

预制菜应透明 商业批评也应有边界

潘高峰

新民眼

“几乎全都是预制菜，还那么贵”——罗永浩在微博上的一句吐槽，瞬间将西贝推向舆论漩涡中心。随后西贝高调否认、公布菜品制作流程、开放后厨参观，西贝CEO贾国龙更是扬言起诉，一场餐饮行业的“罗生门”就此上演。

这场针对预制菜的争论中，绝大部分消费者对罗永浩表达了支持的态度，这本身就值得餐饮企业深思。人们反感的是预制菜吗？说到底，预制不预制，并没有到危及食品安全的地步，并非洪水猛兽，人们真正反感的，是那份被刻意营造的“现炒现做”假象。

当消费者坐在装修精致的餐厅里，期待的是厨师用心烹饪的独特风味，而非中央厨房统一配送的标准化产品。这种期待并非源于对工业化的无知，而是基于对餐饮服务的基本认知——支付不同的价格，理应获得相应价值的体验。如果企业利用信息不对称营造虚假体验，便构成了对消费者选择权的实质侵犯。

现代餐饮业不可能拒绝工业化。从食品安全、效率提升到口味稳定，预制菜技术带来了无可替代的优势。真正成熟的市场应该能够容纳不同模式：既有完全现场烹饪的高端餐厅，也有合理使用预制菜的连锁品牌，关键在于——诚实。

西贝在此次事件中的应对策略，其实某种程度上就是解决预制菜问题的答案——公布“作业指导书”、开放后厨、承诺公开供应链，这种稀缺的行业透明度，其实才是消费者期待看到的。这也提醒其他餐饮企业，与其纠结于预制菜的术语定义，不如直面消费者的核心关切：我吃的菜是如何制作的？我付的钱是否物有所值？

当然，这场风波中还有很多值得思考之处。比如胖东来CEO于东来的下场发声。9月12日，于东来在社交媒体发文表示：“任何事没有完美……感谢西贝、海底捞等品牌企业可以让我找到相对放心可口吃饭的地方！”不少网友不理解于东来为什么要参与别人的是非非。于东来在评论区进行了解释：“因为正义，因为做一个不错的企业、企业家和企业团队付出的心血太不容易了！我建议，可以理解，可以促使企业改进完善，但不能让企业家灰了心！”

于东来的话，道出了商业批评应有的边界。行使监督权的同时，也需警惕舆论审判对企业 and 行业的伤害。尤其是网络大V往往拥有百万甚至千万级的粉丝，必须认识到自己肩负的社会责任，一句缺乏充分依据的指责，可能毁掉一家企业多年积累的声誉，甚至影响整个行业的健康发展。

理性的市场经济应当是契约精神与信息透明的结合体。消费者有权知道他们购买的是什么，企业有义务提供真实准确的信息，舆论监督则在事实基础上促进这一过程的实现。这个过程中，需要的是建设性的批评而非破坏性的指责，是基于事实的讨论而非情绪化的宣泄。

透明，比任何营销话术都更有价值——这或许是罗永浩与贾国龙之争带来的最重要的启示。希望这场由一条微博引发的餐饮业信任危机，最终成为整个行业转型升级的契机。当餐饮企业都敢于打开后厨，当消费者都能够明明白白消费，我们迎来的不仅是更好的餐饮体验，更是一种健康成熟的市场文化。



西贝

“预制菜争议”持续发酵

上海门店开放后厨 本报记者现场探访

近日，罗永浩公开吐槽西贝“几乎全是预制菜”，西贝创始人贾国龙随后回应称“将起诉”。双方的交锋，使得“预制菜”话题再次引发公众热议。

昨天，西贝莜面村推出“罗永浩菜单”，并开放后厨接受社会监督。本报记者于当日探访上海吴江路上的西贝莜面村，一探究竟……



扫码看视频

▲ 西贝后厨的员工正在忙碌

“罗永浩菜单”基本可供应，全套消费超600元

记者在店内了解到，除土豆炖牛肉未上线外(店方解释属于区域供应原因)，“罗永浩菜单”中的其他菜品，均可在上海的门店点选。菜单中的部分菜品存在地区价格差异，若消费者在本店点选菜单中全部菜品，总消费金额将超过600元。

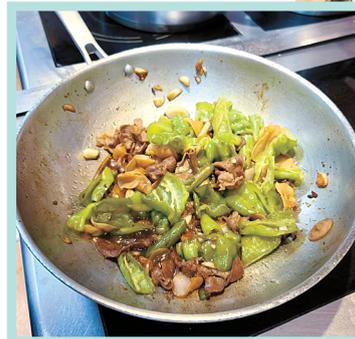
记者提出参观后厨的要求后，依照餐厅规定，完成健康信息登记、手部清洁，并穿戴专用上衣、发帽、口罩等防护用具，由厨师长陪同进入后厨区域。

烤羊排与烤鱼，厨师称均为现场烤制

该门店后厨为开放式“明厨亮档”设计，大屏幕滚动播放菜品制作流程，各加工环节对外可见。后厨功能分区明确：分为炒菜区、烧烤区、凉菜区、外卖备餐区及洗碗区等，员工正在做备菜、分装、炒菜与外卖打包工作。

包菜经水浸泡处理，牛肉已按份分装，羊肉串属冷冻食材，化冻后现场调味并烤制。门店入口处有员工现场擀面皮，体现部分面食手工制作流程。当天的菜品，门店称主要采用烤箱烤制和小锅炒菜方式制作。这是今天记者在现场能看到的场景。

至于“罗永浩菜单”中备受关注的



▲ 西贝小锅现炒出菜



▲ 西贝烤鱼



▲ 烤羊排所用食材

的烤羊排与烤鱼，该店的厨师长向记者展示了正在解冻环节的原食材，称这两道菜均为现场烤制。其中，烤鱼需经化冻、吸水、刷酱、烤制，出炉后铺生洋葱二次加热。对于烤羊排“皮不脆，像二次复热”的质疑，厨师长的解释是，经复盘，推测是由于当日烤羊排上桌前，放入铁盘后未能充分加热，导致出餐问题——言下之意，这属于烤羊排的技术操作失误，而不用背“预制菜”的锅。

称“预制菜包装”为员工餐，营业额受到影响

此前，有网友在社交平台发布了疑似西贝预制菜包装的照片，涉及“小牛焖肉牛肉包”“椒麻鸡”这两样产品。厨师长徐佳澄清，该包装食品实为员工工作餐所用，不供应给顾客。这个说法，尚需要实际调查的佐证。

店长刘斌则透露，9月11日起，受此次舆论风波影响，门店营业额下降10%。记者现场观察，午市就餐高峰期，店内依然客流稀疏。店长说：“感觉今天也够呛！”

部分菜品口感有变？预制菜认定存分歧

一位点了“一人食”的顾客接受记者采访时表示，自己在北京工作7年，曾是西贝的“忠实粉丝”，此次是得知预制菜争议后，专程到吴江路店来体验的。她坦言，部分菜品的口感与之前相比，确实存在变化，而且价格有所上涨。而另一对用餐的情侣则持不同意见，男士认为罗永浩的批评过于激烈，影响了店家生意；女士则表示常吃西贝，未吃出明显的预制菜口感。

目前，该门店专门摆出了“六部门加强预制菜食品安全监督”相关文件，强调自家是依规经营，强调西贝不卖预制菜。而之前社交平台上对于“预制菜”的界定争议不断，有待行业、监管部门与市场进一步明确。 本报记者 田诗雍 韩佳艳

活力中国调研行

9月11日，由中宣部组织的2025年“活力中国调研行”上海主题采访活动来到上海擎朗智能科技有限公司和上海乐高乐园度假区，见到了会制作爆米花的智能双足人形机器人，也感受了乐高乐园的快乐氛围与建设中的“金山速度”。

超50%机器人“出海”

你见过会制作爆米花的机器人吗？今年7月，上海擎朗智能科技有限公司(下称“擎朗智能”)的智能双足人形机器人XMAN-F1亮相世界人工智能大会，在中央展区流畅地制作爆米花和冰镇饮料，引发了

许多观众的关注。昨天，采访团在擎朗智能展厅见到了这款机器人。只见，接收到指令后，它先回应说：“您有一份爆米花订单，现在开始为您制作”，接着，用右手稳稳盛起一勺爆米花，同时，用左手抽出堆在一旁的纸筒，再将爆米花准确地倒在纸筒里。最后，还一边说“您的爆米花已制作完成，请享用”，一边将纸筒放在了桌子上。

据介绍，擎朗智能目前已开发出人形机器人、配送机器人、清洁机

服务机器人出海“打工” 乐高乐园创“金山速度”

器人等品类，业务覆盖餐饮、酒店、医疗康养等场景，在机器人出海方面也取得了不错的成绩。如今，擎朗智能在全球建设了逾80家运营中心，业务覆盖全球600多个城市及地区，海外营收在公司总营收中的占比超过50%，机器人在我国及日韩地区的运行总里程数超过400亿米，约等于绕地球赤道999圈。

上海乐高全球旗舰

下午，采访团来到位于金山区

的上海乐高乐园度假区。一进大门，记者就看见了伫立在远处的乐高人仔“搭搭”：只见它头戴鸭舌帽，T恤上印着“上海”和一个大大的爱心。据介绍，这座高26米、重约136吨的巨型乐高人仔，是世界上最大的乐高人仔。

以《西游记》为灵感来源的全球首个“悟空小侠”主题园区；用近2000万颗乐高颗粒搭建的展示上海、北京等中国地标城市的“迷你天地”；用25倍大的乐高积木搭建的

水乡风情游船项目……这些全球首创，体现了上海乐高乐园度假区对“成为全球的旗舰乐园，成为中国的首发乐园”的追求。度假区总经理陈洁表示，乐高乐园选择落地上海，一方面是乐高“无限可能”的品牌特色与上海海纳百川的文化特性具有共通性，另一方面也是对上海营商环境的认可。

乐高乐园度假区建设中跑出的“金山速度”，也印证了企业的选择。陈洁表示，从2019年完成核心条款签约、2020年签订正式协议，到2025年7月5日按时开放，一路上得到了市区两级政府的大力支持，体现出了卓越的营商环境。

实习生 唐茹粤
本报记者 孙云