

瞄准预制菜 进军产业新蓝海

南海超30家农业企业抢占“预制菜”新赛道

为配合疫情防控,接到居家隔离通知的郑洁琳马上在网上下单购买“何氏蹦蹦鱼酸菜鱼快手菜”。“鱼片已切好,配菜和调料齐全,拆开包装简单加工一下就行了。居家也能吃到最爱的酸菜鱼,味道一点不输餐馆,简直不要太方便!”下完单的郑洁琳顺手发了个朋友圈。

郑洁琳所购买的“蹦蹦鱼酸菜鱼快手菜”,生产企业正是位于南海西樵、原本以活鱼销售为主的广东何氏水产有限公司(以下简称“何氏水产”)。

受疫情影响和消费习惯的改变,预制菜站上风口,尤其是各类鱼片预制菜在消费端非常流行。作为国家级水产健康养殖和生态养殖示范区,包括何氏水产在内的一批南海水产企业敏锐地看到了预制菜的潜力,纷纷在车间、技术、设备以及品牌、渠道等方面加大投入,对原有的活鱼产业链进行延伸,借助数字化智能化转型升级,进军预制菜产业新蓝海,探索增长的“第二曲线”。据不完全统计,目前南海已有超过30家农业企业在抢占“预制菜”新赛道。

4月13日,《佛山市南海区关于推进十大国家级示范项目引领预制菜产业加快发展工作方案》正式出台。未来,南海将通过建设十大国家级预制菜产业发展示范平台,进一步提升南海区预制菜产业发展水平,推动现代农业转型升级。力争用3年时间,构建数字化、市场化、集群化、规范化的南海区预制菜产业发展新体系。



■一宵鲈鱼鲜产品。

销售火爆

老牌水产企业瞄上预制菜

说起为啥做预制菜,广东鱼兴港水产有限公司(以下简称“鱼兴港”)总经理郑伟给记者讲了个让人啼笑皆非的故事。

“前两年我有个好朋友从广州来九江看我,回去的时候我送了他几条鲜活的大鱼,朋友很高兴,因为一家人都爱吃鱼。结果第二天下午朋友的妻子打电话来了,让我以后千万别再送大活鱼给他们了。因为夫妻俩原本打算中午做鱼吃的,结果把鱼宰杀处理干净都过了午饭时间,只能改成晚餐吃了。毕竟人家平时在外面买的时候都是卖家把鱼处理得干干净净的,拿回家洗一下就可以直接烹调了,很方便。弄个活鱼,光刮鱼鳞就花了好长时间。所以我当时也哭笑不得。”郑伟说,这件小事情让他开始关注鱼类深加工产业。

在2020年,鱼兴港推出“渔点牌”深加工水产品品牌,并力争在2025年前,形成10个具有市场良好口碑的“预制菜”产品。

消费升级、饮食习惯的变化,叠加疫情影响,给预制菜带来了巨大的需求空间。在房租、人工、时间成本以及疫情突发等各方面压力下,方便快捷、品质稳定的预制菜优势凸显。2021年双十一期间,天猫新生活研究所遴选出10大趋势单品,预制菜首次入围。从天猫数据看,包括半成品菜、速食菜、料理包在内的预制菜销售火爆,成交额同比增长约两倍以上。艾媒咨询数据显示,2021年中国预制菜行业规模约为

3400多亿元,预计未来将保持20%左右的增长率高速增长,在2023年有望突破5000亿元,并有可能成为“下一个万亿餐饮市场”。

“除了普通消费者有需求,一些餐饮企业对鱼类加工产品的需求也越来越大。比如现在很多餐馆开在大型商场里,没有适合的宰杀处理场所,而顾客对上菜要求越来越快,这就给水产类预制菜带来了商机。姚酸菜鱼、江渔儿、禄鼎记等连锁餐饮门店都是我们的客户。”广东香良水产有限公司(以下简称“香良水产”)总经理何心斌说,2021年,香良水产设立全资子公司广东香良食品科技有限公司(以下简称“香良食品科技”),并且斥资2000万元打造全新的预制菜生产车间。

“90后、00后已经成为新鲜、快捷、潮流行业的消费主力,并且随着连锁餐饮的崛起,以及疫情防控常态化等背景下,加快了农产品预制菜的市场需求。”今年1月,广东何氏水产有限公司董事长何华先就公开表示,水产预制菜产业市场前景广阔,南海抓住风口,大力发展水产品预制菜产业,将会推动农产品会进入更加精细化加工,促进一二三产业融合发展。

早在2019年,顺应市场需求,何氏水产选择水产加工中的鱼类,并进一步聚焦鱼片加工,进入预制菜产业,目前年产量约1万吨,年产值超2亿元。其中,预制菜品牌“何氏蹦蹦鱼”“何鲜氏”深受消费者的青睐。



■香良食品科技预制菜车间。

科技赋能

数智化助力产业链延伸

在香良食品科技的预制菜生产车间,身穿工作服、戴着帽子和口罩的工人各司其职。运输回来的活鱼在这里经过宰杀、切片、腌制、真空包装、液氮速冻、打包入库等自动化工序,变成一份预制水产品。得益于已成熟的水产保鲜技术,从塘头到连锁餐饮店,香良食品科技的预制菜最快18小时便送达连锁餐饮门店。

何心斌介绍:“这套数智化生产线可以让我们的产量达到15万斤/天,不过现在市场还在

开拓中,而且遇上疫情,所以近期每天产量约为2万多斤。”

在距离香良食品科技五分钟车程的鱼兴港,除了进军深加工板块外,还积极拓展渠道,因为公司的预制菜产品不仅是向B端,也向C端销售。

“我们开设自有商城、开展直播,发展线上业务。”郑伟说,经过20多年的发展,鱼兴港已经建立近乎覆盖全国的冷链物流配送体系,配送网络遍及18个省份的40多个大中城市,同时,为

产值提升

托起“鱼价”护住民生

水产品塘口价在13-15元/斤,养殖成本在8-9元/斤,养户利润在4-7元/斤,流通商收购后以鲜活的形式运到北方市场,批发价格在15-18元/斤,除去损耗、人工、包装、运输等成本,鲜活流通商的利润仅在0.3-0.5元/斤。在此模式下本地养户和流通商的利润总额在5-8元/斤左右。市场零售价在25-28元/斤,终端销售利润在5-8元/斤。

“产地利润与终端销售商的利润相当,而这还是在养殖正常且无损耗的情况下计算的,如果

保证水产品的及时配送和鲜活度,鱼兴港在行业内率先建设了“鲜活水产品物流运输与配送”信息化管理数据库,实现信息化下单、派单与运输的全程GPS跟踪管理,这为企业发展预制菜线上销售提供了支撑。

从鱼苗到养殖、流通,再到如今的鱼产品深加工,在数字化智能化的加持下,一条新的水产产业链已经在南海初步形成,一条传统农业企业转型升级的路径已清晰可见。

发生病害死鱼,养殖户的利润更低,农民收入将受到很大影响。”郑伟说,如果鲜活鱼通过加工成鱼片、鱼柳、鱼排等产品销售的利润,相比直接销售鲜活品能够实现翻番,所以所有的水产品加工后销售,不但产值高了,农民的收入也会显著增加。

何心斌也直言,受疫情影响,鲜活鱼的收购价格与收储量都有所下降,但是若将鲜活鱼加工成为预制菜,不仅能够稳定收购价格,同时收储量不降反升,从而能够托起“鱼价”,护住了民生。

群雄逐鹿

要防止“劣币驱良币”

随着越来越多的企业进入“预制菜”产业领域,新一轮群雄逐鹿正式开始。加强预制菜行业标准建设、构建完善供应链和促进集中产业集群也成为行业普遍关心的问题。

在佛山市食品安全学会会长董华强看来,目前水产深加工准入门槛低,市场存在“劣币驱良币”的情况,对产业的长远发展不利,引导水产预制菜行业的规范化、标准化发展,有利于行业的良性竞争。他认为,市场的竞争也是品牌竞争、消费者口味的竞争,企业不仅要在口味研发上下功夫,同时要注重打造自主品牌。同时,标准是品牌打造的基础,是品质的保障,企业应积极参与行业标准定制。除此之

外,他建议要通过政策和法律手段,将不符合标准的竞品从市场驱逐出去,并且加大对口碑产品的宣传。

在3月14日成立的“佛山市预制菜产业联盟”里,一批南海企业积极加入,希望通过资源整合、优势互补,强化科技支撑和品牌意识,结合佛山特色农业重点突破,抱团提升预制菜产业整体水平。

与此同时,在南海企业中,建设预制菜产业园区已成为共同的期待。以水产的深加工——“水产预制菜”为例,何心斌与郑伟不约而同地认为,产业发展的物理空间不足,要推动产业进一步发展就需要先解决物理空间问题。

“我们现在的厂房比较小,已经不能满足我们的加工需求。”

政策加持

“分羹”万亿级市场

下一个万亿级市场和产业培育窗口期的机遇,让各级政府对“预制菜”产业的布局也加足了马力。

3月25日,广东省发布《关于加快推进广东预制菜产业高质量发展十条措施》,提出一系列措施推动预制菜产业高质量发展。

佛山在今年的市政府工作报告中也提出,要推动现代农业产业集聚发展,建设特色农产品“预制菜”加工产业园。

在2022年南海政府工作报告提到,南海将继续巩固提升国家级水产健康养殖和生态养殖示范区创建成果,以工业化理念推动现代农业发展,发展水产品预制菜产业,提升农业规模化产业化发展水平,促进一二三产业融合发展。4月13日,《佛山市南海区关于推进十大国家级示范项目引领预制菜产业加快发展工作方案》正式出台。未来,南海将通过建设十大国家级预制菜产业发展示范平台,进一步提升南海区预制菜产业发展水平,推动现代农业转型升级。力争用3年时间,构建数字化、市场化、集群化、规范化的南海区预制菜产业发展新体系。

对于该《方案》,何心斌、郑伟等企业家们感到无比振奋,也更加坚定了“预制菜”业务发展的信心。

南海区农业农村局相关负责人表示,未来将积极推动“预制菜”的发展,同时结合“预制菜”产业打造以淡水鱼为主的观光消费体验场景。

同时,有着500多年水产养殖业历史,被称为“中国淡水鱼苗之乡”“中国加州鲈之乡”的南海区九江镇,正在谋划“预制菜”产业园区,围绕一产布局二、三产业,加强招引、合作、培育,带动产业链上下游协同发展,通过快速占领市场,以预制菜产业促乡村振兴高质量发展。



■香良食品科技预制菜。

文/珠江时报记者
李丹丹 李春妹
图片由受访企业提供