



美食周刊

Food Weekly



总第120期 今日4版 每周二出版
联合主办 北京烹饪协会 北京老字号协会
主编 吴颖

C1-C4

2011.12.13

C2 科学药膳离百姓有多远?

12月11日的听鹂馆饭庄里上演了一场药膳养生交流赛。记者发现,此次“民族药膳养生制作技术交流大赛”上,不再一味强调珍奇参茸补品,而是注重从民间取材,更加贴近百姓,粗粮比例大增。

C3 四川饭店陪伴社区成长

12月8日,恰逢享有“京城川菜第一家”美誉的四川饭店迁址重张一周年,一场烹饪大师与社区居民的厨艺PK秀拉开了店庆活动的序幕。今年1-10月,四川饭店累计收入已超额完成全年计划。

C4 高温可灭速冻水饺金葡萄菌

《速冻面米制品》(GB19295-2011)将于12月21日起正式施行。金黄色葡萄球菌的含量由原来的“不得检出”改为“限量检出”。专家认为只要把好“进口关”,金葡萄菌的危害是可以避免的。

回眸2011

2011餐饮市场十大热词

热词一:勾兑

谎言穿帮,行业大佬纷纷折戟

2011年,栽在“勾兑食品”上的知名餐企不在少数。先是肯德基的“醇豆浆”被曝是用浓缩豆浆粉冲兑而成,随后,一直以骨汤熬制、高营养著称的味千拉面,被曝不仅钙含量严重夸大失实,所谓骨汤熬制也是用“猪骨汤精”浓缩液勾兑而成,就连素以好服务著称的火锅巨头海底捞,也被曝骨头汤、柠檬水、酸梅汤等原来都是兑制而成,店家还专门教员工如何回避顾客询问。虽然经媒体曝光后,这些餐饮企业都承认了勾兑事实,食品专家也纷纷为勾兑食品安全性正名,但真正令消费者愤怒的并非勾兑食品本身,而是这些餐饮企业的刻意隐瞒甚至公然欺骗。

热词二:食品添加剂

食品添加剂“上墙”接受监督

今年以来,随着“化学火锅”、“双汇瘦肉精”、“台湾塑化剂”、“染色馒头”等非法添加事件接连曝光,政府也加大了对餐饮、食品领域非法添加的打击力度。从5月起,北京启动了非法添加剂和滥用食品添加剂的专项整治行动,要求全市凡提供火锅、自制饮料、自制调味料等的餐饮服务单位、集体用餐配送单位、中央厨房等,必须备案使用食品添加剂的情况,并公示告知消费者。截至6月中旬,北京市已按要求完成备案的有8656户。不过业内人士指出,真正威胁食品安全的是非法食品添加剂,但再傻的商家也不会将其公示出来自投罗网,因此公示治不了食品添加剂乱象。

热词三:地沟油

规范餐厨垃圾处理才是治本之策

9月中旬,公安部破获了一起涉及14省的重大地沟油案,一条集掏捞、粗炼、倒卖、深加工、批发、零售六大环节的地沟油黑色产业链终于首次浮出水面。然而尴尬的是,对人人喊打的地沟油,监管部门却拿不出有效的检测方法。为彻底杜绝地沟油,北京市决定将监管从“末端”提升到“源头”,除了对各区县餐馆食用油进货渠道进行逐一排查外,还对餐厨垃圾处理全过程进行管理,实现规范收运,资源化处理。按照计划,到2012年,北京所有餐饮服务单位都必须和具备资质的垃圾收运、处理企业签署服务合同,如果委托没有资质的“黑厂”处理,将会受到相应处罚。

2011年餐饮行业可谓在困境中前行。这一年,“豆浆门”、“骨汤门”、“老油门”等一系列事件的曝光,令不少行业大佬谎言穿帮、颜面扫地。这一年,原材料、人工费用普遍上涨,涨价让快餐产品告别十元时代,而农餐对接成了龙头餐企降本良方。这一年,月饼券、蟹券疯狂流行,送礼经济催生新的商业模式……回眸2011年,本刊总结了十大关键词,希望透过它们记录一年来行业的大事件,展望未来发展走势。

热词四:涨价

快餐产品涨声一片

肯德基涨价了、麦当劳涨价了、真功夫涨价了……2011年快餐企业涨声一片,有的企业甚至多次调高产品价格。肯德基继1月部分单品价格上调0.5-1元之后,又于9月底和10月底,分别大规模上调了汉堡类产品和鸡肉配餐及饮料类产品价格,涨幅普遍在0.5-1元,部分地区连送餐费也涨了1元。麦当劳也继4月大杯碳酸饮料涨价0.5元后,于7月13日在全国范围内上调部分产品价格,涨幅普遍在0.5-2元。年内上调产品价格的还包括真功夫、吉野家、大娘水饺、味千拉面、永和大王等。据悉,人力成本和原材料价格不断上涨导致的成本压力过大是涨价主因。

热词五:蟹券

送礼经济催生新商业模式

今年阳澄湖大闸蟹的开捞日子是9月17日,错过了9月12日中秋节的最佳销售期,然而蟹商们并不为此担心。早在大闸蟹上市前几个月,大闸蟹的提货券已经满天飞了。“蟹券”让原本不易保存的活蟹,变成了随时可提取的“期货”,变身高档礼品的大闸蟹由此身价倍增。如今,蟹商们一年的收成已经不看卖了多少蟹,而看卖了多少券。与“月饼券”类似,“蟹券”通常也设定提货期,过期作废,而未提货部分就直接转化为企业利润。而且由于是“期货”,蟹商仅凭自己印的“纸”,层层流通转回自己手中,就能赚取相当于券值20%的真金白银。

热词六:阴阳菜单

生熟有区别,宰客不见血

团购菜单上标价78元的“烧味三拼”实际仅49元、实际价仅13.9元的腊味饭在团购券上却标成了29元……面对各大团购网站竞相推出的“超低价”团购活动,一

些细心的团友发现,有商家悄悄拿出“阴阳菜单”来应付,让消费者产生上当受骗的感觉。同样的原料、同样的做法和分量,但是大堂散座和包间内的菜单价格不同,拿给本地市民的和给外地游客的菜单价格不同,要发票的和不要发票的菜单价格不同,团购的与非团购的菜单价格不同,这就是一些餐馆暗中多赚钱的方式——“阴阳菜单”。11月26日,北京市发改委下发通知,在全市范围内严查包括“阴阳菜单”在内的价格欺诈行为。

热词七:换标

多元模式开辟新财路

2011年,星巴克的粉丝们发现,无论是店面招牌、白色咖啡杯还是星巴克全新商品上,星巴克标识上的STARBUCKS COFFEE字样不见了,只保留了标志性的美人鱼头像。启用新标识的星巴克以此向世人宣告,虽然咖啡仍是星巴克最根本的业务,但星巴克已经不局限于咖啡,还会进入茶、饮料、西点等众多领域。无独有偶,以经营粥品闻名的连锁餐饮企业宏状元,也在其新LOGO中去掉了原有“粥”的字样,摇身一变成为休闲餐厅,以此来弱化人们心目中的“粥铺”形象。从既有框架中脱离出来,通过丰富产品线,提供更多服务,来增强市场竞争力,成为这些专业型餐饮企业的共同选择。

热词八:传统小吃

喜忧参半,亟待升级

今年传统小吃可谓热点不断。5月,前门鲜鱼口老字号美食街开街,引来数万人捧场。10月,整饬一新的护国寺商业街新装亮相,令护国寺小吃总店迎来大批尝鲜客。就连美国副总统拜登也在今年访华期间,特意前往位于鼓楼的姚记炒肝店,品尝中国的民间小吃。不过传统小吃风光背后暗藏隐忧。9月,位于九门小吃的7家传统小吃就因管理费猛涨2万元,上演了一场“撤档风波”,而矛

盾根源在房租上涨。同时,传统小吃重油、重糖、重盐的口味特点,以及多用动物内脏加工等,也与当今健康膳食理念背道而驰,这可能也是拜登一行到炒肝店没点炒肝的主要原因吧。

热词九:收购

小肥羊、金钱豹、吉野家改姓

11月7日,美国百胜集团跨国并购小肥羊计划终于被商务部放行。百胜集团将持有小肥羊93.2%的股权,并经营和管理其业务。收购完成后,预期小肥羊股份将撤销及终止在港交所的上市地位。此前,欧洲最大的私募股权投资集团安佰深也于7月26日宣布,旗下基金已经完成对以高档自助餐厅著称的金钱豹酒店餐饮集团的收购。12月1日,在港上市的香港合兴集团对外宣布,以34.75亿港元总价收购Summerfield Profits Limited已发行股本及4200万港元贷款,北京吉野家快餐有限公司及相应的DQ冰雪皇后连锁餐饮门店的经营权也涵盖其中。频繁并购国内大型餐饮连锁企业,无疑是外资加快占领中国餐饮市场的重要举措。

热词十:农餐对接

龙头餐企直供比例增六成

继9月6日首届北京市餐饮业采购大会高调举办,各大餐企采购人员与来自全国各地优质绿色农产品直接对接之后,11月27日,全聚德、呷哺呷哺、湘鄂情等10家大型餐饮连锁企业又与10家农业专业合作社签订了2012年“农餐对接”合作协议。大型餐饮连锁企业与郊区县农产品生产基地对接,不仅有利于餐饮企业的原材料安全,降低成本,同时也拓展了农产品销售渠道,促进了农民增收。据悉,今年前10个月,呷哺呷哺、嘉和一品等10家龙头餐饮企业从合作基地直接购进蔬菜、肉类、粮食、水果等57677吨,同比增长近60%。其中,在京郊农业生产基地的进货量占80%以上。

商报记者 徐慧/文 田艺/制图