

餐饮商家缘何爱使用预制菜



如今,大到连锁餐饮品牌店,小到主营外卖的小餐馆,预制菜的使用场景正越来越广。面对奔着吃现做菜而来的顾客,许多餐馆“用而不说”,将预制菜悄然端上桌,成为当前公众热议的话题。专家表示,消费者的知情权需要首先保障,同时提高公众对预制菜的认识水平,减少不必要的担忧。

想吃现做菜,却遇料理包
传统中华美食富有地域特色,相当数量的消费者习惯中餐现做,追求“锅气”。不少消费者难以接受的是,商家在不明确告知的情况下,给顾客提供拆包即热类的预制菜。

“如果口味和家里买的预制菜一样,那为何去饭店花冤枉钱?”广州市民邓先生多次在线下超市、网络平台采购预制菜,他说,消费者走进餐馆,是为了吃到新鲜菜品,品尝大厨手艺。

江苏省消费者权益保护委员会开展的一项调查显示:62.8%的消费者在外就餐过程中遇到过饭店、餐厅使用预制菜;78.1%的消费者反映线下饭店、餐厅针对使用预制菜这一情况未做到提前告知;消费者普遍认为预制菜与现做菜存在差别,主要体现在质量、分量、口味等方面。

记者以订餐名义致电多家地方菜系品牌店,询问是否使用预制菜。有的坚决否认,有的婉拒回答。江苏一家知名淮扬菜本土餐饮连锁店工作人员称,一些菜品由门店提前统一做好,不是料理包式预制菜。但记者从这些餐饮连锁店的供应商处了解到,其普遍使用了预制菜。

目前,对于预制菜缺乏明确定义,许多餐饮商家无法完全定义食材是否属于预制菜,也未有规定要求其提前告知消费者。有的商家担心告知使用预制菜后,消费者不能接受,导致客流减少。

餐饮商家缘何使用预制菜
中餐连锁化发展依赖于菜品标准化,近年来我国餐饮连锁化率不断提高,一些大型餐饮连锁企业为保障原材料品质、统一口味标准、节省后厨烹饪时间,倾向于规模化采购预制菜。

中国连锁经营协会等机构发布的《2022年中国连锁餐饮行业报告》显示,中国预制菜行业下游最大需求来自餐饮行业,销售渠道85%以上集中于商户端,小吃快餐店、连锁餐饮店、主打外卖的餐饮店、团餐等是预制菜应用的主要场景。

据了解,大型餐饮企业主要使用的是组配菜、半成品等预制菜,较少使用料理包型预制菜,采用的是“中央厨房+餐厅厨房”的双厨房模式。

“前端中央厨房以更严格食品安全标准、最有效率的方式处理后,将净菜、组配菜以及半成品配送到各个门店后厨,不仅保障食品安全、精简厨房用工、提高上菜效率,还减少菜品损耗。”国内某大型火锅连锁店相关负责人介绍,预制菜是中餐工业化、连锁化发展大趋势下的产物。

“中餐连锁化率提高需要原料供应规模化、菜品标准化,这是预制菜产业蓬勃发展的主要原因。”江苏省餐饮行业协会会长于学荣说。

节省成本也使预制菜深受餐饮行业欢迎。广州尚好菜食品有限公司为国内多家连锁餐饮店供应预制菜,该公司品牌与零售负责人王鹏飞介绍,随着租金、人力成本快速上涨,以新鲜组配菜、预腌制肉类、预制面点为代表的预制菜,能有效减少餐饮店开支。

一些中小餐馆喜欢使用料理包式预制菜。“外卖店要适应成本低、出餐快的需求,如从外卖渠道买到的黄焖鸡米饭,不少由预制菜料理包加工而成。”王鹏飞说。东部一家餐馆负责人表示:“十几元一份的鱼香肉丝盖浇饭,现场做肯定挣不到钱,用料理包只要几块钱,扣掉平台抽成和米饭钱,还有得赚。”

既须保障知情权,也要提升认知度
受访专家认为,消费者去线下餐馆花钱点菜,有权知道吃到嘴里的是否为预制菜、吃的是哪种预制菜。

我国消费者权益保护法规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利,也享有自主选择商品或者服务的权利。如果餐馆使用预制菜,应尽到明示、提醒义务,顾客可以选择消费或者不消费,反之则涉嫌侵害消费者的知情权和选择权。

不过,当前的预制菜含义过于宽泛,业内对预制菜的定义不一,与公众的一般认知存在偏差。中国烹饪协会发布的预制菜团体标准显示,预制菜分为即食、即热、即烹、即配四类。山东省预制菜行业协会会长、齐鲁工业大学教授袁超表示,当前预制菜参考的多是团体标准,但全国有200多个预制菜团体标准,标准体系不统一、层级低,例如净菜,有的地方协会算预制菜,有的地方协会不算。

预制菜的定义过于宽泛,不够精准,加剧了消费者对预制菜的担忧情绪。“不同场景下的预制菜缺乏明确标准和定义,也阻碍了当前餐饮店去明示告知。”江南大学食品学院副院长程力建议,应弥合公众和业内对预制菜的认知分歧,廓清预制菜的内涵外延,明确不同场景下预制菜产品的定义标准;特别是对餐馆代替原来现烹、改为直接加热预制菜上桌的行为,应有单独标准来规范。

预制菜不是“垃圾食品”的代名词,公众对预制菜的认知水平也需提升。中国农业科学院农产品加工研究所研究员张春晖认为,预制菜指的是食材经过工业化、规模化、标准化生产,成为成品、半成品的菜肴。不少消费者对预制菜的理解存在误区,认为预制菜只是酸菜鱼类的料理包。随着冷链速冻技术的进步,添加剂、防腐剂会越少,而供应消费零售端的预制菜,许多是双厨房模式。

“现在公众担心的主要是料理包类预制菜。”袁超说,如果产品来自正规厂商,食材货真价实,消费者不必担心食品安全问题,其成本较低,恰恰证明了规模化、工业化生产的优势。

本报综合消息

南极科考游9.98万元起一票难求

近日,有网友发现中国国家地理推出了一项南极科学考察旅行活动,售价在每人10万元左右,该项活动一经推出,最近一期的活动名额已被抢完。记者检索社交媒体发现,近年来,去极地、沙漠等地探险的旅游形式十分受欢迎。有游客表示,旅行中十分惊险但收获颇丰,也有游客告诉记者,在南极看到气温升高融化了百万年前的冰川,触目惊心,因此会不自觉地环保方面进行自我约束,感觉到了这类旅行具有深刻教育意义。

中国国家地理南极科考旅行今年突然大范围爆火

中国国家地理推出南极科考旅行活动的消息引发广大网友关注,大家纷纷表示“想存钱去一次南极”“虽然没钱,但还是好想去”。据悉,2024年2月出发的南极科考活动名额在上架后当即被抢完。中国国家地理杂志社的工作人员告诉记者,南极科考旅行这个活动已经进行了25年,“此前活动覆盖群体范围较小,最近几年参与到科考旅行的人群范围开始慢慢扩大,到今年感觉大范围走红。”

据中国国家地理工作人员介绍,目前2024年2月出发的南极考察活动名额已经售罄。记者也在中国国家地理项目详情页面发现,2月的南极考察活动已经下架。目前仍在售的则是2024年11月出发的“中国国家地理”号南极半岛考察活动,共17天,费用则是99800元/人起,点进报名页面,还有五款不同规格的套房可以选择,价格最贵可达到159800元/人。“这个明年11月份南极科考旅行的活动,名额已经基本上满了,但可以试试候补,说不定有退款的。”

工作人员表示,目前活动可以接纳的旅客年龄范围在8岁-70岁,如果超过70岁的游客报名参加,需要出具可行的医学证明。“如果是老人和孩子,在自身身体状况不是太好的情况下不建议报名参加。在出行前我们会与旅客签订合同,项目费用,包含了旅途中所有食宿、交通等花销,我们也会为游客购买出行旅游保险。”

工作人员称,他们每一次组织去南极进行科考旅行都会有所不同,“有些是穿越南极半岛,有的则是穿越南极圈,我们通常会坐游轮登岛,近距离考察南极大陆。后续他们还会有到南极和北极的科考旅行活动,虽然不能保证每年都有,但会比较频繁。”

越来越多人怀揣“南极梦” 中国已成南极游的第二大客源地

来自北京的李女士告诉记者,她已经成功报名了明年2月

去南极科考旅行的活动,“因为我此前一直计划着想去南极,从今年年中就开始看很多有关南极的旅游产品,之前南美我也去过,所以就想去更远一点的地方。”

李女士表示,“此次旅行的出发时间临近春节假期前后,对于上班族来说也比较合适。这次旅行船上多是中国人,因此没有语言不通的困扰,又有中国国家地理杂志社团队的专家跟随。”李女士说,她现在已经开始期待明年2月的极地体验,“例如皮划艇、露营等,并且这个已经是很成熟的旅游路线了,对于安全问题完全不用担心。”

近年来,随着境外旅游越来越普及,不少人已经不再满足于去欧美等地旅行观光,而选择前往极地、沙漠等地探险。在社交媒体检索南极等关键词,很快就能搜索出一大批网友晒出自己前往南极游玩的视频或帖子。据国际南极旅游业者协会(IAATO)统计,中国是登陆南极旅游的第二大客源国。早在2017年-2018年的南极旅游季,中国游客人数就达到8273人,占比全球总人数的16%,仅次于美国。2022年-2023年南极旅游季中国游客人数达1464人,预计2023年-2024南极旅游季,中国游客会恢复到疫情前的80%。

网友阿鹤就曾在社交媒体发帖称,在辞去了白领工作之后,作为登山和滑雪爱好者的他受邀作为随队摄影师前往南极登山滑雪。他在前往南极的游轮上,还意外地发现许多人都有着去南极的梦想,“一位江西的男生是邮轮的前台接待,还有一位广西的男生是邮轮餐厅的服务员,他们都是通过在邮轮上工作换取前往南极旅行的机会。”

在南极,阿鹤见识到了新的世界:蠢萌的企鹅、捕食的虎鲸、百万年的冰川……阿鹤也对自己有了新的认识,他觉得还需要不断地去打破自己认知的极限。

为保护环境勿盲目跟风

一位曾在七八年前前往南极游览的女游客表示,因为南极

是地球的最后一块净土,让人十分神往。“当时一个人的费用在5万元左右,船上一共100多人。”她回忆,那时候船上各个年龄段的人都有,有带孩子的,甚至有七八十岁的老人,船上也配备了国外的科考专家、生物学家、气候专家、地质冰川研究专家等。

该女游客表示,登上岛以后,工作人员会事先把岛上的地形勘探一遍,明确游客能够踏足的区域,“在我们登岛期间,专家们也会在旁边为我们答疑解惑,他们会介绍岛上的地理环境、植物、动物,一路听下来真的学到好多。”她说,在南极的这段经历一生难忘。层层叠叠造型奇特的冰川、安静歇息散步的企鹅,“在那里感受到了大自然与各种生命之间的沟通和默契。”

这趟南极之旅,让这位女游客记忆最深的是穿越德雷克海峡时让人难以忍受的颠簸,“德雷克海峡有一个洋流区,那个地方风浪很大,它能把船掀到近10米高,九成以上的人都晕船了,严重的甚至挂起了点滴。”虽然顾燕是当时少数几个没有晕船的人,但她现在回想起来仍旧心有余悸,“感觉船在里面颠簸得就像地震一样,人根本站不住。”

这也是参加完南极游的游客,在网上对于这段旅程评价两极分化的原因。有网友会觉得这笔钱花得值,是人生的宝贵财富,也有不少跟风去南极游览的网友回来后悔称,去一趟是花钱买罪受,既无聊又贵。

对于近些年南极游的火热现象,该女游客表示,去南极的目的很重要,如果是纯属跟风意义不大,“因为南极每年去都是会限制人数的,并不是说没有限制,毕竟人太多了肯定会对环境造成污染。”

据了解,根据国际南极旅游组织协会出台的《南极旅游从业者活动指南》及《南极游客活动指南》,每年登陆南极的限量人数约为3万人,每次岛上只能登陆100人;不能主动靠近企鹅5米范围内等。

本报综合消息

