

# 预制菜 下一个万亿元级产业

中国经济网记者 刘潇潇 李冬阳

随着预制菜概念的火爆,近两年不少企业竞相入局,发力预制菜产业赛道。有机构预测,未来3年至5年,我国预制菜产业有望成为下一个万亿元级产业。可与所有处于发展初期的产业一样,预制菜产业也面临着不少痛点,诸如菜品品质不可控、同质化现象严重等质疑短期内不可避免。当前,预制菜产业有哪些难题和痛点待解?对于推动产业健康可持续发展,企业应从何处入手?从业人员对此又有哪些思考?记者就此进行了走访调查。

2022年,因方便、快捷而备受青睐的预制菜可谓火出了圈,在刚刚结束的进博会上也有它的身影。预制菜正在成为城乡居民家庭餐桌上的新选择,预制菜产业也迈入了发展快车道。同时,随着“宅经济”“懒人经济”兴起,直接触达终端消费者的预制菜消费需求增大,吸引商超、电商平台、连锁餐企、专卖店等诸多企业涌入,竞争十分激烈。

在预制菜越来越火的同时,部分产品品质不可控、食品安全缺乏保障、相关领域人才匮乏等问题也开始凸显,不少人对预制菜产业能否健康可持续发展提出质疑和担忧。是成就“下一个万亿元级产业”,还是最终只是昙花一现?一系列问题同样困扰着预制菜企业和从业者。实现更高质量发展,产业该往何处走?

## 菜品品质有待提升

走进预制菜企业,记者发现,预制菜的技术含量并不低。特别是对于传统中餐风味的复制和还原,是整个行业一大技术难点。《2022年中国预制菜行业发展趋势研究报告》显示,61.8%的消费者认为预制菜口味复原程度需要改进。

“中餐通常被分为川、湘、粤、闽、苏、浙、徽、鲁八大菜系,烹饪方式又包含蒸、炸、煮、炖、炒、炆、烧、爆等。部分菜品制作工序复杂,预制菜对口味的复原难度较大,相对于西式快餐来说,中式菜肴的标准化面临巨大挑战。”同福集团股份有限公司技术副总经理王成祥告诉记者。

中国烹饪协会今年6月份发布的《预制菜》团体标准将预制菜分成即食/即热预制菜、即烹预制菜和预制净菜三大类。对于前两者而言,能否最大程度还原菜品本身的风味直接影响着消费者的用餐体验。这也是目前不少预制菜企业技术攻关的重点。

“我们一直在扩展调研市场,想尽可能还原街头巷尾的传统中华美食。”上海食品品牌理象国总经理王林介绍,理象国致力于为消费者带来健康、营养、便捷的理想简餐。在竞争日益激烈的预制菜市场中,理象国逐渐明确了自己的产品定位,更加专注于传统美食预制菜产品的生产上,目前产品种类已十分丰富。

要把这些传统美食做成预制菜产品,同时最大程度保持其原本风味,可不是一件容易事。理象国在口味复原方面就下了功夫。王林告诉记者,“我们探访了四川几十家抄手店,只为做出地道的川渝抄手;品尝了10多家老上海葱油饼店,只为记忆中的老味道能够延续。食材讲究真材实料,结合先进的冷冻保鲜技术,还原食物本来的好味道。”

除了走访老店、研究技术,商业合作也是做好预制菜产品的重要一环。在成立初期,理象国就与上游优质供应链企业建立起深度合作,定制和开发了满足理象国需求的原料。同时,理象国还和不少中华老字号、百年老店合作,推出“联名款”产品,深受消费者青睐。

中式餐饮历史悠久,且区域差别较大,预制菜品很难满足所有消费者的需求。众口难调成了预制菜企业在制定产品定位、提升菜品品质时绕不开的痛点。北京码上盛食品科

技发展有限公司旗下品牌懒猫厨房董事长吴晨曦举例告诉记者,“以辣椒炒肉为例,有的消费者非常喜欢并多次回购,但有的消费者觉得菜品太辣难以接受”。针对众口难调的痛点,懒猫厨房根据消费者对菜品的反馈不断优化,提升产品满意度。

“消费端的需求复杂多样且十分分散,倒逼供应端不断丰富产品品类。随着预制菜产业的发展,产品种类会越来越丰富,消费者的选择也会越来越多,就可以购买到符合自己口味的菜品了。”吴晨曦对预制菜市场的未来充满信心。

“即便是同一道菜,每个人喜欢的味道都不尽相同,想要被大多数消费者认可需要反复调试。”王林说,“尽管理象国在生产工艺和技术实现上遇到了不少挑战,但没有什么比提升品质更值得坚持。”

## 人才短缺问题凸显

随着预制菜产业的快速发展,企业对相关人才的渴求和重视程度也逐渐提高,亟需一批专业人才队伍。

“预制菜的研发,不是请几位厨师就能完成的。之前公司尝试聘请几位特级厨师作为顾问,让他们协助研发人员开发新产品。后来发现,特级厨师做的菜虽然好吃,但他们不懂工业化;懂工业化的工程师不懂怎么做菜好吃。”吴晨曦道出了研发预制菜时的无奈,“比如腌肉,常规的烹饪方式是把肉切好,加调料,拌匀,等待入味;但工厂会使用负压滚揉机,速度快、味道好,不过,调料的配比却和常规烹饪不同,需要调整。”吴晨曦表示,目前有食品工业化方面的人才,也有厨师人才,但能将两者结合起来的人才则非常稀缺。

王成祥也有同感,他告诉记者,随着近些年中央厨房迅猛发展,相关人才奇缺。他认为,目前跨界进入预制菜领域的企业非常多,但行业利润率并不高,想要从中分一杯羹,各个环节都需要有经验丰富的管理团队进行精细化管理。

北京睿盛达商务咨询有限公司总经理曾目成认为,预制菜企业在发展过程中,制度建设和团队管理都需要改进,聘请掌握食品生产技术的专业人员对各类菜品原料进行专业细致地分析,同时针对食材的不同特点运用不同制作方法进行针对性地研发。

人才的引进和培育,已成为发展预制菜产业的重要抓手。记者发现,多地出台的文件都提及了引进、培育预制菜人才的相关内容,通过“真金白银”的政策措施,支持预制菜人才队伍建设,加快推进产业高质量发展。以山东潍坊为例,今年4月份印发的《潍坊市支持预制菜产业高质量发展九条政策措施》指出,对通过该市预制菜企业申报入选的国家海外高层次人才引进计划人选,给予每人200万元经费资助;对国家高层次人才特殊支持计划人选、泰山产业领军人才、泰山学者,给予每人100万元经费资助;对引进、培育预制菜高技能人才给

予每名人才最高10万元奖励。

预制菜科研技术人员与企业实现“无缝对接”,是推动预制菜产业高质量发展的重要途径。8月26日,2022年高品质预制菜产业联合博士工作站结对授牌仪式在广东佛山举行,10个博士工作站与24家预制菜企业结对。博士工作站将帮助佛山预制菜企业构建产品研发体系,完善标准化、自动化生产作业体系,做好产品质量安全和品质把控。通过吸纳集聚博士及高层次人才,推动预制菜生产企业与高等院校和科研院所开展产学研合作,一方面能够及时有效研发预制菜新产品,帮助企业应对市场需求,另一方面也有利于打造预制菜龙头企业。

## 防范食品安全风险

凡是涉及“吃”的行业,都绕不开食品安全。这既是食品企业要坚守的底线,也是企业维护产品竞争力的基石。《2022年中国预制菜行业发展趋势研究报告》显示,47.8%的消费者认为预制菜的食品安全问题需要改进。

相较于即烹预制菜和预制净菜,即食类预制菜食用更加方便,但食品安全风险需要重点防范。“醉蟹、捞汁扇贝等冷链即食类预制菜深受消费者喜爱,但如果在原料控制、生产加工、储运销售任何一环出现问题,就很容易导致单增李斯特菌等食源性致病微生物超标。”中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授尹淑涛告诉记者。

防范食品安全风险,企业必须当好第一把关人。目前,一部分平台型企业销售的预制菜多采用委托加工方式生产。“平台型企业需要事先考察代工厂的生产环境,再谨慎选择合作对象,并且要在原辅料管理、生产过程、仓储物流、成品质检等方面进行严格的日常监督。预制菜代工厂则必须有足够的生产能力和严格的安全管控体系,在未经委托方许可的情况下,不能任意调整工艺、配方、技术标准等。”尹淑涛说。

吴晨曦告诉记者,“为了保证食材的卫生,懒猫厨房的肉包、料包选择与大型食品加工厂合作,并对生产全程严格把控,设置了多个卡点抽检。”

理象国在食品安全管控方面也颇有心得。“首先,企业要构建一套全面的标准体系,比如原料的品种、产地、存放条件等都要严格把控,不同预制菜产品要有不同的生产工艺和验收标准。其次,供应链各个环节都要做到精准控制,逐步完善从原料加工到成品售出的可追溯系统。未来,借助专业化产品研发和现代化供应链支持,公司将逐步形成清晰的全链路食品安全把控体系,为消费者提供更多高品质、好味道的预制菜品。”王林说。

随着我国预制菜市场快速扩大,有业内人士担心,“万亿风口”下各类企业一哄而上,在带来同质化问题的同时,也会导致部分企业陷入恶性竞争,通过降低品质换取利益,食品安全也就无从保障,甚至破坏整个行业的口碑。王成祥认为,预制菜食品安全链条应从农田到餐桌全产业链打造,建立标准化中央厨房生产工厂和物流配送体系。同时,相应的行业标准及管理规范也必须尽快完善,防止作坊式生产、低价比拼带来的食品安全风险。

近年来  
预制菜年产值  
保持20%高增长率

2021年  
中国预制菜市场规模为  
3459亿元  
▲ 同比增长19.8%  
预计2026年  
将超过1万亿元

● 2022年以来  
新增预制菜相关企业  
1400多家  
● 截至9月下旬  
国内预制菜相关企业  
达6.5万家

## 产业链条亟待畅通

预制菜产业上游连着田间地头,下游连着餐饮市场和消费者餐桌,对促进创业就业、消费升级和乡村振兴具有积极意义。“发展预制菜是推进农村产业融合的新途径,也是农民增收致富的新渠道。不过,预制菜全产业链长,产品和消费渠道多元,目前一二三产业融合程度低、难度大。”农业农村部食物与营养发展研究所副研究员刘锐告诉记者。

“在整个产业链条上,预制菜企业需要大量优质食材,农业生产端则为预制菜企业提供优质农产品,但二者对于优质的定义和认知有时却是不一致的,从而导致一方面预制菜企业苦于采购不到品质稳定的优质食材来保证产品质量,另一方面农业端大量优质农产品销售不出去,或是只能贱卖。”刘锐认为,很多农产品在市场上不能实现优质优价,在工厂和厨房里不能物尽其用,致使我国农产品出现结构性、区域性供需不平衡。

“产业链上下游对食材质量的需求不一致,是预制菜全产业链脱节、一二三产业融合程度低的关键限制性因素。”刘锐告诉记者,传统农业生产重点关注规模、成本、产量及农产品的外观品质,往往忽略了食品加工、餐饮、流通等二三产业对农产品的加工品质、食用品质、营养品质等的内在要求。

中国绿色食品协会绿色农业与食物营养专业委员会副秘书长聂莹认为,理想状态下,预制菜涉及的一二三产业各环节之间信息畅通,终端消费需求能及时反映给产业链前、中端各环节主体,主体则通过及时调整转换工作内容和方式,准确反馈到消费市场,形成产业内相互配合、产业间耦合联动的发展局面。“然而实际情况是,由于产业链涉及多领域和多主体,并且缺乏统一目标导向型标准,缺乏合理的利益分配机制,导致信息流通不畅,各环节内部反应滞后,环节之间脱节。”聂莹说。

建立完善一套系统性的生产管理全过程标准化体系,是预制菜产业可持续发展的关键。刘锐建议,首先要根据消费需求,建立不同种类预制菜的产品标准和质量评价方法,再据此建立食材加工标准及其质量检测方法,形成标准化的加工流程和工艺参数,逐步完善质量安全管理体系。

“统一目标导向型标准的建立是预制菜产业融合发展的基础。”聂莹认为,预制菜产业所涉及的第一二三产业都应完善相应的生产标准。比如第一产业应制定适合预制菜加工的食材标准、种养技术规范,第二产业要明确预制菜原料采收、保鲜和初加工技术规程、方法标准,第三产业则需完善预制菜细分产品的产品标准、服务标准等。

今年以来,预制菜销量大增,不少地区出台支持相关产业发展的文件,纷纷落子布局预制菜。一时间预制菜成为了又一站上资本风口、备受社会关注的热门赛道。

预制菜并不是什么新概念。根据目前被广泛接受的预制菜品分类,消费者熟悉的各种速冻食品、罐头等都可以归为预制菜。之所以这段时间成为热点,一方面是由于预制菜行业规模增长快,另一方面则是原本主要向企业供应的预制菜品类走上了消费者的餐桌,从B端走向C端市场,被更多人所熟知。

目前,B端仍是预制菜的主阵地,预制菜已成为餐饮企业尤其是连锁餐企降本增效的重要手段。《2022年中国连锁餐饮行业报告》显示,规模在11家至100家店的品牌,门店数同比增长分别达到16.8%和16.0%。为了保障在规模扩张过程中产品质量的稳定,越来越多餐饮企业将目光投向预制菜。从品控方面看,中央厨房统一生产的菜品在口味与质量上能够保持一致;从成本上看,预制菜的使用可减少后厨的人力投入,有助于控制人力成本;从收入角度来看,预制菜能缩短上菜时间,提高门店翻台率。

尽管预制菜有不少优点,但现阶段短板也很明显。以当前的制作工艺与运输技术,预制菜能够完美呈现的菜品仍然有限,有时不免在食材新鲜度上打折扣。如何在确保食品健康安全的前提下提高质量,是未来一段时间预制菜行业必须攻克的难题。

总的来说,预制菜丰富了餐饮服务维度的出现迎合了市场对效率与品质的需求,在餐饮行业成本压力上升的情况下,让更多消费者可以品尝到质量稳定、价格适中的菜品。同时,预制菜也在倒逼着餐饮行业进行差异化经营。企业如果不想陷入同质化竞争,就必须提高自身生产技术,用更高品质的特色菜品去赢得“老饕”们的青睐。也应看到,预制菜行业涉及的上下游产业众多,提质增效并非单打独斗就能实现,需要全行业的同频共振,产业的高质量发展还有很长的路要走。

点评

本版编辑 王薇薇 刘辛未 美编 倪梦婷

热

「赢」在

辛自强

图为同福中厨预制菜净菜生产区。(资料图片)



随着预制菜概念的火爆,不少企业纷纷入局,推动预制菜产业赛道。(资料图片)

