



从单纯的味觉体验升级为“味觉+视觉+心理”体验，突出就餐仪式感

当面  
烹饪

# 冰城餐企 试水“堂做菜”

□本报记者 霍亮

点火器的火苗移近，半米高的火焰从铁锅里蹿出，悬在铁锅上方的食材被火焰吞没，“滋滋”作响的熟化过程中没有明显的炊烟……这是一道菜的烹制现场，地点不是在后厨，而在食客的餐桌旁边。

随着外卖和预制菜的逐步兴起，餐饮业传统的到店消费模式受到了不同程度的冲击。近年来，哈埠一些中高端餐厅开启了强化现场体验感的差异化服务探索，尤其一些只提供到店服务的餐厅，开始通过推出“堂做菜”，为顾客到店消费引流。

## 中高端餐厅 在“鲜”字上下功夫

“旁边现场制作的那个菜叫啥名？给我们也来一个。”近日，在群力大道附近一家餐厅，市民李先生和几位好友刚进店，就被大堂里现场烹饪菜品的场景吸引。

这道菜叫翅汤过桥东星斑。与一般菜品最大的不同，是把原本在后厨烹制过程，尽可能地移至前厅顾客餐桌旁完成。这就是哈市一些中高端餐厅推出的“堂做菜”。

这道菜烹饪的完整过程是：一台精致的餐车被推到餐桌旁，餐厨人员将鲜嫩的东星斑鱼片放进调制好的鸡汤中浸润，然后放入调制好的鱼翅汁里过一下……在操作人员烹饪菜肴过程中，旁边的一位专职讲解员向食客绘声绘色地讲述菜品的文化起源和烹饪特点，“现在这个过程就是我们常说的过桥，过桥是云贵等地独有的一种烹饪方式，其特点是保留食材鲜味的同时让鸡汤、翅汤中的鲜香充分融入斑鱼肉片中……”

“节假日一天最多能卖20多单，平均下来每天至少有十几单。”码头婆婆餐厅负责“堂做菜”业务的经理金曼告诉记者，过桥东星斑是一道广东名菜，前段时间餐厅将这道菜以“堂做菜”的形式呈现出来后，反响很好。“对食客而言，首先是能够看到食材的新鲜度和品质。同时，餐厅专业人士现场加工制作，放了哪些佐料、用没用食品添加剂等都逃不过食客的眼睛。”金曼说，“堂做菜”是将菜品从食材

到制作过程现场展示给食客的餐饮堂食模式，它的特点是点外卖或购买预制菜所不具备的。业内人士告诉记者，很多中高端餐厅一些食材是定期空运过来的，菜品需要客人提前预定、餐厅提前预备食材，这是保障食材品质的重要手段。记者采访中发现，推出“堂做菜”的中高端餐厅，很多只提供到店服务模式而没有外卖。实际上，随着餐饮市场竞争的加剧，哈埠一些中高端餐厅为了追寻差异化竞争，在“鲜”字上下功夫，在原始食材上、鲜味上巩固竞争“护城河”。

## “升级”烹饪过程的 现场感与满足感

驱动“堂做菜”兴起的另一个原因是，中高端餐饮消费正在从单纯的味觉享受向视觉享受、仪式感等层面升级。这也是中高端餐饮到店消费区别于外卖和中低端餐饮，走差异化路线最典型的表现形式。

在哈市融江路上一家餐厅的包房里，戴着手套的厨师将可移动的方桌推到顾客的餐桌旁。桌上有一口小锅，锅里装满海盐和玫瑰盐，锅上面的金属架上吊着一个巴掌大的鲍鱼。厨师用点火器在盐锅里一点，火焰立刻从盐锅里升腾，直奔上面吊起的鲍鱼，随着厨师将一小杯白兰地倒入盐锅中，伴着酒香的火焰将鲍鱼团团围住……整个过程极具视觉冲击力。这道名叫吊烧黑金鲍的“堂做菜”，诠释了“堂做菜”的视觉消费属性。

“以前老百姓下馆子主要图的是家里做不出来的那个味道，现在就餐不仅要吃好，也希望有更好的视觉享受和体验。”

厚海壹号负责“堂做菜”业务的经理张雨告诉记者，“堂做

菜”的一个重要特征是有良好的视觉体验感和仪式感，就餐的同时也可领略菜品背后的文化内涵。

在道里区一家中高端餐厅，一道名为“风生水起捞脆皖鱼”的“堂做菜”淋漓尽致地诠释了仪式感。这道广东名菜把切成片的脆皖鱼与各种蔬菜拌在一起，再淋上调制好的料汁。“一捞黄金万两，二捞恭喜发财，三捞阖家欢乐……”在这道菜品制作的过程中，会有专职人员将一整套结合菜品制作流程的祝福歌谣诵读给顾客，顿时将仪式感拉满。

张雨说，很多“堂做菜”都会融入类似提升仪式感和氛围感的环节。训练有素的服务人员通过描述、朗诵等方式表达含义，所有环节均针对商务宴请和家庭团聚现场等特点进行研发设计，提升顾客享受尊贵服务的体验感。

随着配送效率、打包品质的不断提升，单纯从味觉层面上，餐饮外卖与堂食的区别越来越小，前者的方便快捷更是餐饮到店消费所不具备的。在这样的背景下，哈埠中高端餐饮机构通过“堂做菜”模式，将餐饮到店消费从单纯的味觉体验升级为“味觉+视觉+心理”体验的维度，也是实现到店消费与外卖差异化竞争的有效手段。

## 大众餐厅 也植入“堂做菜”元素

金曼告诉记者，目前在哈埠餐饮市场，“堂做菜”消费客流以商务宴请为主，推出“堂做菜”的主要是一些中高端餐厅及高星级酒店。平均一道“堂做菜”至少需要三到四名工作人员协作完成，中高端餐饮机构客单价相对较高、客流量相对不大，有充足的人力资源和能力提供精细化的服务模式。“堂做菜”的形式更容易在这里开花结果。

另一方面，中低端餐饮机构由于客流量相对较大，为了满足市场需求和实现标准化和品控，很多菜品都是在中央厨房制作加工，所以“堂做菜”模式不容易普及。即便如此，为了实现与外卖的差异化竞争，一些大众餐厅也不同程度地植入“堂做菜”模式，增加顾客到店就餐体验感。

在松北区龙江第一村一家主打江鱼宴的餐厅点菜大堂，浓稠的汤汁在直径近1米的大铁锅中翻滚，锅里有一条近20斤的大鱼。工作人员手持大号铲子不时在锅里搅拌。猛火、大锅加上上升腾的热气构成的氛围，让这道炖江鱼成了点餐大堂里的一道风景线。在这家餐厅，除了顾客止步的后厨，还有一



现场烹饪，更能激发食欲。

个类似柜台的长廊，一些特色菜品并不是在后厨制作，而是在这个长廊里由厨师现场制作。顾客可以一边欣赏菜品制作流程，一边点选自己想吃的菜品。这实质上也是另一种形式的“堂做菜”模式。

无独有偶，在哈市会展商圈一家适合大众消费的连锁火锅门店，点抻面的顾客可以在餐桌旁欣赏到抻面师傅现场制作抻面的绝活儿。白色的面带上翻飞，时而被拉长，时而又缩成面团，犹如艺术体操彩带表演。

## 迎战预制菜 展示菜品深厚底蕴

如今，更多的大众餐饮机构虽然没有推出标准意义上的“堂做菜”，却通过优化点餐模式或透视的明档厨房，向顾客展示制作菜品的制作工艺。除了晒品质和食材外，还有更深的用意。

“以前是看菜单点菜，现在是看大锅点菜。”福成厚餐饮管理有限公司运营销售总监郭静思介绍，为了突出饭店主打的鱼鲜特色，他们选择将一些具有东北渔猎文化特色、制作过程观赏性高且产生油烟量有限的菜品，从后厨转到点菜大堂制作。顾客现场点菜，菜品销售量由此提高不少。她表示，未来大众餐饮机构提升到店消费体验，通过上述模式展示自身餐饮历史文化底蕴和品牌价值，是餐饮门店竞争的一个新趋势。

在学府凯德广场，一家主打东北春饼特色的老字号餐厅入口处，一面巨大的透明玻璃窗正对着商场廊道，透过这面玻璃窗，路过的人可以清晰地看到东北春饼的

制作流程。在哈西万达广场，一家主打酸菜鱼的餐厅，同样采取了这种晒厨房、晒工艺的模式。其实，类似这样的名厨亮灶在哈市各大商圈餐饮门店中已经非常普遍。

“现在，我们在哈尔滨、长春、珠海、苏州等全国70家连锁店的面案全部实现了明档操作。”老昌春饼负责人薛毅说，主要是想展示春饼这一具有东北特色老字号的餐饮文化。透过这个玻璃窗口，不仅能看到春饼的制作流程和工艺，更能向全国人民展示咱东北特色的饮食文化，也更能激发路人群众的消费欲望。

实际上，近两年来自预制菜的竞争，也是驱动餐企变革到店业务模式的重要因素。以前在饭店常吃的那些名菜基本上都能在超市或者线上买到预制菜，这对大众餐厅门店经营的冲击尤为明显。在此背景下，大众餐饮机构在强化味觉优势的同时，也开始通过引入“堂做菜”元素强化体验感、展示自身餐饮品牌的历史文化和底蕴，这是预制菜难以赋予的。



厨师现场制作的精品菜肴。



明厨亮灶，餐饮制作越发“透明化”。