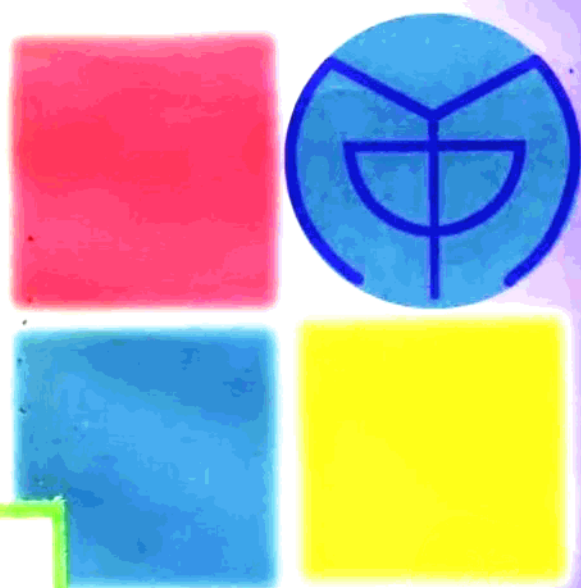


现代中式快餐



杨铭铎 主编

凌大卫 主审

中国商业出版社

编 委 会

顾 问 姜 习(原商业部副部长,现世界中国烹饪联合会会长)

张世尧(原国内贸易部副部长,现中国烹饪协会会长)

杨树德(国家国内贸易局局长)

主 审 凌大卫(国家国内贸易局行业规划与法规司司长)

主 编 杨铭铎

副主编 唐 文 黄维兵 阎 宇 边 疆 喻宗鑫

编 委 郑太宇 周福仁 缙仲轩 李晓英 孙贵生

凌 强 曲 敏 刘浩宇 张 放

前 言

快餐是社会进步与经济发展到一定阶段的必然产物，自1987年美国肯德基有限公司在中国开业以来，现代快餐出现在中国市场上，继而多种西式快餐出现纷纷闯入国门，多种中式快餐纷纷登场，形成了传统与现代、中式与西式、高档与低档快餐并存的格局。西式快餐的引入，中式快餐的起步和探索，大大繁荣了中国快餐市场。快餐业作为新的经济增长点，已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攻关课题。

为了适应中国快餐业发展的需要，我们编写了《现代中式快餐》一书。本书应用比较研究的方法，从国外到国内，从历史到现在、未来，从理论到应用，从自然科学到社会科学，从产品、设备、企业到营销，从微观研究到国家的宏观政策，写出中式快餐的全貌，力求体现学术性和实用性的统一。

该书由政府主管部门、企业、大专院校的专家、教授、硕士研究生、工程技术人员集体编写。由于中式快餐尚处于起步阶段，在理论与实践上都在探索之中，既涉及到实践如何上升为理论，理论如何指导实践的问题，也涉及到外国的成功经验如何“洋为中用”的问题。快餐的研究必然随着快餐发展逐渐成熟与完善。我们衷心希望该书的出版发行，能为中国快餐业的发展尽微薄之力；同时，我们也恳求广大快餐工作者能对本书提出宝贵意见，共同建设发展中的快餐学学科。

杨铭铎

1999年2月

加速中式快餐业的发展

(代序言)

国家国内贸易局副局长 丁俊发

餐饮业的发展是与社会的进步、经济的发展、民族的特点联系在一起的。中国是一个文明古国，餐饮业有着悠久的历史，名扬海外。吃中餐在哪个国家都是一种物质与精神的享受。随着商品经济的发展与科学技术的进步，100年前，在西式餐饮业中，诞生了一种快餐业，以其极强的生命力迅猛发展，并扩展到全世界。改革开放以来，麦当劳、肯德基、比萨饼等进入中国，对中国餐饮业形成了一股强大的冲击波，并促使中式快餐的兴起。中式快餐可以分为传统中式快餐与现代中式快餐，传统的中式快餐已有很长的历史。

有人会问，中国为什么要发展现代快餐业，会不会影响传统的餐饮业。我认为，多民族的饮食习惯是互补的，只有取长补短，才能更快地发展。随着我国商品经济的发展，快餐业的发展不仅是一种需要，也有了基础。长期以来，时间对中国人来讲是不值钱的，但现在大家都懂得时间就是金钱，需要改变把大量时间花在做饭与吃饭上；快餐业一个显著特点就是产品的标准化、工厂化，我国已具备了起步的科技条件；中国居民正从温饱型消费进入小康型消费，生活质量的提高必然要求换口味，换饮食方式，让中国饮食文化加进一点西方饮食文化。

中式快餐，首先是“中式”。“中式”强调的是中国饮食特色，即产品品种多，口味要求高，操作工艺复杂，工厂化生产与手工操作相结合，这些都是与西式快餐品种少、口味单一不一样的。其次是“快餐”，即具有产品生产的标准化、工厂化，产品配方的科学化、营养化，供餐方式的快捷化、方便化，就餐环境的舒适化、统一化，消费价位的大众化，经营模式的连锁化、规模化等特点。中式快餐业不可能一蹴而就，要循序渐进，但要加快发展速度。

中式现代快餐已发展 10 年，营业额逐年增长，近几年都以年均 20% 的速度上升，市场潜力巨大，发展前景看好，不同所有制的许多饮食服务企业大胆实践，有成功的喜悦，也有失败的教训，迈出了坚实的一步。但中式快餐无论是品种开发或企业发展，仍未取得根本性突破，还处于起步阶段，处于摸索阶段，要锲而不舍，勇攀高峰。

1997 年，国内贸易部颁发了《中国快餐业发展纲要》，这是中式快餐业发展新的里程碑。中国有识之士，应勇于投资于中式快餐业，现有的快餐企业要坚定不移的走品牌、名牌之路，没有中式快餐的品牌、名牌，就不可能规模发展，不可能走向世界。

快餐业是中国饮食产业的一个重要的组成部分，中式快餐要与传统餐饮共同发展，并融于“厨房工程”、“早点工程”、“主食工程”等行为中去，为开拓市场，为城乡居民服务做出新贡献。

1999 年 2 月 28 日

目 录

第一章 概 述

第一节 快餐的概念与起源	(1)
1.1 主要国家快餐概念界定的比较	(1)
1.2 快餐的起源	(5)
第二节 现代快餐的产生	(7)
2.1 从食品加工手段的沿革看快餐食品产生的必然性	(7)
2.2 从社会经济的发展看现代快餐产生的必然性	(11)
第三节 快餐的地位与分类	(16)
3.1 食品与相关产业的关系	(16)
3.2 传统餐饮的快餐化	(17)
3.3 快餐的分类	(17)
第四节 中西快餐业几个基本问题的比较及中国快餐业的对策	(18)
4.1 品种选择	(18)
4.2 生产方式	(18)
4.3 经营方式	(19)
4.4 管理方式	(20)
第五节 学科地位与学科特征	(20)
5.1 学科地位	(20)
5.2 学科特征	(21)

第二章 快餐产品设计

第一节 快餐产品设计的理论基础	(23)
1.1 营养卫生	(23)
1.2 原料性状	(28)
1.3 工艺适应性	(29)
1.4 成品质量与快餐特征	(45)
第二节 快餐产品设计的步骤和方法	(47)
2.1 选题——确定产品	(47)
2.2 选材——收集资料	(49)
2.3 设计——确定方案	(53)
2.4 决策——方案选择	(56)

2.5 实施——研究方法	(57)
--------------------	------

第三章 快餐机械与设备

第一节 快餐食品生产线	(68)
第二节 米制食品加工设备	(69)
2.1 联合自动炊饭系统的组成与工作原理	(70)
2.2 联合自动炊饮系统的使用安装和调整	(72)
第三节 面制食品加工设备	(73)
3.1 和面机	(73)
3.2 面条机	(74)
3.3 饺子成形机	(75)
3.4 面包生产线	(77)
第四节 菜肴原料的粗加工设备	(79)
4.1 蔬菜清洗机	(79)
4.2 根茎去皮机	(81)
第五节 菜肴原料的细加工设备	(82)
5.1 切菜机	(82)
5.2 绞肉机	(83)
5.3 和馅机	(84)
5.4 粉碎机	(85)
第六节 加热烹饪设备	(86)
6.1 液化石油气灶	(87)
6.2 电磁灶	(87)
6.3 烤炉(烤箱)的分类	(88)
6.4 微波炉	(89)
6.5 远红外烘炉(以 YXD 系统为例)	(90)
6.6 平板炉	(90)
6.7 油炸设备	(91)
6.8 蒸汽烹饪设备	(92)
第七节 配餐运输设备和贮藏、清洗、消毒设备	(93)
7.1 配餐运输设备	(93)
7.2 冷藏箱(柜)	(94)
7.3 洗碗机	(94)
7.4 热风式餐具消毒柜	(97)

第四章 中式快餐营销策略及管理

第一节 中式快餐的市场结构分析	(98)
1.1 中式快餐市场与市场营销环境分析	(98)

1.2 中式快餐市场分类	(101)
1.3 中式快餐市场需求分析	(101)
1.4 中式快餐市场需求结构及其变化趋势分析	(102)
1.5 中式快餐市场调研分析	(104)
第二节 中式快餐的竞争策略	(105)
2.1 依靠快速取胜的策略	(105)
2.2 依靠创新取胜的策略	(105)
2.3 依靠提高质量取胜的策略	(105)
2.4 依靠物美价廉取胜的策略	(106)
2.5 依靠信誉取胜的策略	(106)
2.6 依靠科技取胜的策略	(106)
2.7 依靠联合取胜的策略	(107)
2.8 依靠品种取胜的策略	(107)
第三节 中式快餐产品策略	(107)
3.1 产品市场寿命周期	(107)
3.2 新产品开发	(108)
第四节 中式快餐产品价格策略	(111)
4.1 影响产品价格的因素	(111)
4.2 快餐企业的定价目标	(112)
4.3 中式快餐产品的价格策略	(113)
第五节 中式快餐市场营销渠道策略	(114)
5.1 旅行社	(114)
5.2 宾馆、酒店	(115)
5.3 企业、事业单位、厂矿、学校	(115)
第六节 中式快餐产品促销策略	(115)
6.1 人员推销	(115)
6.2 广告	(116)
6.3 公共关系	(118)
6.4 营业推广	(119)
第七节 中式快餐的 CI 策划	(120)
7.1 中式快餐企业中的 MI	(122)
7.2 中式快餐企业中的 BI	(124)
7.3 中式快餐企业中的 VI	(127)
第八节 连锁经营	(130)
8.1 连锁经营的定义与分类	(131)
8.2 几种连锁形式的特征比较	(131)
8.3 连锁经营管理的四原则	(134)
8.4 快餐企业连锁经营形式的选择	(135)
8.5 快餐企业连锁经营的运作	(136)

第五章 快餐企业设计

第一节 总体规划	(140)
1.1 因素的确定	(140)
1.2 可行性研究	(144)
1.3 项目评估和决策	(145)
第二节 工艺设计	(145)
2.1 工艺设计的内容	(145)
2.2 工艺设计的基础资料与要点	(145)
2.3 厨房设计	(147)
2.4 营业店设计	(153)
2.5 产品物料计算	(158)
2.6 工艺设备的选择	(158)
2.7 劳动定额与人员配置	(160)
2.8 平面工艺布置	(160)
第三节 快餐企业与工艺设计相关联的设施	(162)
3.1 工艺设计与土建设计相关联的内容	(163)
3.2 给水设施	(166)
3.3 排水设施	(170)
3.4 给蒸汽设施	(171)
3.5 给燃气设施	(174)
3.6 供电设施	(180)
3.7 通风换气设施	(182)
3.8 采暖、空调设施	(185)

附 录

1. 中国快餐业发展纲要	(188)
2. 连锁店经营管理规范意见	(194)
3. 商业特许经营管理办法(试行)	(196)
4. 中华人民共和国食品卫生法	(199)
5. 推荐的每日膳食中营养素供给量	(207)
6. 食物的一般营养成分表	(210)
7. 中国快餐业发展大事记	(233)
8. 部分快餐食品企业与快餐设备企业简介	(235)
参考文献	(238)

第一章 概 述

第一节 快餐的概念与起源

1.1 主要国家快餐概念界定的比较

《中国快餐业发展纲要》对快餐作出以下定义：“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（public feeding），具有以下特点：制售快捷，食用便利，质量标准，营养均衡，服务简便，价格低廉。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形式。快餐企业既包括以手工操作，现场加工和单店经营的传统快餐企业（traditional fast food service industry），也包括以标准化（standardization），工厂化和连锁经营（Run in chain）为主要特征的现代快餐企业（modern fast food service industry）。

1.1.1 欧美国家“快餐”的内涵

“快餐”一词源于美国（见 The International Dictionary of Food & Nutrition. © 1993 by John Willeg & Sons Inc），后随美国快餐企业的市场扩张，作为一种结合革新的观念和现代服务方式的商品深入世界市场。同时，二战后期，相对和平的政治环境造就了蓬勃的世界经济，为快餐企业的生长发育提供肥沃土壤。因而这个时期，快餐业作为社会经济较高发展阶段的产物，在世界各地如雨后春笋迅速成长，在不同的文化背景下也有了不同内容。

1. 快餐的几个相关词的比较（美）

在美国英语中，Fast foods, Convenience foods, Snack 或 Snack foods, Instant foods，它们的中文释义中虽都有“快速”、“方便”食品的含义，却有实质上的区别。

据 Encyclopedia of food Science and Technology. 1992 © by John Willeg & Sons Inc 定义：

（1）Fast foods。是指由商业机构分销的可即刻食用的食品（Ready-to-eat）。机构内可备有或不提供就餐设施。这种机构运营的主要特征是在点餐（Ordering）和供餐（Serving）间只需很少或无需等候时间。而实现这种快速处理各类点餐的方法是：使用商用方便食品或预先烹调好非加工食品（Un-processed food），在售前保温（keep warm）（或在必要条件下为防止腐败（Spoilage）而冷冻）。这里所说的商业机构是指提供大众一日三餐的快餐店（Fast food restaurant）或大型团体的供食机构（Fast food establishment）。Fast foods（快餐）在美国深受广大青年人欢迎。主要原因是：①它体现青年人生活方式的主要特色；②它适合青年人有限消费水平。概括地说“Fast foods”具有节时性、方便性、定时性（即三餐时间食用）价格合理的特点。每份快餐经合理搭配可实现营养均衡。

目前市场上常见的“Fast food”有汉堡包（Hamburgers），法式薯片（French fries）和奶昔（Shake），比萨薄饼（Pizza）、可乐（Cola）、炸鸡（Fried chicken）、卷心菜（Cabbage）、炸鱼（Fried fish）、薯条（Fried potato）、烤牛排（Roast beef）三明治（Roast beef Sandwiches）、墨西哥玉米饼（Tacos）、热狗（Hotdogs）等等。

(2) Convenience food. 定义为部分或完全的预制食品, 它由生产厂合成加工或由零售处熟制。以便在家庭中食用时只需最少的备制时间。这种类型的传统食品有婴儿罐装食品, 焙烤混合粉, 水果和蔬菜罐头, 预制早餐谷物等。而目前, 除这些种类以外还有各种加工食品, 冷冻速冻食品, 袋装煮沸食品 (Boil-in-the bag), 罐装烹调食品, 汤汁调味料等等。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物预处理。对于家庭, 它的优点是方便 (但通常价格较高), 对于大型供食机构, 这种“方便”又可理解为人力的节省。经过专业的预加工及消费者有效的处理后, 这种食品还具有高度一致性, 可进行质量和比例的控制, 清洁卫生, 易于贮存。

(3) Snack 或 Snack foods. 汉语的译义中它具有小吃、零食、休闲食品的含义。实际上很难对它进行确切的分类和定义。据 Snack Food. Edit by R. Gordon Booth 的解释, 广义上说, 它是指小型的进餐, 时间一般介于三餐之间 (Between meals), 由个人意愿和需要决定进餐的种类和次数, 可以露天食用, 不需用餐设施, 多在难于与家人团聚的条件下独自食用, 或与朋友分享。Encyclopedia of Food Science and Technology 将其描述为“随意的进餐易于消费的小份的热或冷的固体或液体食品。它一般不需备制, 用来缓解暂时的饥饿。所以“Snack”应为方便的, 小份的, 用来缓解暂时饥饿需要的食品。常见的品种有面包、糕点、点心、小甜饼、饼干、巧克力甜点、糖果类、挤压膨化食品, 淹渍食品, 以乳类、肉类、水果、土豆类为基料的加工食品。

(4) Instant food. 它的直接中文翻译有“速食”之义。据 The International Dictionary of Food & Nutrition © 1993 by John Willeg & Sons Inc 的定义: 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。相应的产品有速溶咖啡、速溶乳、土豆制品、洋葱制品等等。

根据上述定义, 我们可以把四种食品的异同加以比较, 如表 1-1 所示。

表 1-1 四种食品特异性比较

属 性	Fast foods (快餐)	Convenience foods (方便食品)	Snack 或 Snack foods (小吃、零食、 休闲用食品)	Instant foods (速溶食品)
饮食服务特性	+	-	-	-
方便性	+	+	+	+
节时性	+	+	+	+
品质高度一致性	+	+	+	+
清洁性	+	+	+	+
即食性	+	-	+	-
定时性 (三餐间时)	+	+	-	-
营养均衡性	+	- +	-	-
耐久存性	-	+	+	+

注: “+”表示具有此种特性; “+ -”部分具有此种特性; “-”不具此种特性。

可以肯定, 我们通常所说的“快餐”它的英文对应 Fast foods meal。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。这是快餐与其他三种食品的本质区别。快餐食品在销售期间, 为

保证品质新鲜,制成后短期内如未售出,即使没有超过保质期也必须丢弃。因而不具有长期贮存性。其他三种食品在未超过保质期限内,均可食用。此外,还应明确的是其中两种食品还具有向快餐转化的可能性。即方便食品中部分品种可作为快餐的原料食品,经必要的烹饪加工处理后,可作为快餐出售。而 Snack foods 中亦有部分品种可用作快餐的配餐食品,它虽不能作主食,但却可以调节口味,丰富花色。

英文中,对快餐店也有不同的称谓,它们是: Snack bar, snackery、fast food restaurant. 这些不同词语的出现与人们对快餐的认识进程有关,据 Convenience and Fast Food Handbook 的论述,早期传统快餐界定为:①任何经营场所中心设有快速服务柜台的供食机构。这里,顾客就坐或站立进餐。典型的场所有:药房苏打泉 (Drug store fountain) 供应便餐的小餐馆 (luncheonette) 及快餐柜,小吃部 (Snack bar)。②自我服务机构。如自助食堂 (Cafeteria)、自助餐厅 (Buffet)。

所以,Snack bar, snackery 两词是对早期快餐店的称谓,而 Snackery 一词目前已不被使用了。

Fast food restaurant 是对现代快餐的称谓。它包含以下三方面内容: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。因而,它所涵盖的意义已远非一种简单的食品种类,具有了更加广泛的涵义,包括以下几方面内容。

(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,不是小作坊的个体经营。快餐店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,如杯、盘、碗和面巾纸等。专业化生产和科学化管理确保经营高效率。

(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。这种形式有效促进了产供销的平衡、加速周转,提高效率。

(3) 标准化操作

操作程序 (Operation program) 标准化,因而服务人员采用临时或计时工。

(4) 设备环境洁净化

设备环境清洁卫生,餐具一次性使用。

(5) 固体食品与饮料相结合

饮料在快餐经营中占重要地位,但快餐店不售酒类。

3. 欧洲部分国家对快餐的理解

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。这主要是因为美国是一个移民国家,移民主体来自于欧洲和美洲,这就决定了美国饮食文化的主流是对欧美传统食品的继承和创新。这在快餐食品中有深刻体现。如美国快餐食品中有法国的油炸薯片,意大利的比萨饼,英式冰淇淋圣代,墨西哥玉米馅饼等等。

法语快餐为 Repas in rapide; repas leger; Casse - croutelm 它是对 Fast food 的翻译。法语中

快餐馆则直接采用了“Snack bar”一词。

意大利语快餐直接采用了英文的“Fast food”；俄语“快餐”可译为 Быстрые пищевые продукты，对应英文的“Fast food”；德语快餐为“Schnellimbiss”，快餐店为 Schneurestaurant 或 Schnell/fiibig gast stiitee，它们对应英语的 Snack bar 一词。

1.1.2 日本快餐的内涵

1. 日本快餐的定义

在日本，快餐食品称为“ファーストフード”。方便快餐食品总称为“中食”，方便快餐食品市场被称为中食市场。所谓中食，是指从市场上购买的已烹调好的食物，拿回办公室或家里食用。日本给快餐店的定义是：在所有饮食产业的经营店中，同时符合了3个条件的店叫快餐店：①顾客消费额不超过700日元；②为顾客提供餐饮服务的时间不超过3分钟；③具有自助式或自我服务方式。

2. 日语中几个相关词语的对应

根据日本《食品科学大事典》（木村等编集、昭和56年11月18日发行）论述。

(1) インスタント食品。指一些瓶装罐装食品，加水后方能复水的干燥半干燥食品，浓缩状态食品，对应英文 Instant food。

(2) コンビニンス食品。便利简便的方便食品，对应英文 Convenience food。

(3) スナック食品。轻食、间食、简单的饭食。能随时随地简单食用，易于消化，受人喜爱，对应英文 Snack food。

以上几种食品称谓在日本均属外来语，源自美国，因而它们与快餐的区别和联系与前面我们所作的比较大致相同，这里不再详述。

3. 日本快餐的内涵

日本快餐业的发展源于美国快餐的市场冲击，但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。在快餐食品种类上，不但有西式的麦当劳、肯德基等经营的快餐品种，还有中式的饺子、拉面，日式的咖喱饭、鸡肉饭、猪肉饭，韩国的烧烤等；在快餐生产经营上有以下几方面内容。

(1) 富有鲜明经营特色

所有同一公司经营的快餐店均采用同一建筑形式、同一菜单、同一包装和同一价格经营，快餐店内部美观、清洁，服务周到。

(2) 管理费用低

由于食品加工在工厂内基本完成，使快餐店内的操作简单易行，服务人员采用临时员工，因而管理费用低，效益较高。

(3) 联合经营、快速兴建

为解决发展快餐业所需土地、资金问题，全农组织（外食事业公司、食品工场和快餐店大多属于全农组织）采取了联营办法。即由公司投资10%，土地所有者投资90%联合建造快餐店，前者收入营业利润，后者收入地租。

(4) 生产、经营、管理一体化

公司、食品工场、快餐店是一个有机的经济整体，工场可获10%加工利润，快餐店按营业额来计获利。公司进行统一经济核算，这样就把生产、销售和管理三个环节紧密地衔接起来。

(5) 信息灵便、管理科学

各快餐店根据当时销售量及库存情况,将第二天的订货情况报告工场,由工场及时调节产量和品种。

综上所述,“快餐食品”是具有特殊属性的餐饮食品。它与小吃、休闲食品、方便食品有实质的区别,它对应于英语:Fast foods;法语:Repas in rapide, repas leger, casse-crousteln;意大利语:“Fast food”;德语:Schnellimbiss;俄语:Быстрые пищевые продукты;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。

1.2 快餐的起源

应该说,具有快餐某些属性的食品古已有之,而具有现代意义的快餐则是近百年的事。一般认为,美国是现代快餐产生、发展比较突出和典型的国家,下面我们就以美国为对象来考察快餐的起源。

1.2.1 历史背景

在人类社会开始之时,大自然提供了无需预处理的食物,如:各种坚果、水果、蔬菜及海洋生物。食物的保藏技术可追溯到圣经时代,盐渍、烟熏、面包和奶酪的制作也要追溯到四千年前。18世纪后期,发现了原始的罐瓶保藏水果蔬菜的技术,尼古拉·阿伯特在1795年发现,若食物在封闭容器里加热后,封口不打开并且不发生泄漏的情况下,可长期保存。30年后,他发明了罐头食品(Canned food)。19世纪20年代,罐头工厂遍及美国。

随着罐头制品的出现,又产生了许多种预制食品保藏(Preservation)技术,第一次世界大战期间,先进的包装保藏方法不断被应用到军队伙食供应中。另一个有所记载的重大进步是1941年~1946年间,军需物资生产不仅大规模地需要预制包装食品(Packaged food),而且急需与之相应的快速供餐服务及装配线(Assembly-line)上的大生产。军队的这种特殊需要使预制食品(Prepared food)与快速服务紧密结合,要求食品可以包装并且只需很少的人力。当时劳动力短缺,工业食品机构不得不采用能代替人力的服务设备——自动售货机(Vending machine)来缓解紧张状况。由于不断出现的新技术,促进了自动售货机工业的机械与电子技术相结合,实现了高度自动化(Automation),复合化也迅速发展。

自动化及快速方便的服务并非新概念,也不能被认为是现代工业技术的产物。现在的社会、经济因素决定了人们比过去更易接受这种服务方式,现代的保藏、冷冻(Freezing)、包装技术结合创新的服务方式,更新的理念以及机械设备的发展进步,加速了快餐服务业前进的步伐。

1.2.2 发展历程

史前时代,人类出于动物本能,常以一种非常贪婪的方式进食。在人类历史中,平民大众多以快的方式进食,对食物缺乏过多的思考。只有在偶尔的场合,如宗教节日,人们才放松地慢食。战争、社会的不安定、变革,风暴、地震、灾荒等是形成人们快食习惯的主要原因。

1. 饮食习惯的逐渐变化

最近四百年才出现现代的用餐模式——使用器皿和餐具(Table ware),直至13世纪西方

人才开始用刀、长勺和调羹。二股叉是由一位威尼斯贵族的妻子于 1100 年引入的, 到 17 世纪, 人们才广泛使用四股叉、餐刀、调羹, 美国的第一把餐叉出现于 1630 年的马塞诸萨州。直至 18 世纪末, 碟子、碗及其他餐桌用具才被普遍使用。

2. 大众饮食的出现

与饮食习惯变化同时发生的是大众饮食业的出现, 主要是建于小旅馆或附近的酒店内, 旅客在酒店内进餐, 当地人也常光顾于此, 不为吃饭, 只是来听旅行者讲述旅途中发生的事情。这样, 很快又诞生了迎合当地居民和过路客人共同需要的供餐场所——咖啡屋, 成为餐馆的前身。

1645 年, 欧洲第一家咖啡屋设立在威尼斯, 是一位由中东归来的商人经营的。在中东, 光顾咖啡屋 (Coffee house) 是当地小业主们的消遣方式, 而在当时的欧洲, 它只是品味高雅的贵族聚会的场所。五十年后, 咖啡屋已遍及欧洲各地, 到 1700 年, 仅伦敦就拥有 200 家。由于激烈的竞争, 为了不断吸引顾客, 各咖啡屋扩大了经营项目, 如供应甜点、外来咖啡调配料, 同时改变屋内布置, 注重点缀和装饰, 努力营造一种合意、舒适的氛围。到 1725 年, 一些咖啡屋已逐渐失去它们原来特征, 成为完全意义上的用餐场所。

虽然在美国咖啡屋没有真正流行起来, 但同一时期的酒店和啤酒屋 (Ale house) 却取得了像英国的咖啡屋一样巨大的成功, 小酒店吸引了社会各阶层的人, 成为战后开设的饮食场所的前身。

3. 内战后期

内战后阶段是指重建时代, 这段时间是现代饮食服务业的开始。美国大城市出现上等饭店, 最初作为富人聚会的社交场所。直至 19 世纪末, 迎合大众的饮食场所才开始出现, 它们是由家庭经营的小餐馆。随着移民人数的增加这种小餐馆自然地成为它们联系亲朋的中心。在这个时期, 自我服务 (Self service) 型及柜台式饮食服务场所也不断发展起来。

4. 杂货店中的快餐

大约在 1850 年, 杂货店中开始出售含二氧化碳的汽水, 很受欢迎。为了进一步吸引消费者, 在这种汽水中又加入香料。后来, 店中专门划出独立区域来出售这种饮料, 从而促进了“苏打泉” (供应汽水、冰等的柜台) 的发展, 经营项目中又增加了冰淇淋、甜点、三明治及其他快餐食品。在本世纪初, 脱离杂货店的柜台式 (Counter - type) 和站式 (Stand - up type) 就餐机构开始蓬勃发展。

5. 酒吧和自助餐馆的出现

美国内战后的酒吧被认为是自助就餐机构的发源地, 一些酒吧成为中产阶级社交中心, 发展迅速, 在大城市的许多交叉路口都可以见到, 由于竞争激烈, 商家常采用免费供应一杯啤酒或威士忌的策略, 并在独立区域内供应食物, 顾客可随意选择喜欢的食物, 通常包括冻肉、奶酪、热炖菜、淹渍食物、水煮鸡蛋、面包及蛋糕, 也是在同一时期, 三明治 (Sandwich) 开始了其商业生涯。顾客发现, 在面包中间放入奶酪或蔬菜, 闲出另一只手拿啤酒, 十分方便。此后, 这种自助式和站式供餐服务机构, 作为酒吧的一个分支独立出现于商业区, 即柜台展示食物, 顾客随意挑选, 用餐后付款。当时没有账单, 交款依赖于个人信誉。最早的此类餐馆于 1885 年在纽约开设, 名为 Exchange Buffet。

1885 年可以说是大众快餐服务业的开始, 这种饮食机构的市场扩张已显而易见, 大众喜欢这种快速的服务方式和将食物陈列出来的经营手段。

6. 多种类型的快餐业

1900年以后,饮食服务业快速发展,主要围绕两种运作方式,即自助式和服务式。服务式餐馆提供所有设施,食物由服务人员送到顾客桌前,而自助餐厅则由顾客从柜台自取食物,二者都是自营的生产单位,一些机构还拥有自己的面包房和屠宰厂。

1946年前,这两种经营基本思想没有发生大的变化,而从1946年至今,大众饮食业的经营思想发生了巨大变化,其范围和复杂性可通过其不同形式比较说明。

排队式的自我服务(In-the line Self-service)——顾客从一个部门化的柜台选择食物,食物依类别陈列,顾客拿好盘子排队选择食物,于柜台另一端付账,然后将随意选择就餐位置。

点餐式自我服务(Call self-service)——顾客直接到柜台前点餐,服务员将配点单传达到厨房,厨房备餐完毕后通知服务员。甜点、饮料和色拉通常陈列出来,顾客可以接到食物即付款,也可以出店时付账。这种方式被许多快餐公司采用。

现场式自我服务(Spot self-service)——顾客一进店就领到一份账单,到食品陈列台前选择食物,费用由柜台服务员立即结算到账单上,在收银台出示账单,付账。由于顾客不必通过整个柜台,所以这种服务速度较快。

排队式桌前服务(In the line table service)——顾客用上述排队式自我服务方式选择食物,在柜台尽头付账,由侍者将盘子端至桌前,饮料和甜点则备于桌上。这种方式在美国南部非常流行。“Buffet”通常采用这种制度。

自动售货热旁碟式服务(Vending-Hot Entr'ee service)——这种结合式服务出现于工厂或研究机构的大规模供餐场所。自动售货机分销饮料、甜点、三明治和色拉,特设的蒸汽式加热餐台提供两三种特色旁碟。总部设立于纽约的The Horn and Hardart Automats连锁饭店于一次世界大战后由德国引入这种服务方式。

第二节 现代快餐的产生

现代快餐是社会经济和生产力发展到一定阶段的产物。人类对饮食的需求与经济、生产力发展水平相适应。在原始社会,人类的饮食只能是茹毛饮血。在人类认识自然,改造自然的实践中,不断地从自然王国向自由王国迈进,不断地提高包括饮食生活在内的生活质量。本节从食品加工手段的沿革和社会经济的发展两个角度来看现代快餐产生的必然性。

2.1 从食品加工手段的沿革看快餐食品产生的必然性

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来说,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,人们主要进行自然采集,茹毛饮血;在没有炊具之前,仅是用火或燔或灸,或者用现代人所称呼的“石烹”使食物成熟;随着人们征服自然改造自然的能力逐渐增强,人们发现了陶器,出现了“陶烹”;接着,金属冶炼法的出现,捕猎到的食物增多,出现了最早的有记载的炊具“鼎”。《周易·卷五·鼎》中说“……以供烹饪之用,谓之鼎。……”。烹饪一词和鼎一词同时出现在这里,可以认为“真正”的烹饪是和炊具相联的,没有合适的加工工具是

无所谓烹饪的。在私有制产生之后，有了明显的社会分工，也就有了正式的以烹饪为谋生手段的厨师。在奴隶社会和封建社会里，最庄重的烹饪服务是祭礼活动，最豪华的饮食是宫廷膳食，等而下的是王侯将相权臣和富豪的家厨，再就是文人雅士的消闲“高雅”的饮食活动。这些活动，都极大的推动了烹饪的发展，积累了丰富的经验。在《吕氏春秋》中的《本味篇》就有伊尹说汤以至味这个故事；《黄帝内经》中以饮食来调理身体；《齐民要术》所讲的食品加工方法和烹调技术；《随园食单》对历代的烹饪经验科学系统的总结，不仅在当时，即使对后世也有很深的影响。但是无论是最庄重的祭礼活动，餐饮业的日常营业，还是寻常百姓家的一日三餐，都是由厨师或家庭人员手工制作出来，这是和当时的生产力水平相适应的。而到了现代，生产力的发展，科学技术水平的提高，人们加工食物的方法不断发展变化：利用一些介质，如砂、石、泥、灰等使加工原料达到成熟的要求；利用盐、糖、醋、酒等物化生化作用使加工处理的原料成为美味佳肴；利用热油、沸水、蒸汽、热辐射、太阳能，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，有物理的、化学的等多种方法，但手工操作的本质没有变化。这种烹饪加工的食品我们定义为“手工食品”（Manual food）。人类以手工方式加工食品一直延续到近代和现代。在近代（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，逐渐以烹饪加工中派生出一个新的产业——食品工业。这种由机械化（Mechanization）（半机械化）、自动化（Automation）（半自动化）生产的食品，我们称之为工业食品（Industrial food）。由手工食品向工业食品转化，只是加工食物的方式的变化（由加工一份菜、一份点变为生产大量食品），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（烹饪成品现生产加工现销售，而工业食品一般可贮存一定的时间）。从某种意义上讲，某些食品工业系从厨房烹饪脱胎而来的，有的保留了一些烹调方法，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，使食品加工手段变得复杂多样起来，对加工机器的精度要求也高起来。现代食品工业中常用的手段有粉碎、离心分离、沉降、浓缩、喷雾干燥、真空浓缩、冷冻升华干燥，近年来又有半透膜分离技术、电渗析技术、酶萃取等新型操作，这些操作，都是在严格的生产工艺参数（Technology parameter）指导下由机器完成的，和手工食品——烹饪产品有着显著的差别。

工业食品的出现，既丰富了食品的品种，又利于某些食物原料（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，初级食品即对农产品的加工，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、肉灌食品、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，如速冻饺子、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，还要吃得合理、便捷，吃得符合人们日常一日三餐的习惯，这就需要将食品工业向餐饮业（家庭烹饪）渗透，应用专业机械化、自动化设备，大量生产营养均衡、美味可口、节约便利的快餐食品，来满足广大民众日常对饮食的需要。因此，快餐食品的产生，从食品工业加工手段不断深化的角度来看，有其必然性。

另外，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、品评