

纳入全市重点产业链培育管理 规范企业生产和市场有序发展 抢抓预制菜“万亿大餐”，烟台放大招

“人人轻松大厨”“几分钟做出一道菜”“居家必存，加热即食”……在各大电商平台，新颖的预制菜广告语吸引着许多年轻消费者的目光。随着“预制菜”成为市场新“风口”，越来越多的食品和餐饮企业大步迈入预制菜赛道，近日，齐鲁晚报记者深入鲁花、龙大、恒润等预制菜龙头企业采访，了解它们如何抢抓预制菜市场发展机遇，让烟台造预制菜飘香全国。



烟台一家食品企业的预制菜生产车间，工人们正在严格按照标准加工食品。

文/片 记者 钟建军

预制菜相关上市公司占到全省的半数以上

走进商场，你会发现，冷冻冰柜和展示柜里多了许多包装菜肴，买回家加热即食，方便快捷。在宅经济等因素的催化下，这两年“预制菜”被广泛提及，该产业已成为发展新风口。据业内人士称，未来5年内，预制菜行业有望成为下一个万亿级餐饮市场。

预制菜，即对食材进行预加工，集中生产出成品或半成品，消费者拆掉包装，简单加热、烹饪后即可食用。预制菜一般可分为四类：开袋即食食品、即热食品、即配食品和即烹食品。

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，山东相关企业数量排名第一。山东不仅是预制菜的“热土”，更是这条赛道上的领跑选手。

在这片“热土”上，烟台市在预制菜发展方面，有着得天独厚的优势。

其实，“预制菜”是一项新兴产业，却不是新产品。上世纪八九十年代，烟台就涌现出一批食品加工企业，早期生产的速冻食品以及即烹的鸡肉、猪肉等调理品都属于“预制菜”范畴。

在A股的“预制菜”板块中能看出，山东共有7家上市公司，为全国最多。这7家上市公司中烟台企业更是占半数以上，分别为烟台莱阳市的春雪食品、山东龙大美食股份有限公司(以下简称“龙大美食”)，招远市的双塔食品，莱山区的东方海洋。

经过几十年的发展，烟台市已成为全国食品工业产业集群示范区、全国食品工业强县(市)，目前已经形成果蔬、水产品、分割肉、冷却肉、低温肉制品、速冻食品、调理食品等20多个大类400多个品种的食品工业体系，这都为预制菜产业的发展积累了丰富经验。

“好吃，不贵，快”一道小酥肉销售破亿元

小酥肉、红烧肥肠、脆皮五花肉、萝卜丝肉丸……在龙大美食生产车间外的展示柜里，摆放着琳琅满目的预制菜。

“目前有数百种预制菜，与千家知名企开展深度合作。‘好吃，不贵，快’一直是龙大美食预制菜产品所坚持的原则。”龙大美食市场熟食事业部总监丁晓鹏称，无论是预制半成品还是预制成品，只要经过简单地烹饪，三分钟即可成菜出锅，便捷的烹饪体验，真正实现人人都能当大厨的理想。

为了顺应发展形势和消费市场高质量发展的要求，龙大美食在2021年实施了战略升级，提出“以预制菜为核心的食品为主体，以屠宰和养殖为两翼支撑”的“一体两翼”总体发展战略。

“小酥肉销售额已经突破亿元，包含椒麻、川香、茴香、藤椒等多个味型，深受市场消费者喜爱。”丁晓鹏说，2021年推出的北

方传统小吃萝卜丝肉丸，一经面市销量很好，各地市民十分认可。

烟台作为海派鲁菜发源地，龙大美食研发的预制菜中有没有鲁菜的身影？对此，丁晓鹏表示，他们也研发推出了红烧肥肠系列、鲍鱼捞汁等预制菜，今后还将推出适合大多数人口味的新菜。

他透露，菜品口味还原度是预制菜中的难点之一，为此，龙大美食在山东、上海、四川建立了国内领先的食品研发中心，致力于菜品的研发和工业转化，最大程度地进行菜品口味还原。围绕C端消费者，计划开发川菜、湘菜等经典菜系预制成品菜；围绕中小B端餐饮，计划继续开发预制半成品系列菜品；围绕大B端连锁餐饮和团餐配餐公司，开发预制食材，致力于全方位做好餐饮业的服务。

“我们倡导的是‘三分钟一道菜’，让每个厨房小白都可以轻易做出一桌美食出来。”丁晓鹏表示，今后，龙大美食将以“让天下没有难做的美食”为目标，将更多“好吃，不贵，快”的预制菜产品送到每一位消费者的手中。

既要考虑方便消费者 还不能失去菜品老风味

不只龙大美食，春雪食品也已在预制菜这条赛道上抢跑；历经两次转型升级，已从农牧行业转型为食品行业，聚焦国内外市场，重点布局预制菜行业。5月6日推出12款新品预制菜，多个网红系列预制菜，一度供不应求。

“以前叫调理品，现在叫预制菜领域，我们从上世纪九十年代就生产即配预制菜。”春雪食品集团常务副总裁郑钧称，2002年引进了进口熟食设备，产品开始涉及即食、即热、即烹类别，“当时销售渠道主要以出口日本为主，多年按照出口标准生产为今后公司的发展奠定了研发、品控、供应链管理基础。”

“我们推出春雪烤鸡、春雪生炒鸡、生炒鸡肫、麻辣鸡丝、口水鸡、双椒鸡、尖叫烤鸡翅、双蛋白鸡肉能量堡等中式西式12款预制菜。烤鸡系列和烤鸡翅系列供不应求。”郑钧表示，这些新品预制菜，并不是简单意义的料理包，在研发时就充分考虑到既要方便消费者，又不能失去菜品本身

风味和烹饪的生活乐趣。这些预制菜具有免洗、免切、免调味、高还原度四大优势，烹制简单，即使是厨艺小白，也能快速做出一道能与专业大厨媲美的美味，体会到下厨的轻松和生活的烟火气。

他举例说，像烤鸡这款预制菜，是在全封闭、出口卫生标准的工厂里严格按照标准加工好，只需要拆开包装，把鸡放入烤箱，按照包装袋背面的说明，简单按几下操作键即可。

目前，春雪食品正以“做中国白羽肉鸡高品质调熟食品细分产业龙头”为目标，立足高质量和规模化，加快推进数字化、智能化升级。新建的年处理5000万只肉鸡的智慧工厂已经竣工，计划8月份投产；新建的年产4万吨预制菜智慧工厂已开工建设，预计年末竣工投产。

另外，莱阳恒润食品从果蔬种植到出口海外，形成了一条完整的产业链模式，像果蔬类的冻干菇销售额达到近一亿元，公司预制菜产业迈入发展快车道。

打造一批网红爆款菜品 壮大预制菜“烟台品牌”

在预制菜的赛道上，烟台正在积极布局，努力构建高效协同的预制菜全产业链体系，打造全域预制菜，为推进高质量发展打造新引擎、构筑新高地。

“莱阳全市共有预制菜生产企业27家，2021年预制菜销售收入约42亿元，依靠现代高效农业和绿色食品加工业的优势，正朝着打造‘中国预制菜之乡’的目标努力。”莱阳市农业农村局市场与信息化科相关负责人闫新明称，莱阳市草拟了《加快推进预制菜产业高质量发展的实施意见》，拟定了《莱阳市预制菜产业发展联盟章程》，正在推广“原料基地+中央厨房+预制菜车间+物流配送”等产业模式，实现从田边到舌尖的全链条发展。

烟台市也专门成立食品产业链办公室，聚焦预制菜产业链上下游的链主企业、配套企业，以招大引强、招商引智为抓手，大力推进链强链，加快推动产业链现代化。

“产业发展，链条是关键。”烟台市食品产业链办公室相关负责人陈国亮介绍，烟台预制菜产业已纳入全市重点产业链培育管理，春雪、龙大、仙坛等3家企业是链主企业。到2024年，烟台将培育形成5家以上亿元预制菜原料基地，培育预制菜年营业收入过5亿元企业30家以上。

“目前政府正牵头组织制定预制菜行业标准或地方标准，规范企业生产和市场有序发展。链主企业牵头，联合知名高校、科研院所、上下游企业，成立烟台市预制菜产业协会或联盟。”陈国亮表示，烟台预制菜产业发展将打造从田间到舌尖全程可查询、可追溯的全产业链条，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。实施预制菜增品种、提品质、创品牌“三品”行动，将打造一批网红爆款预制菜品，壮大预制菜“烟台品牌”方阵，让烟台造预制菜飘香全国。



小酥肉预制菜，该单品销售额已破亿元。

记者 李培乐 王丛

6月1日，白酒只能是纯粮酿造的“新国标”正式实施。在此之后，非纯粮酿造不能再使用“白酒”二字，但依然可以继续生产销售。同时，记者了解到，在6月1日前生产的非纯粮白酒，和以往一样没有任何变化，都在正常销售。

去年5月，国家市场监管总局、国家标准化管理委员会发布《白酒工业术语》《饮料酒术语和分类》两项国家标准，被称为白酒“新国标”，目前已经正式实施。白酒的定义为：“以粮谷为主要原料，以大曲、小曲、麸曲、酶制剂及酵母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、勾调而成的蒸馏酒”。

“新国标”实施第一天，记者来到大润发济南历下店看到，这里的瓶装酒柜台一如既往，没有任何变化，不时有消费者挑选着心仪的白酒。

记者看到，添加了食用香精的白酒继续正常销售，这些酒不少是去年生产的，生产日期距离最近的也是今年4月份生产的。值得注意的是，“新国标”实施后，这些将不能再以“白酒”名称售卖的酒，消费群体多是年龄偏大的人群。这些消费者，有的并没有听说“新国标”。“不让生产了吗？和原来有区别吗？”市民隋先生听说这类酒以后要去掉“白酒”名称时，表示“没有多大影响”。

酒类研究专家欧阳千里表示，根据“新国标”规定，2022年6月1日后生产的白酒，商品标签会变。但是，此前已经在市场上销售的不符合“新国标”的白酒，应该继续销售。

也就是说，6月1日以后，按照白酒“新国标”归为配制酒的产品，依旧可以销售和流通，但必须标明“配制酒”。据介绍，从发布“新国标”到现在，已经有一年时间，很多配制酒企业已经去了库存，也进行了相应的调整。5月31日，记者采访济南几家酒企的时候，企业负责人也明确表示，对它们几乎没有影响。

“对于销量大的配制酒企业短时间肯定有影响，销售渠道可能会观望，股市上也可能会有反应，但是企业本身其实已经做了相应调整，随着时间的推移，等人们都明白了这个‘新国标’的含义之后，配制酒的市场会慢慢恢复。”欧阳千里表示，这些受“新国标”影响的白酒，只是划到了配制酒的品类行列，其他的其实都没有变。“新国标”实施的同时，也是酒企提质升级的契机。

业内人士表示，“新国标”中白酒的概念更符合广大消费者心目中的概念，对于规范企业生产，特别是酿造技术的标准都具有积极作用，将配制酒与白酒类别明显区分开来，让消费者消费得明明白白。