

全是预制菜的萨莉亚，为什么大家偏不骂他？

最近罗永浩骂西贝，说他们家菜是预制菜，还卖那么贵。结果西贝死活不认，说自己家的是中央厨房半成品，不是预制菜。于是，大家伙就预制菜这个话题吵翻了天。说得再简单直接一点就是：全是预制菜的萨莉亚没人骂，为什么同样是用预制菜的西贝却人人骂呢？

在萨莉亚餐厅，你看不到明火，也看不到菜刀。厨房里干干净净，从头到脚全是智能机器和净菜加工后的半成品。员工只需要把它们加热，然后装盘端上来。也就是说，萨莉亚是一家完全靠预制菜支撑起来的餐厅。但问题是，你去问身边的朋友，谁吃萨莉亚吃出了“上当受骗”的感觉？没听说过。但为什么罗永浩就预制菜这点事，能把西贝骂得狗血淋头呢？这可能就是所谓的“萨莉亚时刻”。



咱们先聊萨莉亚。我第一次吃萨莉亚，是出国留学的时候。当时的日本物价比国内高太多了，萨莉亚就是我最爱的餐厅，没有之一。便宜，真便宜，便宜得太不真实了，当时我甚至怀疑他们是不是在洗钱。后来回国后，再吃萨莉亚，依然觉得便宜。今天，萨莉亚餐厅里的披萨、焗蜗牛、小吃，哪一样都不过30块钱，大部分都在15到20块钱之间。20块你能买到12颗蜗牛，15块就能吃到一份海鲜面。最夸张的是，他们家的饮料还能免费续杯。

这样的定价策略，你说消费者能骂它吗？骂它个鬼啊。你用预制菜是你的事，我是来填饱肚子的，价格这么便宜，还送饮料，我还有什么好骂的？所以你看，萨莉亚拿捏住了穷鬼的七寸。

萨莉亚的创始人叫正垣泰彦，1967年，他从大学毕业，找了两个朋友开了萨莉亚的第一家店。可能是年轻人创业没经验吧，一开始根本干不起来，没人去。有那么一段时间，一天营业额才1200日元，亏了80多万日元。那怎么办？正垣泰彦寻思着，不行就降价吧，降成普通日料的三分之一。这招还真灵，降价之后，店里的客人越来越多，萨莉亚第一家门店火了。就这么着，萨莉亚“高品质低价格”的品牌形象算是彻底立起来了。



便宜归便宜，食材的品质也毫不逊色。烤肉的牛肉直接从澳大利亚牧场采购，红酒也是自家在意大利的酒庄酿的，用的橄榄油甚至比外面意餐馆的还要好。除了生菜是来自自有的配送体系，其他很多菜品都来自萨莉亚中央厨房配送的半成品。说白了，也就是预制菜。

萨莉亚为什么能把这些搞得如此极致，甚至不惜冒着“不高级，low”的风险，坚持预制菜模式呢？就两个字——利己。

利己，是人人都想要的自由，是企业生存之道。但萨莉亚的独特之处在于，把利己彻底贯彻到极致的时候，反而利了他，也利了消费者。



举个例子，萨莉亚的后厨设备全是特制的。从烘烤机、煮面机到披萨炉，一整套下来上百万日元，而且每次都要自己开发和调校。这就相当于建了一个超级护城河，让其他公司进不来。你想学它便宜，但又学不了它的技术和装备，最后只能乖乖看着它赚钱。而这一切，都得归功于中央厨房模式，降低了成本，增加了效益。

萨莉亚还有一个很牛的地方，就是把整个产业链给焊死了。它不仅仅是开餐厅，还涉足面粉加工、冷链物流、餐具清洗等等，几乎把一切都握在自己手里。这就好比一个武林高手，每一掌打出来都是真功夫，每一个招式都是自创的，别人怎么比得过？

你再看看那些打着“新鲜制作、手工现炒、大厨掌勺”招牌的餐厅，结果厨房里全是料理包，价格还死贵死贵的，能不让人骂吗？消费者不瞎，一眼就能看出你是在糊弄事儿。

萨莉亚从一开始就亮明了身份，不拿“大厨”蒙事，不骗消费者说自己家是“现炒”。但为什么大家还是喜欢去吃呢？还是因为便宜、好吃、干净、安全。这些才是普通消费者吃饭最看重的东西。咱们上班，谁是为了图高级去吃饭的？还不是为了吃饱喝足，然后继续打工。萨莉亚满足了咱们最需要的东西，其他餐厅却把咱们最需要的东西拿走了。不让骂萨莉亚，那骂谁啊？



咱们再拿萨莉亚的预制菜跟其他餐厅的预制菜做个高下对比。西贝的预制菜，卖得比萨莉亚贵太多了。一份烤羊腿，二三百，最后还被发现是预制菜。这能不让人骂吗？萨莉亚的焗蜗牛才17，意面才20，你随便点。虽然也是预制菜，但大家骂不出来啊。

萨莉亚的预制菜标准比国内很多商家都严格得多。人家从原材料到生产加工，全程透明公开，冷链物流严密监控。再看国内一些小餐馆，根本没能力自建中央厨房，只能去采购市面上的预制菜。这些外购的预制菜品质参差不齐，容易出食品安全问题，导致预制菜这个词在国内逐渐跟“不健康”“坑人”画上等号。

所以，萨莉亚的预制菜模式能够成功，不仅仅是因为产品便宜，更是因为它在企业文化和商业模式上的持续精进。它们追求极致的利己，最终达到了利他的效果。而那些同样卖着料理包，价格却和现炒一样贵的商家们，最终只会失去消费者的信任。

萨莉亚的成功告诉我们，预制菜本身并没有错，问题在于怎么用。当预制菜可以帮助企业降低成本、提高效率、保证品质、提供廉价的好味道时，为什么不能堂堂正正地使用它呢？相反，那些高喊着“不要预制菜”，却做着预制菜的事，最终都要付出代价。萨莉亚就像一个餐饮黑科技公司，用一套系统解决了低价格与高品质的矛盾。

在中国，餐饮连锁化的未来是预制菜，或者说是中央厨房标准化烹饪。这是未来必然的发展趋势。希望未来萨莉亚能给我们带来更多高性价比的美味，也希望其他餐厅能学学人家的“利己利他”哲学。毕竟，普通老百姓去饭店，想吃的，不过就是一口便宜的好饭而已。萨莉亚的成功，证明了这句话颠扑不破的真理。