

舌尖上防疫能否推动“餐桌革命”？

——餐饮企业试行“分餐制”调查

餐饮企业陆续恢复堂食，如何避免消费者就餐过程中发生交叉感染成为防控重点。近日，全国多地发出健康饮食倡议，号召餐饮企业推广分餐制，采用公筷公勺制或双筷制。那么，餐饮企业是否已经实行分餐措施？怎样科学引导公众改变饮食习惯，最大限度地保障消费者卫生安全？记者对此展开了调查。



在四川省彭州市一家菜馆，食客使用公筷为朋友夹菜。

1 “分餐模式”开启饮食新风

位于北京前门的全聚德餐厅，中午陆续有顾客光临。戴着口罩的服务员站在门口，逐个给进店的顾客测量体温。4位就餐者被安排在一个8人桌，保持一定间距坐了下来。

服务员一边上菜一边提醒大家用公筷。“复工后第一次与同事出来用餐，用公筷以前是我的可选项，疫情期间成为必选项，可以放心享用美食，避免疾病交叉传播。”张女士是附近的“上班族”，她希望公筷公勺可以在更多餐厅推广。

在疫情防控的特殊时期，北京正在开启一场“舌尖上的文明”。无论是高档饭店还是快餐小店，严格的用餐要求必不可少：测量体温、严控用餐人

数、及时消毒、分餐制……

近日，全国多地发出分餐制、公筷公勺制或双筷制的倡议，号召餐饮行业配备公筷公勺。记者走访北京多家餐厅发现，分餐制与公筷公勺的倡议已在不少餐馆落地。

主打中高端商务宴请的餐饮企业，纷纷推出“分餐位上”就餐方式，配备分餐器皿。北京宴公司总经理彭华强说：“餐厅复工后，我们将围桌椅子间距由之前的0.6米加大到1.2米以上，按照分餐要求调整菜单、搭配菜品。所有菜品由厨师在厨房或服务人员在分餐台进行分餐，用餐过程各吃各的而不交叉，目前我们已达到100%分餐。”

在以大众消费为主的全聚德餐厅，无论是散座还是包间，多年来坚持为每道菜品配备独立的公筷公勺，部分菜品提供分餐服务。以招牌菜品烤鸭为例，蘸料分为每人一碟，每碟片好的鸭肉旁放置公筷。

相较于中高端餐厅，快餐店更容易实现单人分餐。在庆丰包子铺、味千拉面、永和大王等快餐门店，张贴着醒目的标语，要求消费者保持合理间距。这些快餐店还撤掉了部分桌椅，拉大就餐距离，推出排队1米线、点餐小程序、无接触取餐等防控措施。

中国疾病预防控制中心营养与健康所所长丁钢强说，疫情给公众上了一堂非常深刻的公共卫生课，要求公众更加注意与公共卫生有关的个人行为。

2 新式“健康分餐”能否打破传统

一边是高度发达的饮食文化下扎堆聚餐的传统习惯，一边是健康分餐、减少细菌病毒交叉感染，餐饮业与消费者共同面临的这场变革，是否是开启健康餐饮的新契机？

专家认为，分餐和公筷是相对卫生的就餐方式。首先，分餐制可以预防甲肝、幽门螺旋杆菌等致病微生物的传播。第二，有助于均衡营养，合理搭配把握每餐的营养标准和分量。目前分餐制主要有三种形式：一种是厨师分餐，由服务员送给每位就餐者进食；第二

种是服务员分餐，将菜点成品分配给每位就餐者；第三种是就餐者自行使用公筷公勺分取菜点成品，再用各自餐具进食。

然而，在部分人看来，目前大范围推行分餐制并不容易。据新华网对近2万名网友的问卷调查显示，4成网友赞成分餐制推广，而3成网友则表示反对。“老一辈传下来的吃饭方式，突然改变接受不了”“合餐气氛更好，可以增进感情”“整鸡整鱼的做菜方式不方便分餐处理”是多数网友认为分餐制难以实现的主要原因。

3 文明饮食需多方合力

在中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授范志红等业内专家看来，分餐制不仅有利于卫生健康，也是一种新风尚。此次疫情凝聚了培育健康饮食习惯的社会共识，或将增加分餐制的市场比例。

随着倡导分餐制、公筷公勺制的呼声越来越高，近日北京提出就餐人员不得面对面就餐、餐桌间隔要在1米以上；公筷公勺应在外观体现差异或带有专用标识。对于火锅等必须在餐桌熟制的餐饮服务，应提供专用“生料公筷”。为引导消费者自觉使用公筷公勺，餐厅

可通过公告牌、电子屏、餐桌提示牌、电子点菜系统等方式加大宣传力度。

丁钢强建议，餐饮企业可根据不同业态和规模，采用“分餐位上”“分餐公筷公勺”“分餐自取”等科学多样的分餐模式。“建议餐饮企业在厨房设施、炊具选用、餐具配置、原料采购、菜单菜点设计、人员培训等方面进行创新设计，重构服务流程。”

同时，“分餐制”不仅意味着服务和理念升级，还意味着新的发展机遇。疫情过后，人们会更加注重健康养生，对食

在中华预防医学会健康传播分会常务委员钟凯看来，分餐制或将打破菜品的美感与意境。“中餐的许多菜品，例如‘松鼠桂鱼’‘叫花鸡’不宜用于分餐。同时，一旦分餐，摆盘、造型、雕花等中餐技艺不得不放弃。此外，中国人喜欢热闹、亲密的饮食文化和餐饮习惯也不利于推广分餐制。”

多家餐饮企业负责人坦言，分餐制使餐具、服务人员和服务要求相应增加，必然会增加餐饮企业运营成本。除此之外，餐饮行业内有一句话，“一烫顶三鲜”，分成小份菜凉得快，影响菜品口感与品质。

材选择、菜单搭配、餐桌礼仪等方面提出新要求。

多家餐饮企业负责人表示，分餐制和公筷公勺制的倡议出台恰逢其时，对于促进餐饮业高质量发展、引领消费新风尚起到积极推动作用。通过此次疫情，更坚定了餐饮企业全面落实公筷公勺制的决心。

改变传统的“中式共餐”习惯，并非一日之功。关键要转变观念和认识，更需要每个人坚持不懈的努力。让“公筷意识”深入人心，让“分餐进食”成为文明标配，逐步形成卫生、健康、科学的生活方式和饮食习惯，共同守护我们的健康。

据新华网

新闻 1+1

“一人食”线上销量大增

随着疫情得到控制，餐馆、商超客流逐渐恢复。但不论外卖还是堂食，人们依旧对消毒、卫生等涉及安全的问题格外关注。天然带有“安全用餐、避免聚集”属性的“一人食”，也不再只是小众需求，逐渐成为不断升温的餐饮刚需。

近日，记者从美团了解到，疫情期间“一人食”日均销量增长明显，3月上旬日均销量比2月上旬上涨了252.1%，比餐饮行业整体日均销量同期的涨幅高152%。

“一人食”的增长，折射出疫情期间复工节点下餐饮行业“安心消费”以及消费者趋向分餐的新趋势。中国饭店协会会长韩明表示，“一人食”不仅是为了保卫“舌尖安全”，更是引领一种文明就餐新风尚。

“一人食”消费不仅是复工人群新的餐饮时尚，也成了各类餐厅无论外卖还是堂食，都优先考虑的产品供给形式。

记者调查得知，不仅“一人食”菜品高于餐饮整体的日均销量涨幅，线上平台中提供“一人食”相关产

品的营业餐厅也在迅速增加。3月上旬，提供单人团购套餐、单人外卖等“一人食”相关产品的餐厅数量环比增长226.8%，高于行业整体营业餐厅数量增幅。

“我们研判，未来三个月，整个餐饮业的基本点都将是安全。”乐凯撒披萨创始人陈宁说，疫情前他们推出过主打独立封装的“一人食”。疫情期间，针对复工企业，他们迅速针对集体订餐需求进一步优化了“一人食”团餐，分别推出了29元、35元和49元的套餐。

除了快餐店，火锅店等商家也纷纷推出单人套餐。外婆家的“食为天套餐”，就推出了主菜为剁椒牛肉、带鱼的多款单人套餐。小龙坎也推出了均价26元左右的一人份的火锅外卖。

美团研究院此前公布的数据显示，对餐饮商家而言，做好防疫措施和推出“一人食”产品，都是帮助消费者提升安全感，加速恢复经营的有力举措。

业内人士认为，此次疫情将增加“一人食”的市场比例。

据新华网

快评

让分餐成为一种习惯

在一些人心中，分餐意味着见外、生分。亲朋好友团聚，许多人习惯了不分你我，一起用餐，甚至互相为对方夹菜，以示热情和尊重。

其实，绝大多数人心里清楚，合餐可能导致疾病的传播，不利于身体健康。但是，在实际生活中，大部分人还是选择了合餐，这既源于侥幸意识，也源于长期以来形成的生活习惯。

在一些餐饮场所，店方会为客人提供公筷，或者在每道菜品旁摆上一双公筷。但是，不少人忽视公筷的存在，导致公筷形同虚设。

用餐，既是一种生理需求，也是一种沟通与交流的方式。合餐或者分餐，只是用餐方式的不同，并不影响其目的。

分餐还是合餐，也无关乎感情的亲疏和是否尊重对方，只是一种用餐方式的选

择。分餐的好处不言自明，推广难关键在于难以克服长期以来形成的习惯。

随着人们健康意识的不断提高，越来越多的人选择分餐。尤其是疫病发生时，人们也越来越认识到分餐的重要性。

分餐是对他人身体健康的一种保护，是对别人的一种尊重。大家应该在聚餐时大胆地提出分餐，而不应该碍于面子而“维持原状”。相信分餐会逐渐成为一种习惯，这也是时代进步的一个标志。

当分餐成为一种习惯，成为自然，大家可以更为轻松地用餐，更为深入地交谈，而不再揪心对方是否存在健康问题，同样不用担心自己的一些“隐患”影响别人。保护自己的健康，也保护别人的健康，分餐，体现出的是尊重与关爱。

据《陕西日报》

