

现 代 食 品 丛 书

高福成 主编
姚晓敏 编著

快餐食品



中国轻工业出版社

现代食品丛书

快 餐 食 品

高福成 主编

姚晓敏 编著

 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

快餐食品/高福成主编. —北京: 中国轻工业出版社,
2000.8

(现代食品丛书)

ISBN 7-5019-2886-X

I. 快… II. 高… III. 食品, 快餐-研究 N. TS2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 28019 号

责任编辑: 熊慧珊 责任终审: 滕炎福 封面设计: 李曙光

版式设计: 丁 夕 责任校对: 燕 杰 责任监印: 胡 兵

*

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街6号, 邮编: 100740)

网 址: <http://www.clqip.com.cn>

联系电话: 010—65241695

印 刷: 中国人民警官大学印刷厂

经 销: 各地新华书店

版 次: 2000年8月第1版 2000年8月第1次印刷

开 本: 850×1168 1/32 印张: 15.125

字 数: 394千字 印数: 1—3000

书 号: ISBN 7-5019-2886-X/TS·1746 定价: 34.00元

·如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换·

序 言

《现代食品丛书》的策划意图是为了适应我国将进入 21 世纪这一世纪性进程食品工业发展的迫切需要。

近几十年来，由于社会和科学技术的迅速发展，某些颇为引人注目的极富时代特征的新概念食品相继问世。本丛书将陆续介绍这类新概念食品，以期能在这一世纪性进程中起到催化这类食品工业化生产，促进这类食品稳定生产的作用。

值此套丛书即将面世之际，特为序。

在此期望广大读者和食品工业界专家给予大力支持，并提出宝贵建议。

《现代食品丛书》主编 无锡轻工大学 高福成

目 录

绪论	(1)
一、快餐食品产生的必然性	(1)
二、国内外快餐食品的发展	(5)
第一章 快餐食品的分类	(9)
第一节 快餐食品的种类	(9)
一、按加工工艺分类	(9)
二、按食用特点分类	(10)
三、中式快餐与西式快餐	(10)
第二节 快餐食品的形式	(26)
一、快餐食品的可供形式	(26)
二、食品供应商对食品形式的选择	(29)
第二章 快餐食品的包装	(31)
第一节 快餐食品的包装材料	(31)
一、塑料	(31)
二、纸质材料	(37)
三、金属	(38)
四、天然材料和陶瓷	(39)
第二节 快餐食品的包装工艺	(39)
一、气候对包装食品的影响	(39)
二、外界因素对包装食品的影响	(44)
三、各类快餐食品的包装	(56)
第三节 快餐食品的包装容器	(65)
一、杯形容器	(65)
二、袋	(69)

三、泡罩	(75)
四、液体食品的纸盒包装	(75)
五、盘和浅盘	(78)
六、收缩包装、贴体包装和拉伸裹包	(79)
七、软管	(83)
八、卷包容器	(86)
九、肠衣	(87)
十、封盖物	(87)
十一、吸汁衬垫	(91)
第四节 快餐食品的新型包装	(92)
一、耐贮存食品的包装	(93)
二、半耐贮存食品的包装	(97)
三、冷冻食品的包装	(98)
四、包装辅助系统的选择	(99)
五、无菌包装	(99)
六、绿色包装	(103)
七、可食性包装	(108)
八、新型包装示例	(111)
第三章 快餐食品生产技术	(117)
第一节 快餐食品的原材料分类	(117)
一、食品原料分类原则和指标的确定	(117)
二、一些分类等级指标和分类群的主要类指标	(119)
第二节 快餐食品加工工艺	(123)
一、快餐食品加工工艺流程	(124)
二、快餐食品加工工艺的操作要点	(124)
第三节 快餐食品质量标准	(126)
一、营养标准	(126)
二、卫生标准	(130)
三、感官标准	(144)

四、包装标准	(148)
第四节 高新技术在快餐食品工业中的应用	(150)
一、微波技术的应用	(150)
二、膨化技术的应用	(154)
三、超微粉碎技术的应用	(156)
四、真空和面技术的应用	(157)
五、超临界 CO ₂ 萃取技术的应用	(157)
六、脱水蔬菜加工新技术	(158)
七、水力切割技术的应用	(158)
八、微胶囊包埋技术的应用	(159)
第五节 快餐食品加工实例	(159)
一、软罐头米饭	(159)
二、袋装切面	(160)
三、方便粥	(161)
四、膨化速煮米	(162)
五、快餐通心粉	(163)
六、冷冻饺子	(164)
七、五色速食早餐食品	(165)
八、方便汤料	(167)
九、豆腐渣快餐食品	(169)
十、油炸土豆片	(170)
十一、土豆片	(171)
第四章 快餐生产设备体系	(173)
第一节 中心厨房	(173)
一、菜单设计	(174)
二、排布图	(175)
三、生产流程	(175)
四、设备的定位	(176)
五、设备与空间的设计	(182)

第二节 连锁店	(190)
一、中心店连锁经营	(191)
二、加盟式连锁	(195)
第三节 快餐生产的先进设施	(197)
一、食品加热系统新进展	(198)
二、将来的发展	(203)
三、高科技厨具	(204)
第五章 快餐食品的开发设计	(206)
第一节 快餐食品的系统设计	(206)
一、食谱设计	(207)
二、系统设计	(209)
三、小结	(216)
第二节 平衡膳食的合理安排和营养食品的设计方法	(217)
一、合理的膳食结构	(217)
二、平衡膳食的合理安排	(224)
三、营养食品的设计方法	(231)
四、营养快餐	(234)
第三节 电子计算机在食品营养成分含量计算中的 应用	(237)
一、用电子计算机进行营养评价	(237)
二、用电子计算机设计最佳营养配方	(253)
第四节 食品加工与营养	(265)
一、中国式烹调加工与食品营养	(265)
二、常规食品加工对营养素损失的影响	(268)
第六章 快餐食品的生产管理	(276)
第一节 原材料的采购	(276)
一、食品原料采购的基本原则和影响因素	(276)
二、原材料的品质和成本控制	(283)
第二节 验收、贮存管理	(303)

一、食品原料品质的鉴定方法	(303)
二、食品的保藏方法	(305)
第三节 生产作业管理	(309)
一、生产流程管理	(310)
二、管理手段	(313)
第七章 快餐企业综合经营管理	(325)
第一节 人事管理	(325)
一、工作任务的界定	(325)
二、雇员的招募和选择	(326)
三、员工培训	(330)
四、管理指导	(331)
五、激励制度	(333)
六、表现评估	(334)
七、协作调度	(335)
八、生产率监督	(340)
九、工会的作用	(341)
第二节 安全卫生管理	(342)
一、食品企业的卫生管理	(345)
二、食品生产经营过程中的卫生管理	(350)
第三节 财务管理	(358)
一、财务计划	(358)
二、财务组织	(367)
三、人员管理与培训	(368)
四、财务控制	(368)
第四节 快餐连锁经营管理	(373)
一、中心店连锁经营管理	(374)
二、加盟式连锁经营管理	(380)
第八章 我国发展快餐食品的对策	(385)
一、面临的形势	(385)

绪 论

快餐食品 (short order food 或 instant food) 一般是指那些传统的厨房烹调手续已基本完成、食用前比较省事、不须烹调或稍经处理即可食用而又便于保存与运输的食品。因此快餐食品又称为“快速食品”或“即食食品”。近年,从食用便利这一意义上也被视为方便食品中的一类。传统快餐食品包括的食品范围可能小一些,一般指一人一餐的小包装食品。现代快餐食品的范围则很广,快餐食品从罐装、瓶装、袋装食品,浓缩食品,干燥食品,烹调冷冻食品,直至新型的凝固食品、薄片小吃食品。它涉及主食、副食、嗜好品、饮料等多个方面,消费量也在不断增长。快餐食品在本世纪 30 年代,首先由美国发展起来。以后,因其食用、携带、保存及销售供应方便,在美国、日本和欧洲等国家迅速发展起来,目前仍以 10%~20% 的速度在继续增长。

一、快餐食品产生的必然性

食品是指各种供人们食用或饮用的制成品和原料,以及按照传统既是食品又是药品的物品,但不包括以治疗为目的的物品。自从有了人类的历史,就有了吃的历史,也就有了食品加工的历史。食品加工史从某种意义上说,是人类生产力的发展史,是人类认识自然、改造自然的社会进步史。在原始社会,人们茹毛饮血,进行自然采集;火的发明,使人类进入“石烹”时代;发明陶器后,出现了“陶烹”;金属冶炼法的出现,导致了最早的炊具“鼎”的产生。《周易》卷五《鼎》中说“…以供烹饪之用,谓之为鼎”。烹饪一词和鼎一词同时出现在这里,可以认为真正的烹饪是与炊具相连的。私有制产生以后,有了以烹饪为谋生手段的厨师。奴隶

社会和封建社会中祭礼活动和宫廷膳食的盛行，极大地推动了烹饪业的发展。《黄帝内经》所述的以饮食来调理身体，《齐民要术》所载的食品加工方法和烹饪技术，《随园菜单》对历代的烹饪经验科学体系所作的总结，不仅在当时，即使对后世都有很深的影响。当时的膳食都是由厨师或家庭成员手工制作出来的，这是和当时的生产力水平相适应的。到了现代，随着生产力的发展，科学技术水平的提高，人们加工食物的方法也在不断变化：利用某一介质，如沙、石、泥等砌成炉灶使加工原料达到成熟的要求；利用盐、糖、醋、酒等的物理化学和生物化学的作用使加工出来的原料成为美味佳肴；利用沸水、蒸汽、太阳能等使加工处理的原料成熟。虽然食品的烹饪加工手段随着生产力的发展发生了巨大的变化，但手工操作的本质没有改变。这种烹饪加工出的食品我们将其定义为“手工食品”。人类用手工方式加工食品一直延续到近代和现代。在 19 世纪初，大工业生产方式与食品加工手段相结合，使原始的食品加工发生了革命性的变化，逐渐从烹饪加工中派生出一个新的产业——工业食品加工。这种由机械化（半机械化）、自动化（半自动化）生产的食品，我们称之为工业食品。由手工食品向工业食品转化，只是加工食品的方式的变化（由加工一份菜、一份点心变为生产大量食品），加工场所的变化（由厨房变为工厂的车间），销售场所的变化（烹饪产品主要在餐馆酒楼销售，而工业食品主要在商场销售），贮存时间的变化（烹饪产品现加工出售，工业食品一般可贮存一定的时间）。从某种意义上说，某些食品工业是从厨房烹饪脱胎而来的，有的保留了一些烹饪方法，如烤、炸、蒸等；另一方面，由于化学工程的某些单元操作的渗透，使食品的加工手段变得复杂多样起来。

工业食品的出现，既丰富了食品的品种，又可把某些食物原料（特别是季节性原料）以食品的形式贮存起来。工业食品根据其被加工的程度，为人类的饮食提供不同等级的食品：初级食品是对农产品的直接初步加工，如碾米、榨油、屠宰等，它为人们

的饮食提供原料；中级食品是对初级食品的加工，如烘焙食品、酿造食品、罐头食品，这些食品一部分可直接被人们食用，一部分为饮食业提供原料，这部分食品不能作为中国人长期食用的食品；中、高级食品则更贴近人们的饮食习惯，如速冻水饺，方便面，方便米饭等，这类食品多属方便食品的范畴，在食用之前略加调理即可食用。随着时代的发展和人民生活水平的提高，人们不仅要吃得饱，还要吃得营养合理，便捷，吃得符合人们日常一日三餐的饮食习惯，这就需要食品工业向餐饮业（家庭烹饪）渗透，应用机械化、自动化设备，大量生产营养均衡，美味可口，节时便利的快餐食品，来满足广大民众日常对饮食的需要。因此，快餐食品的产生，从食品工业加工食品不断深化的角度来看，有其必然性。

另一方面，从烹饪自身发展角度来看，中国烹饪具有选料广泛、技法众多、口味多变等特点，在世界上享有盛誉。但是，中国烹饪在学科上仍然处于多凭经验，理论模糊的状态，落后于西方发达国家的烹饪。参加国际大赛归来的中国烹调师说：中国烹饪面临挑战，因为国外厨房设备先进，操作条件优越；食品原料优良，保鲜材料众多；盛具精美、新颖，装盘讲究艺术。特别是烹饪操作的定量化，标准化，用科学揭示美食的奥秘，加快了烹饪学科的建设。中国烹饪近年来一方面积极吸收西方先进国家烹饪科学的研究成果，另一方面借鉴以食品科学为主要内容的现代科学技术，一些手工食品，如馒头、包子、饺子、面条及一些菜肴可以部分或全部用机械来生产。将食品工业的加工手段引入餐饮业，降低了劳动强度，提高了生产效率，降低了生产成本，加速了传统的烹饪操作由模糊向定量方向转化，对于烹饪的学科建设起积极的推动作用。烹饪加工的科学化、机械化必然导致快餐食品的产生。

综上所述，食品加工手段的沿革可概括如图 0-1 所示。

通过图 0-1，显然可见，快餐食品是原始烹饪加工手段不断变

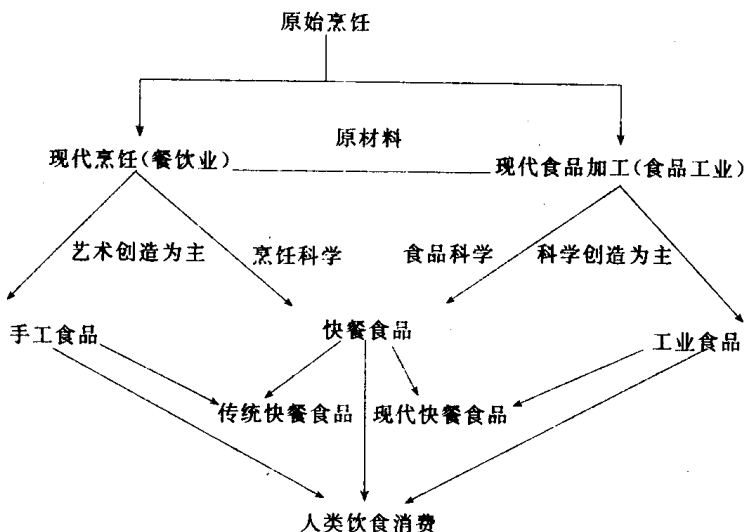


图 0-1 食品加工手段的沿革

革的产物，它与手工食品、工业食品并列，共同组成“大食品”这个家族。从快餐食品的功能上看，它是满足人们一日三餐的大众化餐饮；从生产场所看，手工食品与传统快餐食品是在厨房，工业食品与现代快餐食品是在工厂；从生产手段看，手工食品与传统快餐食品依靠手工操作，而工业食品与现代快餐食品则依靠机械化（半机械化）、自动化（半自动化）生产；从销售方式来看，传统快餐食品为前店后厨，单店经营，现代快餐食品为连锁式经营，设立配送中心；从产品品种上看，快餐食品多于工业食品而少于手工食品，传统快餐食品多于现代快餐食品；从创造性看，手工食品属于艺术创造，工业食品属于科学创造，快餐食品是艺术创造与科学创造相结合的产物，是食品科学向餐饮业渗透，烹饪走向科学化、工业化的必然产物。

快餐食品的产生，是社会经济发展到一定阶段的产物。科学技术的发展，必然带动食品加工手段的变革，这种变革与市场体系不断完善、社会运行节奏加快、饮食生活社会化、劳动力不断

从家务劳动中解放出来、生活质量不断提高相关联的。在生活需求不断得到满足的前提下,心理需求也要得到最大限度的满足。快餐食品的产生,是食品加工手段的变革和社会发展的必然产物,但这不等于说,从手工食品,工业食品两个角度发展全都向快餐食品转化。手工食品、快餐食品、工业食品各自满足人们不同层次上的需求,他们三者必将长期共存,在与人的相互作用中,在社会经济的大坐标系中,必然取得合理的维系结构。

二、国内外快餐食品的发展

由于现代化生活节奏加快,时间越来越宝贵,而且食品加工技术在不断进步,家庭厨房劳动日益社会化,节约了原料与能源,再者由于工作条件的限制,使快餐食品日益为社会所欢迎。在经济发达国家中从事各项工作的人员绝大多数中午均食用快餐食品。

美国快餐食品已占食物总量的 $1/3$ 以上,美国是新型快餐店的故乡。在美国,到处都可看到形形色色的不同标志的快餐店,有汉堡包、热狗、比萨饼、炸鱼块、炸鸡块等。自助餐馆出售较多品种的冷热食品,由顾客自己选用,方便,省时间,价格也比较便宜。华盛顿的炸鸡店大多数是 80 年代后开张的。大规模的现代化养鸡场出现以来,鸡价大大降低。鸡肉富于营养,是做快餐的好原料,于是“乔治鸡”、“肯德基炸鸡”等快餐店便应运而生。快餐行业的兴起方便了顾客,同时也给城市失业者创造了一些就业机会。遍布全美国各地的“麦克唐纳”快餐店,是 20 世纪 60 年代以后迅速发展起来的。1955 年,公司营业主任将这种快餐店的食物规格和经营方式标准化,将特许权卖给愿意在一定地区内照章办店、独立经营的当地商人。此后,双弓形的餐馆大标记“M”(MacDonald 的第一个英文字母)便在全国各地陆续出现了。麦克唐纳公司宣扬的经营口号是:物美价廉,服务周到,整洁卫生。麦克唐纳公司非常重视做广告,一年要花 2~3 亿美元广告费,占营

业额的 5%。

在英国，汉堡包 (Hamburger)、麦克唐纳快餐 (MacDonald)、意式快餐 (Pizza) 占了大部分快餐市场。伦敦到处林立着汉堡包大王、麦克唐纳快餐、意式快餐、罗宾斯冰淇淋和费尔兹夫人甜饼的店铺。麦克唐纳快餐店在英国 240 家分店，仅在伦敦就有 70 家。意式快餐店在伦敦有 60 家，比 6 年前增加了 5 倍。一家汉堡包店的经理说：“吃快餐的趋势在 15 年前就开始了，但近年来加快了步伐，这是旅游业发展的结果。英国人口袋里可自由支配的钱增加了，使他们能把更多的钱花在意大利馅饼和夹心面包上面。”

日本的快餐食品主要是盒饭。盒饭最早出现在日本。以工作效率著称的日本人，为了节省时间，每天早晨起来把午餐做好，装在盒子里，带着上班，到了中午，简单地热一下，便可入口下肚了。既经济实惠，又合自己胃口。商家很快就想到了这一点，各种以盒饭为主营业的快餐店，便应运而生。他们在车站、地铁入口的上班必经之路摆设摊点，出售盒饭。日本是一个岛国，论面积理应是人均最低的。为了有效利用时间，一些精明的饭店老板，在顾客高峰期时，每张餐桌上便放一个大钟，若客人在规定的时间内吃完饭，便给予优惠价，这样周转率显著提高，营业收入增加。

意式快餐最具特色的部分是比萨饼 (Pizza)，它已畅销西方国家数十年不衰。而通心粉 (Macaroni) 尽管没有比萨饼出名，但销量却是全球第一的。在意大利米兰市，有家希尔顿餐厅，他们不按菜肴的价格收费，而根据用餐时间长短收费。餐厅老板认为，顾客每人半小时就可以吃完一份冷盘，久坐纯属浪费时间。

俄罗斯最近兴起专门制作馅饼、红菜汤和饺子的快餐店。虽然这些快餐店目前还无法与麦当劳在俄罗斯的 15 家店相提并论，但是这一新的快餐网已经在莫斯科开设了 40 家，并开始与麦当劳、肯德基和必胜客争夺市场。

法国流行的快餐是汉堡包。法国式早餐通常有香肠、圆面包及咖啡，午餐和晚餐通常只有一汤一菜。过节时，餐桌上才相对丰富一些，通常也不过是香肠和蛋糕等。

随着现代化的发展，我国的饮食方式也在逐渐地发生变化，饮食慢慢地从由传统的一家一户从生到熟全过程的烹调过渡到由饮食行业集中供应半加工食品、快餐食品和举办包伙食餐馆、食堂。这是一种社会化的专业大分工，一项提高社会劳动效率的改革。从历史的和国外的发展趋势来看，也是一条社会发展的必由之路。改革开放以来，经济发展迅速，人们的生活水平有了极大的提高，尤其是在中国引进外资后，大量外资企业、合资企业在我国出现，使我国的饮食方式发生了根本的变化，快餐食品便在我国迅速兴起。要使快餐食品在我国健康发展，必须普及宣传快餐基本知识，推行各项合理营养原则，尤其要重视学龄前儿童和中小學生等重点人群的快餐食品，要克服国外快餐食品以油脂、淀粉为主的高热能食品，做到平衡营养，以保证儿童和青少年的体质。同时食品卫生监督检验机构对快餐食品要从原料配方到烹调加工以至感官性状都纳入合理营养要求的轨道，加强食品卫生监督管理和预防食源性疾痼，还要经常性地进痼营养调查，并以调查结果为参考，推动快餐食品营养水平的不断提高。

中国快餐业的发展是由社会进步与经济发展决定的，是人民生活水平提高与生活方式改变的迫切需要，是人们为了适应市场经济建设，工作与生活节奏加快，家庭服务和单位后勤服务走向社会化的必然产物。发展中国快餐业也是弘扬我国传统饮食文化，实现烹饪工业化与产业化，改善与合理调整饮食结构，提高全民族身体素质的重要任务，是中国实现现代化而赋予饮食业的一项历史使命。所以，中国快餐业的发展具有重要的现实意义和深远的历史意义。

从 20 世纪 80 年代后期以来，快餐业作为大众化的生活服务行业，在我国得到了快速发展。在我国目前的快餐食品市场上，传

统风味快餐食品方兴未艾，海外快餐已纷纷进入，现代中式快餐食品也陆续亮相，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。据初步统计，1996年底，全国专业快餐公司已有800家左右，连锁经营企业超过4000家，快餐网点近40万个，快餐业年营业额达到400亿元，约占餐饮业营业额的1/5。中国快餐业的发展虽处于起步阶段，发展水平比较低，与世界发达国家比还有很大差距，但快餐的消费市场与供应市场已基本形成，在沿海与内陆的一些大中型城市、旅游城市和经济较发达的地区，快餐食品已成为出差、旅游、商务往来等流动人口和工薪阶层、学生以及人们在外活动就餐不可缺少的一种需要，越来越受到社会各界的关注与重视，成为社会发展中的一个比较热点的行业。