



# 自热式方便火锅市场乱象亟待规范

近日,知名零食经营商良品铺子推出了自己的自热式方便火锅产品,让本已拥有海底捞、德庄、大龙燚、小龙坎等火锅大佬的自热式方便火锅市场更加热闹。然而喧哗背后一些问题也浮出水面。记者调查发现,不仅这些自热式方便火锅的名字五花八门,还有消费者反映炸坏玻璃桌以及差点发生爆炸等情况发生。业内专家指出,作为新生事物,目前自热式方便火锅处于野蛮生长阶段。由于门槛较低,实际生产中各种原料多以代工形式组装出品,亟须出台相关行业标准来结束“裸奔”状态。

### 问题浮现

不用火,不用电,只要一杯凉水,就可以吃到一份热气腾腾的火锅。自热式方便火锅以其出色的便利性吸引了大量眼球,迅速成为火锅市场的新宠。调查发现,仅在淘宝网销售方便火锅相关产品的店家就超过4000家。较早入市的海底捞方便火锅,有数款产品的月销售量均超过2万件,老城南品牌的一款方便小火锅在天猫上的月销售量高达119287件。就连新近入市的良品铺子的方便

火锅,在天猫旗舰店的月销售量也已达21685件。

然而市场热捧的同时,一些问题也开始浮出水面。

首先是方便火锅的命名五花八门,不同企业在产品外包装上有着不同的称呼,良品铺子、小龙坎等品牌冠以“方便火锅”;海底捞、德庄等品牌的同类产品,命名则是“自煮火锅”;此外,“懒人火锅”“微火锅”等,也都是目前市场上较为常见的称呼;还有为数不少的同类产品则直接采用了“麻辣火锅”“麻辣串串香”等泛品类名称。

由方便小火锅引发的危险性事件也时有发生。今年初,一则小龙坎方便火锅引发玻璃茶几碎裂的消息就受到众多网友关注。有孙姓消费者称,在家里吃方便火锅时,将产品放置在1厘米厚的玻璃桌面上,结果引发桌面碎裂,差点伤到自己。

业内人士表示,自热式火锅虽然食用方便,但在加热过程中温度可达120摄氏度左右,离身体较近易烫伤。加热包破损或者膨胀变形,可能会喷出高温液体。如果通气孔堵塞,甚至会造成小型爆炸。调查发现,部分加热包上并没有安全提示,存在较大的安全隐患。

### 野蛮生长

资料显示,方便火锅最早开发成功是在2015年,在经历了前期推广与渠道开发后,终于在2017年迎来了发展的黄金期。据统计,目前市面上的方便火锅品牌有50余个,其中大部分主推线上渠道。

目前方便火锅的生产企业主要有两大类,一类是原有的火锅企业,依托自有品牌推出的方便火锅产品,另一类是火锅产业的上下游企业,依托生产线进行的产品延伸。此外,还有一些跨界企业生产的方便火锅,依托微商等渠道销售,也占据了一定市场。在已推出的产品中,川渝派系成为了主流,囊括的口味类型从最初的麻辣口味扩展到酸辣、番茄,用油也涵盖了牛油、清油等多种类型。

调查发现,由于门槛较低,市场上的很多方便火锅产品实际上都是组装出品。如委托方为某电子商务公司,而底料、配菜等食材,分别由全国各地的不同食材厂家进行代工生产,然后再组装出售。至于代工企业是否具有相关资质、食品安全条件是否经得起考验,不免令人担心。事实上,在淘宝、京东等平台上,就有买家给出“火锅包里的肉都臭了”“包里发现了一根头发”等不少差评。

值得关注的是,自热式方便火锅尚未纳入《食品生产许可目录》。查询国家食品药品监管总局发布的2016年版《食品生产许可分类目录》发现,方便食品目录中,只有油炸方便面、方便米饭、方便粥、方便米粉等,整个目录中并未有自热式方便火锅。业内人士表示,由于准入门槛和行业标准的缺失,委托方在选择生产商与产品控制的过程中,更具自主性与随意性,这也加剧了自热式方便火锅市场的乱象。

### 亟待规范

与传统的方便面等产品的料包不同,方便火锅中的料包包含大量用新鲜食材加工的产品,如果保存不得当,容易出现因食材变质而导致胀袋的情况,因此食材的保鲜保质对包装材料以及仓储环境提出了更高的要求。

另外,目前方便火锅产品的保质期普遍在6个月左右,在这样较短的保质期内,一旦有货物积压,便要面临产品大规模丢弃的窘境,这对于生产商以及经销商而言是一笔不小的损失。因此,在保质期难以通过技术手段延长的情况下,如何通过改善餐品销售渠道,尽快出货避免积压,也是经营者们需要面对和不断探索的问题。

对于方便火锅未来的发展,中国社科院评价研究院专家荆林波表示,需要出台相关的行业标准,保证自热式火锅的品质和安全。荆林波还表示,业内人士要冷静看待自热式火锅的前景,不要一哄而上,惨烈竞争后,再一哄而散。有实力的企业应该加强品牌建设,提升产品的品质。大型企业更应该进行差异化经营,根据不同的消费者,生产不同的产品。差异化有益于避免盲目的产品投资与竞争,更有益于方便火锅在解决产品同质化方面的探索。

此外,设置限制性的准入门槛,不仅有利于从生产端把控可能产生的食品安全隐患,也能在一定程度上降低监管难度。在这方面,作为火锅品牌最集中的成都,已经率先出台了相关措施。今年7月末,成都市食品药品监督管理局发布了关于公开征求《成都市自热式方便火锅生产许可审查方案(试行)》(征求意见稿)的公告,规范成都方便火锅生产许可活动,加强方便火锅质量安全监管。

不过,业内人士认为,随着方便火锅市场的逐渐扩大,单纯的地区性标准出台作用有限,更需要尽快在全国范围内,出台全行业具有公信力的统一标准与规范。

(中国网)

### 市场动态

## 冬储菜价亲民 回归“白菜价”

天气渐冷,白菜、大葱、土豆、萝卜等冬储蔬菜也开始集中上市。记者近日来到位于东城区北新桥和朝内小街两家销售冬储菜的菜站,这里门前排满了前来购菜的市民,销售火热。记者发现,凭借送菜上门的便利,在附近居住的老年人依旧是冬储菜的主力军,年轻人则多选择现吃现买。

“都说‘白菜价’,今年的白菜绝对是‘白菜价’,10块钱能买4颗青口大白菜,每斤0.45元,仅比去年贵了5分钱。”在同日升北新桥店卖冬储菜的销售人员身边,冬储菜高高叠起有一人多高,不少居民推着电动车、拎着小拉车去购买。

这里销售的冬储大白菜都来自河北玉田,分为毛菜和净菜两种。毛菜带着菜帮便于长期存储,每斤0.45元;另一种用塑料袋包装的净菜去除外皮,按每斤0.5元销售。据销售人员介绍,凭借老街坊对冬储菜的热爱,目前上市三天已经卖了6万斤。

近日,已经连续5年销售冬储菜的奥士凯东直门南小街菜市场门前,首拨冬储菜也集中上

市。由于担心顾客去除的菜帮造成地面湿滑,这里仅销售每斤0.5元的净菜。一颗净菜在5斤左右。

除了大白菜,大葱也是冬储菜销售点的必备。记者注意到,这两家菜站的山东大葱每斤1.6元,都比去年贵了0.3元。“主要是今年山东受灾导致大葱价格上涨,预计后期价格还会上扬。”奥士凯东直门南小街菜站经理王学芬介绍。这两家销售冬储菜的菜站按店里老规矩,都会给上岁数或行动不便的老街坊、老顾客送菜上门,由于销售火爆,统一着装的送菜师傅忙得一刻不停。

一位前来购买冬储菜的市民介绍,今年他已经67岁,过去30年,他都会储备冬储菜。“过去冬天买不到,现在冬天买不起!”该市民笑着说,以前冬天买不到新鲜蔬菜,过冬只能靠冬储菜;现在冬天菜品很全,但是价格有些高,过冬还要靠冬储菜。“从艰苦日子过来的人还是很在意价格的,你可别小瞧这一块八毛的。”

(人民网)

### 部委信息

## 农产品批发价格200指数上升0.08个点

本报讯 据农业部监测,11月8日,农产品批发价格200指数为97.86,比前一天上升0.08个点,“菜篮子”产品批发价格200指数为97.26,比昨天上升0.09个点。

全国农产品批发市场猪肉平均价格为19.98元/公斤,比前一天下降1.7%;牛肉54.18元/公斤,比前一天下降0.6%;羊肉50.59元/公斤,比前一天上升0.5%;鸡蛋8.19

元/公斤,比前一天上升0.1%;白条鸡14.86元/公斤,比前一天上升0.8%。重点监测的28种蔬菜平均价格为3.59元/公斤,比前一天下降1.4%;重点监测的7种水果平均价格为4.60元/公斤,比前一天上升1.1%;鲫鱼平均价格为15.81元/公斤,比前一天上升0.2%;鲤鱼11.33元/公斤,比前一天下降1.2%;白鲢鱼6.67元/公斤,比前一天下降3.2%;大带

鱼34.06元/公斤,比前一天下降1.1%。

国内鲜活农产品批发市场重点监测的60个品种中,与前一天相比价格升幅前五名的是:菠萝、鸭梨、巨峰葡萄、西瓜和白条鸡,幅度分别为2.8%、1.5%、1.4%、1.4%和0.8%;价格降幅前五名的是:油菜、青椒、大葱、大白菜和白鲢鱼,幅度分别为4.1%、3.8%、3.6%、3.4%和3.2%。

## 北京市11月8日部分蔬菜批发市场价格行情

| 单位(元/公斤) |     |      |     |     |     |
|----------|-----|------|-----|-----|-----|
| 品种       | 最高价 | 最低价  | 品种  | 最高价 | 最低价 |
| 大白菜      | 0.7 | 0.56 | 莴笋  | 2.8 | 2.0 |
| 油菜       | 3.0 | 1.4  | 莲藕  | 3.6 | 1.2 |
| 小白菜      | 1.0 | 0.8  | 绿豆芽 | 2.0 | 1.9 |
| 韭菜       | 4.6 | 2.4  | 黄豆芽 | 1.9 | 1.8 |
| 蒜苗       | 9.4 | 3.4  | 菜花  | 2.2 | 1.6 |
| 白萝卜      | 0.9 | 0.6  | 西红柿 | 4.0 | 1.4 |
| 土豆       | 1.8 | 1.2  | 尖椒  | 2.4 | 1.8 |
| 胡萝卜      | 1.4 | 0.6  | 南瓜  | 2.2 | 1.4 |
| 大蒜       | 6.8 | 5.0  | 冬瓜  | 1.2 | 0.4 |