

预制菜来了 人人当大厨

众多企业加快布局,多地出台政策大力扶持,但也存在风险和挑战

“人人轻松成大厨”“八分钟一道菜”“居家必囤,加热即食”……在各大新零售电商平台,预制菜的广告语吸引着消费者的目光。有关研究报告称,预制菜迎来黄金发展期,预计未来中国预制菜市场将保持 20% 左右的高增长率,2023 年预制菜市场规模或将达 5165 亿元。

这个吃出来的新产业炙手可热,吸引品牌餐饮、连锁商超、生鲜电商、农产品供应商等众多商家摩拳擦掌,加快布局,并得到多地政策的大力支持。

政策大力扶持

被称作“懒人福利”的预制菜,由于简化了买菜、洗菜、切菜、烹制等繁琐步骤,因而越来越频繁地出现在百姓餐桌上,并受到多地政策的大力支持。

3 月 25 日,广东省政府发布《加快推进广东预制菜产业高质量发展十条措施》(下称“预制菜十条”),将通过建设预制菜联合研发平台,壮大预制菜产业集群,培育预制菜示范企业等措施推动广东预制菜产业的发展。

《措施》指出,充分发挥产业链“链主”企业作用,引导预制菜中小企业成为“专精特新”企业,推动一二三产业融合发展壮大,力争五年内培育一批在全国乃至全球有影响

力的预制菜龙头企业和单项冠军企业。

除广东外,山东、河南等地也纷纷发挥产业基础优势,紧抓预制菜风口。

2 月 22 日,山东省在诸城成立了山东预制菜产业联盟,构建起以省内农牧渔业、食品加工业、物流配送业龙头企业为引领的全产业链发展格局,提升“雁阵式”预制菜产业集群的协同性。诸城预计在“十四五”期间打造 500 亿元级的预制菜产业集群。河南在农业农村厅牵头下将研究制定《绿色食品业转型升级行动计划》,明确预制菜升级的发展方向。

性价比高受热捧

糖醋里脊、酸菜鱼、蒜蓉粉丝扇贝、椰子鸡火锅……在盒马鲜生、朴朴超市、美团买菜等生鲜电商平台,预制菜的选购列表里出现了不少平时饭店里的经典菜品,家常菜的价格为 10 元-25 元,海鲜类、火锅类预制菜价格则在 35 元-80 元之间不等,种类丰富。

广州“95 后”消费者杨女士表示,有时下班晚,都不能好好吃一顿饭,她每周都会囤上一些预制菜。记者采访预制菜消费者了解到,有很多人不希望花太多时间做饭或者不会做饭,但也不想总是吃外卖,预制菜便成了新宠。在国外留学的小唐表示,自己和朋友会经常购买烤鱼、大盘鸡等菜品,“想吃吃饭有家的感觉,

预制菜好吃,也卫生,也比出去吃要划算。”

面对预制菜的风口,原材料供应商、餐饮企业和新的竞争者们纷纷加入预制菜赛道,打出一套“中央厨房+预制菜”的组合拳。餐饮企业也相继推出预制菜产品。广东佬麻雀餐饮管理有限公司在全国开设门店数十家,目前计划推出面向消费者的预制菜产品。该公司总经理戴勇认为,随着年轻一代生活习惯发生改变,餐饮消费习惯也在悄然变化,“年轻人做饭既想动手,又不想动太多手,预制菜的简单加工正好让他们享受到做饭的乐趣,也不会增加太多麻烦”。

面临一些风险和挑战

预制菜巨大的潜在市场,既意味着商机,也意味着风险。据媒体报道,有消费者直言“上当,不想再购买”,原因很质朴:“味不对,量太少,安全没保障”。实际上,这也是广大消费者的担忧。

首先是食品安全问题。大厂的质量相对值得信赖。其产品与食品标准保持一致,从选品到研发、小规模生产、市场检验、再到大规模标准化生产也有规范流程。问题是,随着入场企业的增加,一些资质不全的企业趁机入场,破坏了整个市场的秩序,危及消费者的饮食安全,对于这样的企业,如何杜绝?

预制菜还有一个潜在的法律风险:如果消费者收到预制菜试吃后发现不符合自己的口味,如何退货? 中间的损失谁来承担? 更重要的是,这尝了一口的预制菜,如何处理? 目前由于量小,还未出现大的纠纷。但是,随着市场规模扩大,一旦消费者与商家之间这种退货纠纷增多时,如何处理?

除此之外,如何保障预制菜的口味也非常重要。预制菜跟其他的网购食品不同,对配送时间有更高的要求。

如果配送服务不能满足这种新要求,那么必然会让预制菜的鲜美口味,随着配送时间的流失而变味。实际上,一些知名企业已经投入人力物力进行难点攻坚,比如创新冷冻技术、提升包装盒的保温技术;培训大厨,提高热食产品的保鲜性等。

但预制菜赛道最大的痛点仍是:未能跑出大企业(品牌)、未能跑出大单品。预制菜工厂仍然呈现区域化、分散化和小规模化的特征,缺少完善的商业经营模式。各大预制菜品牌都面临着消费者需求点分散、运输成本较高、易损耗等供应链难题,整体销量难以上量。

广东省餐饮服务行业协会秘书长程钢建议,企业首先要从大数据出发,选取适合成为预制菜的菜品。在技术层面,如何从单人份菜品到工业化批量生产,要在技术上不断革新,既要保证风味,又要保证食品安全,同时在生产、物流、仓储等各方面攻克技术关。相关部门也需要完善相关规章制度,加强监管,规范经营者的经营,做到未雨绸缪,防患于未然。

产学研携手,复刻“广东味”

如何让预制菜更好吃,让广东预制菜更有“广东味”? 在预制菜火热的当下,这个问题摆在了广东预制菜产业面前。

鼓励以企业为主体开展关键核心技术的产学研联合攻关;把预制菜产业人才培养纳入“粤菜师傅”工程,鼓励“粤菜师傅”星级名厨参与开发推广预制菜品——“预制菜十条”给出了解题思路。

“预制菜材料齐全,方便易操作,不需要什么厨艺就能复制大厨口味。”广东品珍鲜活科技有限公司(下称“品珍科技”)创始人兼 CEO(首席执行官)陈翠颖说,该公司生产的预制菜益菜,是中国烹饪大师、顺德厨师协会会长连庚明的匠心之作,优选十余种广东特色食材,已入选广东预制菜“十大名品”。

顺德是“中国厨师之乡”,厨师界和预制菜企业顺势结盟。除

了品珍科技与顺德厨师协会合作研发预制菜产品,顺德均健现代农业科技有限公司也引进了“粤菜大师工作室”。

前不久,佛山预制菜产业联盟正式成立,首批 53 家单位加入,涉及经营主体、行业协会、金融保险机构、科研院所及技术检测机构,共谋打造“佛山预制菜”品牌。

佛山以外,全省预制菜产业联盟遍地开花。广东农产品食品化工程中央厨房(预制菜)产业联盟正积极推进产业科学稳健扎实发展;潮州市建立潮州菜中央厨房产业联盟,旨在推动潮州菜走“农产品食品化、食品工业化、中央厨房潮流化”的产业振兴道路;江门市、湛江市等相继成立预制菜产业联盟;梅州市、河源市积极发力客家风味预制菜,筹划建立预制菜产业联盟。

全链条发力,做好“一道菜”

验收、清洗、分切、再清洗、滚揉、包装、冷冻……走进汕头市濠江区玉新街道珠河路的汕头市冠海水产科技有限公司,每个环节井然有序,一片忙碌的景象。

由此可见,生产一道“只要稍微烹煮便可享用”的预制菜,每一道工序都离不开全产业链的有力支撑。

为此,“预制菜十条”提出,要壮大预制菜产业集群,建设一批预制菜产业园,形成预制菜产业集群效应。发挥广东特色农业优势和粤菜品牌优势,推动预制菜产业企业和产业链上下游配套企业集中入园发展。

放眼全省,佛山、肇庆、江门、湛江、茂名、潮州等地正在积极创

建预制菜产业园,推动广东预制菜以园区形式聚集发展。

肇庆市高要区正加快建设湾区预制菜产业“第一园”——粤港澳大湾区(肇庆高要)预制菜产业园。产业园规划面积 7000 亩,高标准建设集水产禽畜养殖、生产加工、冷链配送、中试研发、检验检测、电商金融及科普观光等肉类和水产深加工全产业链功能于一体的预制菜示范园区。

为打响“侨都预制菜”金招牌,江门市近日发布《江门预制菜十二条政策措施》,明确预制菜产业园建设将按照“一园四区”思路,在台山市斗山镇、白沙镇,蓬江区杜阮镇、棠下镇,开平市马冈镇,布局建设预制菜产业园。

把好安全关,走出“国际范”

百姓餐桌无小事。“预制菜十条”直击“质量安全”这一预制菜产业发展痛点——提出构建预制菜质量安全监管规范体系,逐步制定完善预制菜从田头到餐桌系列标准。

在广州市白云区的车间里,自动化生产线的输送带将一份份密封好的烧乳鸽、三杯鸡、梅菜肉饼等预制菜产品送到包装区,质检人员从面前的包装食品中随机抽检。

“我们力求为消费者提供安全优质的商品。”广州本土零售龙头广百百货旗下的广百超市相关负责人表示。为把好预制菜商品的产品质量关,在商品上架前,广百超市采购部门会对供应商的经营资质、品牌的知名

度、商品的检查报告等逐一查验核实,符合相关食品要求的商品才能上架经营。

近日,在湛江国联水产开发股份有限公司(下称“国联水产”)生产车间内,工人们加班加点,将 2200 箱、22 吨金鲳鱼预制菜装车送往码头,销往 RCEP 成员国马来西亚。

目前,湛江水产企业的预制菜产品已出口新西兰、马来西亚、新加坡、澳大利亚等 RCEP 国家。除了湛江,大湾区(肇庆)预制菜产业园的酸菜鱼预制菜、汕头濠江水产省级现代农业产业园的鱿鱼预制菜、汕头澄海狮头鹅(卤鹅预制菜)、云浮市明基水产集团的烤鱼预制菜等,也纷纷乘着 RCEP 东风走出国门。

(综合人民网、中国证券报南方日报、羊城晚报)
整理/珠江时报记者 沈煜