

解锁年夜饭新吃法,节前预制菜备受青睐 挤上餐桌,是真“香”还是一时火

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 于泊升 见习记者 李梦瑶
实习生 吕怡然

春节临近,市民家中年夜饭的准备也被提上了日程。与往年相比,预制菜有望挤上不少家庭的餐桌。记者调查发现,济南的预制菜市场越来越火,其中到底有何原因?



消费者在盒马鲜生选购预制菜。

省时省力方便 年轻人最喜欢

预制菜为何在近几年大受欢迎?济南市民肖明(化名)说起了两年前在外吃年夜饭的糟糕经历。作为全家新晋的春节活动策划,肖明想得很简单:“把父母接到济南,年夜饭在外订个包间就解决了。”让他没想到的是,刚进入小年,年夜饭包厢就已全部被订完,只得选择堂食,但仍排了一个小时的队。如今有了预制菜,麻烦就可以解决了。“预制菜制作简单,可以省去很多步骤,节省时间而且价格不算太贵,在家吃更有过年的氛围。”

不仅如此,加热即食、方便快捷的预制菜特别迎合年轻人喜好,受众的年轻化趋势成为预制菜另一发展方向。“预制菜加热即食,不仅方便,味道也好,现在的年轻人往往不太愿意也不太会做饭,做出来的饭菜味道不够可口,去饭店吃价格又比较贵,所以他们就会更倾向于预制菜。”记者发现,预制菜的价格相对饭店同等成品普遍偏低,如饭店一份两斤的小龙虾,价格在八九十块钱,预制菜单盒包装的一斤半小龙虾均价在30块钱左右。

预制菜的品类与口味同样也是市民选择的关键,不同的店铺会有自身的特色与口味偏向供市民选择,如以醉蟹、牛肉为主打特色的年夜饭套餐,还有以杭帮菜、川菜等地域特色为主的家宴礼盒。

除了主打特色,商家也会考虑面向全国的大众口味,某电商平台的销售人员告诉记者,“预制菜的食材和料包是分开的,顾客在二次加工时,可以根据自身喜好进行调配。”

记者在相关人士处了解到,因为销售渠道的不同,顾客选择的品类也会有所差异,如酒吧、KTV等进货会偏向购买较辣的食品,有外卖业务的商家会喜欢购买价格便宜的,零售客户则喜欢实惠、性价比高、好吃的品类。

在济南市中区万达的盒马鲜生超市,丰富多样且颜值极高的预制年菜吸引了不少市民驻足,商家更是贴上了热销的标签。盒马鲜生餐饮部负责人杨立杰表示,餐饮部还推出了一系列盘装的热菜,市民仅需逛超市的工夫就可把年夜饭带回家,四五百元就可以搞定一桌丰盛的年夜饭。

形成产业链闭环 发展前景很可观

孔先生是厨鲜记济南地区的合伙人,负责济南地区厨鲜记预制菜的所有售卖工作,在某大型超市入口,有一个预制菜无人智能销售柜正是孔先生在负责。他告诉记者,“预制菜主打简单、方便、卫生,免切免洗免调味,不仅可以降低时间成本,还可以不受场景的限制。”针对近两年的销量情况,孔先生坦言,近些年能明显感觉到预制菜的销量在上升,光外卖走流水一年可以走几十万元,无人售货机一个月的利润也在两万块钱左右。而临近春节,家宴的食材选择更是让预制菜热上加热。“过年前后的那几天,销量可以增长几倍。”孔先生说。

“我们的销售渠道分为B端(面向企业和商家)和C端(面向个人用户),B端主要是面向饭店、做堂食的酒店和外卖商家等,他们购买我们的产品之后会经过自己的加工再向顾客出售,C端是在超市,无人售货柜直接面向老百姓来零售,除了凤凰路的无人售货柜,我们在白马山特美易购和天桥区紫金山的华联超市都有售卖。”孔先生说。

除了B端的供货外,现在C端的销量和需求也占很大一部分。他认为,现在所经营的预制菜品牌更偏向于生产并搭建完善的销售渠道。

“我们产品的工厂在江苏泰州,原材料的采购、加工、生产都是由品牌的公司来负责。我曾经去考察参观过预制菜的生产车间、加工车间和仓库,规模还是比较大的。”孔先生称。

记者在走访中发现,像孔先生这种供货模式的商家不在少数,大众化的预制菜大多都有工厂生产链条,工厂生产配套给线下实体店,或者线上网店,在店铺以零售的方式进行售卖,有部分实体商家供货由多个工厂完成。

除了大众化的预制菜品牌

外,还有一些销售高档预制菜的店铺,年夜饭套餐均价在1000元左右,销量相对偏低。销售人员告诉记者,他们家的菜品用料成本较高,像套餐里的花雕醉蟹,正常买一份也要一百多元。不仅如此,像这类店铺,不仅抢先进入了预制菜的跑道,还会分时间销售其他主打产品。“我们8到12月中旬做大闸蟹,1月中旬到3月初做年夜饭、海鲜、羊肉、坚果等。”某餐饮业销售人员说。

热度持续高涨 销量提升一倍

作为本土餐饮品牌,山东凯瑞集团也有预制菜。凯瑞集团市场营销总监侯明敬告诉记者,凯瑞在2021年年初推出了预制菜品牌“瑞宴到家”,主打便捷且性价比的大众端消费。

“从开始预订年夜饭到现在,我们今年已经售出了5000多份预制菜。”侯明敬称,在短时间内达到5000份的销量还是非常可观的,比2021年同期销量提升了一倍。“相比去年,消费者的认可度在提高,市场规模也在扩大,今年

凯瑞对预制菜品牌进行了升级。”侯明敬说。

在打通下沉市场方面,凯瑞集团推出了“二十二城供应链”服务方案。“预制菜是其中的一项,通过全产业链的餐饮服务解决方案来落地生根。”侯明敬说。

事实上从去年开始,预制菜就逐渐进入了大众的视野,热度持续走高。某外卖平台显示,对比2020年同期,2021年预制菜订单量涨幅超过50%。据艾媒咨询数据显示,随着消费升级和冷链物流布局,预制菜市场将同时向B端、C端加速发展,之后将以20%的增长率逐年上升,2023年中国预制菜规模约为5165亿元。

影响产业两大关键 一是安全二是卫生

预制菜以快捷、方便、美味的特点逐渐打入城市便民生活圈,进入家庭的餐桌,但它的安全问题仍是市民最关心和担忧的。

刘女士告诉记者,她对预制菜前期加工的过程不够了解和信任,一般不会主动购买,但因为口感好味道足,她的儿子特别喜欢买来吃,而她最不放心的就是预制菜的卫生是否合格。

针对前期生产加工的安全质量保障,某主打醉蟹预制菜的销售人员告诉记者,他们是和加工厂合作的,每个菜品都有质检报告,公司也有食品经营许可证。

孔先生称,他售卖的预制菜品牌有自己的工厂,工厂是流水线生产,管控很严格,每一箱产品出厂前都会有自己的检测报告。

预制菜经加工出厂后,其储存、运输过程中涉及的食品安全问题也是关键一环,记者在某电商平台看到,许多预制菜一般为-18℃冷链储存,保质期达到了360天,有的能达到18个月。

某电商平台预制菜的销售人员告诉记者,他们在运输过程中会放入冰袋,发货的产品会按较近的生产日期。尽管如此,菜品在运输过程中是否还能维持低温的标准,储存时间过长的菜品在二次加工后是否还能保持新鲜的口感,其营养会不会有所流失仍是市民担忧的问题。

一次性餐具还要用开水烫? 今年我省全面推广消毒餐具溯源,情况或将得到改观

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 李培乐

过了小年就是年了,在年味越来越浓的时刻,外出就餐的人也越来越多。山东省餐饮具消毒行业协会负责人称,在春节期间山东消毒餐饮具每天使用量在800万套左右,接近平常的两倍。而随着今年我省全面推广消毒餐具溯源,一次性餐具还要用开水烫的情况或将得到改观。

今年将整治 小乱差餐具消毒企业

消毒餐具可以说是餐饮业的晴雨表。马上要过年了,消毒餐具企业也正在紧锣密鼓备货迎战春节的黄金档期。为了了解山东省餐饮具消毒行业的情况,记者采访了山东省餐饮具消毒行业协会执行会长乔金朝。

说起山东省的餐饮具消毒行业,他如数家珍。“山东有291家消毒餐饮具企业,平常每天的市场供应量在450万套左右。”

他介绍说,消毒餐具行业也发展20多年了,前些年一些小作坊不规范生产,存在卫生问题,给这个行业和消费者留下了很

不好的印象。

“山东省市场监管局也在密切关注消毒餐具的问题,2021年3月到8月在全省范围内开展餐饮具清洗消毒整治行动。”乔金朝说,这就是要改变食客外出就餐需要用水烫一次性餐具的问题。记者了解到,2021年上半年山东省市场监管局对全省餐饮具进行了抽检,合格率93%,有7%不合格。这7%里面,90%来自自行消毒的餐饮具。“事实证明,消毒餐具更加安全,不合格的部分9成是自洗餐具。”乔金朝说,现在推广三个代替,用物理消毒代替化学消毒,用流水线代替手工,鼓励75座以内的小型饭店用消毒餐

具代替自洗,“小型餐具翻台率高,商家自己的消毒柜餐具需要放在里面至少18分钟,不然达不到消毒效果。”

“全省现在大部分餐具消毒企业都能做到用流水线清洗,去油去渍,高温处理,高度消毒,自动包装。但也有一些管理不善,存在隐患。”为了让消毒餐具更加放心,现在山东省餐饮具消毒行业协会在推广餐饮具溯源,“2021年做了十几家企业的测试,让企业免费使用,2022年要全面推广。”

乔金朝希望彻底改变消毒餐具企业的面貌,“虽然是小碗,但洗的是大健康。”在未来,随着市场的变化和管理的需要,餐具

消毒企业不再允许小乱差的存在,“将来平均下来一个城市4家左右,两个相邻县城1.5家左右,实现规模化生产。”

春节期间 全省日用800万套

说到春节消毒餐具的使用量,他说疫情前春节期间能是平常的三倍,现在也能达到两倍左右。“现在过年的时候,使用量能达到800万套。”

乔金朝说,随着规模化的发展,行业会变得越来越好,“现在每一套餐具上都有一个溯源码,顾客一扫就可以看到餐具整个清洗流程。”他希望通过行业的

努力,将来大家可以放心使用消毒餐具,不必再用水来烫,“像章丘的龙泉餐具企业的规模,全省有二三十家,这些企业的产量每天都在5万套以上,规模大,有实力,产品更让人放心。”

消毒餐具使用量最高的城市,是济南而不是青岛。“青岛在五一到十一旅游旺季,日用量能到五六十万套,可是现在,每天的用量也就在15万到20万套之间。”相对于青岛和威海,济南、菏泽、潍坊、枣庄和济宁餐具的使用量相对稳定。特别是济南日均使用量是最大的,每天维持在30万套左右。



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:马纯潇 组版:洛菁