

菜单全公示 厨房可视化 自检报告常态化 餐企变革 揽客主打“三透明”

“菜品亮出来，顾客走进来。”

在去年网上炒得沸沸扬扬的预制菜风波后，越来越多餐饮企业开启“透明”模式。从头部连锁品牌到社区夫妻店，菜单全公示、厨房可视化、自检报告常态化，一场以信任重建为核心的行业变革正在悄然发生。

2 厨房透明化

“走进餐厅，透过透明玻璃橱窗观察后厨操作，食材清洗、烹饪过程一目了然，这样吃饭才放心。”1月5日中午，消费者李女士告诉安徽商报、元新闻记者，如今，她选择餐厅的其中一个考量标准，便是厨房是否透明化。

连日来，安徽商报、元新闻记者实地探访了合肥市多家商场发现，透明厨房模式已从最初的商家营销手段，逐渐转变为餐饮行业的“统一模式”。

走进一家餐厅，首先映入眼帘的不再是封闭的后厨，而是一个透明的烹饪舞台，厨师们手法娴熟地料理食材，火焰在锅底蹿起，食材在锅中滋滋作响。

以合肥万象城为例，据记者不完全统计，其6楼20余家餐饮门店中，便有近半数门店设置了透明厨房。

“我们所有菜品的制作都是公开透明的，消费者一目了然。”1月5日中午，合肥万象城一餐饮门店的工作人员表示。

“食材是否新鲜？处理是否卫生？厨师操作是否规范？这曾经是我就餐时最担心的问题。”正在用餐的消费者官先生表示，“如今，透过透明厨房的玻璃，我都看得清清楚楚。”

3 “自检”透明化

“近期，有消费者留言说在这家门店吃饭时发现了问题。我们一起去突击检查看看……”

如今，打开各大餐饮企业的官方账号，不难发现，越来越多的餐饮企业从“被动隐瞒”到“主动曝光”，主动公布自检报告，同时将日常巡店工作公开，通过官方账号发布巡店视频，详细展示门店卫生状况、食材储存、员工操作规范等检查过程，让消费者直观看到门店的真实运营状态，进一步强化自检透明化的可信度。

以“先行者”老乡鸡为例，2021年4月，老乡鸡发布了第一期自查自纠报告，截至目前，已累计发布了56篇自查自纠报告，内容覆盖顾客投诉、后厨操作、设备清洗、食材储存等全流程。

毫不避讳地曝光“菜品品相差、分量不够、洗碗机清洁不到位”等问题，并详细公示整改措施。这种“自揭家丑”的做法，不仅没有引发负面舆情，反而收获了消费者的认可。

现包鲜饺赛道的代表性品牌熊大爷，2025年3月发布的首份食品安全自查报告，重点展示了其常态化自查体系及2024年以来的执行成果。明确其常态化自查体系覆盖人员管理、设施设备、原材料等多个维度，门店自查覆盖率达100%，并推行月度评分制度——评分不达标的门店需每月开展不少于3次复查。

新一代湘菜品牌兰湘子在公布首份食安自查报告的同时，同步升级门店硬件，新增可视化透明厨房，形成“自查-整改-升级”的闭环。

从“被动应对监管”到“主动构建信任”，餐饮行业的透明化浪潮越来越“汹涌”。

当厨房不再神秘、菜单不再模糊、问题不再隐瞒，企业与消费者之间的信任才能越来越长久。

安徽商报 元新闻记者 刘晓然

1 菜单透明化

近日，网红餐饮品牌“太二”再次吸引了消费者的目光。原因有二。

一是“鲜活”升级，采用可视化透明开放厨房的设计。

二是推出全菜单透明分类制度，以食材新鲜度为核心明示原料使用情况。

太二透明菜单根据菜品主材的鲜活属性和预处理程度，将菜品划分为四个类别。其中，面、干货、酱菜等因客观条件无法实现店内现制的辅料和配菜，不纳入分类范畴。

A类为最鲜活分类，代表“新鲜主食材制作”，A类涵盖活鱼、活虾、鲜鸡、鲜牛肉以及新鲜蔬菜。对于使用冷冻及预处理食材的菜品，太二透明菜单同样进行了清晰标注：B类的香辣鱿鱼须因鱿鱼须为冷冻原料归入此类，C类的川式猪颈肉因采用预先腌制的生猪颈肉划分至该类别，D类的虎皮鸡爪则基于“鸡爪集中烹炸后配送至门店”的预处理特性划分，让消费者直观知晓食材处理全流程。

据了解，太二酸菜鱼母公司九毛九集团旗下的餐饮品牌，包括“九毛九山西菜”“怂火锅厂”以及该集团最新推出的潮汕鲜烤品牌“潮那边”，均已推行透明菜单制度。

其实，太二这个举措并非行业首创。

早在2024年4月，中式快餐头部品牌老乡鸡便在其致消费者的一封信中，首次采用了菜品加工等级公示制度，采用“红绿灯”三色标识清晰区分不同加工类型的菜品。

绿色标识，代表“餐厅现做”，食材经生鲜、生切、生调后后厨现炒；黄色标识为“半预制”，由中央厨房处理或外部采购半成品后门店烹饪；红色标识为“复热预制”，中央厨房预制后门店仅需复热。

老乡鸡的透明化举措获得市场认可，网络大V罗永浩曾在直播中公公开点赞，称其“标注清楚预制菜，保障消费者知情权，值得同行学习”。

湘菜品牌大碗先生则从2025年10月3日起，在全国180家直营店的入口公示牌及菜单上，全面标注126道菜品的加工方式。火锅头部品牌海底捞也加入透明化行列，其多款儿童餐及小吃产品在PAD菜单标注“部分预加工”标识。

“对于餐饮企业而言，菜单透明化已不再是可选的营销手段，而是关乎生存与发展的核心竞争力。”业内人士指出，未来餐饮菜单透明化将呈现三大趋势，一是标注标准从“自愿”向“强制”过渡，随着地方标准的逐步完善，信息披露将成为餐饮企业的必备义务；二是透明化范围从加工方式向全链路延伸，食材溯源、供应商信息等将成为新的披露重点；三是技术赋能提升透明化体验，扫码查看、AI智能讲解等方式将进一步降低消费者的信息获取成本。



西贝透明厨房



太二透明菜单



老乡鸡自查报告