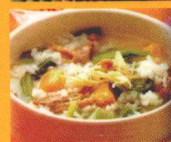


中式

何江红 主编



快餐

ZHONGSHI
KUAICAN ZHIZUO

制

作



化学工业出版社

中式

何江红 主编



快餐

ZHONGSHI
KUAICAN ZHIZUO

制
作



化学工业出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

中式快餐制作/何江红主编. —北京: 化学工业出版社, 2010. 6

ISBN 978-7-122-08214-5

I. 中… II. 何… III. 预制食品-食谱-中国
IV. TS972.152

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 066471 号

责任编辑: 彭爱铭

装帧设计: 刘丽华

责任校对: 吴 静

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装: 化学工业出版社印刷厂

720mm×1000mm 1/16 印张 8½ 字数 164 千字 2010 年 7 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 28.00 元

版权所有 违者必究

前言

随着我国经济的快速发展,生活节奏的加快,快餐已经被越来越多的人所接受,快餐的消费与供应市场已经初步形成,外出就餐更趋经常化和理性化,中式快餐行业的社会地位和行业地位得到确立,作用更加突出。鉴于此,为了满足快餐制售快捷的要求,中式快餐制作方式的选择就显得尤为重要。

本书分为四章,第一章中式快餐的特点,主要内容有中式快餐的制作标准化、连锁经营、服务特点、营养搭配等;第二章中式快餐机械设备,主要内容有快餐机械设备的作、常用机械设备、操作规范及注意事项、机械设备的日常保养等;第三章中式快餐制作,是本书的重点,主要内容有主食的制作、菜品的制作等;第四章中式快餐产品的创新,主要内容有中式快餐产品创新的理论基础、营养搭配、调味的创新、中西结合的创新、产品组合的创新、学生快餐的创新、白领快餐的创新等。

本书在编写时,借鉴国内外快餐企业的成功经验及作者长期教学实践,着重介绍了中式快餐制作特点,即如何把食品工业加工手段引入中式快餐,如何降低劳动强度、制售快捷,如何把传统烹饪操作由模糊化向定量化转化,如何把烹饪技术与食品科学有机结合等内容,本书可操作性、实用性强,适合快餐等相关专业的教学用书和职业技能培训教材使用。

本书编写分工如下:第一章、第三章第一节、第二节的八部分由何江红教授编写,第二章、第三章第二节的一、五、六、七部分由肖岚讲师编写,第三章第二节的二、三、四部分、第四章由辛松林讲师编写。由何江红教授负责对全书的统稿。

在本书的编写过程中,得到了北京和合谷快餐企业、四川烹饪高等专科学校快餐技术与管理专业实习基地——深圳面点王、常州丽华等快餐企业的支持,在这里向他们表示衷心的感谢!

由于作者能力有限,书中难免出现不足之处,请各位专家及读者批评指正!

编者
2010.3



目录

第一章 中式快餐的特点 1

第一节 中式快餐的制作标准化 1

一、中式快餐制作的标准化特点 2

二、中式快餐标准化的过程 3

三、中式快餐制作标准化实例 3

第二节 中式快餐的连锁经营 4

一、连锁经营的定义及特点 5

二、连锁经营的类型 5

三、中式快餐连锁经营实例 6

第三节 中式快餐的服务 6

一、中式快餐服务特点 7

二、中式快餐服务质量的构成 7

三、中式快餐服务实例 8

第四节 中式快餐的营养搭配 8

一、中式快餐的营养特点 8

二、中式快餐的营养搭配依据 9

三、中式快餐的营养搭配实例 9

第二章 中式快餐机械设备 10

第一节 快餐机械设备的作用 10

一、机械设备是中式快餐标准化的硬件条件 11

二、充分利用资源、实现大规模的生产 11

三、保证产品质量的统一性、稳定性 11

四、提高企业的竞争力 11

五、拉动机械制造业 11

六、提升餐厅卫生和环境等条件的水平 11

第二节 中式快餐常用机械设备 12

一、中央厨房设备 12

二、中式快餐配送设备 21

三、中式快餐连锁经营设备	22
第三节 操作规范及注意事项	24
一、设备的安装与调试	24
二、设备使用操作规范	25
第四节 机械设备的日常保养	27

第三章 中式快餐制作 28

第一节 主食的制作	28
一、米饭类	28
二、面食类	30
第二节 菜品的制作	34
一、烧菜类	34
二、炒菜类	49
三、蒸菜类	60
四、冷菜类	68
五、汤粥类	76
六、油炸类	83
七、烧烤类	90
八、小吃类	96

第四章 中式快餐产品的创新 105

第一节 中式快餐产品创新的理论基础	105
一、中式快餐产品创新的基本原则	106
二、影响快餐产品创新的要素	106
三、快餐新产品的研发流程	107
第二节 营养搭配	109
一、营养搭配	109
二、快餐企业营养创新实例	111
第三节 中式快餐产品调味的创新	112
一、调味方法的创新	113
二、应用调料复制新味道	113
三、借鉴西式调味	113
四、调味创新实例——芥末酱汁	114
第四节 中西式快餐结合的创新	116
一、西料中用	116
二、西味中调	116
三、西烹中借	116
四、西法中效	116

五、中西快餐结合创新实例——三文鱼头豆腐汤	117
第五节 中式快餐产品组合的创新	118
一、菜品组合	119
二、快餐企业菜品组合实例	119
第六节 学生快餐的创新	122
一、营养搭配的创新	122
二、组合的创新	123
三、学生快餐创新实例——西班牙土豆煎蛋	123
第七节 白领快餐的创新	125
一、善于发现和使用新食材	125
二、增加菜谱品种	126
三、选用药食同源原料	126
四、粗粮食品的精加工	126

参考文献

.....	127
-------	-----



第一章 中式快餐的特点

随着我国经济的稳步发展、生活节奏的加快、城镇居民人均收入的逐年增长，居民生活费用支出的不断上升以及女性就业人数的增加，饮食消费社会化的客观需求也在大大增加，人们的餐饮消费观念逐步改变，外出就餐更趋经常化和理性化，选择性增强，中式快餐行业的社会和行业地位得到确立，其作用更加突出。快餐的社会需求随之不断扩大，市场消费大众性和基本需求性特点表现得更加充分。快餐作为我国餐饮行业的生力军和现代餐饮的先锋军，对全行业的推动与带动作用不断突出，为社会和行业发展做出了积极的贡献。

我国饮食文化源远流长，在庞大的饮食体系中，中式快餐逐渐显示出强大的优势。据统计，2008 年中国餐饮百强企业销售额达到 1019.08 亿元，其中，前 10 强餐饮企业销售额达到 532.25 亿元，占百强销售总额的 52.23%，从各业态来看，2008 年中国餐饮百强企业中休闲类餐饮企业以销售额同比增长 43.25%，排在各业态增幅首位；快餐企业销售额居各业态之首，为 324.60 亿元，占百强企业销售的 31.85%。

第一节 中式快餐的制作标准化

尽管西式快餐尤其是美国快餐日益受到年轻人的欢迎，但是中式快餐仍以其价格优势和在主要消费层次中的口味优势，占据着大部分国内快餐市场。我国餐饮市场是多元化的，中式快餐的发展势头与西式快餐相比较，差距仍然很大，如果中式快餐能够扬长避短，实现产业化与标准化，市场前景是无法估量的。

快餐绝不是正餐的简单化，而是围绕“快”字进行科学化的管理和机械化、标准化的生产。因此，在快餐制作中，适度标准化的发展思路是可行的，创新应是永恒的理念。传统烹饪技艺很大程度上取决于厨师个人技艺的高低，这种非工业化的



生产方式使菜肴标准化程度较低,所以制作标准化是实现中式快餐产业化、规模化的前提。

中华餐饮博大精深、口味多样,快餐标准化工艺制定难度大,传统的中式快餐生产工艺使其产品质量稳定性差,严重影响快餐现场生产的速度;而西式快餐科学的生产工艺使得西式餐品质量恒定,且现场制作速度快。我们从营销策略来讲,没有标准化,就不可能形成工业化的快餐食品,也就不可能实现连锁化、规模化;从内部管理来讲,没有标准化,就不可能培养出合格的员工;从连锁经营上来讲,没有标准化,连锁企业就不可能有品牌的连锁。因此,标准化有效地制约了营运中的随意性,确定了操作的规范性,维护了品牌的一致性。

面对潜力巨大的快餐市场,中式快餐业在标准化操作、工厂化配送、连锁化经营、科学化管理等方面还有大量的工作要做。快餐是工业化产物,标准化一直是快餐企业发展的前提和保证,标准化内容包括:用于食品制作的产品配料的标准化、生产和制作工艺的标准化和产品质量的标准化。标准化不单包括品种通过定性定量后的标准化和设备配套的标准化,还要有管理系统的标准化。这里主要阐述产品的定性定量标准。

现代快餐是社会经济和生产力发展到一定阶段的产物,现代快餐生产的产品主要表现在以下两方面:

(1) 是直接的标准化快餐食品,其所形成的产业是快餐业。

这类产品最终的服务对象是各个快餐连锁店。其产品绝大部分都是在其中央工厂(配餐中心)集中加工生产出来的标准化的成品或半成品,然后配送到各个连锁分店进行简单的加工即可。

(2) 是半成品或成品的标准化产品,实现的目的是烹饪的社会化。

随着家庭厨房社会化,这类产品的需求量日益增大,其最终的服务对象是大型超市或社区超市的普通市民,为市民的一日三餐提供方便、卫生、快捷的成品或半成品,其市场潜力巨大,目前在大连、北京、深圳等大城市的快餐企业已经开始在利用其加工、配送上的优势,逐渐扩大其配餐中心的作用,为企业提供更多的市场,增加生产量,创造更大的价值。

一、中式快餐制作的标准化特点

传统烹饪绝大部分生产由人工进行操作,标准化程度低,重点展示厨师的个人技艺,常常有“少许”或“适量”之类的话出现,这种模糊性为厨师提供了发挥创造的空间,使菜肴各具特色,随之而来的却是在营业过程常出现一些问题,如饭菜质量不稳定、卫生不过关、质量波动大等状况,从而影响整个企业的声誉。另外,烹饪原料的前期处理也并未作为一个行业独立出来,仍然是厨师“一把菜刀打天下”的局面,从而影响餐饮业的快速发展。

中国烹饪技艺很大程度上取决于技师个人技艺的高低,这种非工业化的生产方

式使中式菜肴标准化程度较低,传统中式快餐与西式快餐的最大区别就在于快餐工艺标准化的控制上。中式快餐产品普遍缺乏质量标准,从而制约了中式快餐的快速发展。为了实行快餐工艺的标准化,很多中式快餐企业过多地只是从形式上、表象上模仿洋快餐标准化,这是无益的。

1. 产品原料、生产程序的标准化

目前不少中式快餐企业已经意识到了“标准化”的重要性,开始对产品原料、生产程序实行标准化管理,把每个产品的炒、蒸、焖、油炸等制作过程流程化,做到即使是没有丰富厨艺经验的人,经过短期培训后,也可做出质量相对稳定的产品。

2. 适度标准化原则

中式快餐在实现标准化的同时,还应把握好标准化的尺度,注意保持一定的多样性,以适应国内消费者口味的变化,提供较大的选择机会。在开发快餐食品时,针对不同的顾客市场,设计出符合顾客需求的特色食品来。只有同时兼顾标准化和多样性,才能使企业既提高生产效率,又保持自己的特色,从而在市场竞争中,尤其是与外来快餐的竞争中取得优势。

二、中式快餐标准化的过程

快餐产品标准工艺工作是企业生产技术工作的主要内容之一,它的基本任务是保证和提高产品质量,提高原材料的利用率及劳动生产率等。企业把产品所有的技术含量全部分解为标准化操作,又叫傻瓜式操作,即传统餐饮产品向快餐产品转化的过程。

为了使烹饪中复杂的、模糊的工艺过程简单化、标准化,我们引用“单元操作”的概念,我们将传统食品加工工艺过程和烹饪方法分为不同的单元操作,以单元操作为主线,通过寻找各种具体的菜肴及主食的加工过程使之成为多种单元操作的复合过程,这样可以简化研究程序,便于找到规律性。

三、中式快餐制作标准化实例

菲律宾“超群”中式快餐连锁店

“超群”是菲律宾一家中式快餐连锁企业,卖的是包子、面条、馄饨、米饭加炒菜套餐等地道的中餐食物,却和在菲律宾经营最成功的洋快餐麦当劳拥有一样多的分店。

“超群”是如何突破中式快餐发展的瓶颈呢?严格的计量和制作工艺、最大限度地实现食品加工机械化以及执行严格的监督体系是“超群”实现食物味道与质量统一标准的三大秘诀。

1. 严格的计量和制作工艺

原料和工艺用克、毫升、毫米、秒、度来量化描述。食物必须经过研制、加



工和出售这三个环节，最终才能进入消费者的口中。

2. 食品加工分初级加工和终级加工两个阶段

初级加工在食品加工厂完成，由加工厂制成熟食速冻——半成品；终级加工在各餐厅分店完成，餐厅只需加热；其炒菜用油、调料、火候、烹饪时间等条件都是设定好的，在现场，厨师只需简单操作即可。

3. 严格的监督体系

分店实行评星制度，三次不及格就关门是为了保证食物制作过程和质量的一致，“超群”每年花费大量人力与财力进行培训和再培训，每位厨师要进行4个月的培训后才能上岗，以后每年至少要进行一个月“温故知新”的再培训。

北京和合谷快餐企业

在北京和合谷快餐企业的几十家连锁店中，每天要出品上万份鱼香肉丝和宫保鸡丁，这些原来要依仗厨师手艺决定口味的中式菜品，如今在和合谷每一家餐厅的口味都是一致的。而这个好吃的秘籍就是和合谷实施的系统工程。在和合谷快餐的系统工程中，其制作流程全部用数字来标准化和量化。比如，在和合谷，每一碗米饭的标准是，100克净米蒸熟后重量220克，鱼香肉丝菜重210克，这样一份中碗鱼香肉丝饭的总重量不低于430克；而中碗宫保鸡丁饭的总重量要保证450克。

和合谷不但食品制作产品配料是标准化的作业，生产和制作工艺流程也同样实施了标准化，为了达到肉丝的制作标准，也许在和合谷吃饭的人们想象不到，连他们吃的最简单饭菜——鱼香肉丝饭，制作肉丝的切肉机使用的是花费了18万元引进的德国设备，以此保证生产出来的快餐无论是内在的质量、口味还是外观都保持高度的一致。

标准化不仅让和合谷保证了统一，也节约了营业成本，传统餐饮的后厨和前厅的比例一般都是1:1，而和合谷和国际快餐巨头一样，做到了1:5，甚至是更多，在扩大了营业面积的同时增加了流水。

第二节 中式快餐的连锁经营

快餐业是资金密集型行业，产品的低价位与设备的高投入的矛盾决定着快餐业必须采取规模经营。连锁经营就是以作业程序简单化、分工专业化、管理标准化，即所谓的“3S”（Simplification 简单化，Specialization 专业化，Standardization 标准化）原则从而获得较大的规模效益。

一切经营模式、业态都来自经营市场，属于经济市场的产物。有什么样的市场就会出现什么样的模式、业态与之相匹配，中式快餐以大众消费为主的特征定位和多元化、细分化和个性化的趋势，要求企业在经营模式选择上要与之适应。

快餐业与其他餐饮业的一个重要区别就是：快餐业的毛利率较低，它必须实现

大量的销售才能获得足够的利润。连锁经营方式使企业在短期内迅速扩大规模,开拓新市场,增加销售量成为可能。其中品种的现场快速加工、出售品质优良的产品,主要依托现场成品、半成品加工为主,对产品标准化技术的开发要求高,对集中加工配送能力要求强,才能减少现场加工压力和风险,使连锁分店正常营运成为可能。

一、连锁经营的定义及特点

连锁经营是指一种商业组织形式和经营制度,是由在同一经营字号的总部统一领导下的若干个店铺或分支企业构成的联合体所进行的商业经营活动。其特点是“六统一”,即统一采购、统一配送、统一标识、统一营销策略、统一价格、统一核算。

连锁经营的特点是大规模生产经营以及产品质量和技术要求等的统一化,实行产品的统一配送,要做到这一点,产品不能由各连锁店分散制作,而应由总部或地区部统一制作和配送,中式快餐的质量要求和品种规格更为复杂,因此,为了保证质量和提高经营效益,快餐企业把中心厨房作为重点来建设是开展连锁经营的客观要求。

二、连锁经营的类型

连锁经营在不同的国家有不同的划分方式。连锁经营一般分为四种类型:一是正规连锁(Regular Chain),是由同一个资本开设多家分店,实行统一管理和经营,即直营连锁;二是特许连锁(Franchise Chain),即以经营权的转让为核心的连锁经营;三是自由连锁(Voluntary Chain),即各处经营网点保持自己的资产所有权,但在经营上通过自愿实行联合;四是合作连锁(Cooperative Chains),是指一些独立分散的零售商,通过自愿协商,共同出资开办一个或几个批发企业,并通过合同组成连锁组织,为各成员店提供整体的共同事业服务。而在快餐连锁经营的方式中,特许经营是其主要的业态方式,这种连锁方式最适合快餐连锁。其优点主要表现在以下几个方面:

(1) 统一采购、集中储存既保证原料质量,又降低进货成本。

(2) 实现高度专业化分工。采购、送货、加工、生产、销售等职能分隔开来,使部门职能专门化、操作规范化。

(3) 实现产品和服务的标准化,降低顾客感觉中的购买风险。

(4) 借助连锁组织已有的良好声誉,分店可降低开业初期的经营风险;总店则可在节省资本投入的情况下,迅速扩大销售网络,提高市场占有率。

中式快餐采用连锁经营战略,企业必须注意两个问题:一是慎重选择加盟者,切忌为了追求扩大企业规模和赚取特许经营费而不加选择地推销特许权;二是在经



营期间做好对分店的监督指导工作，确保整个连锁组织的经营风格始终保持一致。

三、中式快餐连锁经营实例

永和豆浆的连锁经营

目前，永和豆浆在大陆的店面总数已经达到 150 余家，其中包括 15 家直营店和 130 余家加盟连锁店。2005 年，这些店的总营业额达到 4 亿元。其连锁经营成功的经验在于以下三方面。

(1) 定位中式快餐 连锁经营要有一个叫得响的品牌，而品牌背后是一些立得住的产品。永和豆浆开展深入细致的市场调研，发现中国人拥有爱好豆浆的文化传统，预估可创造百亿的市场消费量，市场发展潜力大，很快在上海设立了永和豆浆加盟总部及直营店，确立了以大陆为战略中心的地位，为永和豆浆连锁店拓展全球网络奠定了坚实的基础。

(2) 树立品牌形象 品牌是特许经营系统中最重要资产，在顾客眼中，品牌就是公司的声誉——他们所期望得到的感受和体验。永和豆浆新的品牌标识的引入采用了一种循序渐进的方式，在新的标识中融入象征品牌传统的一些要素，如稻草人、中国红、中国书法等，体现着浓浓的中国式的营养快餐。

(3) 产品标准化 实现制作标准化是中式快餐产业化、规模化的前提。标准化策略是连锁企业的又一重要经营基础，其流程是由连锁总部制定标准化的作业流程，由各门店复制、实施。标准化制作是快餐的重要标志，洋快餐的成功就在于制作的所有环节都严格遵循统一标准以保证食品质量。

第三节 中式快餐的服务

我们通常所说的“快餐”的英文对应是 Fast foods。快餐的卖点是“时间”和高效率的“服务”，而只有在生产力与经济都相当发达的条件下，才有快的生活节奏，服务性消费才能不断增加。根据《Convenience and Fast Food Handbook》，“Fast”应理解为快速而有效的供食服务。因而快餐食品是复合了食品与饮食服务双重价值的商品，这是快餐食品突出的特点。而服务就是为集体或别人的利益、需求或为某一种事业而工作的行为，服务并不能完全以量化的客观标准来衡量，但它最终以服务客体的满意程度为标准。

中式快餐业属于餐饮服务业，直接影响企业生存与发展，更是关系企业命运前途的重要因素。因此，我们只有深刻理解了服务的内涵，并且在实践中不断积累经验、建立一系列的服务质量控制方案，才能适应顾客期望值的不断提高。快餐品牌和产品的竞争，说到底，还是服务的竞争。快餐服务现在已经上升为某种理念，很难想象，缺失服务理念的企业在目前还能发展壮大。

顾客选择快餐，主要是出于节约时间的考虑。因此，我们的服务要体现两个重点，一是快而有序，这主要通过出品快、动作快、送餐快来体现；二是礼貌、温馨、周到，这主要通过让顾客享受到“宾至如归”的礼遇来体现。

中式快餐连锁企业应全新的服务应包括以下内容：店址选择要方便顾客光临，店面形象要亮丽而充满活力，店内要光亮整洁，服务人员的服务要井然有序，点餐要方便快捷，座位要宽敞而不必等候，餐厅气氛要温馨舒适。快餐仅提供餐饮是不够的，还需要有文化要素和精神要素的融入。因此，中式快餐连锁应当通过服务挖掘其品牌的文化内涵和精神内涵。不仅如此，通过服务还可以让顾客感受到，中式快餐满足的不仅仅是餐饮方面的需求，更是一种服务体验。

一、中式快餐服务特点

1. 有限的特色服务

快餐店的菜单简明，减少了顾客对菜品的选择性，快餐店只提供有限的服务，主要采用自助式服务方式，顾客直接到柜台前点餐，领到食物即付款，服务人员主要负责清扫地面和桌椅等工作。这种方式被许多快餐公司采用。

2. 迅速高效的服务

速度，既是快餐业本身的特点，也是快餐企业竞争的焦点，即“制售快捷”。快餐的卖点就是高效率的“服务”，顾客点餐后，要迅速、准确地将食品传递到顾客的餐桌上。服务效率是容易引起客人不满的重要因素之一，可以肯定，在其他方面基本相同的情况下，消费者都会选择行为快的一方，因为谁都不愿意多等一分钟。对快餐企业来说，如果不能加快供餐速度就将失去大量顾客，失去市场。

3. 大众化的餐饮服务

快餐业的发展走的是大众化餐饮服务的路线，虽然可满足不同层次人的需求，却并非追求高档次消费。

目前我国的很多中式快餐企业的服务标准只停留在微笑服务、热情待客等表面层次上，服务细节没有一个科学的量化标准。员工在执行时把握不准，弹性较大，从而造成服务质量参差不齐的印象。此外，一些中式快餐店的服务环境也有待改善。

二、中式快餐服务质量的构成

1. 餐饮食物质量

是指餐厅制作的菜食的清洁卫生程度、营养程度、色香味等状况，它必须符合餐饮经营的法律法规，同时满足消费者的需求。

2. 餐饮环境质量

是指餐厅的卫生清洁状况、绿化状况、装修风格（悦耳动听的背景音乐，洁净明快的餐饮环境）等。



3. 餐饮服务质量

主要是指服务人员对客人的服务情况，他们的仪表仪容、礼节礼貌、服务操作的规范程度、服务效率等。

4. 各分店之间的相对服务质量

是餐饮连锁企业区别于一般餐饮企业服务管理的重要内容，它是指连锁店之间力求服务的统一性，使服务质量处于同一服务水平上。

总之，快餐产品不仅能满足消费者的物质需求，而且还能满足人们心理、精神的需求。其产品的质量和数量、合理的价格、方便快捷的就餐方式、舒心的就餐环境和热情周到的服务态度等方面构成了中式快餐服务的质量。

三、中式快餐服务实例

味之都中式快餐企业

作为立志打造中式快餐第一品牌的味之都快餐企业，要求每位工作人员向每位光临味之都的顾客提供亲切、快捷、可靠、高质量的贴心服务。在培养员工良好的服务行为方面，要求做到以下3点：

(1) 倡导快速、微笑、礼貌服务。

(2) 灌输清洁、清理、卫生的习惯。

(3) 培养 TCL 的行为，T（亲切）是指服务用语要加入情感，从生活中开始，员工与员工之间相互关心、问候，使其成为习惯，对顾客要从认识到熟知，并了解其所好，与其建立良好的客户关系网络；C（高度注意）是指加强培养洞察力，提倡并提高巡台意识，不断深入到工作中去；L（用心）是指用心关注做每一件事，要从工作中找缺点找不足，来改进自我行为，从而提高自身的素质。

“大娘水饺”快餐企业

“大娘水饺”认为，标准化的服务不单纯是数字的规范，人性化也是服务的一个标准。为了让快餐真正快起来，减少顾客等待的时间，“大娘水饺”开通了“绿色通道”：把顾客常点的4、5个品种提前做好，放到保温容器里，收银机打完订单立刻发货，这种方式很是适合那些忙得没有时间及没有耐心的消费者。对于上餐时间，“大娘水饺”的内部规定是：饺子从点单、下锅、煮熟到上桌的流程一般是低峰期10分钟，高峰期15分钟。

第四节 中式快餐的营养搭配

一、中式快餐的营养特点

随着生活水平的提高，人们的饮食标准不再仅仅是填饱肚子，越来越多的人对

食品提出了科学营养的要求。营养素配合应符合现代营养学、传统的“养助益充”理论。对于原料到美食的过程即烹饪过程而言，应最大限度地保存营养素，而不产生各种不利因素。对快餐企业来说，其品种的营养价值如何与风味有机结合起来，开发出具有中式特色的营养快餐食品，是摆在众多中式快餐企业面前的一个重要问题。

二、中式快餐的营养搭配依据

快餐的基本特征之一是营养均衡，根据营养学的基本原理设计出既符合人体的营养需求，又符合人们的饮食习惯的快餐产品。《中国居民膳食指南》结合中国居民的膳食结构特点，设计了“中国居民平衡膳食宝塔”，它把平衡膳食的原则转化为各类食物的重量，并以直观的宝塔形式表现出来，提出了一个营养上比较理想的膳食模式，便于民众理解和在日常生活中实行。

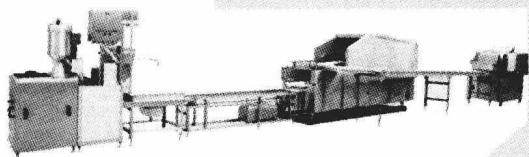
快餐食品必须要有科学合理的组合和搭配，每一个主打食品都必须有相适应的副餐食品和饮品，同时为满足非用餐时段的休闲需求，要推出与主餐食品相配的休闲食品，在选择产品组合的过程中要充分考虑产品本身的营养性和产品组合的营养搭配。真正体现中式快餐营养平衡的优势。这种营养快餐的理念应该在快餐企业中推广，使广大民众受益，使我们的国家和民族更加健康。

三、中式快餐的营养搭配实例

深圳面点王快餐企业

作为中式快餐企业，面点王产品有7个系列，80多个品种，其产品特点是粗粮多、蔬菜多，体现了中式快餐营养的丰富性和膳食平衡的科学性。多品种、多样性的选择不仅让顾客能多些选择，而且通过食物多样的摄入，使人容易达到合理的膳食均衡、营养健康的目的。

在深圳面点王的各个餐厅里，野菜主要有山野菜、天绿香、藜蒿、龙须菜等。在面食档有胡萝卜面、绿豆面、南瓜面、荞麦面等粗粮食品；在包点档，甜麦馒头、芸豆小枣凉糕、羊肉小瓜烧卖、玉米饼、南瓜饼、红薯饼，都是粗粮制成；而粥类粗粮产品更多，紫米粥、小米粥、麦仁粥、绿豆沙、红枣桂圆粥、木瓜银耳羹、菜粥等都是粗粮产品。粗粮类产品已经占到了面点王产品品种的一半。



第二章 中式快餐机械设备

快餐机械设备与快餐食品的生产、销售、服务等过程有着非常密切的关系。快餐机械设备种类繁多，一般可按快餐的加工经营过程、风味特点及自动化程度等进行分类。按加工经营过程可分为中央厨房设备、快餐配送设备和快餐连锁经营设备；按风味特点可分为中式快餐机械设备和西式快餐机械设备；按自动化程度可分为单机设备和生产线设备。

快餐机械设备的发展必须与快餐业的发展相适应，二者存在着密切的相关性。目前，我国快餐机械设备与中式快餐品种不相匹配，与我国快餐业发展的阶段性不相适应，常出现一机多用、自动化程度较低、专业化程度低等现象。随着我国快餐业的发展，市场对快餐机械设备的需求越来越大，快餐机械设备的自动化程度会越来越高，其发展前景非常广阔。

第一节 快餐机械设备的作用

国外餐饮的菜系或流派有法式、意式、俄式、德式、土耳其式等，花色品种非常的繁多，为什么洋快餐品种只集中在汉堡包、炸鸡、薯条等少数产品上？而每个品牌的主食品种一般只有 6 个左右？从传统意义上讲汉堡包并不是正宗的西餐食品，它是为满足快餐的需求而对西方传统的面包食品进行快餐化后，并辅之以现代化机器设备，适应西式快餐标准化发展的结果，那么怎样才能实现我国传统中餐的快餐化呢？

中国烹饪的典型特征就是注重个人手艺，轻视规范标准，饮食品种繁多，主要依靠简单的“锅、碗、瓢、勺”等烹饪器具烹制菜品。传统烹制方法是我国餐饮文化优良传统的延续，面对中式快餐快速发展的步伐，这种生产方式已经跟不上时代的潮流了。因此，中式快餐首先需要进行产品的筛选，采用创新工艺，规范操作工