

英国伟大的三明治产业是如何被英国退欧、新冠疫情和通胀破坏的

这个在过去 40 年里成为经济变化标志的行业，现在面临着一场完美的问题风暴。

马特·雷诺压力很大。这位 53 岁的雷诺食品公司(Raynor Foods)主席最近批准为三明治制作者提供 1200 英镑的签约奖金；今晚，由于人员短缺，他将在公司的埃塞克斯工厂进行 6 小时的采摘和包装工作。



他说：“这是我人生中最糟糕的两年半，混乱不堪。我们正在与英国脱欧战斗，然后新冠病毒袭击了我们。”

雷诺的家族企业成立于 1988 年，每天为咖啡馆、超市、食堂和医院制作 8 万个三明治。它曾经是他父母厨房里的一个临时操作，它的崛起反映了 30 年来英国三明治行业的专业化进程。

自 20 世纪 80 年代以来，英国的一大部分三明治制作已经从厨房和三明治棒转移到冷冻高效的工厂，这些工厂生产各种各样的包装三明治——从单调的奶酪和泡菜到新颖的口味，包括菠柚和植物蛋白。该行业的快速增长得益于收入的增加、更多女性加入劳动力大军、来自欧洲的廉价劳动力以及追求便利的工人。

如今，在新冠疫情大流行给该行业带来了现代历史上最严重的打击后，该行业正被劳动力短缺、经济状况恶化和英国工作习惯的改变所重塑。



2020年，新冠疫情导致办公室暂时关闭，在此之前，英国人每年吃掉价值80亿英镑的三明治。英国最大三明治制造商Greencore的副首席执行官凯文·摩尔表示，包装三明治的所谓渗透率达到了84%——数据分析公司凯度(Kantar)的数据显示，这意味着每100个人中就有84人每年至少购买一份，只有牛奶和咖啡等几种主食的销量超过了这一比例。

但疫情期间在家办公的兴起，似乎推动了该行业最重要客户——办公室职员——日常生活的持久变化。英国三明治与食品协会(British Sandwich & Food to Go Association)估计，两年过去了，业务仍比疫情前水平低20%。

与此同时，该行业的廉价劳动力和原料供应也面临中断。英国脱欧关闭了欧盟公民自由流动的大门，这意味着生产工人稀缺，他们的工资正在迅速上涨。自今年俄罗斯入侵乌克兰以来，巨大的通胀压力加大了采购和供应链中断的不可预测性。

“我为整个行业感到担忧，”雷诺说。

及时送到

虽然三明治不会从英国的烹饪生活中消失，但该行业担心，大流行前的黄金时代可能永远不会回来了，其特点是成本低，种类似乎无穷无尽。

雷诺回忆说，34年前，当他的父母从经营一家餐厅转到制作三明治时，“当时还没有三明治行业”。他的父亲在一次社交活动上遇到了一个Co-Op门店群的买家，买家说他们需要一个三明治供应商。厨房的运作开始了。

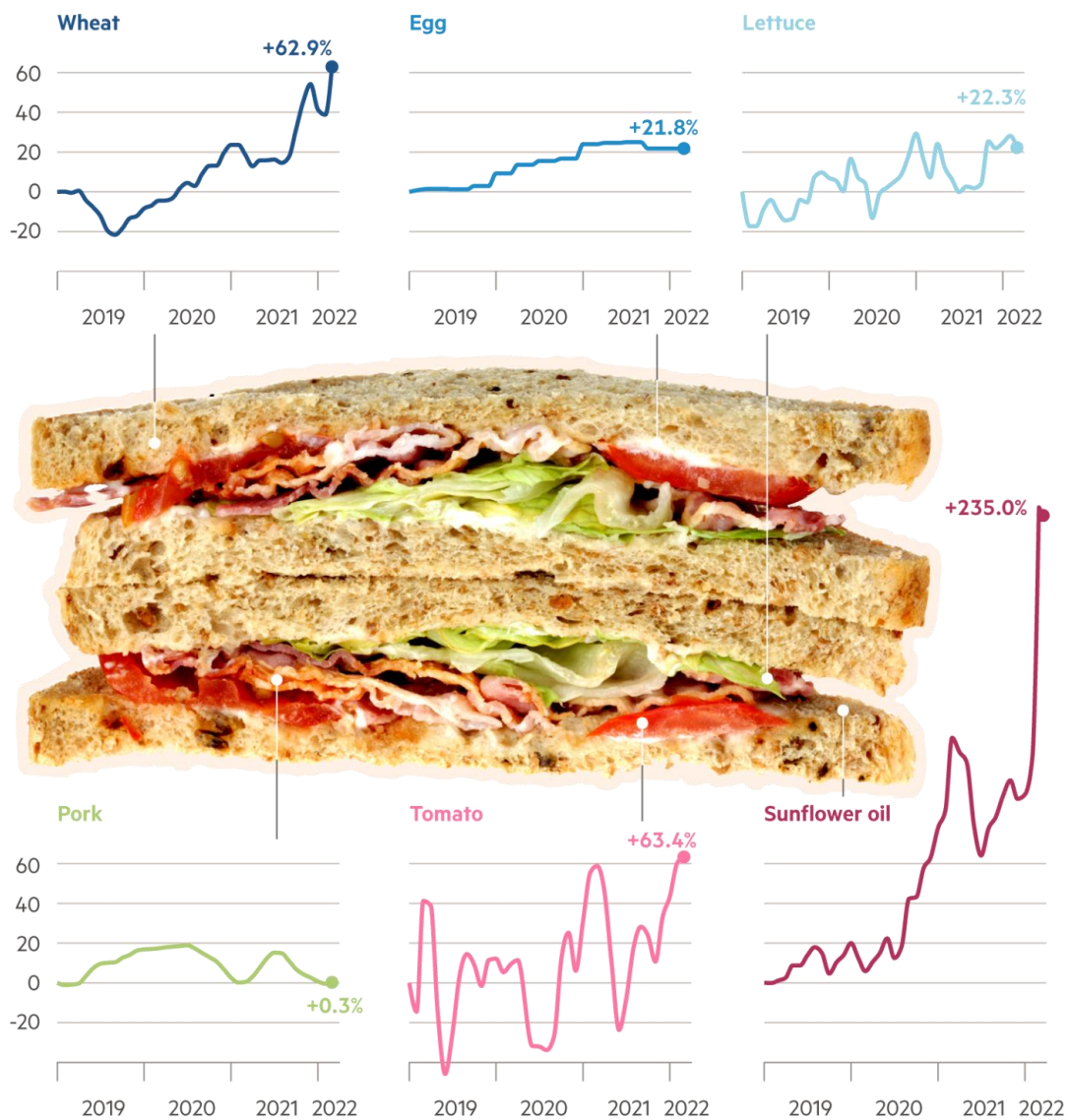
“我们花了九个半小时做了350个三明治……我们不得不烤熏肉、煮鸡蛋，一切从零开始，”雷诺说。“它们是很漂亮的三明治，”他渴望地补充道。

如今，做三明治是一项精密的工作，需要疯狂的后台活动。在 30 多年来已成为伦敦通勤生活代名词的三明治连锁店 Pret A Manger，每天早上 5 点开始制作三明治。在其他地方，生产线在晚上和深夜疯狂地工作。

在伦敦南部的 Simply Lunch 工厂，一家拥有 290 名员工的制造商，制作一个培根、生菜和番茄三明治需要在生产线上设置 17 个站点。每周有 400,000 到 450,000 份订单，这些订单在三明治需要上架的 48 小时前就已经到货。

Rising cost of a BLT

% change in price from Jan 2019 levels



Source: Mintec

穿着防护服的工人在温度徘徊在 2°C 左右的房间里操作，每周加工 25,000 个面包和 2 吨番茄。有 15 人专门负责食品安全。该设施每天工作 20 小时，其余 4 小时用于清洁。该厂的轮班经理赫尔曼-多库伊说，晚上 9 点到早上 7 点的夜班是最辛苦的，“因为你总是在走来走去”，为交货离厂做准备。

对新鲜的需求意味着三明治不能在海外制作。BSA 董事吉姆·温希普表示：“三明治行业大幅改变了英国保质期短、冷藏配送的模式。你最多有 2 到 3 天的制作时间。这意味着他们必须从位于中部的工厂，到位于因弗内斯某处的零售商店，并在两天内售出。”

Simply Lunch 的生菜叶子是凌晨在肯特郡采摘的，早上 9 点到达工厂，经过消毒化学溶液，在一个巨大的沙拉旋转器中旋转，然后放在中午的三明治里。超声波刀片切面包。完成的三明治会被称重以检查蛋白质的分配。样本每天被送到实验室检查细菌污染情况。

当生产线从一种产品转换到另一种产品时，程序类似于“一级方程式赛车的进站”，Simply Lunch 的总经理萨姆·佩奇说。“一个三明治里有很多技术知识”。

自英国退欧以来，劳动力供应不断减少，这一精确度受到了考验。佩奇的工厂大约有 40 个职位空缺。另一个令人头疼的问题是通货膨胀的速度。雷诺食品董事总经理亚当·纽兰表示，今年以来，鸡蛋价格上涨了 30%，随着植物油价格的飙升，蛋黄酱价格上涨了 80%，面包价格上涨了 25%。现在让人头疼的是奶酪，其价格在一年内上涨了 76%，达到每公斤 6 英镑。

“有预测称，到今年年底，它的价格将达到每公斤 8 英镑。奶酪仍然非常不稳定，” 纽兰说。他表示，尽管一些大宗商品价格出现逆转，但“对我们来说，一切都没有缓解。”

温希普说，供应链中断导致的原料短缺迫使制造商不断适应。大多数公司都削减了生产范围以提高生产效率。Greencore 在新冠疫情爆发后将产品数量减少了四分之一，目前仍比大流行前水平低约五分之一。Simply Lunch 将供应的商品从 150 种减少到 100 种。

政府的支持使大多数三明治制造商在大流行中幸存下来，但总部位于 Southall 的 Adelle 食品公司在 2020 年进入破产管理，失去了 2000 个工作岗位。现在，温希普估计，该行业的销售额约为大流行前的 80%，即每年 64 亿英镑。

他曾希望在 2022 年实现全面反弹，但在今年开始出现快速通货膨胀后，他就不那么确定了。

跟着摩天大楼走

英国三明治行业在过去 40 年里的成功掩盖了其商业模式的不稳定性和制造商之间竞争的激烈程度。当速度和便利性为王时，利润空间不可避免地紧张。

玛莎百货在 1980 年推出了第一款包装三明治——三文鱼加番茄。 Pret A Manger 成立于 1986 年。 Greencore 诞生于 1991 年爱尔兰糖业(Irish Sugar)的私有化。

更广泛的国家气候有利于三明治的发展。英国首相玛格丽特·撒切尔在 20 世纪 80 年代的劳工改革为三明治制造商提供了“相对低薪的工人”，伦敦国王学院的英国现代史教授大卫·埃杰顿说。白领阶层的风气变成了“人们更努力地工作，却没有多少时间”。

正如美食作家比·威尔逊在她的《三明治：全球历史》(Sandwich: A Global History)一书中所指出的那样：“没有一道菜比三明治与工作世界的联系更紧密了。”对于没有补贴的工作场所食堂的员工来说，三明治成了一种廉价、高效的外包午餐方式。埃杰顿说：“这不再是一起吃饭，而是变成了一项单独的活动。”

英国特许人事与发展协会(Chartered Institute of Personnel and Development)经济学家博伊斯说，按实际价值计算，如今家庭平均可支配收入是 1980 年的两倍。“额外的收入意味着更多的东西。像做三明治这样的工作已经从家庭生产转向了市场经济——正如多年来许多其他事情一样：育儿、清洁、购物。”



伦敦大学学院(University College London)性别社会学教授奥里尔·沙利文表示，上世纪 80 年代是“女性全职就业率真正开始迅速上升的时期”。在家给别人做三明治的妇女很少，她们太忙了，没有时间给自己做。”

现成的三明治成为那个时代经济转变的象征。博伊斯说：“你在买什么？一个三明治，是的，但实际上你买的是时间、方便、一致性，也许还有多样性。”最能体现这一变化的品牌是 Pret A Manger，其前任首席执行官的座右铭是“追随摩天大楼”。

由于制造商进入市场的障碍很少，市场竞争很快就变得非常激烈。咨询公司艾睿铂(AlixPartners)董事总经理安迪·塞尔表示：“零售商调

整了合同，将利润率保持在较低水平。”

现成的廉价和灵活的劳动力供应使这一战略成为可能。2004 年欧盟扩张后，许多职位空缺由东欧人填补，这些人愿意以较低的工资长时间工作。根据食品和饮料联合会(food and Drink Federation)的数据，到 2017 年，欧盟国民占食品行业劳动力的三分之一以上。行业高管表示，他们在生产线上工作的比例非常高。

在脱欧的同时，欧盟还为现有欧洲居民提供了长期解决方案。但从 2021 年开始实施的积分移民制度阻止了低薪劳动力的自由流动，而新冠疫情则促使约 130 万海外工人回国。

这导致了密集的招聘活动。Pret、Greggs 和其他外卖连锁店在封锁期间裁员或让员工休假后，遭遇了员工短缺的问题。今年 1 月至 4 月，Pret 将员工人数增加了 28%，自去年 9 月以来已两次加薪。三明治公司的高管表示，亚马逊的仓库可以很容易地挖走他们的员工。

由于英国脱欧后的移民政策围绕着“高工资经济”形成，大臣们已敦促食品制造商实现自动化，而不是雇佣低收入工人。但在处理生菜等不规则食材时，如何取代人类手指的灵活性是一个重大挑战。

Simply Lunch 公司正在投资 25,000 英镑购买一个“存放器”，将

鸡蛋蛋黄酱或类似的混合物放入面包中。另一个机器人将最后一片面包丢入三明治的“盖子”中。Greencore 公司已经使用了这两个设备，以及一个黄油涂抹器。

雷诺食品公司与荷兰 IRS 集团合作开展了一项机器人计划，但它还没有处理多种成分的能力——雷诺将这项任务与视频游戏俄罗斯方块相提并论。他的公司一直在与职位空缺和员工流失作斗争，尽管在一年内将初级工资提高了 15%并增加了奖金。在一组 17 名新员工中，有 4 人在两天内退出了。

“我们让人们长时间在没有窗户的寒冷房间里做体力活，”他说，并苦笑着补充道：“这个行业的魅力不在于采煤面。”

廉价食品时代的结束

更大的挑战可能是让消费者回到疫情前的午餐习惯。餐饮企业索迪斯 (Sodexo) 英国和爱尔兰企业服务首席执行官朱莉·恩尼斯表示，食物补贴是吸引员工重返办公室的一种方式，但对许多人来说，一块三明治是不够的：“人们在寻找不同的东西……人们来办公室可不是为了吃火腿三明治，”她说。

外卖应用增加了消费者对选择的期望。Just Eat for Business 董事总

经理马特·埃夫格雷夫(Matt Ephgrave)表示，过去 6 个月，对办公室食品配送的需求“前所未有”。他说：“我们看到人们对健康选择的巨大转变——日本菜、Poke 碗和沙拉。”

最近几个月，推动三明治热潮的一些主要经济趋势出现了逆转。英国央行警告称，可支配收入将面临 30 年来最严重的紧缩。由此产生的生活成本危机预计将对英国人的生活方式产生深远影响。

三明治连锁店 Eat 前首席执行官安德鲁·沃克表示，一些制造商正通过悄悄削减份量来应对价格压力。雷诺(Raynor)已将其客户的产品价格提高了四分之一。

城市大学(City University)食品政策荣誉教授蒂姆·朗表示：“证据表明，廉价食品的时代已经结束。”在朗看来，三明治制造是一个碳密集型产业，过度依赖廉价劳动力。“你可以在 A1 区的工厂里连夜制作一个塑料包装的三明治，然后用耗油量大的卡车把它送到英国石油公司玛莎百货的车库。这是明智的吗？这太疯狂了，”他说。

沃克认为，传统三角三明治的鼎盛时期已经结束，但原因不同。他认为，随着消费者选择沙拉、卷饼和其他被认为更健康的食品，这一数字将会下降。

其他人则更为乐观。”这个国家的核心是由.....制造业的蓝领工人经营的。他们需要随时随地的三明治，他们没有时间吃晚饭，他们喜欢他们喜欢的东西，"Soho Sandwich 公司的总经理丹·西尔弗斯顿说。

一些远程工作者可能会被说服在离家近的地方购买包装好的三明治。彭博社的数据显示，Pret 伦敦郊区商店的销售额现在比新冠疫情前高出 18%，而金融城商店的销售额仍低 17%左右。其现任首席执行官帕诺·克里斯托的座右铭是“把 Pret 带给人民”。但财政研究所 (Institute for Fiscal Studies)高级经济学家徐晓伟预计，这一趋势将使三明治变得更贵，“因为人们生活的地方比他们工作的地方密度小”。

至于雷诺，他认为三明治的多样性将“生龙活虎地回到新冠病毒爆发前的水平，但这将受到通胀的极大阻碍.....这将需要时间，顾客将不得不接受一个事实，即三明治的价格将不再是两年前的水平。”

他说：“没有什么东西会停滞不前，那为什么三明治会呢？”