

烤串师傅“转正”为烧烤料理师

“我感觉非常激动,没想到有一天做烧烤也可以成为被国家认可的正式职业。”后厨烤炉上的肉串滋滋冒油,从业10年的烧烤师傅陆仁军一边说着,一边快速翻转着手上的铁签,在青烟腾起时精准撒料。刚抖落的辣椒面撞上热油,染出红艳的色泽,飘出喷香的气味。

不久前,人力资源和社会保障部正式发布第七批新职业目录,新增42个新工种。其中,“中式烹调师”职业下增设“烧烤料理师”工种——我们平时常见的烧烤师傅们,迎来了职业“转正”,也推动烧烤行业告别“路边摊”印象,向现代餐饮转型。

烧烤料理师是专注于烧烤烹饪技术的职业人员,他们不仅需要掌握火候控制、食材处理等核心技能,还需具备创新菜式研发和食品安全管理能力。新工种带来了什么新变化?为何要设立这一新工种?

迈进“国家认证”时代

微风习习的夜晚,烧烤店化身城市夏日的活力中心。7月以来,美团上“烧烤团购”“自助烧烤团购”等关键词搜索量同比增长超76%。正是在这片蓬勃发展的千亿级市场沃土上,一线从业者们也迎来了职业身份的“正名”。

“以前总有人说‘不就是烤串的嘛’,现在感觉自己也‘有名分’了。”烧烤师傅陈洪达回忆起刚得知设立烧烤料理师新工种的情景:那晚打烊后,后厨员工聚在一起畅聊许久,大家充满了对自己职业的认同感与获得感。“我的同事老李还说,这回能跟儿子讲,爸爸的职业已入列国家新工种了。和亲朋好友介绍自己的职业时,腰杆也能挺得直直的!”陈洪达说。

职业目录的扩容也为管理者带来了新的体验。福苗小骆驼烧烤店的负责人程维青坦言,以往在招聘平台上,打荷、炒锅等岗位都有现成的选项,但烧烤师傅却常常需要自行编辑添加。现在该岗位成为新工种,给招聘工作也带来不少便利。

行业未来的潜力和规范化发展也值得期待。带你去趟佳木斯烧烤连锁品牌负责人宫屹豪表示,他在20余年的从业经验中观察到,过去业内通常认为烧烤只是路边摊的“小打小闹”,上不了台面。此外,多数烧烤师傅的成长路径,往往是辗转于多家门店间跟着老师傅边学习边琢磨,待自认技艺纯熟后便自立门户。如此不仅容易走弯路,更导致技法各异,标准难统一。

“纳入新工种以后,想学这门手艺的新人可以有规范的准入途径和学习机制,不必再像过去那样自己摸索了。”宫屹豪说。

“做烧烤是个技术活”

在烟火气的背后,自有其专业技术,烧烤远非表面那般简单。

“以前大家都觉得烧烤非常简单,谁都能干,但这其实是个技术工种。”从业10余年的庄女士表示,传统认知中烧烤的入门门槛低,支个烤炉就能开摊。由于烧烤契合了当下的消费需求,近几年全国烧烤门店数量翻了一倍,但她认为,要想做得好并非易事。

“做烧烤绝对是个技术活!”从业24年的老师傅陈洪达强调,烧烤不是随便烤烤就行,光是食材处理就大有讲究:羊肉采购后要排酸,否则烤出来发柴;鸡翅改刀太深易烤烂,太浅不入味;烤腰子要想外焦里嫩,时间差一点都不行。调味时,不能光靠猛撒料,得让味道层次分明;口味调制还需因时而变:夏天放柠檬汁清爽解腻,冬季则需加重孜然、辣椒。甚至炭火码放的位置、撒料的时机、翻转的手法等不一样,烤出来的口感也不一样……

“作为传统劳动密集型行业,餐饮业做大做强基础是技能人才投入。”首都经济贸易大学劳动经济系副主任徐凤辉表示,在职业培训过程中,烧烤料理师熟练掌握营养搭配、现代设备操作等标准化知识,成为技术型专业人才,既取代传统经验主义,也增强个人市场竞争力,使烧烤核心工艺标准化、

人才专业化,有利于区域品牌突破经验依赖实现跨区域经营,并做到品质统一,为连锁经营奠定基础。

有望催生新赛道

“烧烤料理师这一新工种的设立,体现了《中华人民共和国职业分类大典》职业分类理念逐渐向专业化、精细化方向发展的趋势。”中国人事科学研究院研究员范巍表示,设立新工种的目标在于规范从业者职业操守、工作任务,明确从业者技能要求、知识要求,提升从业者专业化水平,强化职业培训与人才供给,进一步促进烧烤行业稳中向好发展。

对烧烤料理师个人而言,徐凤辉认为,通过国家职业认证,有利于改变其“低门槛职业”的传统印象,赋予烧烤从业者专业化身份,提升职业尊严、社会认同感。

下一步,人社部门还将开发制定相应的国家职业标准,为企业、培训机构等开展职业教育培训和人才评价提供指导。

对此,范巍表示,尽管烧烤种类繁多、地域特色鲜明,但烧烤料理师均应掌握食材选取、食品卫生、安全生产、饮食文化等基本技能。

徐凤辉提出,面对中国饮食文化因地域差异形成的多样性餐饮风格,如新疆馕坑烤肉、宁夏盐池滩羊、延边肉串等,可根据不同地域特色进行专项的细分标准。同时,通过开发低盐腌料、烟熏风味强度等方面,对传统工艺进行改良并对既有服务增值,形成丰富多样的风味维度和场景服务维度评价标准。

日前,岳阳烧烤研究院正式揭牌,这也是全国首个烧烤学院,计划推出多样化的培训课程,为职业评定做准备。此外,岳阳烧烤研究院还将制定当地行业标准和人才评定标准,编制产业发展规划,助力产业提质升级。

徐凤辉分析称,通过学院式的人才培养模式,既能解决连锁扩张的人才缺口,又能催生出健康烧烤、花样串烤等新赛道。在烧烤料理师的职业培训过程中,通过熟练掌握营养搭配、现代设备操作等标准化知识,成为技术型专业人才,既可取代传统经验主义,也能增强个人市场竞争力。同时,

通过加速
标准化和食

品安全、助力人才需求和产业转型,提升服务品质与出品稳定性,也有助于推动烧烤从“路边摊经济”向标准化、品牌化的现代餐饮转型。

(姜雨晴)

老字号正以创新 拥抱年轻消费者

本报讯 孙杰 武亦彬 大红门、月盛斋,都是京城百姓耳熟能详的老字号,如今正积极发力休闲、健康、烧烤等新消费场景。近日,笔者到首农食品集团旗下二商肉食集团探访时看到,70年历史的大红门和250年历史的月盛斋,正以创新拥抱年轻消费者,展现新潮一面。掘金新消费场景,也让老字号寻找到新的增长点。

通州区潞城镇武兴路附近,北京二商大红门肉食基地,每天货车进进出出,一派繁忙——这里是北京市民的“肉案子”,眼下每天生猪屠宰量超1000头。二商肉食集团副总经理卢念松表示,大红门在北京市场的占有率超40%。在消费者传统印象里,老字号主要还是卖鲜肉,但现在老字号正在持续推出不一样的新产品。

年轻人居家做饭怕麻烦,老字号就研发生产精加工生鲜肉类和预制菜,满足他们的便捷消费需求。现在,红门妙膳猪肚鸡、红烧肉、梅菜扣肉、牛羊杂汤、小酥肉、红焖羊蝎子等即烹即熟的预制菜,已有近百道,已陆陆续续走向市场。

“围绕肉食做文章,让产品既健康、营养,也要好吃、好看、好用。”他说,面对烧烤食材市场的爆发式增长,今年推出40余款新品。比如,老字号发挥工艺优势,将猪肋排通过分子料理技术预处理,烤制时间就可缩短30%,让消费者能轻松吃到放心的美味。

再比如,针对减肥、健身等特定需求人群,老字号推出低卡、高蛋白的营养补充食品,大红门酱卤牛肉、脱脂猪头肉、豆皮鸡肉卷等,也获得良好反响。

老字号在“老本行”基础上创新出来的休闲食品,颇受消费者欢迎,增长势头迅猛。卢念松透露,目前大红门有5家制品生产基地,老字号的目标是把大红门在全国的12家屠宰企业都配套上制品生产。“以前只有生的,没有熟的,现在要把熟食车间都建起来。”他表示,这将是老字号未来发力的方向。

在丰台区大红门街道南顶路附近,老字号月盛斋上演着类似的“追新”探索。

爆肚、炸松肉、芝麻羊肉,加点麻酱、辣椒、香菜,装到便于携带的纸杯里,如同人们常吃的关东煮。“老味儿新做法,酱卤新吃法。”月盛斋酱烧牛羊肉制作第七代技艺传承人马强说,味道还是老味道,但这样一来,老字号更便捷也更潮。

传统的月盛斋卤货主要用在家庭餐桌场景,老百姓拿回家切成片,当一道凉菜蘸点汁儿吃。而现在,老字号还要满足年轻人边逛边吃的旅游打卡场景。

马强举例,炸松肉就是把一道清真名菜,变成现炸现卖的休闲小食品,“一个碗里边儿装四五五个,15块钱尝一尝。也不贵。”目前,月盛斋在像前门、牛街、安定门等旅游景区附近6家门店已经在卖。

此外,老字号还推出低脂即食牛肉、牛肉干等休闲食品。即食用肉采用真空慢煮技术,蛋白质保留率达95%,这一特点让它成为健身人群的新宠。而针对今年火锅季,老字号开始上线3款火锅拼盘,包括嫩牛肉、麻辣牛肉、火锅牛排和雪花肉片等。消费者在家里涮锅一次就能吃到不同口味儿、不同部位、不同口感的牛肉。