

预制菜热背后的冷思考：消费痛点清晰 市场亟待培养

红烧肉、波龙海鲜大咖、佛跳墙、全家福、花胶鸡……这是盒马电商平台除夕期间预制菜销量前五名的菜品。复杂烹制的餐馆菜肴，只需要经过简单加热翻炒就能端上家庭餐桌，这也是预制菜在春节期间火爆的主要原因。

那么，预制菜好吃吗？消费者喜欢吗？80 后的杨小姐，过年期间在电商平台购买了一份预制菜——花胶鲍鱼鸡，她的评价是很满意：“家人都觉得挺好吃的，加热还很方便，会回购。”

但另一边，一位尝试了金汤肥牛预制菜的段小姐，却表示：“口感很一般，预制菜是朋友送的所以尝试一下，但效果差强人意，自己应该不会主动购买了。”这种极大的体验反差也体现在很多预制菜售卖平台上。

风口正盛 下一个万亿市场？

“预制菜是介于食品和餐饮的中间业态，目前市场上的普遍认知为‘3R’食品，即为即热、即食、即烹三种类型的通过食品工厂和中央厨房工业化化生产的快手菜。”对于什么是预制菜，中国饭店协会副会长金勇这样定义。

其实，预制菜由净菜发展而来。净菜是指新鲜蔬菜原料经过分级、清洗、去皮、切分、消毒和包装等处理加工，达到直接烹食或生食的卫生要求。20 世纪 60 年代，净菜在美国实现商业化经营，通过供应餐饮行业，使餐厅、配餐公司等外食产业，降低人工费、水电费和垃圾处理费，减少厨房面积和设备采购。之后，部分净菜企业也面向家庭、个人零售，方便了居民日常生活。当前，预制菜在美国、日本等发达国家已经形成成熟的生产加工体系。

随着我国经济深度发展，生活工作节奏加快，加之新冠肺炎疫情的影响，预制菜市场肉眼可见的火爆起来。

凭借丰富的餐饮经验和成熟的供应链，知名连锁餐饮、电商平台都看到了预制菜未来的增长点，眉州东坡、杏花楼、海

底捞等连锁餐饮企业，三全、正大以及安井等食品加工品牌以及新零售领域的盒马鲜生、美团买菜，每日优鲜；还有部分主营业务为预制菜的企业，如味知香、新聪厨、好得睐等，这些企业已经粗略描绘出了预制菜这片不可小觑的蓝海。

那么，这片蓝海究竟有多大？是否真如传言有万亿市场？一份名为《2021 预制菜行业现状与发展前景》报告中提到，自 2011 年—2020 年数据来看，预制菜相关企业注册量呈上升趋势。2015 年首次突破 4000 家，2018 年首次突破 8000 家，尤其在 2020 年，新注册 1.25 万家，同比增长 9%。

企查查数据显示，中国现存预制菜相关企业 6.81 万家，2021 年新增 4212 家。中商产业研究院数据显示，2020 年中国预制菜行业市场规模达 2527.0 亿元（人民币，下同），预计 2021 年达 3136.6 亿元，2022 年则预计能达 4151.5 亿元。

“通过行业内有关数据和咨询公司发布的预制菜有关数据，目前市场上全年预制菜销售额近 2000 亿。”金勇表示，预制菜市场非常可观。

目前，预制菜的消费市场主要集中在一二线城市，主要原因是这些市场的消费者忙于工作，无暇做饭，同时又注重饮食健康。盒马提供的数据也印证了这一观点，据了解，盒马预制菜的用户群体则主要集中在 30 岁—50 岁以上的年龄段用户群体，女性群体偏多，用户主要分布在一二线城市。

以盒马为例，其预制菜增长最快的是在 2020 年，销售额同比增长近 1 倍，2021 年盒马预制菜销售额同比增长超过 70%；据商务部数据显示，2021 网上年货节启动以来，年夜饭系类商品销售额同比增长 96%，其中半成品（预制菜）增长 380%以上。这个数据也从另一方面得到印证，从 2021 年 12 月 27 日到初四，盒马预制年菜整体增幅就高达 345%。

越来越多资本的关注，也吸引着众多餐饮企业纷纷加入，期盼分得预制菜蓝海中的一桶金。

预制菜消费痛点清晰 市场亟待培养

虽然预制菜市场广阔，但是产业痛点却清晰可见。刚刚，江苏省消费者权益保护委员会发布的《预制菜消费调查报告》，显示了预制菜行业现状、消费者偏好及存在的主要问题：首先，食品安全为消费者关注重点，预制菜品质量层次不齐；其次，口味有待提升，当被问及菜品口味是否达到预期时，仅有 34.36%的消费者表示预制菜品的口味超过预期非常美味；第三，预制菜种类形式单一，难以满足消费者选择需求；第四，线上为消费者主要购买渠道，物流配送及提货问题多。

消保委建议：把好食品安全关，提升消费者满意度，产品详情规范标识，保障消费者知情权，同时保障商品运输条件，提高配送效率。

预制菜能否做到足够好吃？食材新不新鲜？能否保证营养健康又兼顾安全卫生？这都是显而易见，消费者需要企业回答的疑问。

据了解，预制菜的即食和即热产品与食品标准几乎无区别，比如说酱卤这种相对很成熟即热快手菜。一般来说，预制菜的生产流程就是从选品到研发、小规模生产、市场检验，再到大规模标准化生产。

许多从事预制菜生产的企业，都是凭借在食品供应链、冷链物流等方面的优势快速进入到这个行业。比如盒马在 2017 年开始做冷藏预制菜，目前在 18 个城市有配套工厂，同时自己在建中央厨房。在这些配套资源支持下，消费者在盒马点单后，大概 30 分钟就可以送达。据了解，今年五六月，盒马成都和武汉的预制菜工厂就要正式投产。

预制菜的生产制作还涉及了很多环节，比如供应链源头食品安全监测，生产加工、冷链运输、仓储环节、配送到家等环节的食品安全问题也都是预制菜面临的潜在风险，这也是消费者在选购时经常面临的疑问。

对于预制菜是否安全营养，科信食品与健康信息交流中心主任钟凯表示：“预制菜的安全性没什么问题，营养和传统烹饪也不会有本质差异，只是吃起来可能会有一些差别，这和食材、烹饪方式有关，有些是吃不出来的。做的好吃才是当下应该主要考虑的问题。”

“少部分消费者对预制菜的营养健康误解，是由于预制菜有少部分保存时间较长，或者部分与制裁通过冷链物流运输后需要再次加工才能出品。目前，冷冻速冻技术发展非常迅猛和发达，营养损失相对很小。”金勇说。

对于消费者的顾虑，中国饭店协会方面表示，从健康角度而言，目前所有预制菜内的食品添加剂都是符合有关规定并且在包装上有鲜明标注，预制菜的食品添加剂和在餐厅和在家制作的差别几乎不大。另外健康是需要消费者在选择的时候进行三餐合理搭配的，在搭配合理的情况下是可以保证健康的。

近年来，咖啡、拉面、火锅等餐饮品类轮流成为资本力捧的宠儿，但是市场多维度的考验也让更多投资人开始理性思考，一个产业稳定发展的关键因素究竟是什么。除了资本的热爱，市场长期培育、产业本身的痛点攻克以及保证这个产业稳定健康发展的“标准化”内核还需要不断丰富。

虽然年初已经有地方协会推动预制菜相关团体标准建设，但是目前，关于预制菜的“国家标准”还是空白，随着市场需求不断增长，“标准化”、“规范化”的“预制菜”亟待推出。

“期待预制菜大爆品的研制，期待企业能够按照品牌化、标准化、规范化去生产，加强口味还原度，保证为消费者提供安全、方便、美味、健康的食品。”金勇说。

关于预制菜产业的看法，一家团餐企业拒绝采访时透露，企业正在着手推出预制菜相关产品，并有计划深耕这个产业，但现在体量还小，不希望透露太多。狂热的资本、挑剔的味蕾、空白的行业标准，看来，预制菜的风口之下，还有很多故事未完待续。

据新华社



早茶香 做茶忙

2 月 19 日，中外地理标志产品博览会系列活动之四川第九届茶叶开采活动周在四川省泸州市纳溪区中国特早茶城启动。此次开采活动周以“早安中国，茶香世界”为主题，将举办开采活动周启动仪式、地标产品（茶叶等）展示展销、四川省手工制茶大赛、云上采茶活动、招商引资推介会暨川茶产业专题讲座等“茶叶+”系列活动，通过茶旅、茶文化助推乡村振兴。

据了解，泸州市以纳溪区、叙永县、古蔺县为重点产茶区县，目前全市茶叶种植面积 3 万余公顷，综合产值约 80 亿元。

通讯员 杨涛 摄

净化燃气灶具市场 确保群众生命安全

□本报记者 高明山 文/图

为认真落实成都市、崇州市燃气安全排查整治工作部署，切实履行好产品质量安全监管职责，结合“春雷行动 2022”质量安全隐患整治执法行动，崇州市市场监督管理局高度重视，多措并举开展燃气灶具生产流通领域专项整治。

开展拉网式排查。安排 14 个检查组对辖区开展拉网式排查，共排查建档燃气灶具销售点 76 个，燃气灶具生产企业 1 个。打击违法违规行。重点检查家用燃气灶具、热水器等产品是否存在无熄火保护装置，未经认证、虚假认证，伪造、变造或冒用 3C 认证标识，证照不全、生产销售不合格产品、仿冒名牌、虚假宣传等违法违规行。加大安全提示宣传。根据燃气灶具的产品特性，制作销售燃气灶具安全提示宣传画 300 份，在各燃气灶具销售点醒目位置进行张贴，并公示宣传咨询和投诉举报电话，畅通投诉举报渠道。

截至目前，已对 1 家销售无 3C 认证的燃气灶具销售点立案，具体案件正在进一步调查中。

下一步，该局将探索建立燃气灶具销售环节的长效监管机制，建立定期和不定期监督执法的制度，在已有销售点方案的基础上动态摸排、动态更新，尤其是动态掌握农村地区兼营燃气灶具商户的真实信息，随时开展检查，及时查办相关案件，净化燃气灶具市场，保障人民群众生命财产安全。



四川广汉

□郭彬彬 本报记者 高明山 李鹏飞 文/图

近日，四川广汉团市委组织 30 余名返乡大学生、西部计划志愿者走进商铺餐饮店开展燃气安全知识宣传活动，累计发放燃气安全宣传手册 1000 余册，联合燃气公司组织志愿者开展专业燃气安全知识培训。

“近期，我们将招募志愿者 100 名，协助相关单位、镇街开展燃气安全检查和安用气宣传。”广汉团市委相关负责人表示，下一步，广汉团市委还将加大宣传力度，持续普及燃气安全知识，坚持不懈抓燃气安全，使燃气安全深入人心，为居民营造一个安全祥和、和谐稳定的生活环境。

四川广元朝天区 打造网络直播平台 全面助力乡村振兴

□刘旭 本报记者 魏彪

为进一步发展网络直播带货产业，打造四川广元朝天区网络直播平台，以直播基地带动朝天农特产品销售，助力乡村振兴，近日，朝天区举行电商直播产业园建设项目签约仪式，四川广元市朝天区人民政府与四川宝官堂商贸有限公司签订投资合作协议。

根据协议，四川宝官堂商贸有限公司将在朝天投资建设网络直播基地办公场地、培训场地、直播间、直播超市等，打造网络直播基地，免费培训区、镇（街道）、村（社区）干部，构建区、镇（街道）、村（社区）三级培训体系、三级供应链体系、三级销售体系。

同时，将朝天区直播基地与四川成都总部实现互通互助，采用走出去、请进来的方式，线上线下销售产品。采用海选模式，集中选拔全区优秀的传媒公司、职业学校、旅游公司等优秀人才进朝天直播基地，集中培训、集中直播带货，切实让他们成为全区百姓带货、为企业带货的主力军。

据悉，该公司全国网络直播平台成立于 2018 年 12 月，目前，在全省有 17 家直播基地。主要开展直播培训、短视频内容、网红孵化、整合营销、直播超市等业务；以 5G 大数据与四川宝官堂商贸有限公司签订投资合作协议。

根据协议，四川宝官堂商贸有限公司将在朝天投资建设网络直播基地办公场地、培训场地、直播间、直播超市等，打造网络直播基地，免费培训区、镇（街道）、村（社区）干部，构建区、镇（街道）、村（社区）三级培训体系、三级供应链体系、三级销售体系。

同时，将朝天区直播基地与四川成都总部实现互通互助，采用走出去、请进来的方式，线上线下销售产品。采用海选模式，集中选拔全区优秀的传媒公司、职业学校、旅游公司等优秀人才进朝天直播基地，集中培训、集中直播带货，切实让他们成为全区百姓带货、为企业带货的主力军。

贵州省黄平县 发展肉牛养殖产业 让农民生活“牛”起来

近日，走进贵州省黄平县新州镇柿花村党员致富带头人李忠书的养牛场，李忠书掰着手指给笔者算了一笔养牛账。

“现在养牛很轻松，玉米、草料都是公司配送，一天最多花一个小时，定时投料即可，圈养一头牛一天需要 15 元到 18 元的草料，能长 1.5 公斤以上毛重，公司回收—公斤 36 元，除去防疫等费用，利润至少有 30 元。”李忠书说。

李忠书养牛之所以轻松，得益于该县推行的“党建引领+专班服务+金融机构+龙头企业+党员示范”养牛产业模式，这种产业模式由乡镇党委、政府来引导，县级专班抓统筹、搞服务，银行考察放贷、跟踪，龙头企业发牛犊、传技术、包回收，农户的任务是建圈、饲养和管理。为了鼓励农民参与养牛项目，政府还负责贷款贴息，实现农民利益最大化。

李忠书是与黄平县农博翔有限责任公司合作的党员示范养殖户之一。农博翔是一家集山地生态高效畜牧种植养殖、饲料加工、有机肥生产销售等为一体的民营企业，2018 年获得“贵州省省级农业产业化经营重点龙头企业”称号，2020 年被农业农村部认定为“国家现代农业科技示范展示基地”，是该县重点培育的龙头企业。

在养牛专班的协调下，黄平县振兴村镇银行考察同意放贷，农博翔采购产肉能力好的西门塔尔牛犊，经过检疫后出售给李忠书，同时按市场价格供应喂牛的玉米、豆粕、草料等饲料，并安排技术人员入户指导管理，解决饲养过程中出现的问题。

党员致富带头人李忠书告诉笔者，他获得贷款后，修建了牛圈，改变传统散养的模式，在农博翔公司选购了 30 头健壮的牛犊，精心饲养

10 个月，平均每头长 500 多公斤，除去成本后获利 27 万元。据了解，目前黄平县像李忠书这样参与“党支部+公司+农户”养牛项目的养殖户已有 1968 户，牛存栏 5.39 万头，2021 年该县通过发展养牛产业，实现利益联结分红 400 多万元，产业建设带动 4000 多户，户均增收 1.5 万元。

笔者看到，李忠书家牛圈与住房仅一墙之隔，100 余平方米的牛圈水电齐全，干净通风，膘肥体健的西门塔尔肉牛自由地站在牛圈里，没有一点牛粪的气味。党员致富带头人李忠书介绍，地面铺了发酵床，中和了牛的排泄物，牛粪就不臭了。发酵床由谷壳、木屑、酵素组成，经过牛的踩踏后，成为优质的有机肥，售价 680 元/吨。现在养的牛全身都是宝，皮、骨、肉、粪样样都能卖钱，养牛真是个好产业。

“通过养牛项目赚了钱，我家装修了房子，过上了好日子。过段时间再把牛圈扩大些，多养几头牛。”对于养牛项目，党员致富带头人李忠书心中有自己的规划。看到养牛项目的成功，柿花村很多农户纷纷上门来向他请教养殖经验，作为党员示范养牛户，为群众找到了一条致富新路子，他感到非常高兴。

近年来，贵州省黄平县以绿色发展为导向，以肉牛产业高质量发展为主线，大力发展“一县一业”养牛产业，聚焦产业提质增效目标，大力扶持肉牛养殖发展，并依托肉牛产业发展牧草种植，走出了一条农民增收、农业增效、农村增绿的绿色发展之路。辐射带动全县 11 个乡镇，建成养殖小区 7 个、25 头以上规模养牛场 81 个，初步形成“党建引领、党员示范、银企互动、农户参与”的养牛产业新格局。

通讯员 潘江平 潘胜天

公告

遗失公告

因保管不善，四川省雅利豪建筑劳务有限公司（统一社会信用代码：915105226783845460）公章（编号 5105225008883）、财务章（编号 5105225008981）遗失，特公告声明作废。

四川省雅利豪建筑劳务有限公司
2022 年 2 月 18 日

遗失公告

石棉县罗光玉不慎将位于石棉县新棉镇大渡河村二组房屋的《房屋所有权证》（产权证号：石权字第 00613 号）遗失，特公告声明作废。

罗光玉
2022 年 2 月 21 日

遗失公告

宜宾市沁芳源酒业有限公司（注册号：511528000013331）不慎遗失营业执照正本各一份（副本编号：1-1），特公告声明作废。

宜宾市沁芳源酒业有限公司
2022 年 2 月 18 日

减资公告

本公司股东决定，本公司注册资本由原 3000 万元减少到 500 万元。请相关债权人于本公告见报之日起 45 日内，前来公司办理有关手续，过期责任自负。特此公告。

南江县金砂建材有限公司
2022 年 2 月 21 日

减资公告

四川弘扬信息咨询有限公司（统一社会信用代码：91510524MA6AMJM84E）经股东决定，将公司注册资本由 500 万元整减至 10 万元，自本公告见报之日起 45 日内，请本公司债权债务人员前来办理有关手续，过期责任自负，特此公告。

四川弘扬信息咨询有限公司
2022 年 2 月 18 日

减资公告

四川瑞元吉城建筑工程有限公司（统一社会信用代码：91512000MA68HTAF30）经研究决定，将公司注册资本由原 5000 万元减少至 1000 万元。自本公告见报之日起 45 日内，请债权债务人员前来办理有关手续，过期责任自负。特此公告。

四川瑞元吉城建筑工程有限公司
2022 年 2 月 22 日

注销公告

宜宾市沁芳源酒业有限公司（注册号：511528000013331）因决议解散，拟向公司登记机关申请注销登记，请债权人自公告之日起 45 日内向我公司清算组申报债权，过期责任自负，特此公告。

联系人：王郁（18990976130）
宜宾市沁芳源酒业有限公司
2022 年 2 月 18 日