围内寻求新的目标。

这种特性为现代餐饮企业的市场营销提供了十分有用的线索，要求企业在餐饮食品的实物和服务两个方面引起消费者的注意并增强其记忆，同时，在网点布局，广告宣传等方面增加与消费者接触的概率和有效性，最大限度地捕捉随意性需求并将其转化成确定性需求。

（二）按需求表象的分类消费者的需求复杂多样，表现形式也各不相同，就饮食需求而言，人们通过饮食活动摄取营养满足日常生理需要，以强壮身体，延年益寿；同时，人们通过各种感觉分析器官来感知、想象、理解饮食并产生某些美的认识和联想，获得美感和美的享受，从而满足其心理需求。

同样，对于餐饮的需求也表现为不同的形式，即便同样是以食品消除由于饥饿引起的紧张感，对餐饮的需求与非餐饮的需求在侧重点和表象上也会有所差异。

现代餐饮需求表象的不同折射的是需求本质的差异，同样为餐饮企业提供有益的改进市场营销策略的线索。

<<餐饮概论>>

编辑推荐

无论你是一名餐饮研究者，还是一名餐饮从业人员或是一位普通的美食爱好者，《餐饮概论》都能帮你开拓眼界、对餐饮有更新、更全的认识。

餐饮不仅是一种文化，也是一门科学，是一门艺术。

餐饮不仅是一种感悟，也是一种思考。

色香味美的缤纷菜点凝聚了多少科学和技术的结晶？

竞争激烈的餐饮产业蕴藏着多少经营管理的奥妙？

博大精深的餐饮文化给了我们哪些美的享受？

<<餐饮概论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>