

记者探访预制菜风波下济南多个酒店和商业综合体

“大厨现炒”成不少餐企揽客新招

文/片 记者 管悦 石晟绮
济南报道

明档窗口让顾客看个清楚 直播现炒带来新客源

9月16日,记者在济南世茂国际广场看到,时值午餐时段,多家餐饮门店内人声鼎沸。

不少餐厅将“现炒”“活鱼现杀”“无预制菜”等作为宣传重点,在门店醒目位置张贴相关标识,以吸引更多顾客。不过,不少消费者在进店入座之前,还是会先向服务员确认是否使用预制菜。

“蔬菜和肉都是每天早上供应商送来的,现炒现做。”一家东北菜门店工作人员说,由于主打30分钟上齐菜品,被不少消费者质疑是否为预制菜。为避免误解,品牌特意将厨房设置为明档窗口,顾客可以清楚看到切菜、炒菜的每一步,“越来越多新开门店采用明档厨房的形式,不仅是对消费者的承诺,也是对品牌自身的监督”。此外,还有门店通过屏幕展示后厨制作过程,消费者在用餐区域即可看到后厨操作台及厨师加工烹饪的过程。

济南恒隆广场一家川菜馆则是通过直播的形式展示厨师们现场烹制的画面。“通过直播洗菜、切菜、炒制的过程,让消费者更了解我们。”其店长表示,在近期预制菜风波之下,此举给门店带来了不少新增客流。

“最近来店里的客人,问预制菜的明显变多了。”一位门店店员坦言,多数菜品为现场炒制,像红烧肉等制作时间较长的卤货则为提前制作好,直接加热烹饪而成,“提前做好的卤货保质期三天,到时会直接倒掉处理”。

此外,有品牌则采用“半预制+现炒”的模式。“我们所用的黑鱼均是当天一早送到门店的活鱼,厨师八点到店开始杀鱼、腌制备用,待顾客点餐后进行烹饪,上餐较快。”济南恒隆广场一家酸菜鱼门店店员介绍,鸡翅等部分菜品则是由公司中央厨房统一配送的半成品,门店仅需二次加工即可出餐。

面对记者的询问,也有部分商家采取回避策略。一家餐饮门店服务员含糊其辞:“我们的米饭都是现做的。”

记者在走访过程中,不少门店店员说,门店均为现炒,平均一道菜上菜时间为5-10分钟。但也有不少门店店员则表示,用餐高峰期,即便是最简单的酸辣土豆丝,从备菜到出餐也需要15分钟,清蒸鲈鱼、歌乐山辣子鸡等复杂菜品用时更长。

此外,多数商家还表示,门店有固定客



近日,罗永浩质疑西贝部分餐品为预制菜引发热议,也让预制菜再次站上“风口浪尖”,不少消费者表达希望餐饮透明化的强烈诉求。风波之下,济南的餐饮品牌情况如何?对此,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者对济南多个餐饮品牌进行了探访。



▲不少餐厅将“现炒”“无预制菜”等作为宣传重点。

▶部分门店通过明档窗口、监控等形式展示后厨做菜过程。



户群体,此次预制菜风波对门店客流影响并不明显。

想彻底避开预制菜 既不现实也不科学

记者在社交平台搜索发现,为避开“预制菜雷区”,不少网友总结出实用鉴别攻略:鱼香肉丝、宫保鸡丁、酸菜鱼等家常菜常被列入“高概率预制”清单,而出餐异常迅速、宣称“无法免辣”的餐厅,也被怀疑使用预制菜。

当日,记者以小餐厅经营者的身份,在线上平台咨询了多家预制菜供货商家。

“我们在济南本地有仓库,晚上下单次日清晨就能送货上门。”一家供货商客服透露,其客户涵盖济南多家线下餐饮品牌,其中不乏连锁餐饮店。据其介绍,预制菜分为半成品与成品两类:成品可直接通过隔水加热、微波炉加热等方式快速出菜;半成品则更适配实体门店,肉类已提前腌制,厨师只需搭配配菜简单炒制,三五分钟即可完成出餐。在该厂家的产品名录中,包含鱼香肉丝、肉末茄子、宫保鸡丁等经典菜品,品类覆盖海鲜、肉类、汤品等多个领域。

价格方面,220克装的成品鱼香肉丝出厂价为4.19元,200克装的肉末茄子每包2.65元;红烧猪蹄、红烧排骨、美蛙鱼等荤

菜价格则普遍在7至10元区间。“餐饮门店通常会以出厂价的两三倍进行定价,您可以根据餐厅自身的营业成本来考虑具体定价。”该客服人员坦言。

“预制菜产品以荤菜为主,青菜因不易储存,多由经营者自行采购作为配菜。”另一家厂家销售人员说。

针对产品新鲜度问题,销售人员表示预制菜生产后将发往冷库储存,客户下单后由冷库安排发货,“发到您手上的产品一般为生产后两三个月的日期,通过冷链快速进行配送,一般保质期在300天到一年。不过产品不添加任何防腐剂,因此对于冷冻条件要求较高,保存条件要在-18℃以下。”该销售人员表示,除价目表上的菜品外,该企业还能根据门店厨房设备与用餐要求,提供专属定制服务。

除了第三方供货商,规模较大的连锁品牌更倾向于自建供应链。济南一位餐饮行业从业者解释,许多品牌在发展达到一定规模后,都会搭建中央厨房,在远离门店的区域集中处理食材——预处理程度从简单的清洗切分、腌制调味,到直接提前制熟不等,处理后的食材再统一配送到各门店,“当餐饮店在某地区形成规模效应后,想彻底避开‘预制’既不现实也不太科学,只要在保证产品的质量和后续加工的标准化程度,还是有一定优势的”。

预制菜不等于低品质 顾客要的是“透明化”

近年来,预制菜的消费场景迅速拓展,相关数据统计显示,2024年中国预制菜市场规

模已达4850亿元,同比增长33.8%,预计2026年将突破7490亿元。事实上,本次风波引发争议的背后是预制菜行业标准的模糊地带。怎样才算预制菜?2024年3月,市场监管总局等六部门出台《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》,首次在国家层面

面对预制菜的定义和范围进行了明确。根据该通知,预制菜不允许添加防腐剂,不包括主食类食品,也不包括可直接食用的蔬菜(水果)沙拉等凉拌菜。此外,中央厨房制作的菜肴,也不属于预制菜。

“此前,预制菜的概念较为宽泛,即食、即热、即烹、即配四大类都被归为预制菜范畴。”济南预制菜协会副会长杨立斌表示,根据现行标准,不少餐饮品牌所使用的中央厨房配送餐品,门店再进行二次加工的形式并非预制菜。

在杨立斌看来,由于中餐的烹饪特点,在消费者的认知中,锅气和现炒代表着新鲜、美味和一种不可替代的餐饮体验。再加上部分企业用未经严格处理的槽头肉制作梅菜扣肉等乱象被曝光,让消费者对于预制菜的认知仍存在偏差,认为预制菜就是廉价料理包,这种信息不对等导致信任危机。

如何让预制菜成为一道“明白菜”?在杨立斌看来,预制菜并不等同于低品质,不少大型连锁品牌花大价钱建中央厨房,只是将部分菜品制作前置化,让菜品的配方、口味、火候实现标准化工艺和生产,不仅节省了部分人工成本,有效提升运营效率,也提升了消费者体验,实际食材成本并不低。

“其实大部分消费者并没有要求现宰鸡、现杀鱼,其核心诉求是餐饮品牌能透明大方地说明菜品加工类型。”杨立斌表示,此前,上海、深圳、杭州等多个城市就曾探索过预制菜“透明化”,餐饮品牌应主动进行明确公示与说明,将知情权真正交还顾客,不仅能让消费者实现明明白白消费,更能引导公众理性客观地认识预制菜,为整个产业的健康发展注入动力。

杨立斌建议,除明示制作流程外,预制菜产业发展在供应链运输过程的温控管理和终端门店的标准化加工也存在较大提升空间。餐饮企业一是应该建立严格的温控管理体系,确保运输过程中温度稳定;二是制定终端门店标准化加工作业流程,确保出品质量稳定。只有打通从工厂到餐桌的每一个环节,才能真正实现预制菜的市场潜力,推动中餐标准化进程迈向新台阶。

编辑:武俊 美编:刘燕 组版:侯波

齐鲁农超中秋礼品券

多种礼盒任选其一

正在热销中!

888型

黄河口海参礼盒	28-30头
金牛家宴礼盒	鲜牛肉1kg*3 原切牛排200g*3 牛尾骨550g*2
鸿运海鲜礼盒	鳕鱼酸菜锅500g*2 调味黄花鱼600±50g 南极红虾500克/盒 美味鳕鱼肉排600克/盒 阿拉斯加鳕鱼排260克/盒 调味野生红鲷600-800克

购买礼品券或了解详情请联系 邹老师13361029080

*具体产品以实际情况为准,购买后请及时兑换
山东齐鲁农超科技有限公司有最终解释权

扫码购买 >>

高价收购

高价收购15662781688
老钱币·邮票·字画·老酒·像章·纪念章·选集·小人书·银元·金银币等,可上门看货。
英雄山文化市场西门口红太阳古玩店

家政服务

◆家政13793180410

管道疏通

◆疏通86700184

金龄健康·山东济南养老服务中心

●国企品质, 公办五星级养老机构。
●山东省民政厅首批“养老机构试用周”参与机构, 现推出 **5天免费试住**活动。试住期间免床位费、护理费, 餐费据实结算。
电话: **0531-82805587**
82805588
地址: 济南市市中区望岳路3668号

野生刺参

9斤999元

纯淡干辽刺参 涨发高 口感好 买二送一

1.野生鲜食海参: 壮年刺参, 筋粗肉厚, 口感好, 特惠9斤999元, 本周19斤1998元。

2.大连鲜食参王: 个大刺好, 纯正壮年鲜食辽刺参, 市场价333元, 特惠买3送3, 6斤999元, 本周特惠13斤1998元。

3.纯淡干辽刺参: 1斤涨发15斤, 热卖10年众多回头客, 原价1斤2560元, 本周买1送1, 平均1斤仅1280元。

4.沂蒙山成熟蜂蜜: 味道浓郁, 营养丰富, 特惠12斤299元。电话: 18615193097 (各地免费送货) 瑞品堂: 和平路与山大路交叉口东200米路北 足力健海参店(燕子山小区公交站对面)