

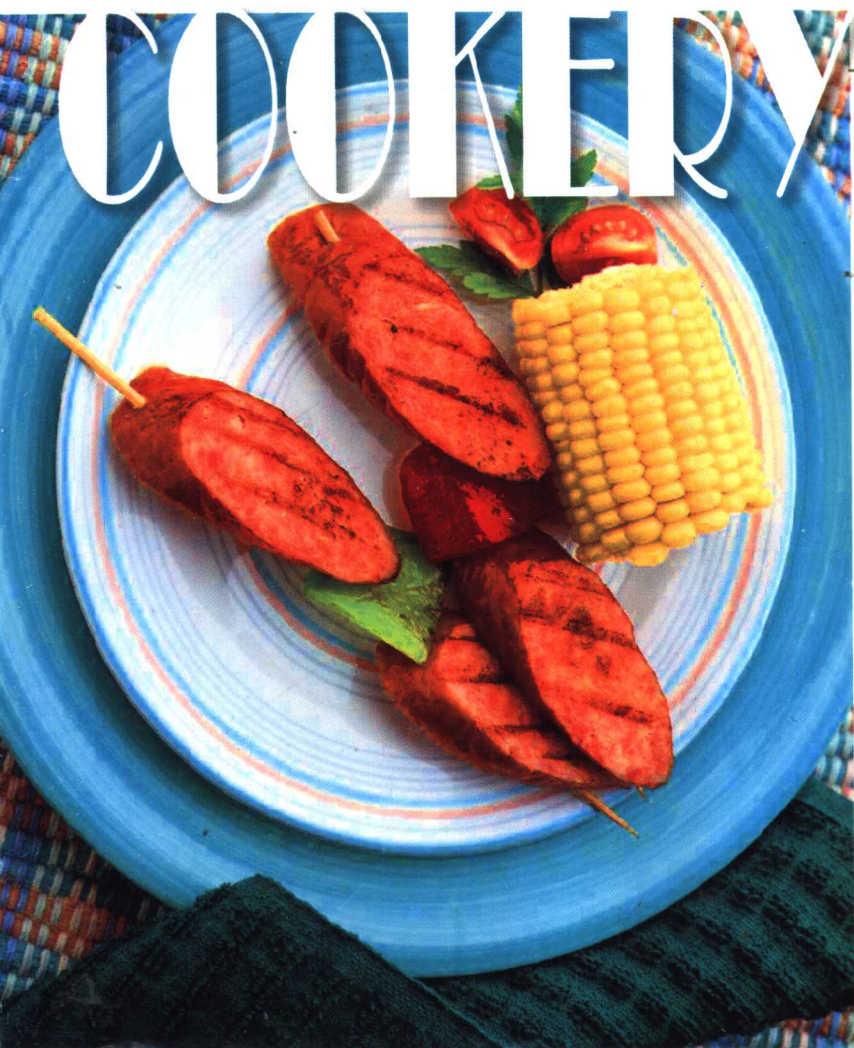


中等职业教育行业规划教材
教育部商业职业教育教学指导委员会审定

烹饪专业系列教材

总顾问 张世尧
总主编 杨铭铎

中式快餐



主 编 王志跃
副主编 张铁华



FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

中等职业教育行业规划教材

教育部商业职业教育教学指导委员会审定

烹饪专业系列教材

总顾问 张世尧

总主编 杨铭铎

中式快餐

主 编 王志跃

副主编 张铁华

东北财经大学出版社

大 连

© 王志跃 2003

图书在版编目 (CIP) 数据

中式快餐 / 王志跃主编 .— 大连 : 东北财经大学出版社, 2003.4
(中等职业教育行业规划教材·烹饪专业系列教材)

ISBN 7-81084-229-3

I. 中… II. 王… III. 预制食品 - 中国 - 专业学校 - 教材
IV. TS972.152

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 108649 号

东北财经大学出版社出版
(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 4710523

营销部: (0411) 4710711

网址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: dufep@mail.dlptt.ln.cn

大连理工印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm × 260mm 字数: 208 千字 印张: 9 1/2

印数: 1—4 000 册

2003 年 4 月第 1 版

2003 年 4 月第 1 次印刷

责任编辑: 孙平 张旭凤

责任校对: 尹秀英

封面设计: 冀贵收

版式设计: 孙萍

定价: 16.00 元



编写委员会

总顾问
张世尧

主任委员
王晋卿

副主任委员（以姓氏笔划为序）

王 勇 乔正康 华国梁 许景行 杨铭铎 康书民

委 员（以姓氏笔划为序）

于 勤 刘学伟 纪家胜 刘耀华 陈克生 张元柱
李志仁 陈明远 何清渭 陈慧玲 周 俊 赵志广
施启仁 荆忠一 唐 文 桑世忠 夏德润 黄为民
曹仲平

代型策划
许景行



总 序

“国以民为本，民以食为天”，这是我们的祖先把饮食提到治国安邦的高度来认识的名言。饮食是人类生存和发展的物质基础。中国烹饪作为中国饮食活动的核心和基础，已成为中国的三大国粹之一，以“选料广泛、技法众多、口味多变、品评多元”等特点在世界上享有盛誉。以烹饪为生产环节的餐饮业是我国第三产业的传统产业，生活和投资环境的重要产业，国家扩大内需的支柱产业，提高人民生活质量和中华民族健康素质、全面建设小康社会的基础产业，也是安排就业的主要领域。“九五”期间，我国餐饮业的营业额年增幅达到了20%，每年新增就业人数160万。现有餐饮网点350多万家，从业人员1800多万。餐饮业的快速发展要求培养数以万计的德、智、体、美全面发展的高素质烹饪工作者。

2000年教育部为贯彻落实《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》（以下简称“《决定》”），在大量调查研究的基础上，组织专家制定并颁布了《中等职业学校专业目录》（以下简称“《目录》”），并在其中确定83个专业为中等职业学校重点建设专业。烹饪专业便是其中之一。

教育部在颁布《目录》的同时，结合实施《面向21世纪教育振兴行动计划》提出的“面向21世纪职业教育课程改革和教材建设规划”，组织相关行业的职业教育教学指导委员会和项目课题组，制定和颁布了中等职业学校重点建设专业的《教学指导方案》，包括专业课程设置（《教学计划》）、部分主干专业课程的《教学基本要求》（《教学大纲》）以及专业设置标准等。烹饪专业的《教学指导方案》（以下简称“《方案》”）和《教学基本要求》（以下简称“《要求》”）为这个专业的国家/行业规划教材编写提供了依据。

国务院于2002年7月主持召开了有三个部委和相关部门领导参加的《全国职业教育工作会议》（以下简称“《会议》”），强调各级政府要加强组织领导，落实必要的经费投入，积极促进职业教育和培训的健康发展，切实加强特殊行



业从业人员职业道德、专业技能和创新精神与能力的培训。

根据上述《方案》、《要求》和《会议》精神，东北财经大学出版社和教育部商业职业教育教学指导委员会共同组织全国商业和技工两大行业系统的重点高、中等学校的烹饪专业知名带头人，编写了这套教材。

本套教材包括：1.《现代餐饮经营管理基础》；2.《烹饪原料知识》；3.《烹饪营养与卫生》；4.《中式烹调技艺》；5.《中式面点技艺》；6.《中式热菜制作》；7.《中式面点制作》；8.《冷菜、冷拼与食品雕刻技艺》；9.《烹饪基本功训练》；10.《烹饪基础化学》；11.《中式快餐》；12.《西餐烹调技术》；13.《烹饪工艺美术》；14.《餐饮设备使用与保养》；15.《食疗与保健》。其中：第1~8种为国家规划教材；第9~15种为与国家规划教材相配套的行业规划教材。这些教材涵盖了教育部新近颁布的《烹饪专业教学指导方案》中开列的全部专业课程。为方便教学，所有这些教材的主教材都配有《教师手册》。

在本套教材的编写过程中，我们在落实《决定》中关于“职业教育要增强专业的适用性，开发编写能体现新知识、新技术、新工艺和新方法的具有职业教育特色的课程及教材”的要求方面，做了不少努力。本套教材的编写委员会总顾问、世界中国烹饪联合会会长兼中国烹饪协会会长张世尧先生为我们落实这些要求提出了许多宝贵意见；东北财经大学出版社在全国率先推出的“换代Ⅱ型”教材的总体设计方案，是实施这些要求的具体化，其中包括：“体现21世纪新概念要求”，“突出中等职业教育的‘层次性’、‘职业性’和‘可衔接性’三重特征”，“坚持‘能力本位’和‘素质、知识、能力三统一’的原则”等。

应当指出：我们奉献给读者的以“‘部颁大纲’+‘换代Ⅱ型’总体设计”为主要依据的这套国家/行业规划教材，只是一种探索性尝试和阶段性成果，加之编写时间仓促，不足之处在所难免。殷切期望专家、学者和使用这套教材的全国中等专业（职业）学校的广大师生提出宝贵意见，以便通过修订使其成为质量更高的21世纪课程教材。

编写委员会

2002年12月



前言

改革开放以来,以麦当劳、肯德基为代表的西式快餐的引入,对中国餐饮业形成了一股强大的冲击波,促进了中式快餐的兴起和发展。目前,快餐业已成为我国餐饮市场新的经济增长点,被社会各界及海内外所关注,成为企业投资的热点行业,也被教育界、科技界作为教学内容和研究开发课题。据经济学家预测,2010年起将是中国快餐业发展的全面高速增长阶段,快餐消费人群将会继续增加。

《中式快餐》教材正是在这样一种背景下产生的,本书融会和借鉴了国内外相关快餐的书籍和最新资料,从国外到国内,从历史到现在、未来;从原料、营养、设备、产品加工与开发到企业营销,反映了中式快餐的全貌,力求体现快餐理论知识和实用性的统一。

参加本书编写的有云南省财贸学校、哈尔滨商业大学、吉林解放军军需大学及长春职业技术学院的六位同志。本教材由云南省财贸学校王志跃任主编;吉林解放军军需大学张铁华任副主编。全书共分9章。第1章由王志跃编写;第2章由丁绍德编写;第3章由侯丹军编写;第4章由高峰编写;第5、6章由王志跃编写;第7章由张铁华编写;第8章由王志跃、张铁华合编;第9章由于雅丽、王志跃合编。全书由王志跃负责统稿。

本书在编写过程中参考了有关快餐和餐饮生产经营管理的大量国内外书籍和文献,在此,向这些书籍与文献的作者表示诚挚的感谢。

由于作者水平有限,加之时间仓促,书中缺点和错误在所难免,恳请读者批评指正。

编者

2002年12月



目 录

第1章 概述	1
■ 学习目标	1
1.1 现代快餐业的发展	2
1.2 现代快餐的概念、特征与分类	3
1.3 中式快餐的标准化	7
1.4 中式快餐市场营销环境与需求分析	9
■ 本章小结	13
■ 主要概念和观念	13
■ 基本训练	13
■ 观念应用	13
第2章 快餐原料	15
■ 学习目标	15
2.1 主食原料	16
2.2 菜肴原料	18
2.3 调味品	24
2.4 食用油	25
2.5 工业化生产的半成品原料	26
■ 本章小结	27
■ 主要概念和观念	27
■ 基本训练	27
■ 观念应用	27
第3章 中式快餐的营养与卫生	28
■ 学习目标	28
3.1 中式快餐营养	29
3.2 中式快餐卫生的制定	31
■ 本章小结	36
■ 主要概念和观念	36
■ 基本训练	36
■ 观念应用	37



第4章 中式快餐机械设备	38
■ 学习目标	38
4.1 主食加工设备	39
4.2 菜肴原料加工设备	44
4.3 加热烹饪设备	50
4.4 配餐运输设备和贮藏、清洗、消毒设备	53
4.5 快餐食品盛器与包装	56
4.6 快餐食品生产线	57
■ 本章小结	58
■ 主要概念和观念	58
■ 基本训练	59
■ 观念应用	59
第5章 中式快餐原料制备加工	60
■ 学习目标	60
5.1 快餐原料的初步加工	61
5.2 快餐原料的分割加工	66
5.3 快餐原料预熟处理及保护性加工	74
■ 本章小结	78
■ 主要概念和观念	78
■ 基本训练	78
■ 观念应用	79
第6章 中式快餐调味与熟制加工	80
■ 学习目标	80
6.1 中式快餐调味加工	81
6.2 中式快餐复合味型种类及特征	83
6.3 中式快餐熟制的含义及分类	83
6.4 中式快餐熟制方法	85
■ 本章小结	92
■ 主要概念和观念	92
■ 基本训练	93
■ 观念应用	93
第7章 中式快餐规格与产品开发	94
■ 学习目标	94
7.1 中式快餐的分量	95
7.2 中式快餐的组合	96
7.3 中式快餐的盛装与包装	98
7.4 中式快餐开发的理论基础	100



7.5 中式快餐的开发	103
■ 本章小结	111
■ 主要概念和观念	111
■ 基本训练	111
■ 观念应用	112
第 8 章 中式快餐服务与营销	113
■ 学习目标	113
8.1 中式快餐服务	114
8.2 中式快餐营销	116
■ 本章小结	120
■ 主要概念和观念	120
■ 基本训练	121
■ 观念应用	121
第 9 章 中式快餐发展方向与 modern 管理	122
■ 学习目标	122
9.1 中式快餐的发展方向	123
9.2 中式快餐现代化管理的内容	126
■ 本章小结	130
■ 主要概念和观念	130
■ 基本训练	130
■ 观念应用	130
附录	131
中国快餐业发展纲要	131
主要参考书目	138

第 1 章

概 述

学习目标

- 1.1 现代快餐业的发展
- 1.2 现代快餐的概念、特征与分类
- 1.3 中式快餐的标准化
- 1.4 中式快餐市场营销环境与需求分析

本章小结

主要概念和观念

基本训练

观念应用



学习目标

通过本章学习，了解快餐的历史及现代快餐产生的必然性，着重掌握快餐的概念、特征及类型，理解标准化在中式快餐生产加工中的重要作用，并了解中式快餐的市场营销环境及市场需求。



“快餐”一词源于美国英语 Fast foods, 是指由商业机构分销的可即刻食用的食品。在现代社会, 快餐作为一种革新的生活饮食观念和现代服务方式的商品已深入到世界餐饮市场的各个角落, 它的出现是社会经济发展到一定阶段、社会生活运行节奏加快的重要标志。在我国, 快餐从 20 世纪 80 年代后期起步以来, 作为大众化生活服务行业, 得到了快速发展, 目前, 快餐业市场传统风味快餐方兴未艾, 海外快餐已纷纷进入, 形成了海内外、高中低、传统与现代并存, 互为补充、互相竞争、共同发展的市场格局, 已成为现代餐饮业市场不可分割的重要组成部分。到 1996 年底, 全国专业快餐公司 800 余家, 快餐网点 40 多万个, 快餐年营业额增长速度高于其他餐饮业年均增幅, 保持在 20% 以上, 到 1999 年底, 快餐营业额已达 750 亿元, 已占全国餐饮业年营业额的 1/5 以上。

1.1 现代快餐业的发展

现代快餐业是社会经济和生产力发展到一定阶段的产物, 也是衡量一个地区或城市经济发展状况和人们生活消费结构的一项重要指标之一。现代社会由于工作节奏的加快, 时间越来越宝贵, 家庭厨房劳动日益社会化。一方面, 节约了原料与能源; 另一方面使得快餐食品日益为社会所欢迎, 从而使得快餐业得到迅速发展。

1) 国外快餐业的发展

美国是快餐业发展比较突出和典型的国家。美国快餐业从 19 世纪末到 20 世纪 50 年代经历了半个世纪时间的起步发展, 为后期新型快餐市场的形成和全面发展打下了坚实的基础。特别是到了 20 世纪 60 年代, 美国经济一派繁荣景象, 服务性消费不断增长, 快餐业进入了快速发展的时期, 以麦当劳为代表的快餐业迅速扩张, 从 1955 年第一家麦当劳建立到 1960 年短短几年时间, 麦当劳店就增加到 280 家, 1960 年一年就盈利 5 600 万美元, 而且在生产和营销体系上不断完善。至 1974 年, 美国快餐业的营业额已占整个外食消费的 14%, 1984 年又增长为 26.5%。如今麦当劳以特许连锁方式在世界上 100 多个国家和地区建立起了庞大的网络, 平均每 8 小时就有一家新店开张, 已拥有 2.6 万家连锁店 (截至 2000 年 7 月), 每天有顾客 4 500 多万, 年营业额超过 300 亿美元, 成为世界上快餐业最成功的典范。

日本快餐业的发展源于美国快餐的市场冲击, 由于文化及饮食习惯的差异, 日本在引进和吸收美国快餐体系的基础上亦有创新, 逐渐形成一种“洋为和用”的日式风格快餐。在日本快餐业的竞争与发展中, 价格战是主要焦点, 而品种和风味战极少, 连锁经营恰恰满足降低价格这一要求, 所以, 当美国麦当劳、肯德基进入日本并以连锁经营方式推进时, 也带动了日本快餐业的全面发展, 并迅速向连锁化、标准化迈进。在快餐食品种类上, 日本不但有西式的麦当劳、肯德基, 还有中式的饺子、拉面, 日式的咖喱饭、鸡肉饭、鱼肉饭, 韩国的烧烤等。

2) 我国快餐业的发展

改革开放以来, 经济迅速发展, 人民生活水平显著提高, 中式快餐从起步也经历了近 15 年的探索, 人们对快餐的认识由模糊逐渐清晰, 由感性认识逐渐转化为理性认识, 由



零散认识逐渐转化为整体认识。以 1987 年肯德基快餐连锁店在中国落户为契机, 中国快餐业正式进入起步阶段。进入 20 世纪 90 年代以后, 中国快餐业发展迅速, 营业额一直保持 20% 以上的增长率, 快餐的消费市场与供应市场已初步形成, 在一些经济发达地区及旅游城市, 快餐已成为出差旅游、商务往来等流动人口和工薪层、学生以及人们在外就餐的优先选择。由于政府的重视与扶植, 加之行业有识之士的争相投入, 使中国快餐业在较短时间实现了市场扩张。1993 年第一届中国快餐业发展研讨会在北京召开, 代表着快餐业在中国作为一个新兴行业已受到社会各界广泛重视。继 1995 年于北京召开第二届研讨会之后, 1996 年, 国内贸易部主办的第三届中国快餐业发展研讨会和 1996 年北京国际快餐设备用品博览会于 4 月在北京农业展览馆同时举行, 1997 年 12 月, 第四届中国快餐业发展研讨会在武汉钢铁公司召开, 1998 年 12 月, 第五届中国快餐业发展研讨会在北京召开, 经过连续五届中国快餐业发展的研讨, 来自国内餐饮企业、科研院所、大专院校、国家有关部委和国内外相关厂商以及新闻单位代表, 对中式快餐基础问题和市场发展问题进行了建设性的探讨和总结。随之, 推动中式快餐发展的纲领性文件《中国快餐业发展纲要》于 1997 年 9 月由国内贸易部正式颁发, 标志着大力发展中式快餐业的整体思路已基本形成, 同时, 特许经营经营管理方法的出台为我国快餐业的健康发展提供了保障。



小思考 1—1

现代快餐产生的必然性其主要决定因素是什么?

答: 食品加工手段的变革和社会经济的高度发展。

1.2 现代快餐的概念、特征与分类

1.2.1 现代快餐的概念

1) 快餐几个相关词的比较

美国是现代新型快餐店的故乡, 快餐业作为社会经济高速发展阶段的产物, 在不同的发展阶段, 其理解和解释不同, 如在美国英语中, Fast foods (快餐)、Convenience foods (方便食品)、Snack 或 Snack foods (小吃、零食、休闲食品)、Instant foods (速溶食品), 它们的中文释义中虽都有“快速”、“方便”食品的含义, 但内容却有实质上的区别。

(1) Fast foods。是指由商业机构分销的可即刻食用的食品 (Ready-to-eat)。其运营特征是在点餐 (Ordering) 和供餐 (Serving) 间只需很短的等候时间或无须等候。其产品不易贮存, 一般是在较短时间内必须售出。

(2) Convenience foods。是指部分或完全的预制食品, 由生产厂合成加工或由零售处熟制。由于方便食品是由生产厂的预加工过程来代替家庭厨房中的食品预处理, 对于家庭, 它的优点是方便, 对于大型供食机构, 这种“方便”又可理解为人力的节省。产品卫生, 易于贮存, 其中部分品种可作为快餐原料食品, 只需经简单烹调加工处理, 即可作为快餐



出售。

(3) Snack 或 Snack foods。汉语译义中有小吃、零食、休闲食品的含义，它是指方便、随意的，用来缓解暂时饥饿需要，介于三餐之间的食品。如常见的点心、糕点、饼干、糖果、腌渍食品以及以乳类、肉类、水果、土豆等为基料的加工食品。产品易贮存，其中部分品种可作为快餐的配餐用料，它虽不能作主食，但却可以调节口味、丰富花色。

(4) Instant foods。有“速食”之义。它是指一种商业产品，通过脱水、精碾、细压和研磨等制备过程而形成的预混合、预烹调食品，速溶食品。它的产品有速溶咖啡、速溶乳、淀粉速溶食品等。产品易于贮存，其中部分品种可作为快餐饮品。

概括地说，Fast food restaurant 是对现代快餐店的称谓，它还包含了三方面的内容：①采用节省时间的设备；②利用节省人力的机械；③应用自我服务设施来降低劳务成本。

2) 美国现代快餐的内涵

美国快餐业发展至今，已成为一个比较独立的部门和体系。所以，它涵盖的意义已远非一种简单的食品种类，具有了更加广泛的含义，它包括以下几方面的内容：

(1) 社会化和工业化生产。快餐店及经营网点（Fast food outlet）都是公司下属机构，所需各种原辅料全部是由工厂加工的成品或半成品，包括食品及餐具。

(2) 产供销一体化。生产工厂根据“配送中心”（Distribute center）提供的品种、规格、数量进行生产后，再由配送中心根据各快餐店的订货单按点配货。

(3) 标准化操作。指在生产流程中以分工为基础，明确操作程序，实现标准化操作。

(4) 设备环境洁净化。设备餐具清洁卫生，环境洁净、优雅，餐具一次性使用。

(5) 固体食品与饮料相结合。饮料在快餐经营品种中同样占有重要地位，但快餐店不售酒类。

3) 现代中式快餐的概念

《中国快餐发展纲要》对快餐做出以下定义：“快餐”是为消费者提供日常基本生活需求服务的大众化餐饮，它具有制售快捷、食用便利、质量标准、营养均衡、服务简便、价格低廉的特点；快餐经营主要采取店堂加工销售和集中生产加工、现场出售或送餐服务等形式。快餐企业既包括以标准化、工厂化和连锁经营为主要特征的现代快餐企业，也包括以手工操作、现场加工和单店经营的传统快餐企业。

1.2.2 现代快餐的特征

快餐作为提供日常基本生活需求服务的大众化餐饮，具有以下特征：

1) 具有制售快捷、食用便利的特征

快餐具有制售快捷、食用便利的特征，这是快餐业能够占领餐饮市场的优势之一。在制售快捷方面，现代快餐对“快”可说是精益求精、分秒必争，如在麦当劳快餐生产制作中，可在 50 秒内完成 24 片面包的烤制工作，客人在点完餐的同时，服务员即可通过电脑结计算机报出你所点购的全部快餐品种名称及价格，而且从选定所要食物到拿到食物的时间只需 32 秒。这种制售快捷的前提是产品原料规格化、工作程序简单化及生产作业设备的专业化。现代快餐产品一般都在食品加工厂经过预加工处理，使其成为半成品，再根据需



要量配送到各快餐网点,这样便简化了网点工作程序,只需简单加热即可售出,因而可以说,工作程序简单化、易于操作人员熟练操作是快餐制售快捷的又一有利因素。在食用便利方面首先体现了简单化及主副食的优化组合上,如汉堡包、中式包子、比萨饼等,充分说明了主辅料搭配的合理性和搭配的效果;其次快餐网点分布几乎无所不在,而且非常方便食用,易于包装,可以堂吃,亦可携带,只要是人员密集的商业地方,很容易就可花钱买到所需的快餐食品,如商业街区、车站、码头及厂矿、学校周围,快餐网点可说是多如繁星,有中式风味的各式快餐,也有西式风格的西式快餐,加之送货上门的快餐盒饭及流动售货车等极尽快餐方便之能事。

2) 具有质量标准、营养均衡的特征

快餐应具有质量标准是要求产品品质新鲜,有明确保质期。购料、生产、销售做到有严格的卫生标准(无毒、无害,有利于身体健康),同时产品尽可能保持不变的感官性状,保持质量始终如一。如肯德基这样的大型现代快餐企业,在生产炸鸡制作规程中做到:一只鸡统一分成九块,清洗后甩七下,蘸料时滚七下再按七下,油炸成熟时间分秒不差。同样为了保证质量,麦当劳还规定:汉堡包出炉超过10分钟、炸薯条超过17分钟就必须舍弃。营养均衡是现代中西式快餐追求的目标,快餐食品应提供人体每日所需的营养和能量,因而在提供足够能量的同时,也必须保证营养的均衡性。在西式快餐食品中,由于选用动物原料比重大,高脂肪、高热量的快餐品种,造成长期食用的人肥胖症、心血管疾病发病率高,因而洋快餐一度被称为垃圾食品。实际上,每种单一快餐食品都很难实现营养平衡,因此快餐菜单设计除简单外,还要考虑营养的合理搭配,同时明确标出每个产品的营养素和热量值,以便于食用人根据自身情况科学选择。在这方面中式快餐作为后来者,却有领先优势。如武钢集团下设的武钢快餐食品工厂,它所提供的每份工作餐是由米饭(或面点)、一荤二素菜肴、一汤组成。从工作餐性质来说能满足职工热量代谢和补充,保证了基本营养素的供给量,而且品种多样,选择余地大;再如具有中式快餐代表性食品的中华包子,其突出的民族特色和营养均衡性的优势已成为中式快餐的开路先锋。包子是主副食相结合的食品,通过面和馅的合理搭配,增加馅心种类的调剂,在满足色、香、味、形等感官性的基础上,实现营养均衡的特征。

3) 具有服务简便、价格低廉的特征

快餐的服务简便也是快餐店与其他餐厅的重要区别。服务员基本不提供桌前服务,基本服务内容一般只包括招呼顾客、准备点膳、将膳点交给顾客、收款、感谢光临等项目,这些基本服务称为简便的有形服务。而为顾客提供最快捷、最简单又方便的服务也是快餐的服务宗旨之一。它的实现依赖于服务程序的规范化和全体服务人员的分工协作、紧密配合。此外,快餐还有电话订餐服务、信函邀请、选早餐等简便而又方便顾客的服务,以及清洁卫生、优雅舒适的就餐环境,服务人员的微笑所提供的无形而又实在的服务。所谓价格低廉是指稍高于家庭厨房制作费用而略低于中等餐厅的消费水平,这是由快餐的市场定位服务于大众消费所决定的。中式快餐的价格定位,根据目标市场客源类型的不同,一般价格在几元至几十元不等。加之快餐采用普通原料,同时使产品设计适于高度机械化生产,从而生产成本大大降低,这也是快餐价格低廉原则的又一主要原因。



补充阅读资料

现代快餐与传统餐饮

大家都知道,现代快餐食品是由传统餐饮食品转化而来的,但由经营传统餐饮到经营现代快餐,在生产销售运作上其实有着本质的区别,也就是说现代快餐店与传统餐饮店是不同的。下面通过对现代西式快餐店与传统餐饮店在菜品制作与菜品销售服务方面的比较,以加深我们对现代快餐的认识。

1) 传统餐饮店

菜品制作方面:

实行主厨制,生产设备专业化程度低;菜品制作带有很强的技艺性与个体性;菜品质量在很大程度上取决于厨师的技艺水平和经验,因而受到人为因素的制约。

传统餐饮店的菜品种类繁多,烹制过程较繁琐,使菜品制作与供餐时间相对较长。

销售服务方面:

服务方式大多采用桌前服务形式,即由服务员为顾客送餐上桌,点餐、供餐与收银环节一般分开进行。

服务程序方面:

顾客需求信息(即点餐)与厨房加工是一致的。顾客的需求信息由服务员传递给厨房,厨房再按顾客的需要制作,即顾客点什么,厨房做什么,然后由服务员把菜品送到顾客桌上,并继续为顾客提供其他就餐服务。

2) 现代西式快餐店

菜品制作方面:

实行非主厨制的流水作业加工方式,工业化程度较高。操作者虽无技艺高低之分,但因有专业化的机械设备以及严格的操作规程与质量标准来控制产品质量,所以无论谁来操作,无论在哪个分店制作,所生产的产品质量都基本相同。这种工业化、标准化的制作方式可以将人为因素的影响减少到最低限度,从而使菜品质量始终保持统一和稳定。

现代快餐店的菜品品种较少,制作加工环节分段进行,销售店内加工简捷,菜品制作与供餐时间较短。

销售服务方面:

服务方式采用柜台服务与半自助服务相结合。柜台服务兼有接待、点餐、收银及供餐的多种功能。半自助服务无送餐上桌服务员,即顾客自行在柜台点餐和取餐后自我服务找桌就餐。

服务程序方面:

顾客需求信息与厨房加工是分离的,即每一顾客的需求信息并不传递到厨房加工部门,而是直接由柜台服务员迅速通过配餐设备或配餐员把所需菜品提供给点餐的顾客。厨房加工部门的职责在于为柜台配餐处提供足够的菜品,以保证菜品的快捷供应。

1.2.3 快餐的分类

快餐作为满足人们日常基本生活需求的大众化餐饮,从供求关系的层面上看包括生产者和消费者两个方面。生产者即指快餐企业或快餐经营者;消费者即指消费市场或消费人群。

从生产者供给方面来看有:按生产经营方式,可分为以手工操作、现场加工和单店经



营为主的传统快餐，以标准化、工厂化和连锁经营为主要特征的现代快餐；按品种形式，可分为单一品种快餐、组合品种（套餐）快餐；按配送方式，又可分为本企业集中配送、连锁直销式的快餐企业，外企业供应商配送、连锁销售式快餐企业，本（外）企业集中生产配送、分散销售式快餐企业。

从消费者需求方面来看有：按市场风格，可分为中式快餐（传统快餐、机械化快餐）、西式快餐、中西合璧式快餐；按消费者流动性，可分流动人群的快餐消费、固定人群的快餐消费、两者兼有的快餐消费；按消费人群，又可分为休闲和家庭快餐、差旅快餐、职工快餐及学生快餐。

快餐分类方法如表 1—1 所示。

表 1—1

快餐的分类

分类方法		类 型
供给方	生产经营方式	传统快餐、现代快餐
	品种形式	单一品种快餐、组合品种（套餐）快餐
	配送方式	本企业集中配送连锁直销式、供应商配送连锁销售式、本（外）企业集中生产配送分散销售式
需求方	市场风格	中式快餐、西式快餐、中西合璧式快餐
	消费者流动性	流动人群、固定人群、流动和固定兼有休闲和家庭快餐
	消费人群	差旅快餐、职工快餐、学生快餐



小思考 1—2

为什么说制售快捷、食用便利是快餐的主要特征之一？

答：因为快捷、方便是快餐消费者满足快节奏生活和工作需要的主要目的。因此，快餐的卖点也就是“时间”。

1.3 中式快餐的标准化

快餐作为现代化进程中的必然产物，在中国还处于发展的初步阶段，亟待解决的问题很多，大多数中式快餐至今还没有明确的、具有现代意义上的产品标准，而还是按照餐饮业约定俗成的色、香、味、形这一类模糊的要求制作，其营养的合理性及搭配，完全依靠厨师的经验决定。如何解决传统快餐向现代快餐的过渡和转变，首要的任务就是快餐生产标准化的制定，按照制定标准工作的程序，根据标准化原理，在统一、简化、优选的基础上实现最佳的标淮化工序（即标准化工艺和技术标准）。有了标淮化工序，就可以使传统的中式快餐逐步实现机械化、工业化，产品质量也就能够保证始终如一，并达到发挥规模