



高等教育“十一五”规划教材

四川省精品课程配套教材

高职高专餐旅管理与服务类专业教材系列

# 快餐产品设计与制作

何江红 主 编



科学出版社  
[www.sciencep.com](http://www.sciencep.com)

高等教育“十一五”规划教材

---

四川省精品课程配套教材

高职高专餐旅管理与服务类专业教材系列

# 快餐产品设计与制作

何江红 主编

科学出版社

北京

## 内 容 简 介

快餐产品设计与制作是快餐工作者应该掌握的重要技能,能否把传统烹饪与食品科学有机结合,将传统食品转化为快餐食品,满足现代快餐的操作标准化、配送工厂化、连锁规模化和科学化管理的要求,成为快餐产品制作的关键点。本书主要阐述了快餐产品设计要点、制作方法、质量要求、直接成本控制、包装设计、快餐机械、新产品研发等内容。本书观点新颖,取材丰富,部分案例及图片由我国知名快餐企业提供,实现了教学内容、教学方法与行业发展的接轨,及时反映了快餐生产和研究中的最新动向。

本书不仅适用于餐旅管理与服务类专业的学生,还适用于高职教育和从事快餐制作与研发工作的实际操作人员,而且对个人学习和行业培训也具有实际参考价值。

### 图书在版编目(CIP)数据

快餐产品设计与制作/何江红主编. —北京:科学出版社,2010  
(高等教育“十一五”规划教材·四川省精品课程配套教材·高职高专餐旅管理与服务类专业教材系列)  
ISBN 978-7-03-026909-6

I. ①快… II. ①何… III. ①预制食品-食谱-高等学校-教材  
IV. ①TS972.15

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 037016 号

责任编辑:沈力匀 周 恢/责任校对:柏连海  
责任印制:吕春珉/封面设计:东方人华平面设计部

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印装有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

\*

2010年4月第 一 版 开本:787×1092 1/16  
2010年4月第一次印刷 印张:15  
印数:1—3 000 字数:356 000

定价:24.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈环伟〉)

销售部电话 010-62134988 编辑部电话 010-62135235 (VP04)

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

**高等教育“十一五”规划教材  
高职高专餐旅管理与服务类专业  
专家委员会**

|     |                          |                                            |
|-----|--------------------------|--------------------------------------------|
| 主 任 | 黄震方                      | 南京师范大学                                     |
| 副主任 | 黄维兵<br>海米提·依米提           | 四川烹饪高等专科学校<br>新疆大学                         |
| 秘 书 | 陈云川<br>唐 宇<br>沈力匀<br>周 恢 | 四川烹饪高等专科学校<br>四川烹饪高等专科学校<br>科学出版社<br>科学出版社 |
| 委 员 | (按姓氏笔画排序)                |                                            |
|     | 王全在                      | 内蒙古财经学院                                    |
|     | 王美萍                      | 北京联合大学                                     |
|     | 石 强                      | 深圳职业技术学院                                   |
|     | 冯玉珠                      | 河北师范大学                                     |
|     | 朱水根                      | 上海旅游高等专科学校                                 |
|     | 杨 坚                      | 西南大学                                       |
|     | 汪京强                      | 华侨大学                                       |
|     | 邹益民                      | 浙江大学                                       |
|     | 林伯明                      | 桂林旅游高等专科学校                                 |
|     | 赵桂毅                      | 淄博职业学院                                     |
|     | 唐 文                      | 吉林商业高等专科学校                                 |
|     | 徐桥猛                      | 无锡商业职业技术学院                                 |
|     | 彭诗金                      | 郑州轻工业学院                                    |
|     | 魏洁文                      | 浙江商业职业技术学院                                 |

高等教育“十一五”规划教材  
高职高专餐旅管理与服务类专业  
编写委员会

主 任 黄维兵

副主任 陈云川 唐 宇

委 员 (按姓氏笔画排序)

|     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| 丁 辉 | 王亚伟 | 邓 红 | 冯文昌 | 卢 一 |
| 刘爱月 | 刘 琥 | 吉良新 | 孙 茜 | 曲绍卿 |
| 朱国兴 | 何江红 | 何稼静 | 张树坤 | 张 菁 |
| 李 晓 | 李玉荣 | 李 凯 | 杜应生 | 杨江伟 |
| 沈 涛 | 邱 萍 | 陈祖明 | 罗林安 | 郑昌江 |
| 胡善风 | 赵建民 | 郝 梅 | 钟志惠 | 袁新宇 |
| 陶卫平 | 高海薇 | 梁爱华 | 睦红卫 | 黄 剑 |
| 黄刚平 | 曾凡琪 | 鲁永超 | 董红兵 | 熊 敏 |
| 薛兵旺 | 霍 力 | 魏新生 |     |     |

## 序 言

近年来,高等职业教育受到世界各国的普遍重视,我国的经济建设也越来越凸显出对技术应用型和高技能人才的需求。为此,我国将发展高等职业教育作为实现我国优化人才结构、促进人才合理分布、推动经济建设的战略措施。为满足社会对技术应用型和高技能人才的需求,我国的高等职业教育近几年实现了跨越式发展,办学规模不断扩大,办学思路日益明确,办学形式日趋多样化,取得了显著的办学效益和社会效益。

中国的高等职业餐旅管理与服务类专业教育,一方面,尽管在20世纪80年代才形成规模发展,但积累了许多成功的经验;另一方面,由于起步晚、基础差,在发展中还存在不少问题,主要集中在四个方面:第一,培养目标不够明确;第二,课程体系不够科学;第三,教学方式比较落后;第四,教学设施明显不足。

中国高等职业餐旅管理与服务教育要实现可持续发展,需要树立以市场为导向的新思维,实现观念上的四大结合:第一,实现服务社会与市场的结合;第二,实现学科建设与市场的结合;第三,实现追求规模与追求规格的结合;第四,实现政府供给与社会供求的结合。以实现在优化人才培养机制、优化专业和课程设置、优化教学内容和教学过程、改革教学管理等方面有所创新。

教材建设是优化教学内容和教学过程、提高高等职业餐旅管理与服务类专业教育教学质量的重要环节,而如何打破传统的教学内容和教学方法,使之适合高等职业教育的特点,更是迫切需要进行深入研究和实践的。

“高职高专餐旅管理与服务类专业”系列教材是2006~2010年教育部高等学校高职高专餐旅管理与服务类专业教学指导委员会组织一批双师型的教师,在对当前高职高专餐旅管理与服务类专业的教材和教学方法、教学内容进行充分调查研究、深入分析研究的基础上编写的。本套教材以理论知识为主体,以应用型职业岗位需求为中心,以素质教育、创新教育为基础,以学生能力培养为本位,力求突出以下特色:

(1) 理念创新:秉承“教学改革与学科创新引路,科技进步与教材创新同步”的理念,根据新时代对高等职业教育人才的需求,体现教学改革的最新理念,使本套教材内容领先、思路创新、突出实训、成系配套。

(2) 方法创新:摒弃“借用教材、压缩内容”的滞后方法,专门开发符合高职特点的“对口教材”。在对职业岗位所需求的专业知识和专项能力进行科学分析的基础上,引进国外先进的课程开发方法,以确保符合职业教育的特色。

(3) 特色创新:加大实训教材的开发力度,填补空白,突出热点。对于部分教材,提供“课件”、“教学资源支持库”等立体化的教学支持,方便教师教学与学生学习。对



于部分专业，组织编写“双证教材”，注意将教材内容与职业资格、技能证书进行衔接。

(4) 内容创新：在教材的编写过程中，力求反映知识更新和科技发展的最新动态。将新知识、新技术、新内容、新工艺、新案例及时反映到教材中来，更能体现高职教育专业设置紧密联系生产、建设、服务、管理一线的实际要求。

我们相信在 2006~2010 年教育部高等学校高职高专餐旅管理与服务类专业教学指导委员会专家的指导下，在广大教师的积极参与下，这套餐饮管理与服务类专业系列教材，一定能为我国餐饮服务与管理行业培养出适用的新型人才。

2006~2010 年教育部高等学校高职高专  
餐旅管理与服务类专业教学指导委员会

科学出版社

## 前 言

快餐是食品科学与传统烹饪相结合的产物，是社会进步和经济发展到一定阶段的产物，有着巨大的市场潜力。现代快餐的特征是标准化品种、工厂化生产、连锁化经营和统一的科学化管理。快餐品种是快餐业发展的基础和前提，现代快餐正处在由传统餐饮产品向快餐产品转化，即“快餐化”的过程中。

为了适应快速发展的快餐业，本书内容立足于快餐企业的实际需求，结合“快餐产品设计与制作”课程内容，强调提高实际能力，满足职业岗位需求，力求体现快餐的科学性与实用性的统一。本书不仅适用于餐旅管理与服务类专业学生，还适用于高职教育和从事快餐制作与研发工作的实际操作人员，也可作为个人学习和行业培训用书。

全书共分为九章，具体包括：第一章快餐概述；第二章快餐产品安全与质量控制；第三章快餐产品设计；第四章快餐产品直接成本控制；第五章快餐机械设备特点；第六章快餐产品的包装设计；第七章中式快餐产品的制作；第八章西式快餐产品的制作；第九章快餐新产品的研发。书中部分案例及图片来自我国知名快餐企业，具有很高的实用价值。

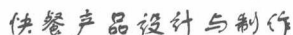
本书由何江红担任主编并统稿总纂，蔡钦安、葛惠伟担任副主编。其中何江红编写第一章、第三章、第七章，肖岚编写第二章，蔡钦安、葛惠伟编写第四章，朱莉编写第五章，刘虢编写第六章，吉志伟编写第八章，高敬严编写第九章。

在本书编写过程中，得到了四川烹饪高等专科学校的各级领导、深圳面点王饮食连锁有限公司、北京和合谷快餐管理公司、丽华快餐有限公司、大连亚惠快餐公司、三商餐饮管理（上海）有限公司、上海茶矿餐饮有限公司等单位的关心与支持，在此，对他们表示衷心地感谢！

由于时间仓促，加之编者水平所限，书中的内容和编排难免存在不足之处，敬请专家和广大读者提出宝贵意见。

# 目 录

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 第一章 快餐概述.....              | 1   |
| 第一节 快餐的定义及本质特征.....        | 2   |
| 第二节 传统产品的快餐化.....          | 5   |
| 第三节 快餐市场类型.....            | 8   |
| 第二章 快餐产品安全与质量控制 .....      | 17  |
| 第一节 概述 .....               | 18  |
| 第二节 快餐产品安全与质量控制 .....      | 20  |
| 第三节 快餐企业质量与安全管理体系的建立 ..... | 31  |
| 第三章 快餐产品设计 .....           | 39  |
| 第一节 快餐产品设计的特点 .....        | 40  |
| 第二节 快餐产品设计的关键因素 .....      | 41  |
| 第三节 快餐生产工艺体系 .....         | 48  |
| 第四章 快餐产品直接成本控制 .....       | 56  |
| 第一节 快餐产品直接成本控制内容 .....     | 57  |
| 第二节 快餐产品直接成本控制方法 .....     | 61  |
| 第五章 快餐机械设备特点 .....         | 76  |
| 第一节 中式快餐机械设备 .....         | 77  |
| 第二节 西式快餐机械设备 .....         | 86  |
| 第三节 其他快餐设备 .....           | 89  |
| 第六章 快餐产品的包装设计 .....        | 96  |
| 第一节 快餐产品包装的特点 .....        | 97  |
| 第二节 快餐产品包装的要求.....         | 100 |
| 第三节 快餐产品包装的发展趋势.....       | 103 |
| 第七章 中式快餐产品的制作.....         | 109 |
| 第一节 概述.....                | 109 |
| 第二节 中式快餐主食的制作.....         | 110 |
| 第三节 中式快餐菜品的制作.....         | 116 |
| 第四节 中式快餐汤、粥的制作.....        | 129 |
| 第五节 中式快餐小吃的制作.....         | 133 |



# 第一章 快餐概述



## 学习目标

- (1) 掌握快餐的基本概念及特点。
- (2) 掌握传统食品快餐化方法。
- (3) 中式快餐市场类型及特点。



## 案例导入

总部位于洛杉矶的熊猫快餐集团是美国最大的中餐企业，名列全美餐饮企业的第80名，是1973年陈振昌先生由日本移民到美国后创建的。熊猫快餐店有两种形式，一种是专业快餐店，一般200m<sup>2</sup>左右，一种是开在购物中心内的快餐店，一般是80~100m<sup>2</sup>。在传统食品快餐化方面，享誉世界的全美最大中餐连锁企业熊猫快餐（Panda Express），充分吸收了西方的先进经验。其菜品的原料加工都由加工商预先完成，再由配送公司送到各个分店。菜肴烹调完全是标准化的，所有调料都按配方事先备好，装在固定的容器内，随用随取。熊猫快餐主要经营业务是在快餐厅内提供新鲜制作的高品质食物，熊猫快餐的主要特点见表1.1所示。

表 1.1 熊猫快餐的主要特点

| 主要特点    | 具体表现                       |
|---------|----------------------------|
| 现炒现卖    | 每道菜现点现做，保证饭菜的新鲜、营养和热腾腾的感觉  |
| 堂吃、外卖兼营 | 以快餐店的高效率，提供比快餐品质更全面的日常外卖服务 |
| 价格合理    | 价格适应大众要求经济实惠的日常饮食消费需求      |

因此熊猫餐厅在食物新鲜、快捷方便、价格实惠三方面都占有优势，也迎合了美国主流社会消费者希望彻底从厨房中解放出来的思想。

由于供应对象是以美国人为主体，有的品种在保留中餐制作方法的基础上，进行了味道上的调整，逐步迎合了美国人普遍喜欢“甜酸味又略带一点辣”的独特口味要求，才使得越来越多的美国食客迷上如同“旧枝发新芽”的“美式中餐”，其产品大都受到客人的好评。以美味食品、优质服务、洁净安全为宗旨，致力于中国传统食品和地方特色



食品的快餐化工作,在创造自身经济价值的同时,也在不断追求企业的社会价值最大化。

熊猫公司有一句广告词:“在中古时代,欧洲混战,美国还以石器为主,中国人就在研究炒好吃的菜了!”熊猫快餐正在为中式快餐的发展摸索一条成功之路。



### 学习要点

- (1) 传统烹饪技术与食品科学的关系。
- (2) 中西式快餐的几种业态特点。
- (3) 中式快餐的本质特征。
- (4) 传统食品的快餐化原理。
- (5) 中式快餐市场的类型及特点。

## 第一节 快餐的定义及本质特征

快餐是社会进步和经济发展到一定阶段的产物。随着社会经济发展和人民生活水平的不断提高,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,对消费质量要求不断提高,更加追求品牌质量、品位特色、卫生安全、营养健康和简便快捷。现代快餐的操作标准化、配送工厂化、连锁规模化和科学管理的理念,目前已被广为接受和认同,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。

1987年美国肯德基有限公司在中国开业,引发了中国快餐业的发展,快餐业成为新的经济增长点,被社会各界及海内外广泛关注,成为企业投资的热点。近几年,中国乃至世界的快餐业正处于大力发展时期。

中国快餐发展到今天,快餐市场逐渐成熟,已经从卖方市场到买方市场,由于同一品牌及不同品牌、不同国家及不同国家快餐店总量和结构的增长,使消费者有了更多的选择,市场格局出现变化。目前,世界知名品牌遥遥领先,全国知名品牌紧追其后,各地小快餐店遍地开花,社会对快餐市场的形成与发展产生共识,现代文明将许多消费者从盲目的攀比中挽救出来,在社交中,从传统的重视饮食转变到将饮食作为一种情感的交流方式,人们对时间的价值有了重新的认识,更加注重餐饮的品尝性、营养性,快餐业已被社会大众普遍接受。

中式快餐是社会进步与经济发展到一定阶段的必然产物,品种是快餐业开发的基础和前提,中式快餐的品种开发突出制售快捷及饮食品种丰富多样的特点。目前一般的中式快餐仍然停留在传统的手工操作和小批量生产的水平上,严格来讲并不是真正的现代



快餐。

近年来，快餐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地区，快餐已成为出差、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求。随着快餐业的发展，各种各样的快餐纷纷涌出，常见的快餐形式见表 1.2 所示。

表 1.2 常见的快餐形式

| 分类依据 | 不同快餐形式                  |
|------|-------------------------|
| 店面形式 | 连锁店、社区店、便餐店与送餐、外卖、小吃广场等 |
| 服务对象 | 流动人口、外出人口、单位后勤、家庭厨房等    |
| 不同业态 | 团膳快餐与商膳快餐等              |
| 品种结构 | 餐饮成品、半成品、快餐食品等          |

在现代人的生活中，适应时代发展、符合人们意愿的快餐食品正逐渐崭露头角，并且已经深入到广大消费者的一日三餐中。快餐食品以其方便快捷等优点渗入到各行各业的人群中，深受广大人民群众喜爱。

## 一、快餐的定义

### （一）中国快餐的定义

什么是快餐？我国著名的科学家钱学森认为：“什么是快餐？快餐就是烹饪的工业化，把古老的烹饪操作现代科学技术和经营管理技术变为像工业生产那样组织起来，形成烹饪产业，这是人类历史的革命。”

2005 年最新的《现代汉语词典》修订本对“快餐”是这样解释的：预先做好的能够迅速提供顾客食用的饭食，如汉堡包、盒饭等。

1997 年国内贸易部颁发的《中国快餐业发展纲要》首次对快餐的定义是：快餐是为消费者提供日常基本生活服务的大众化餐饮。

### （二）国外快餐的定义

在欧洲，大部分国家沿用了美国对快餐的定义，即移植了美国快餐的生产服务体系，食品种类也没有更多的创新变化。“快餐食品”是具有特殊属性的食品。它与小吃、休闲食品、方便食品有实质的区别。

它对应于英语：除 Fast foods 外，还有 Snack bar、Snackery、Fast food restaurant；法语：Repas rapide、repas leger、Casse-crouteim Snack bar；意大利语：“Fast food”；德语：“Schnellimbiss”；日语：ファーストフード。而“现代快餐”则决非一种简单的食品种类，它所涵盖的是一个比较科学的现代生产服务体系，即通过工厂化生产方

式、现代化的经营管理手段，使快餐食品作为标准化的商品实现其满足大众日常饮食需求的价值。

### （三）中西式快餐的不同特征

以肯德基、麦当劳为代表的国际快餐品牌企业在我国迅速扩张，发展速度明显加快，由于中西方饮食习惯的巨大差异，中式快餐和西式快餐有着许多不同的特征，其不同特征见表 1.3 所示。

表 1.3 中式快餐和西式快餐的不同特征

| 快餐类型 | 市场定位 | 品种数量  | 标准化    | 加工方式   | 经营方式   | 就餐环境 | 服务速度 |
|------|------|-------|--------|--------|--------|------|------|
| 中式快餐 | 普通百姓 | 数量繁多  | 标准化程度低 | 机械化程度低 | 单店经营为主 | 不理想  | 速度较慢 |
| 西式快餐 | 年轻人  | 一般十几种 | 标准化程度高 | 机械化程度高 | 连锁经营为主 | 干净明亮 | 方便快捷 |

目前许多中式快餐在学习西式快餐，在很大程度上已经超越了传统中式快餐的基本模式，用西式快餐的机械化制作置换了中式快餐的手工制作，用西式快餐的就餐环境置换了中式快餐的就餐环境。同时，在产品风格和结构上也趋向西式快餐，在产品本身基本上做到“中式为馅”，在其他附加元素层面上做到“西式为皮”，全面转变了中式快餐的消费方式，多重价值的差异化使其形象深深烙进了快餐消费者的生活和记忆中。

## 二、快餐的本质特征

在外流动人口、团体单位供餐和家庭厨房是餐饮业的三大服务领域和空间，也是快餐市场需求的主要构成。随着餐饮消费市场多样化的特点，餐饮消费需求将更加追求个性和特色，市场竞争也将更趋激烈，快餐行业发展中的业态多元化、市场细分化和特色个性化的趋势增强。

从快餐的社会需求、市场定位、服务特征与发展条件与模式等方面看，快餐不同于正餐酒楼，两者的消费动机、市场定位和就餐要求有着较大的区别。正餐酒楼的特征更多地是以满足人们社交性、改善性消费为主；快餐是以满足人们的生活基本就餐需求为主，就餐目的更多地体现出消费的基本性和被迫性。

现代快餐是以提供低价位的品种和服务为主，坚持大众基本消费的市场定位，其基本特征是：制售快捷、食用便利、质量标准、服务简便、营养均衡和价格低廉等，更多地表现在社会的基本必需性、消费的大众普及性、服务的简便快捷性和经营价位的低廉物美性。

现代快餐是建立在工业化社会的基础上，它的特征是标准化品种、工厂化生产、连锁化经营和统一的科学化管理。快餐连锁餐厅要求消费者在任何一家餐厅就餐，都能享受到相同品质口味的美味食品。西式快餐经过几十年的发展，已在全球形成规模和市场，而且其现代化的生产方式，产品质量及服务的统一标准，符合生活快节奏的人们对



快捷就餐方式的需求，给人们带来许多方便，奠定了自己在市场上的地位。

快餐企业靠单店和店少生存难度大，经营发展的挑战性强，同时大多数快餐由于受传统的手工操作随意性的影响，对菜品制作没有明确的快餐化要求，标准化程度不高，因此生产运行起来不确定因素太多，致使产品质量不稳定。即便是单个餐厅都很难稳定经营，要搞连锁经营就难上加难了，这种模式体现不出快餐高效率的管理特点。

## 第二节 传统产品的快餐化

传统食品的快餐化是指以传统食品为基础，将食品科学向餐饮业渗透，应用现代科学技术、先进生产手段、现代化管理方法，以定量代替模糊，以标准化代替个性，以机械代替手工，以连续化生产方式代替间歇化生产，生产出符合市场要求的快餐产品的过程。现代快餐以快捷、简便、营养的特点适应了现代人的需求。

现代快餐产品从生产到出售可以分成十步骤，其中食品加工业占六成，零售业占四成。现代快餐中的食品加工具有定性定量的特点，从原料、辅料的选配，到烹制成品的过程，都有严格的标准，随着现代高新技术引入厨房，许多产品的加工实行了机械化或半机械化生产，使产品达到质量的统一。

品种是快餐业开发的基础和前提，快餐的品种开发突出一个制售快捷及饮食品种的丰富性和多样性的特点。现代快餐正处在由传统餐饮产品向快餐产品转化及“快餐化”的过程中，很多产品还没有完成快餐化的过程。随着社会经济的发展，一部分传统产品要向现代快餐过渡，这是时代发展的必然结果。

### 一、传统食品快餐化原理

从科学的角度看，快餐食品是烹饪科学与食品科学结合的产物，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，是两者相互结合与渗透的产物，以实现烹饪社会化为目的。现代快餐生产方式是以分工为基础，将每一个生产过程科学地、合理地分解成若干项简单工序，实现传统食品的快餐化操作，传统餐饮的快餐化过程见图 1.1 所示。

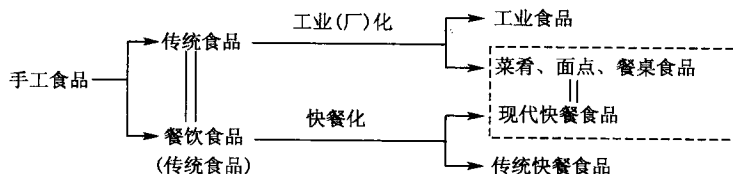


图 1.1 传统餐饮的快餐化过程

## 二、传统食品快餐化

### （一）传统烹饪特点

传统的中式食品种类繁多，工艺复杂，制作过程极具个性化，专业术语的表达比较模糊，加上烹饪技术的私有性等原因，导致了快餐制作过程很难用指标化的文件加以限定。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，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。同时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。

快餐业的现场操作要求简单化的特点也决定了传统食品快餐化的必要性。在快餐经营中，若在有限的空间塞进过多的利益点，经营过多品种或过多品种系列的模式，很难保证产品品质及速度，经营者为此要付出代价。因此中式快餐品种不可能太复杂，否则就难以保证食品的新鲜度、产品的鲜明特征及制售快捷的特点。

### （二）现代快餐化产品的形式

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）现代快餐化产品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）现代快餐化产品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，逐渐在扩大其配餐中心的作用，为企业提供了更多的市场，增加了生产量，创造了更大的价值。

## 三、传统食品快餐化的意义

### （一）避免厨师个人因素造成产品质量的不稳定

为了快餐的正常营运及快速发展的需求，传统食品在现代快餐中必须实现快餐化。传统食品快餐化在现代快餐中要大显身手，部分快餐产品的制作由厨师个人的直接劳作



变成按标准化生产工艺条件指令控制下的自动或半自动化生产,使传统的厨房变成了一个特殊的食品加工厂。

长期以来,传统食品只凭经验继承来发展,未得到科学论证。因此应对传统食品原材料及加工流程进行科学系统地分析,找出单元操作的特点,选出适合工业化的优良品种,对传统加工工艺进行科学评价,导入现代加工技术,对加工产品的功能性进行系统研究、分析、认证,确立科学配方,进而提高功能性。

## (二) 体现快餐“快”的特点

目前许多中式快餐相对西式快餐来说速度不够快,顾客排队等候的时间较长,而快餐的卖点就是“时间”及高效率的“服务”。快餐的经营要求企业范围围绕“快”字做文章。如果人们就餐等候的时间超过10~15分钟,就没有能够达到人们食用快餐节约时间的目的。从快餐企业来说,如果不能加快供餐的速度,就将失去顾客,失去市场。中式快餐如欲与西式快餐争市场,就必须在人员、灶具、饮具和餐具的配备上设法提高用餐高峰时间的供餐速度。

我国许多风味小吃就是中式快餐的前身,如果能充分融合各民族的饮食特色并将之用于中式快餐的发展,那么中式快餐将拥有比西式快餐更为广阔的市场发展前景。

## (三) 满足快餐企业连锁经营的需求

(1) 现代快餐连锁规模经营需要依托标准化操作、工厂化配送、规模化经营和科学化管理的保证。

中心厨房的建立和委托供应商加工配送的方式,与传统食品的快餐化有着密切的关系。为了实现快餐标准化操作,保证快餐批量化生产产品的稳定性、缓解快餐的高投入与低产出之间的矛盾,必须把传统烹饪技术工艺更新,注重适合快餐生产工艺要求的专门设备研究开发力度,加快理论水平、科技应用和产业化进程,提高快餐业的科技含量和质量水平,使快餐发展上一新的台阶。

(2) 快餐业的现场操作要求简单化的特点也决定了传统食品快餐化的必要性。

在进行传统食品快餐化之前,首先要对传统食品进行筛选,筛选出适合快餐特点的品种,根据不同快餐企业的需求来确定其产品或产品组合。在快餐经营中尤其要注意,若在有限的空间中塞进过多的利益点,经营过多品种或过多品种系列的模式,很难保证产品的品质及速度,经营者为此要付出代价。因此快餐品种不可能太复杂,否则就难以保证食品的新鲜度、产品的鲜明特征及制售快捷的特点。

科学技术、生产力的发展,必然带动食品加工手段的变革,必然导致快餐食品的产生,这是食品加工手段变革的必然产物,这是与市场体系不断完善、社会运行节奏的加快、饮食生活的社会化紧密相连的。