

單元二

預製菜的供應模式 及製作流程



飲食業預製菜的供應模式

預製菜／料理包採購



料理包又稱為家庭取代餐，概念最早源自美國，指的是提供顧客由餐廳或食品業者預製同樣美味且新鮮的外賣飯菜和即食食品。在量販店、超商、超市裡的貨架上都可以看到眾多可立即上桌的熟食或只需簡單加熱的料理和冷凍食品。近年，不斷有星級飯店推出的餐廳招牌菜色、各地有名的經典小吃也都積極投入這塊市場。

當料理包成為新常態, 可
將產品分四種類型來採購

1. 可快速處理的食材

- 最常見可快速處理的食材，大多為經冷凍處理的食材，包括冷凍魚片、冷凍肉品、醃製肉品等生食，需要配合烹調方法及調味，待煮熟後才上桌。
- 這類食材有份量小、只需簡單處理即可上桌等特性，對於煮菜的人很方便控制出菜的份量，還可以保留發揮廚藝的空間。



2. 可立即烹調的產品

- 例如許多生鮮蔬菜商品，冷凍水餃、冷凍包子等生的**冷凍包裝食品**，由於**經得起長時間保存**，撕開包裝後可直接丟入鍋中煮食，只要製作完成後將冷藏或冷凍做好，比較沒有當天完銷的壓力，對於需要與時間賽跑，一點餐僅有**15**分鐘左右備餐的廚師來說，是一個可開發的菜單項目。

2. 可立即烹調的產品

- 這類食材大都有分量小、免處理、保存容易等特性，但簡便也可能伴隨著調味單調。重視佐料的中菜及強調醬汁的西餐來說，研發固定比例的調味包，讓消費者買回家只要依喜好加入調味包入鍋，立即達成快速調味的目標，是可以表現菜餚特色的另一大重點。
- 又例如，**國人一年四季都愛吃的火鍋，變成冷凍高湯後，最方便回鍋其原味**，這也成為了熱門商品。

3. 復熱即食的產品

- 此類復熱即食的產品，含括凡打開包裝加熱，就能直接食用的餐食。
- 除了立即食用的餐點之外，只需加熱的餐點是最好發揮的項目。由於熟食的保存時間有限，超商及量販店銷售的熟食品項相對少，反之，餐廳的特色就是有多元的熟食可選擇，只要做好包裝，顧客回家只需加熱即可享受與在餐廳差不多的口味。有不少餐廳就將自己的招牌菜色做成真空包或可微波加熱的主食，如獅子頭、牛腩、炒飯、湯品等，都是此類長銷熱賣的商品。
- 復熱產品的優勢是節省時間。

4. 直接食用的產品

- 顧名思意就是熟食或可立即食用的冷菜或生食。
- 當料理包、即食包走入私人餐桌時，從菜單的設計、包裝、份量、食材的簡化等成本，都會需要做出改變，這個規劃的重要性是相當廣泛的，因為外送外帶大都依賴網路宣傳及交易，也意味著將迎接更多過去陌生的顧客，及更多直覺的評論。餐廳菜色是否有特色，除了菜單的變化，再加上衛生、新鮮、便利、價格、營養的設計，都是餐廳可以一併思考的方向。
- **泡椒鳳爪是屬於立即食用的產品**

採購料理包, 可注意 四要點

1. 合格認認及安全把關

- 食品安全是食品代工廠最重要的要求，首先須符合HACCP、ISO等認證，包含原料採購、生產流程與環境衛生等，確保品質安全有把關。
- 此外也可參觀食品代工廠，作業環境是否整潔、人員衛生習慣如何等等。

1. 合格認認及安全把關

- 以原物料處理為例，耐速為預防微生物污染或交叉感染，生肉品不在廠內做切肉處理，因為刀具、水源、溫度及解凍過程等因素，都可能讓食材產生變質的風險。生肉品及生鮮品，會在冷鏈車進來的當天處理完畢。
- **食品烹調完成後即立即降溫，並在當天包裝完成、冷凍儲藏，隔日出貨。**
- 以速度及完善的流程，可減少人工生鮮切肉的食材耗損、食安風險，也同時解決倉儲空間的問題。。

2. 具技術及服務優勢

- 一個值得信賴的食品代工廠能提供許多協助，為餐廳及其產品創造價值，甫接觸代工製作與電商的新手業者，可先尋找具有良好口碑與誠信的廠商，並在合作前先確認食品代工廠能提供的服務項目與專項優勢，透過前期諮詢，可縮短溝通磨合的時間。
- 此外，**食品過敏源的分流**、標示及控管也是一大重點，像是常見的過敏源如花生、蛋類，經常使用在甜點跟蔬食類產品，因此**廠內的產線會維持當天只做單一產品，接著進行產線清消，隔日再生產其他產品，避免任何潛在的風險。**

3. 全力配合生產供貨

- 每一項加工食品、調理包的生產，均涉及許多人力、物力、運輸成本及設備、行銷等資源，所以對於小量的訂單，並非每家食品加工廠都會承接。餐廳在料理包開發的初期，需先確認自己的需求，並尋找可以符合自身需求、全力配合訂單的食品加工廠，以免造成後續可能生產過剩、囤貨報廢的狀況。

4. 代工成本符合期待

- 由於食品加工涉及原物料採購等諸多成本支出，餐廳的料理產品生產，應著重食材品質及風味，評估代工成本費用是否在自己的預算內，再決定是否進行後續作業。
- 此外必須特別注意，餐廳品牌若過度壓價，易造成加工廠為了搶單而降低原物料成本，造成成品品質不如預期。

- 採購冷凍食品時, 需注意存儲方式.
- 可立即烹調產品的保存方式是冷凍
- 食材檢驗確保食物安全最重要
- 冷凍包裝食品的食材經得起長時間保存.
- 注意食品加工廠的清真認證是確保宗教信仰需求.
- 食品加工廠在生產過程中應注意避免交叉污染.

採購料理包, 可注意產業鏈四大流派



專業生產商



餐飲企業



零售型企業



上游農業企業

1. 專業生產商

- 具備產品型思維，善於打造爆款產品、管道建設，在規模方面具備優勢，但其中**2B***和[^]**2C**企業也存在區別，**2C**型企業善於維護品牌，但不善於點對點服務開發，而**2B**企業正好相反。
- ***2B (to-business)** 是對企業的銷售服務的商業關係，我們泛指一家企業的商品或服務販售給另一家企業。
- [^]**2C (to-consumer)** 企業則直接面向消費者的商業關係

1. 專業生產商

- 生產商與供應商：
- 預製菜生產商通常會與蔬菜、肉類、調料等原材料供應商建立合作關係，確保原材料的品質和供應的穩定性。生產商需要按照訂單要求，向供應商訂購相應的原材料，並支付相應的貨款。
- 生產商與加工商：
- 預製菜生產商通常會委託專業的食品加工企業進行加工生產。加工商按照生產商的要求，對原材料進行加工、包裝、殺菌等處理，確保產品的品質和衛生標準。生產商需要向加工商支付加工費用。

2. 餐飲企業

- 為服務型思維，在菜品研發、品牌溢價、門店會員群體方面具備優勢，但是包裝食品運營前期需要前置投入，考驗企業管道建設和服務能力，難點在於中間的思維轉化和團隊組建。
- 餐飲企業可以根據自身的需求，選擇合適的預製菜產品進行加工和調配，提高菜品的一致性和穩定性。
- 預製菜企業注重提高產品的安全性及品質，採用新鮮，優質的食材，並加強生產過程中的衛生和品質控制。

3. 零售型企業

- 銷售商通過建立銷售管道，將產品推廣到超市、便利店、電商平臺等銷售終端，滿足消費者的需求。銷售商從生產商處進貨，並按照約定價格進行銷售，賺取相應的利潤。
- 產品豐富度較高，且輕資產運營為主，善於消費者洞察和利用資料驅動，背後是零售型思維，但品質難以管控，且產品難以走出自身平臺。

4. 上游農業企業

- 農業企業由於掌握上游，且依託農畜產品積累有豐富管道，在預製菜發展方面具備天然優勢，但問題還是如何平衡好2B 和2C、新舊產品間關係。



推動預製菜供應模式的發展

提高產品品質和安全性

創新包裝和行銷策略

加強供應鏈整合

多管道銷售和定制化服務

1. 提高產品品質和安全性

- 預製菜企業注重提高產品的品質和安全性，採用新鮮、優質的食材，並加強生產過程中的衛生和品質控制。同時，加強與監管部門的合作，確保產品符合食品安全標準。

2. 創新包裝和行銷策略

- 預製菜企業可以借鑒外國企業的包裝和行銷策略，通過精美的包裝設計和吸引人的廣告宣傳，提升產品的吸引力和競爭力。
- 同時，可以推出定期更換功能表的訂閱服務，滿足消費者對多樣化和新鮮感的需求。

3. 加強供應鏈整合

- 預製菜企業應與食材供應商、加工廠和零售商等各個環節進行緊密合作，實現供應鏈的整合。這樣可以確保食材的新鮮度和品質，並提高生產效率和產品的供應穩定性。
- 供應鏈管理需要根據不同的訂單需求，及時調整生產計畫和物流配送，確保產品的及時交付和品質穩定。同時，供應鏈還需要與合作夥伴建立緊密的溝通和協作機制，共同應對個性化定制帶來的挑戰。

4. 多管道銷售和定制化服務

- 預製菜企業可以通過多種管道銷售產品，並提供定制化的服務，滿足不同消費者的需求。這樣可以擴大產品的市場覆蓋面，並增強消費者的忠誠度。預製菜供應鏈可以與線上平臺合作，通過資料分析和個性化推薦演算法，為消費者提供符合其口味和偏好的預製菜產品。
- 消費者可以線上平臺上選擇自己喜歡的菜品，並進行個性化的搭配，實現定制化的預製菜購買體驗。

- 重視佐料的中菜及強調醬汁的西餐來說, 研發固定比例的調味包, 讓消費者買回家, 只要依靠喜好加入調味包入鍋, 立即達成快速調味的目標.
- 當料理包, 即食包走入私人餐桌時, 從菜單的設計, 包裝, 份量, 食材等, 都會需要做出改變.
- 食品安全是食品代工廠最重要的要求, 首先須符合認證, 確保品質安全有把關.
- 常見的食品過敏源如花生, 蛋類食物.

- 加工食品, 調理包的生產, 均涉及許多人力, 物力, 運輸成本及設備, 行銷等資源.
- 餐廳在料理包開發的初期, 需先確認自己的需求, 並尋找可以符合自身需求, 全力配合訂單的食品加工廠.
- 銷售商從生產商處進貨, 並按照約定價格進行銷售, 賺取相應利潤.

省時省力的廚房革命



在快节奏的现代生活中

中央廚房

以預製菜取代在後廚進行食材加工和菜式烹飪的傳統出菜模式

中央廚房 (Central Kitchen)

- 是餐飲製造業的一種，泛指是一組餐廳、餐廳或食品企業在一個專用空間來準備餐點，或是製造僅需簡易加熱之預製食材（**ready-made food**）。該廚房為多家餐廳提供服務，確保以標準化、高效的方式準備食物。
- 中央廚房不是讓每家餐廳經營自己的廚房，而是將食品生產整合到一個中心。
- 這種設置有助於簡化運營，保持品質和口味的一致性，並降低運營成本。

中央廚房



中央廚房 (Central Kitchen)

中央廚房將採用巨大的操作間, 採購, 選菜, 切菜, 調味等各個環節均有專人負責, 半成品和調好的調料一起, 用統一的運輸方式, 趕在指定時間內運到分店.

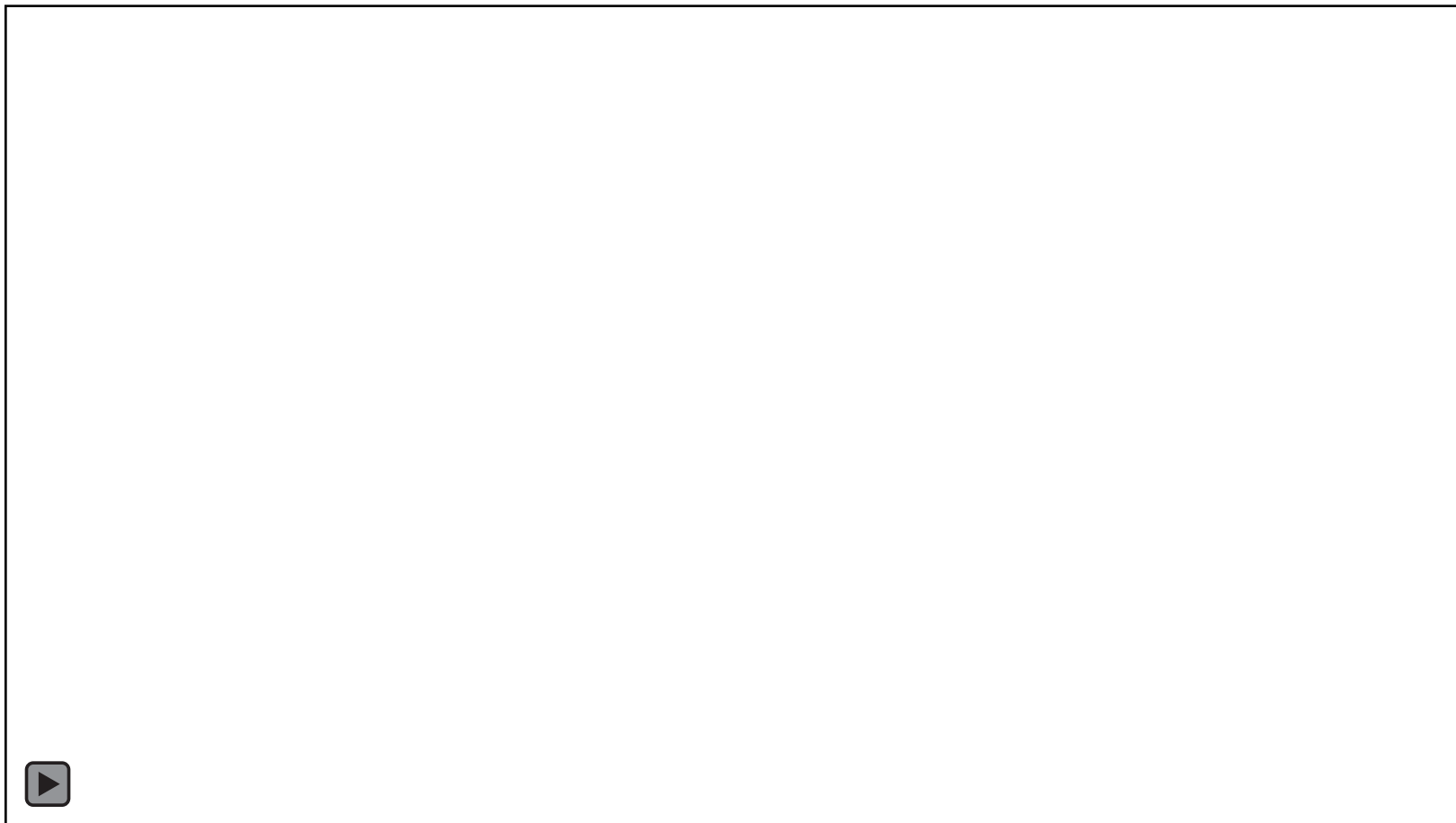


中央廚房 (Central Kitchen)

- 常見的例子是：
- 在民用航空的飛機，基於安全性及方便性，在機上不使用明火的廚具，所以使用中央廚房所事先製作的飛機餐，起飛前再送上飛機，飛行途中分發給乘客食用，這樣的中央廚房稱為「空廚」。
- 一些大型的學校、公司等，也有設置中央廚房，作為供應教職員、學生與員工的午餐是數所學校共用一處中央廚房供餐。



學校中央廚房供餐, 熱騰騰準時到

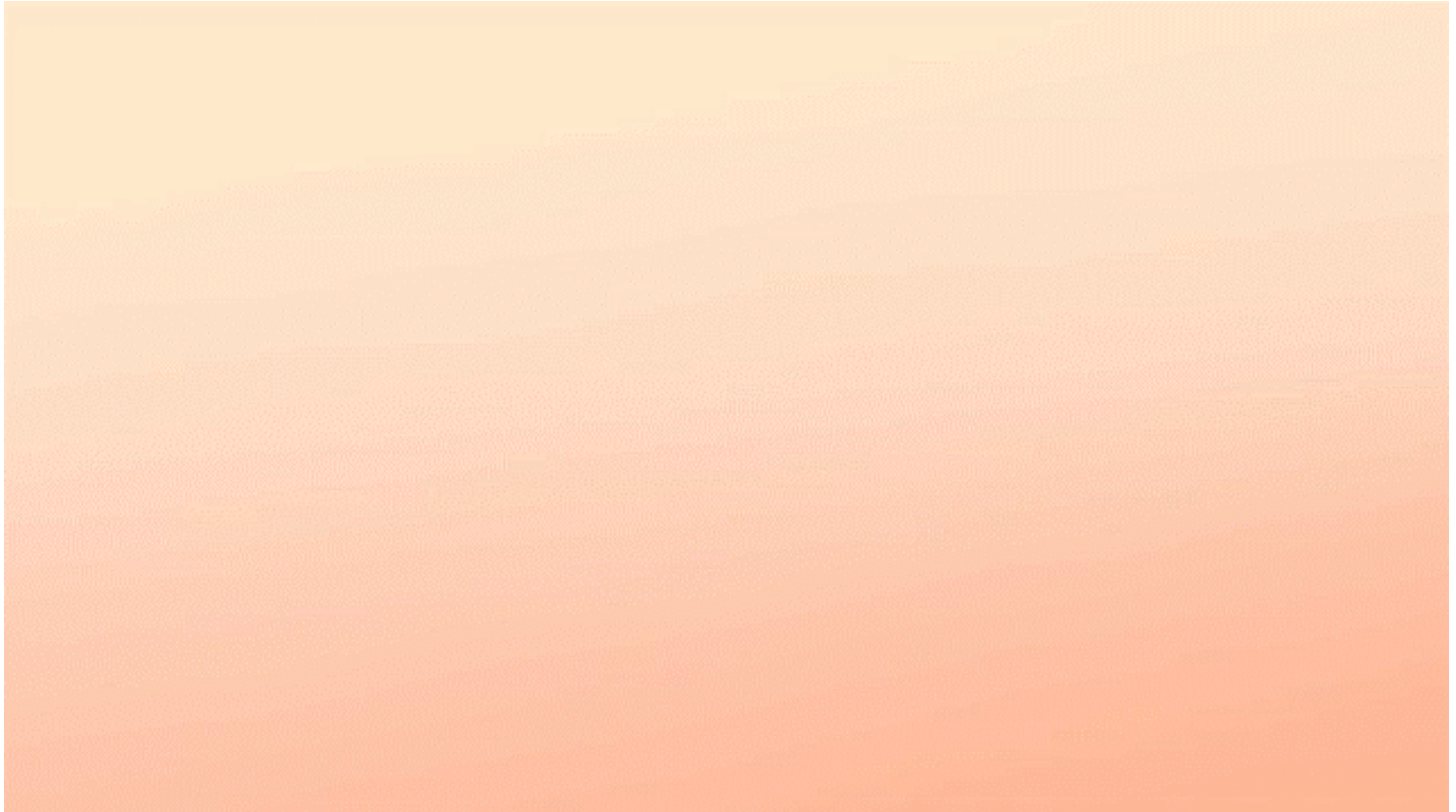


中央廚房

- 可以為連鎖的餐廳門市處理大部分產品的準備工作，這足以將原本各個門市都要做的準備工作項目，只需要一個單位即可以處理完畢，直接刪去許多重覆性的工作，對於業者來說，無論是從顧客體驗還是收入利潤的角度來看，都將是利多的表現。



連鎖餐廳預製菜



中央廚房

- 同時，**可以為不同的餐廳分店提供儲存、準備食物的空間和設備**，越來越多餐廳採用中央廚房，因為它們為分店提供了方便的位置、可以批量準備食材，例如製作醬汁或湯。
- 此外，它們對於小型餐廳也很方便，因為中央廚房提供了擁有現代化高科技廚房的所有好處，而無需特別設計與規劃自己的廚房，造成過多的空間浪費。

中央廚房

- 可以降低單位成本，大量購買原料和設備可以降低整體單位成本。這就是從規模經濟中受益的對方，隨著業務成長，設施越大，可以節省的費用就越多。透過集中流程，您還可以最大限度地減少浪費和損壞，因為庫存更易於管理。另一個方面是節省房租，縮小廚房改為提供客人更多空間以及擺放更多的桌椅位置，以增加來店用餐人數，還可以節省在每間餐廳門市的教育訓練和勞動力成本。
- 餐廳品牌若過度壓價，易造成加工廠為了搶單而降低原物料成本，造成成品品質不如預期

中央廚房

- 對於中央廚房餐廳來說，口味和品質的一致性對於打造您的品牌也起著重要作用。
- 客戶開始將您的業務與您獨特的標誌性口味或成分連結起來。
- 這有助於品牌塑造，使您的餐廳在顧客眼中更具辨識度和真實性。
- 無論是特製醬汁還是自製甜點，中央廚房都可以讓您創造出讓您的餐廳與眾不同的烹飪特色，令顧客無論前往任何門市都擁有相同的用餐體驗。

中央廚房

- 中央廚房的營運，要像是運轉良好的機器一樣不會出錯，按時拿到食材、高效生產產品，並保持高標準的質量和清潔度等都是至關重要的，也必須將所有的餐廳位置納入考量，利用簡單有效率的方式迅速拿到產品，不至於產生缺貨的危機。

中央廚房

- 另外，為了讓中央廚房的運作順暢，這些連鎖的餐飲業者都會購買一套餐廳的POS系統(Point of Sale)，有效處理諸如庫存、進貨、銷貨、存貨和發票管理等店務，將每家餐廳的運作與中央廚房進行連結，產生更多優勢。
- POS系統，代表的是消費者在店面購物時，一套輔助店家、老闆完成交易結帳、庫存進銷存管理的系統工具。
- POS系統能為店家做到的不僅只有收銀，還具有整理商品庫存、會員管理、發票稅務等功能，是開店時輔助老闆處理店務的好幫手。

由中央廚房供應預製菜的 流程及質量控制要求

由中央廚房供應預製菜的流程

- 中央廚房供應預製菜運作模式是現代一種標準化、規範化、數位化、工業化、科學高效的現代餐飲經營生產運作模式，適用於大型酒樓、火鍋、賓館、酒店等連鎖經營，可以說是當代餐飲先進的模式，也是目前餐飲經營走數位化、工業化生產的運作方式。

採購環節運作流程及控制

- 將海鮮、凍貨、肉食、蔬菜、糧油、調料等各種物料建立的統一採購標準，標準配備圖片標準和文字介紹，包括產品名稱、品牌、產地、規格、季節、質量闡述等標準，然後統一集中採購，大量的物料可以直接從生產廠家或一級代理商進行採購，然後再分送公司各店使用，建立物料採購配送體系，將採購成本環節控制到最低。

驗收環節運作流程及控制

- 根據將海鮮、凍貨、肉食、蔬菜、糧油、調料等各種物料建立的統一採購標準，標準配備圖片標準和文字介紹，包括產品名稱、品牌、產地、規格、季節、質量闡述等標準，**設計統一標準驗收流程和標準，將驗收帳單也分類做詳細帳單，以便於後期的數字查詢和分析**，做好驗收成本的控制後，驗收完的各種毛料原材料隨著帳單分送各加工流水線負責加工。

加工環節運作及控制

- 將海鮮、凍貨、肉食、蔬菜、糧油、調料等各種物料的加工質量標準統一化，每個原材料的半成品加工**統一加工流程，必須按照要求進行加工，任何個人都不得擅自改變**。
- 所有原材料的加工標準損耗率、淨料率、邊角料利用率等統一量化和數據化，以便在加工運作過程檢查是否具有浪費或掌握不當造成損失問題，包括由於原材料的質地問題損耗率的誤差是多少等數字，等加工完以後各種原材料都將通過稱量來建立有效數字，以便對加工過程中數量的控制和後期出品的數量監督。

運輸環節運作及成本控制

- 將海鮮、凍貨、肉食、蔬菜、糧油、調料、醬料等各種物料的半成品和成品統一按照每個物料的標準化包裝和運輸，防止中途運輸過程當中倒撒或異物的融入，確保運輸過程的質量和數量保障，同時建立好各店領取各種半成品或成品原材料的數量登記手續和驗收手續。

半成品驗收運作及控制

- 將海鮮、凍貨、肉食、蔬菜、糧油、調料、醬料等各種物料的半成品和成品運輸到各店必須設立專人負責驗收和抽查監督體系，運輸到各店的原材料和相應的帳單必須相複合，防止運輸途中的不良行為發生。
- 將每到菜品所使用的半成品或成品原材料必須量化，以便做最後出品的數字抽查監督，防止廚房收藏、烹調、偷吃等不良行為而所造成的成本損失。

能源的使用及控制

- 不同生產線水、電、氣等能源分開安裝表，並責任到相關負責人，制定相應的獎懲激勵機制，控制各流水線的能源使用費用。做到準時開關使用。
- 各分店每天晚上的下單只需向加工中心申報半成品數量即可，其餘的毛料數量申報有加工中心各生產線負責開單集中報采供部。

人員的運作及控制

- 研究開發人員和加工人員根據上午生意時間相對較差的現狀，人員可以採用少量專職人員，大量採用各店上午多餘的技術人員進行加工生產，這樣將大量降低了人力資源成本，更好利用這部分人員的時間來進行加工製作半成品和調味品醬料等。

產品製作標準化

- 對產品製作標準加以規格化，包括加工規格、配份規格、烹調規格。
- 加工規格主要對原料的加工規定用量要求，成形規格、品質標準；
- 配份規格是對具體菜肴配製規定用量品種和數量；烹調規格是對加熱成菜規定調味汁比例、盛器規格和裝盤形式。
- 以上每一種規格將製成文字表格張貼于工作處隨時對照執行，使每個參與制作的員工都明瞭自己的工作標準。
- 生產流程實行程式控制，每一道流程生產者，對上一道流程的食品品質，實行嚴格的檢查控制，不合標準的要及時提出，說明前期程式糾正，使整個產品在生產的每個過程都受到監控。

生產分工

- 廚房的生產分工，實行責任控制法。每個崗位都擔任著一個方面的工作，崗位責任要體現生產責任。首先每個員工必須對自己的生產品質負責。
- 其次，各部門負責人必須對本部門的生產品質實行檢查控制，並對本部門的生產問題承擔責任，把好菜品質量關，對菜肴產品的品質和整個廚房出品穩定負責。

嚴格把關

- 加工原料堅持先進、先出的原則。原料的領用、備貨、漲發必須認真細緻，分檔取料要合理化使物盡所用。冰箱儀器擺放整齊、生熟分開，每天進行整理，防止食品變質，發現變質食品不准加工出售，應上報主管處理。
- 嚴格把好食品衛生關，從進貨、領料、烹調製作都嚴格檢查，防止食物污染。嚴格按操作程式工作，對刀具、案板等用具按規定消毒。

適應各種不同層次客人需求的新產品

- 廚房與其它部門（行銷部、採購部、廣告部），緊密聯繫，隨時瞭解市場訊息的需求，對產品進行改進和開發。
- A 對菜品的營養、品質、原料、器皿的要求進行瞭解。
- B 對菜品價位、促銷手段、銷售量、廣告宣傳進行瞭解。
- C 對市場容量，顧客需求，消費心理趨向，對產品品質反映進行瞭解。
- D 成立產品開拓小組，由廚房牽頭，有採購、行銷部門參與。根據市場訊息，不斷研製開發新產品。
- 預製菜企業行銷策略, 可以推出定期更換功能表的訂閱服務, 滿足消費者對多樣化和新鮮感的需求.

食品衛生標準化

- 食品衛生嚴格按照《食品衛生法》的要求執行，杜絕中毒事故發生，對人們的身體健康負責。
- 嚴格堅持“四隔離”制度，即生與熟，成品與半成品，食品與雜物，藥物，零售食品應使用食品夾，**嚴防中毒事件發生**。

員工衛生標準化

- 廚房生產經營的一線員工和服務員須進行在職前的身體檢查，患有傳染疾病者，須經治療後持醫院或衛生部門的健康證方能重新報到上班。
- 製作員必須穿戴好工作服（帽）上班，上崗操作過程中，不穿拖鞋、過高的高跟鞋，不穿短褲或超短裙，不穿背心或袒胸露背的衣服，不抽煙、嚼檳榔，吃瓜子等食品，長髮蓄起。

中央廚房的企業形象

5

17

1
