

文章编号:1001-148X(2003)24-0168-03

# 论饭店餐饮经营策略

凌 强

(东北财经大学 旅游与酒店管理学院, 辽宁 大连 116025)

**摘要:**在饭店餐饮与社会餐饮的竞争中,饭店餐饮经营状况普遍不佳。但若是发挥饭店的整体形象优势、人力资源优势,采取适当的营销策略,即大众化经营策略、主题餐饮经营策略、精品经营策略、会议市场营销策略、宴会外卖经营策略等,则饭店餐饮可以增强与社会餐饮的竞争力。

**关键词:**饭店餐饮;社会餐饮;经营策略

**中图分类号:**F719.3 **文献标识码:**B

近年来,随着经济的飞速发展,餐饮业也以前所未有的速度迅猛发展。据统计,到2002年底,我国餐饮业的营业网点已经发展到350多万家,从业人员达1800多万;2002年全社会餐饮业营业额已突破5000亿元大关,全行业年度增加额达700亿元,增幅高于国内生产总值二倍多,占GDP总量的5%,占到全社会消费品零售总额的13%,其发展的良好态势可见一斑。在这些数据背后,摆在我们面前的现象值得关注:饭店餐饮经营疲软,就餐宾客稀少,人气不旺,效益不佳;而社会餐饮却异常红火,时常宾客盈门财源滚滚。到底是哪些因素造成这种结果呢?笔者试图寻找相关的原因答案。

## 一、饭店餐饮和社会餐饮的界定

为研究方便起见,必须要对饭店餐饮和社会餐饮各自的领域范畴进行界定。一般而言,我们把依托于宾馆饭店进行经营的餐饮称之为饭店餐饮。一般说,宾馆饭店内的餐厅、酒吧以及咖啡厅等都是饭店餐饮经营的物质载体,在此基础上把除饭店餐饮之外的所有餐饮形式就都简单地称之为社会餐饮。社会餐饮包括社会餐馆、酒楼、快餐店以及社会酒吧等。

收稿日期:2003-06-17

作者简介:凌强(1970-),男,汉族,吉林人,东北财经大学旅游与酒店管理学院讲师、工学硕士。研究方向:餐饮管理与旅游社会学。

好处:降低中小企业的资金成本、加速经济信息化进程、提高经济一体化程度。尤其后两点对迅速提高我国经济的国际竞争力具有十分重要的意义。

**注释:**

这里的边际成本主要指制造商和分销商相互纳入电子商务合作带来的成本,如系统集成和系统维护费用等,而不是每增加一个交易单位所增加的成本。每增加一个交易单位所形成的边际成本忽略不计。

由于大企业可以获得足够的网络正效应,其与小

## 二、饭店餐饮经营存在的问题

(一)组织结构上差异使饭店餐饮经营灵活性受到影响

现代饭店是为消费者提供住宿、餐饮、娱乐、购物等设施和服务的综合性企业。在组织结构设计上餐饮部门只是整个饭店部门系统中的一个分系统,属于营业部门系统。餐饮部经理在组织形式上要接受主管经理的领导,经营活动还要受到财务部门、人事部门等职能部门系统的制约。

正是因为饭店餐饮部是饭店系统的一个子系统,所以餐饮部想要独立运作进行经营是完全不可能的。饭店餐饮这种较差的自主经营能力将不可避免地使餐饮经营遇到诸多障碍。具体表现在以下几方面:

### 1. 决策障碍

餐饮部显然没有最终决策权。所以即使是非常好的经营方案如若得不到酒店高级决策层的批准,也不能付诸于实施。这将极大地扼杀餐饮部决策的积极性,并会减缓该部门的发展速度。

由于饭店餐饮部担负着饭店分配下来的比较沉重的盈利目标,迫使饭店宾馆餐饮将产品毛利率定的过高,增加了普通就餐宾客的畏惧心理,使得大多数的宾馆餐饮惨淡经营,生意清淡。如果餐饮部门的经理想要改变经营策略,则必须请示汇报。厨房员工想采购某种时尚食品原料,必须首先得到餐饮部经理或厨师长的批准,而后才能通过采购部门进行采购,采购之后

企业交易分摊的单位固定成本忽略不计。

**参考文献:**

- [1] 易法敏. 电子商务和企业竞争优势[J]. 南开管理评论, 2002, (4).
- [2] (美) 罗杰 B. 迈尔森. 博弈论——矛盾冲突分析[M]. 北京: 中国经济出版社, 2001.
- [3] 徐 吉吉. 中小企业信息化轻松上路[J]. 企业管理, 2002, (10).
- [4] (法) 吉恩 泰勒尔. 产业组织理论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1997. (责任编辑: 孙桂珍)

# 全国Mini-MBA职业经理双证班



精品课程 权威双证 全国招生 请速充电

你可能准备跳槽或者求职, 却为缺少行业经验和专业证书而被用人单位百般挑惕!

你可能目前衣食无忧, 但随着年龄的增长和社会竞争压力的增大, 因为得不到专业的全新培训而失去竞争的机会和面临被淘汰的危机。

美华教育携手中国经济管理大学面向全国举办迷你 MBA 职业经理双证书班, 毕业颁发双证书。

## 招生专业及其颁发证书

认证项目	颁发双证	学费
全国《职业经理》MBA 高等教育双证书班	高级职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《人力资源总监》MBA 双证书班	高级人力资源总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《生产经理》MBA 高等教育双证班	高级生产管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《品质经理》MBA 高等教育双证班	高级品质管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销经理》MBA 高等教育双证班	高级营销经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《物流经理》MBA 高等教育双证班	高级物流管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《项目经理》MBA 高等教育双证班	高级项目管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《市场总监》MBA 高等教育双证书班	高级市场总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《酒店经理》MBA 高等教育双证班	高级酒店管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《企业培训师》MBA 高等教育双证班	企业培训师高级资格认证毕业证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《财务总监》MBA 高等教育双证班	高级财务总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《营销策划师》MBA 双证书班	高级营销策划师高级资格认证证书+2 年制 MBA 高等教育研修证书	1280 元
全国《企业总经理》MBA 高等教育双证班	全国企业总经理高级资格证书+2 年制 MBA 高等教育研修结业证书	1280 元
全国《行政总监》MBA 高等教育双证班	高级行政总监职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《采购经理》MBA 高等教育双证班	高级采购管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《医院管理》MBA 高等教育双证班	高级医院管理职业经理资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元
全国《企业管理咨询师》MBA 双证班	高级企业管理咨询师资格证书+2 年制 MBA 高等教育结业证书	1280 元



### 【授课方式】 全国招生、函授学习、权威双证

我校采用国际通用3结合的先进教育方式授课（远程函授+教学电子光盘自修+网络学院持续视频学习）



### 【颁发证书】 学员毕业后可以获取权威双证书与全套学员学籍档案

- 1、毕业后可以获取相应专业钢印《高级职业经理资格证书》;
- 2、毕业后可以获取2年制的《MBA研究生课程高等教育研修结业证书》;



### 【证书说明】

1. 证书加盖中国经济管理大学钢印和公章（学校官方网站电子注册查询、随证书带整套学籍档案）;
2. 毕业获取的证书与面授学员完全一致，无“函授”字样，与面授学员享有同等待遇，证书是学员求职、提干、晋级的有效证明；。



### 【学习期限】 3个月（允许有工作经验学员提前毕业，毕业获取证书后学校仍持续辅导2年）



### 【收费标准】 全部费用1280元（含教材光盘、认证辅导、注册证书、学籍注册等全部费用）

函授学习为你节省了大量的宝贵的学习时间以及昂贵的MBA导师的面授费用，是经理人首选的学习方式。



### 【招生对象】

- 1、对管理知识感兴趣，具有简单电脑操作能力（有2年以上相应工作经验者可以申请提前毕业）。
- 2、年龄在20—55岁之间的各界管理知识需求者均可报名学习。



### 【教程特点】

- 1、完全实战教材，注重企业实战管理方法与中国管理背景完美融合，关注学员实际执行能力的培养；
- 2、对学员采用1对1顾问式教学指导，确保学员顺利完成学业、胸有成竹的走向领导岗位；
- 3、互动学习（专家、顾问24小时接受在线咨询，第一时间回答学员的提问和咨询）



### 【考试说明】

1. 卷面考核：毕业试卷是一套完整的情景模拟试卷（与工作相关联的基础问卷）
2. 论文考核：毕业需要提交2000字的论文（学员不需要参加毕业论文答辩但论文中必修体现出5点独特的企业管理心得）
3. 综合心理测评等问卷。



### 【颁证单位】

中国经济管理大学经中华人民共和国香港特别行政区批准注册成立。目前中国经济管理大学课程涉及国际学位教育、国际职业教育等。学院教学方式灵活多样，注重人才的实际技能的培养，向学员传授先进的管理思想和实际工作技能，学院会永远遵循“科技兴国、严谨办学”的原则不断的向社会提供优秀的管理人才。



### 【承办单位】

美华管理人才学校是中国最早由教委批准成立的“工商管理MBA实战教育机构”之一，由资深MBA教育专家、教育协会常务理事徐传有教授担任学校理事长。迄今为止，已为社会培养各类“能力型”管理人才近10万余人，并为多家企业提供了整合策划和企业内训，连续13年被教委评选为《优秀成人教育学校》《甲级先进办学单位》。办学多年来，美华人独特的教学方法，先进的教学理念赢得了社会各界的高度赞誉和认可。



【咨询电话】13684609885 0451--88342620

【咨询教师】王海涛 郑毅

【学校网站】<http://www.mhjy.net>

【咨询邮箱】[xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com)



## 【报名须知】

- 1、报名登记表格下载后详细填写并发邮件至 [xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com) (入学时不需要提交相片，毕业提交试卷同时邮寄4张2寸相片和一张身份证复印件即可)
- 2、交费后请及时电话通知招生办确认，以便于收费当日学校为你办理教材邮寄等入学手续。



## 【证书样本】(全国招生 函授学习 权威双证 请速充电)

(高级职业经理资格证书样本)

(两年制研究生课程高等教育结业证书样本)



## 【学费缴纳方式】可以选择以下任意一种方式缴纳学费

方式一	学校地址	邮寄地址：哈尔滨市道外区南马路 120 号职工大学 109 室 邮政编码：150020      收件人：王海涛
方式二	学校帐号	学校帐号：184080723702015 账号户名：哈尔滨市道外区美华管理人才学校 开户银行：哈尔滨银行龙江支行 支付系统行号：313261018018
方式三	交通银行 (太平洋卡)	帐号：40551220360141505      户名：王海涛 开户行：交通银行哈尔滨分行信用卡中心
方式四	邮政储蓄 (存折)	帐号：602610301201201234      户名：王海涛 开户行：哈尔滨道外储蓄中心
方式五	中国工商银行 (存折)	帐号：3500016701101298023      户名：王海涛 开户行：哈尔滨市道外区靖宇支行
方式六	建设银行帐户 (存折)	中国人民建设银行帐户(存折)： 1141449980130106399 用户名：王海涛
方式七	农业银行帐户 (卡号)	农业银行帐户(卡号)： 6228480170232416918 用户名：王海涛 农行卡开户银行：中国农业银行黑龙江分行营业部道外支行景阳支行

可以选择任意一种方式缴纳学费，建议使用第五种方式(中国工商银行，比较方便快捷)收到学费的当天，学校就会用邮政特快的方式为你邮寄教材和考试问卷。

<http://www.mhgy.net>

还要经财务部门的审核。待到餐饮部的要求得到上级的批准,已经丧失最佳营销时机。饭店宾馆服务的优势很难在竞争中得到充分的发挥,相当于自己打败了自己,将餐饮市场的大部分阵地拱手相让给社会餐饮,使社会餐饮在市场上不断发展壮大。

### 2. 协调障碍

在宾馆饭店里,餐饮部只是诸多经营系统部门之一,与其他部门之间没有统属关系。所以它与各部门的协调工作就变得十分复杂。以餐饮部和营销部的关系为例,餐饮部非常希望营销部为其餐饮产品作大力促销工作,可营销部却无法把促销重点放在餐饮营销工作上,因为它还必须考虑客房部的客源状况。营销部门这种对饭店宾馆进行整体营销的地位在客观上对餐饮产品营销乏力,使得许多餐饮经营活动不能按预期顺利进行。

宾馆饭店餐饮工作分工明确,员工各负其责,工作环节多,这是现代宾馆饭店的特殊性所决定的。这种体制最大的缺点就是环节多,信息反馈困难。环节多,工作中如果一个环节出了问题,就有可能给饭店餐饮造成很大的经济损失。员工的意愿当中也有家大业大,浪费点没啥的不良倾向。最终的结果是餐饮成本增加,菜肴价格居高不下。由于信息反馈通道不畅,如果出现需要各部门协调的事情,管理者无法马上得到正确信息,时过境迁,从而失去最佳时机。

### 3. 思想障碍

饭店餐饮经营者按照严格的科层制进行管理,员工有各自的岗位职责。对自己本岗位职责之外的工作采取漠视的态度,只要做好自己的工作就足够了。这种心理状态造成饭店餐饮管理者和服员工的责任心和进取心比社会餐饮差。另外,由于协调障碍和沟通障碍的存在,使得饭店餐饮管理者感觉部门之间沟通成本过高,担心与其他部门发生矛盾,于是产生背靠整个饭店,“得过且过”的思想。长此以往,自然也就失去了变革和创新的动力。

### (二) 餐饮产品售价偏高

饭店餐饮作为饭店宾馆重要的组成部分,无论是装修还是其设备,都是在建设之初,随酒店整体一起做了精细的设计和布置,所以不但设备先进齐全,而且装修豪华典雅。正是因为现代饭店投资大、固定成本高,而且为维持饭店的正常运转也需要庞大的费用,饭店在固定的投资回收期内为收回投资成本,必定要在饭店商品价格上涨上寻求补偿,因此饭店餐饮价位与社会餐饮价位相比较而言普遍偏高。在激烈的餐饮市场竞争中,饭店餐饮在价格竞争上完全处于劣势,社会餐饮凭借价格优势逐渐将饭店住宿宾客吸引过去。

### (三) 住宿宾客背景复杂,餐饮营销产生障碍

饭店与社会餐馆不同。社会餐馆完全能够根据社会指标和经济指标以及大众心理进行细分消费群体,找到适合自己的目标市场。而饭店餐饮首先要满足住宿宾客的饮食需求。由于饭店住宿宾客其背景相差很大,不同层次、不同地区的住宿宾客具有不同的饮食消费需求。所以,饭店餐饮面对的是没有进行市场细分的整个餐饮消费市场。既然饭店餐饮无法创建自己的目标市场,只能尽力满足全部住宿宾客的需要,只能在

饭店的餐饮菜单上开列一些大众菜常见菜,最后给就餐宾客的感觉就是:饭店餐饮“口味一般,价钱挺贵”。

## 三、对饭店餐饮经营策略的思考

### (一) 饭店餐饮具有的优势

#### 1. 整体形象优势

在特定区域内,星级宾馆饭店在社会公众中总是具有较高的信誉度和美誉度。这一方面是得益于饭店具有的宏大规模、雄厚资金和高标准的软硬件设施,另一方面是缘于人们对国家政府部门评定的等级标准的认可。饭店餐饮可以借助宾馆饭店的形象优势来树立自己的餐饮形象,这是社会餐饮所无法比拟的。宾馆饭店的餐饮部门不是独立存在的,必须与其他部门完全配合才能完成自己本部门的工作,这既是饭店的缺点,但是从另一个角度进行换位思考,这也是宾馆饭店餐饮独特的竞争优势。饭店餐饮部门可以在饭店整体营销策略的指导下,密切与销售部以及其他相关部门联系来完成自己的经营任务,满足顾客除餐饮之外的其他需求,为客人提供其他社会餐饮无法满足的独特的辅助功能服务。所以,饭店作为一个整体,其影响力是远远大于社会餐馆的。

#### 2. 人力资源优势

饭店外部形象是高雅有品位的,内部装饰是富丽堂皇的,并且在社会公众之中享有很高的美誉度和知名度,所以能够吸引众多经营管理人员、工程技术人员参与其中,形成宾馆饭店丰富的人力资源储备。宾馆饭店餐饮与社会餐饮相比较,员工的归属感强烈,工作积极性高,认为自己是在从事一项有意义的事业。同时由于饭店具有规范化、系统化的人力资源培训系统,使宾馆饭店具有高质量的服务优势,尽管最近几年社会餐馆的服务质量比以前有很大的提高,总体上还是不如饭店的服务水平。

### (二) 饭店餐饮的竞争策略

通过以上对宾馆饭店餐饮存在的问题以及宾馆饭店餐饮的优势分析,提出饭店餐饮的竞争策略:

#### 1. 社会化、大众化经营策略

饭店餐饮一向以自身服务的高水准、高档次自居,但随着时代的进步,居民消费观念的变化,国家反腐倡廉遏止公款消费,这种贵族化的经营道路已经举步维艰。饭店餐饮仅靠高档消费者来维持经营已行不通。饭店餐饮必须放下架子,转变等级观念,走社会化、大众化道路,才能扭转经营不利的局面。

饭店餐饮应该承办多种家庭宴会。家庭宴会市场颇具潜力,特别是婚庆喜宴。婚宴的时间一般都定于休息日,而一年中节假日有 114 天之多,占全年总天数的 31.2%,是一个相当不小的数字,如果营销得法,饭店餐饮的增收将非常可观。过去由于饭店将餐饮、客房、娱乐等部门分别承包,人为造成饭店内的条块分割,无法发挥饭店的整体势力。为搞好婚宴的营销工作,饭店要打破条块分割的局面,充分发挥饭店的整体优势,提供社会餐饮难以提供的服务,迎合当前大众消费者办婚礼宴会讲究堂皇气派的心理需求,充分利用婚宴销售额数量大降低餐饮成本,本着薄利多销的原则,推出价位适中、服务周到的特色婚宴服务。

开设快餐、外卖业务。随着全国企事业单位改革的不断深入,具有福利性质的午餐绝大多数已经社会化。为满足这部分目标顾客的饮食需求,饭店餐饮可通过对外设立橱窗,为饭店周围白领阶层提供不高价位、味美可口的快餐盒饭外卖服务。这不仅可以为饭店餐饮带来一部分稳定的客源,扩大营业收入,而且还可以拉近饭店餐饮与普通市民的距离,扩大饭店的知名度。同时借此机会,可以开拓潜在的宴会客源市场。

增加饭店餐饮的透明度。即开放的程度。无论是要留住客人,还是吸引社会就餐者,提供醒目的餐饮标志和便捷的通道示意图是十分必要的。特别是对散客来说,虽然对酒店位置十分了解,但因为饭店餐厅的地点比较隐蔽,容易使人产生一种戒备的心理。要想改变这种封闭性,就要通过使用指路牌或户外的装潢与设计等多种举措将餐厅定位与特色传递出去,让顾客有一个良好的视觉识别,从而使之了解餐厅并走进餐厅。

#### 2. 打造精品市场营销策略

在市场营销策略中有一条金科定律,那就是“20%的市场,达到80%的利润”。在餐饮消费群体当中,总是有一部分宾客追求品位档次,追求美味佳肴。他们一般出手大方,消费能力极强。饭店餐饮在强调社会化、大众化的经营策略的同时,要充分利用宾馆餐饮拥有良好的文化氛围优势,打造高档次的精品市场。宾馆餐饮完全可以发挥自身的优势,根据这些消费者的消费需求在食品、服务、就餐环境等诸因素上精心设计,以满足这部分就餐宾客的消费需求,从而使饭店餐饮达到大众化和精品化的最佳搭配组合。

#### 3. 主题餐饮特色经营策略

主题餐厅是通过一系列围绕一个或多个历史或其他的主题为吸引标志,向顾客提供饮食所需要的基本场所。其最大特点就是赋予一般餐厅以某种主题,围绕既定的主题来营造餐厅的经营气氛。主题餐厅的出现,迎合了顾客日益变化的餐饮消费需求,以定制化、个性化、特色化的产品和服务来吸引就餐宾客。主题餐厅主要依赖于顾客想在进餐时寻求一种特殊的或与众不同的感受来经营。强调特色菜、特殊气氛,以及高品质的食品服务。特色餐厅源自主题餐厅的框架,又以独特的氛围、文化含量和延伸功能,满足特定市场群体的需求,得到市场的认可。靠近自然风景区的饭店餐厅可以考虑以生态环境为主题进行餐饮经营,靠近海滨湖泊水乡的饭店可以考虑以大海水乡特色为主题经营,还可以办成显示异国情调的威尼斯水乡餐厅。

此外还可以以蒙古包帐篷餐厅,食疗养生保健餐厅等为主题进行特色经营。

#### 4. 饭店会议市场营销策略

会议市场尤其是商务会议市场,是现在饭店积极争取开发的目标市场。多种类型的客房和现代化的会议设施是宾馆饭店有别于社会餐饮的一大优势,也是宾馆饭店吸引与开发会议市场以弥补商务散客不足的资源。一个大型的会议在饭店举行,能够同时吸引国内外众多媒体的关注,会给饭店的整体形象带来不可估量的提高。同时,与会者消费水平一般都比较高,饭店餐饮可以利用这样的机会营销自己的餐饮产品,以获得丰厚的利润。与会者在参加会议活动的过程当中,也会真切地感觉到饭店的服务质量与经营环境,饭店经营者务必重视会议市场的开拓和服务,以争取与会者当中那些潜在的消费顾客群体。

#### 5. 宴会外卖经营策略

在会议市场当中,还应该大力开发商务宴会、会议宴会外卖服务项目。商务宴会、会议宴会与家庭宴会相比,具有规格标准高,赢利丰厚的特点。宴会外卖不仅仅是赢利的绝佳时机,同时也能扩大饭店的知名度,塑造酒店的形象。宴会外卖非常适合高档次饭店的餐饮经营。因为它需要很多相关部门配合行动。普通的饭店是不敢承接宴会外卖的,一旦出现纰漏,将对经营者产生无法估量的负面影响,需要谨慎行事。某知名饭店曾经在海滨广场为排名在世界500强之内的一家日本企业举办过“海滨仲夏夜”晚会,获得巨大的成功,赢得客人的交口称赞。

通过以上分析可以得出结论:饭店餐饮在发挥自己整体形象优势和人力资本优势的基础上,克服自己组织结构框架上的缺陷,采取适当的经营营销策略,是完全可以与社会餐饮一争高下的。或者至少可以与社会餐饮共同发展壮大,取得双赢的局面,从而共同促进全国餐饮市场的协调健康稳定发展。

#### 参考文献:

- [1] 许顺旺. 宴会管理 [M]. 长沙:湖南科学技术出版社,2001.
- [2] 袁国宏. 我国饭店业可持续性发展的政策、法律与法规建设 [J]. 商业研究,2000,(11).
- [3] 吴克祥. 酒店会议经营 [M]. 沈阳:辽宁科学技术出版社,2001.
- [4] 黄浏英. 主题餐厅的设计与管理 [M]. 沈阳:辽宁科学技术出版社,2001.

(责任编辑:李 智)

## 声 明

一稿多投是文风之大忌,在本刊的编辑工作实践中,发现这一现象屡见不鲜。这其中不乏有作者为早日发表其作品之目的,但因此造成稿件临时撤换现象严重,违背了编辑工作“齐、清、定”的准则,干扰了编辑工作秩序,影响了报道时差。特别是有些稿件已上机印刷而无法撤换,造成的影响极坏,甚至引起不必要的版权纠纷。为此,本刊敬请广大作者切忌一稿多投。同时,本刊在此重申,凡因一稿多投而临时要求撤换稿件,恕不办理,由此引起的一切后果,由作者自负。

《商业研究》杂志编辑部