

■探秘预制菜(下)

预制菜概念板块股价大涨,诸城相关生产企业订单火爆 站在风口,这波红利能“吃”多久

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 蔚晓贤 马媛媛

股市大涨背后 是火爆的市场

虽然已近春节,但整个县城还没有显露出节日的氛围。昌城镇山东得利斯食品股份有限公司大门外的街道上车来车往,公司院子里却十分安静。

就在这一天,得利斯股价再次以涨停收盘。

连续多日涨停,让得利斯的股价在一众预制菜企业中十分瞩目,以至于一些业内观察者将最近爆红的预制菜企业称之为“得利斯们”。据统计,截至1月21日收盘,得利斯股价在一个月时间涨幅达到88.64%,涨势之猛也引起深交所的关注。

1月19日,深交所对得利斯下发关注函,要求其结合预制菜业务的实际经营情况、市场地位、所处行业发展、最近两年及一期的收入及毛利率水平、主要客户及供应商等因素,说明公司关于2022年度预制菜规划目标的制定依据,在此基础上说明公司基本面是否发生重大变化。

然而,得利斯还未来得及回复,1月20日再次以涨停收盘。

与得利斯相距不到9公里的惠发食品,1月13日同样以涨停收盘。1月20日,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者在惠发采访时,一名负责人告诉记者,2020年惠发实施股权激励,很多员工买了惠发的股票,此次,借着预制菜概念股大涨,不少员工都开玩笑说,年终奖不发都行。

经Wind统计,目前预制菜概念股共计15只,而来自潍坊诸城的食品企业就占了2只。作为全国食品工业产业集群示范区、全国食品工业强县(市),因为预制菜,诸城再一次引起人们新的关注。

股市中的热度同样反映在现实的车间里。1月20日上午,在山东宾得利食品有限公司的加工包装车间里,一排排礼盒在生产线上鱼贯而出,这些设计喜庆的“鸿运”礼盒内装的正是得利斯新研发的预制菜套餐,用不了多久,这些菜品就会出现在全国各地消费者年夜饭的餐桌上。

记者了解到,针对现在比较火的年夜饭系列,得利斯推出了几个套餐,有纯牛肉的套餐,也有猪牛鸡并存的套餐。到目前为止,单位团购的低温肉制品礼盒加上预制菜系列礼盒累计超过30万个订单。在山东惠发食品股份有限公司,一辆辆满载预制菜产品的货车,也排队发往外地。为保障春节供应,该公司70多条生产线满负荷生产,每天发货1000多吨。

“我认为,预制菜的火爆不是炒起来的,而是市场需求引爆的。”得利斯预制菜研发经理王博告诉记者。惠发食品股份有限公司商务总监李超认为,除了疫情起到一定的催化作用外,中国目前的社会经济发展情况也必然会促使预制菜兴起。因为按照日本、美国当时预制菜兴起的条件看,中国目前已具备类似的条件。

预制菜火爆 不是一场意外

一夜之间,预制菜火了。

连日来,股票市场上的预制菜概念板块备受关注,大幅上涨。业内对预制菜行业未来的猜测,也令人浮想联翩。在这次股市的狂欢中,得利斯与惠发给人留下深刻印象。在业内预言预制菜即将站上新风口的时候,这两家来自潍坊诸城的食品企业已然跻身于中国预制菜行业的头部企业行列。预制菜凭啥站上风口?究竟会给企业带来怎样的影响?分割预制菜的红利能否那么顺利?1月20日,齐鲁晚报·齐鲁壹点记者探访诸城多家预制菜生产企业,试图揭开预制菜风口背后的逻辑。



得利斯的预制菜礼盒正在加紧出货。

根据企查查的数据显示,截至2021年4月,中国共有7.19万家预制菜相关企业,山东以9246家位居第一。从城市分布来看,深圳市共有预制菜企业2201家,排名第一,长春、潍坊紧随其后,分别有2121家、1648家。

潍坊的食品产业强市非诸城莫属。采访中记者发现,对于预制菜的火爆,很多诸城食品企业并不感到意外。

诸城外贸食品销售公司总经理田树宏介绍,目前业界认为,预制菜按照加工的深浅程度,可分为即食、即热、即烹、即配食品。诸城外贸从1987年开始生产鸡脯丸子,1991年开始生产鸡肉肠,2001年拿下肯德基在中国的第一个鸡肉调理品骨肉相连串。鸡脯丸子是即热食品,鸡肉肠是即食食品,骨肉相连是即烹食品,按照现在的定义,诸城外贸很早就涉足预制菜领域了,而且生产的产品基本上都属于预制菜的范畴。

不过,田树宏认为熟食调理品才是真正意义上的预制菜,也是消费者所理解的预制菜。2014年,诸城外贸研发出了鱼香肉丝、宫保鸡丁、鱼香茄子、咖喱土豆等几款预制菜,但那个时候菜品口感不好,品相也不好看,加上当时消费者饮食习惯和消费观念的不同,市场认可度不高。不过,当时诸城外贸已经意识到,预制菜是将来的趋势,果不其然,新冠疫情的暴发,意外推动了预制菜时代的到来。“2021年的销售额比2020年增长了10%。”田树宏预测,2022年诸城外贸的预制菜销售额依然会持续上涨。

王博告诉记者,在他还没有来得利斯之前,得利斯就有了预制菜的项目,虽然火腿这一类低温类即食食品也被纳入预制菜的范畴,但得利斯当时并没有再继续往下延伸。直到

2017年,他们才做了一部分针对市场需求的预制菜,比如:餐饮企业盖浇饭使用的浇头、熟制的预制菜产品等,因各种原因,市场没有打开。现在,得利斯已经研发出诸如小酥肉、黑椒牛柳、藤椒牛小排、红烧牛腩、元气牛肉汤、叉烧梅花肉、红烧肉等预制菜,今年春节顺势推出了年夜饭系列预制菜礼盒,销量可观。王博介绍,未来,得利斯预制菜将继续基于得利斯成熟的猪、牛产业链优势,做好猪、牛、鸡为原料的预制菜,预制菜将是得利斯未来的主要发力点。

相比诸城外贸和得利斯,佳士博食品算是后起之秀,但在预制菜领域,佳士博的脚步并不慢。山东佳士博食品有限公司研发总监周雪告诉记者,佳士博的产品分为火锅、调理品、台烤等十大系列,其中就细分出预制菜这个系列。在新概念预制菜方面他们也探索了三到五年的时间,目前主要为酒店、企业等大客户量身定制预制菜产品。

成立于2005年的惠发虽然年轻,但在预制菜方面却是走得最大胆也走得最远的。山东惠发食品股份有限公司商务总监李超告诉记者,惠发食品早在2014年就开始在预制菜行业布局,目前惠发的预制菜产品主要包含预制原料类、预制半成品类、预制成品三大系列,1200多个成品菜,涉及八大菜系,像麻辣小龙虾这样的单品年销达1000多吨,农家蛋饺年销3000多吨。

初步统计,诸城市预制菜加工企业有60多家,年加工能力总计595.3万吨,国内销售市场覆盖120多个城市,国外市场涉及30多个国家(地区)。

眼下,这个大街上仍闻不到年味儿的县城,却成了国内最繁忙的年夜饭预制菜出货中心之一。

外,惠发还与科研机构合作破解冷冻菜的研发,解决蔬菜在预制菜中使用受限的问题。

诸城市能源和物资保障服务中心党委副书记付得前告诉记者,可以毫不谦虚地说,诸城的预制菜产业是走在全国前列的。目前,国内大多数城市的预制菜发展水平仍处于第二阶段,诸城市已经发展到第四、第五阶段。

李超告诉记者,当前预制菜的市场存量在3400多亿元,按照业内预测,在未来6—7年,中国预制菜市场可以成长为万亿元规模的市场。如果参考与中国饮食结构类似的日本市场,预制菜的占比达到60%以上,则我国预制菜市场成熟时期规模可达3万亿元以上。

风口背后的 企业与政府

如此大的诱惑,很难不让人心动。而提前嗅到预制菜风口气息的除了食品企业,还有当地政府。

田树宏告诉记者,在预制菜成为最近的热点之前,潍坊市、诸城市就多次召开会议、组织调研,对预制菜行业给予极大关注。“最近光参加预制菜的专项工作会议已经不下十次。”

2021年12月30日,潍坊市畜牧产业高质量发展助推乡村振兴现场交流会在诸城召开。会上邀请专家作了题为《中国预制菜市场产业发展报告解读》的主旨报告。巧的是,就在这次会议结束不久,预制菜概念股开始了持续十多天的暴涨,预制菜的话题也成了舆论关注的热点。

对食品企业而言,这是一次开拓新市场的风口,而对政府而言,这也可视为拉动地方食品产业升级的风口。

就在记者前往诸城采访的前一天,一场关于筹建预制菜行业联盟的会议刚在惠发举行。会议邀请来自国内、省内的专家对预制菜产业的发展进行分析研判,根据预制菜行业目前呈现区域化、分散化和小规模化的特征,大家认为,成立预制菜产业联盟势在必行。

付得前告诉记者,目前诸城市已对预制菜发展做出了初期、中长期的规划。计划两年内,出台预制菜产品质量标准和行业生产经营规范;三年内,规模以上预制菜生产加工企业由目前的23家发展到33家。预制菜上市企业再增加1家,八大菜系预制菜研发取得突破,并在大部分企业实现规模化生产。未来则围绕城乡居民的全生命周期和学习、工作及生活需要,打造从田间到舌尖全程可查询、可追溯的产业链条,对预制菜上游食材供应链、中游菜品生产链、下游全场景消费链实施重构,实现融合发展、协调发展、可持续发展。

预制菜能否成为可持续的产业?对此,田树宏认为,预制菜是食品工业发展的必然,食品工业永远是一个朝阳产业,而且人的消费习惯一旦形成,短时间内是很难改变的,因此,预制菜产业会有一个广阔的发展空间。



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:马纯潇 组版:洛菁