2022年5月20日 星期五
E-mail:tougao_cfs365@126.com
首都食品安全

小份菜渐成餐馆“必选项”

本报讯 吉蕾蕾 同一款菜，不同分量，两个菜单，两种价格。在同和居，小份菜已经从之前菜单中的一个“选项”变成了一份单独的“菜单”。

同和居是较早推出小份菜的北京餐饮老字号。“从去年开始，我们发现两三人聚餐的散桌明显增加。这一用餐场景与宴请、聚餐不同，消费者既希望品尝到更多菜式，也希望价格更实惠。”同和居月坛店餐饮部副经理郭素红介绍，去年底，同和居拆解出大份菜、小份菜两套菜单，分量、价格不同，分别供给包间和散桌客人。

成为新品“试金石”

小份菜还常常扮演新品“试金石”的角色。以前，同和居的小份菜一般是由大份菜改造而来。“现在，每季度正式推出新品菜式之前，我们会先使用小份菜进行‘试水’，根据顾客的评价和反应，再决定这道菜式是否可以推出大份菜。”郭素红说，目前店里超过70%的菜品均可提供小份菜。

以马凯餐厅为例，餐厅在推出堂食小份菜后，在外卖档口也卖起了小份面点。“堂食的糖饼售价为28元，主要作为主食、饭后甜品。而外卖档口的糖饼分量是堂食的五分之四，仅售15元，满足了消费者外带需求。”马凯餐厅门店副经理陶然说。

推动门店销量提升

在郭素红看来，小份菜已经成为门店提升销量的重要途径。“与堂食不同，外卖顾客主要以年轻人居多，消费场景基本以一人食为主，所以我们将所有的外卖菜品都更换成了小份菜。”郭素红介绍，目前，同和居在美团平台上销售的单人套餐日均销量超200份。

美团数据显示，截至4月上旬，消费者主动搜索“小份菜、半份菜、单人套餐”等关键词高达142万次。与去年同期相比，今年第一季度销售小份菜的商家同比增长110%，相关菜品销量增速达128%。

促进餐饮业高质量发展

峨嵋酒家总经理张玉明说，峨嵋酒家经历了菜品由小份走向大份，再回归到高质量小份的过程。现在的小份菜，既能为消费者提供更优质、更贴心的消费供给，也能让餐饮业增收增利，还能为节约粮食贡献一份力量。

北京市餐饮行业协会会长贾飞跃认为，小份菜降低了消费者的选择成本，让消费者合理选择菜品、把握分量、减少浪费。商家由此可以优化菜品质量，增加经营收入，扩大餐饮规模。同时，小份菜所蕴含的绿色消费观念能够更好地渗透到餐饮产业各环节，促进餐饮产业高质量发展。

随着去年4月29日《中华人民共和国反食品浪费法》出台，以及各项制止餐饮浪费工作的推进，“舌尖上的浪费”现象大有改观。“厉行节约、反对浪费”的小份菜消费理念渐入人心，已成为餐饮行业高质量发展的“必选项”。

中国饭店协会会长陈新华表示，在《中华人民共和国反食品浪费法》施行一周年之际，中国饭店协会将再度联合美团向会员企业发起“反对食品浪费，提供小份菜”倡议，号召餐饮行业积极提供小份菜，提升小份菜品质。

上线“麦麦夜市”

麦当劳将加码发力夜间经济

本报讯 李佳 近日，麦当劳中国全新平台“麦麦夜市”正式上线，目标朝着新消费模式加码发力“夜经济”。首发新品“麦麦夜小堡”和“出神卤化鸡架”，与此前推出的热门单品“青花椒风味半鸡”一起，组成了“麦麦夜市”专属菜单。

从本地消费者饮食及生活方式出发，麦当劳持续为中国消费者带来热而新鲜的美味，也致力于以“国民品牌”的形象成为本地社区的一分子。

夜市是麦当劳中国继正餐、早餐后推出的全新菜单时段。从即日起，每天17点麦当劳中国餐厅及线上点餐渠道都将准时开启“夜间模式”主题界面，餐厅、外送及线上点餐渠道将切换为“夜间模式”，呈现专属的用餐体验。“夜晚是中国消费者轻松欢聚，分享美味的美好时刻。我们希望通过中西融合、形态多样的创意美食，满足消费者慰藉味蕾和社交分享的需求。”麦当劳中国首席市场官须聪表示，“新常态下，麦当劳积极响应政府促进消费的号召，加码发力‘夜经济’，打造全新平台扩展用餐时段与场景，以新的消费模式助力消费复苏。”

据悉，麦当劳中国将在“麦麦夜市”平台上不断带来限定惊喜。此次首发推出的“麦麦夜小堡”，由风味迥异的“哇藕带劲堡”和“菜菜真香堡”组合而成。“出神卤化鸡架”则颇具荆楚特色，外脆里嫩，有骨有肉，使用十余种香料精心炒制，卤香入味，是夜市小食的上佳之选。

为了让消费者更放心，北京麦当劳超过400家餐厅实施“无接触配送”和“无接触取餐”。同时，北京40余家“得来速”餐厅让驾驶者不用下车，即可完成点餐、支付和取餐。

广告

欢迎订阅《首都食品安全周刊》

内容方向不变
信息含量不变
发行渠道不变
关注首都食安
拥抱健康生活

扫码关注《首都食品安全周刊》微信公众号

全年订价：144.00元
季度订价：36 元

■联合主办 北京市食品药品安全委员会办公室 北京市市场监督管理局 ■支持单位 国家食物与营养咨询委员会 北京市食品安全企业联盟委员会 北京市消费者协会 北京烹饪协会 北京农业产业化龙头企业协会

责编：黄中丽 版式：武凯强