



# 瞄准家庭厨房“净菜”搅动传统菜场?

本想亲自下厨做顿饭,却被买菜、择菜、切菜等一系列繁琐的工序吓退。对于这样的困扰,你一定不陌生。如果下班回到家能直接炒菜做饭,是不是省时又省力?现在,“净菜”的出现让这样的想法得以实现。近日,记者走访发现,净菜已经悄悄走进了人们的生活,开始受到消费者的关注。除一些大型超市纷纷开辟了净菜交易专区,一些净菜电商也快速发展,同时众多生鲜巨头纷纷开始引入净菜。

## 解决痛点 让生活更轻松

公开资料显示,净菜又称为鲜切蔬菜、半处理蔬菜或轻度加工蔬菜,是对新鲜蔬菜进行分级、整理、清洗、切分、保鲜、包装等处理,并使产品保持生鲜状态的制品。消费者购买这类产品后,可直接食用或下锅烹饪,免去了择菜、洗菜的工序,大大节约了时间,其可食比例在90%以上。

据调查发现,净菜分为两种,一种是洗干净的蔬菜,被包装起来销售。另一种则是已经洗好切好,并将蔬菜、肉、葱姜蒜等调味料选择性地配在一起,形成一道半成品菜。

记者先后走访了北京市多家连锁超市,发现在果蔬区,一些品牌净菜已经设有专柜。11月10日,在北京方庄地区的一家大型连锁超市内,记者在果蔬区看到了已经清洗、截切、沥干去水后真空包装的净菜。清洗干净的小白菜、青椒等蔬菜装在盒子里或者袋子中,而半成品土豆片、萝卜块等食材也被整齐地码放在包装袋内。正在选购净菜的李先生告诉记者,他最喜欢

已经将蔬菜、肉、调味料搭配好的半成品净菜,“以前想做一道菜,需要分别购买几样食材才能完成,常常造成浪费,现在只要购买一份搭配好的半成品净菜就可以实现。”

“从消费者需求来说,净菜服务于下班后回家做饭的家庭用户群体以及背井离乡在外打拼的都市白领,有在家做饭的刚需,但苦于没时间买菜,不愿意洗、切、配,也不会做菜,也不能接受天天餐馆消费或外卖的不健康。恰好半成品净菜免洗免切,有些商家还会配上调味包,附赠炒菜攻略,有效地解决了这类消费群体的需求。”一家净菜企业的创始人张淼说,他自己的愿景就是取代传统菜市场。

## 前景看好 大企业入局

据了解,净菜加工起源于20世纪50年代的美国,随后在欧洲、日本等地迅速发展。当前,在日本及欧美一些国家,净菜率占蔬菜总销售额超过70%。净菜近几年在中国市场已悄然兴起,在一二线城市的一些大型连

锁超市内并不鲜见。这种便捷+健康的净菜模式已经吸引了不少忠实用户。值得关注的是,净菜电商在国内一线城市及部分二线城市不断涌现。

记者在我厨APP上看到,线上在售净菜有近200种。公开数据显示,2017年第一季度,我厨买菜日活用户近15万,每天单量过10000单。我厨已经于2016年末完成了千万级美元B轮融资。除了像我厨这样的创业公司,腾讯系、阿里系等众多新老电商也开始发力净菜领域。比如背靠阿里的盒马鲜生已经上线了一些净菜商品,同属阿里系的易果生鲜也开始引入净菜项目。

而欧美净菜电商在这一领域争相出手。据外媒报道,今年7月,亚马逊已经在美国部分城市推出网购净菜的业务,并打出“我们来准备,你来当大厨”的口号。实际上,美国净菜外卖平台独角兽Blue Apron(中文名“蓝围裙”)和欧洲最大生鲜电商HelloFresh已经凭借净菜模式,分别在本土市场大获成功。

想要从净菜找到突破口的,还有服务于即时消费的便利

店。记者近日走访发现,在7-11北京东直门店内,多出了三列蔬菜水果货架,其中包括冬瓜片、蒜苔段、宫保鸡丁菜肴等多款净菜种类。据店员介绍,该店作为试点店从今年7月开始推出净菜业务。

政府政策的支持也为净菜产业的发展打了一剂安心针。据了解,北京市政府搭建了净菜产业市场平台体系,推广净菜入社区,并将其纳入北京市制定的《“十三五”时期北京市蔬菜产业发展规划》之中。新发地净菜交易区日前正式开启,预计每年将有至少10万吨净菜进京。

## 难点待解 市场仍需培养

采访中记者发现,消费者对于净菜是否真正新鲜卫生,仍不能百分百放心。“曾买过黄焖鸡这个菜,但做出来吃时发现鸡肉没什么味道,跟我们在菜市场买的一般的冰冻鸡肉味道相差很大。”汤女士向记者吐槽,购买的净菜质量参差不齐,让人产生心理落差。

除此之外,价格较高也是阻碍净菜进入更多家庭的原因。

据了解,相比普通蔬菜,净菜出现在货架之前有大量的加工环节,因此价格也比较高,一般比普通蔬菜贵20%~40%。如果大多数消费者与普通蔬菜比价的观念不改变,净菜的需求量就无法进一步地大幅增加。

自2012年起,先后有厨易时代、青年菜君、小农女、青青菜园等企业杀入净菜领域,但不少企业已经折戟退出。随着这些企业的相继受挫,其背后加工配送成本过高、行业缺乏标准、企业盈利困难等问题也随之暴露。

据悉,目前我国的净菜项目尚无国家统一标准,净菜加工、贮运、保鲜等商品化处理与发达国家相比差距大,尤其“冷链”技术尤显薄弱。“净菜的出现,本质是消费者在追求消费的升级。”张淼表示,对于净菜企业而言,要想把新鲜、即食、安全三个元素交融在一起并非易事,必须花费高昂的资金建立中央厨房,为保证食材的新鲜,还需要全程冷链系统的支持,同时还要培养消费者习惯,提高消费者对净菜的认知度。“这是一个需要进一步培养的市场。”(新华网)

## 市场动态

# 蔬菜上市增量 西芹等菜价同比降半

立冬过后,北京市场上的蔬菜供应模式也从秋季模式完成了向冬季模式的转换。随着产地蔬菜上市量逐渐增加,新发地市场的蔬菜加权均价也明显下降,其中西芹、青蒜、团生菜、菜花较2016年同期价格下降50%以上。

据新发地市场统计,近日蔬菜的加权均价是2.04元/公斤,比去年同期的2.10元/公斤下降2.56%。记者注意到,近期西芹的价格为每斤1.5元,已经下降到近几年同期的最低点。据新发地市场统计部刘通分析,降价的主要原因一是去年同期价格相对较高,农户有较好的收益,今年扩种。据新发地市场的商户反映,今年西芹的种植面积比去年扩大了约1倍,导致价格腰斩;二是今年秋末冬初芹菜的价格也相对低廉,导致西芹的价格也受到打压。

此外,新发地市场青蒜的批发价是0.8~1.3元/斤,上周同期的价格是1~1.5元/斤,周环比下降16%。去年同期是2~2.5元/斤,年同比下降53.33%。刘通指出,本周青蒜价格出现比较明显的下降,下降的原因是河南、江苏早茬青蒜进入上市高峰期,

四川、山东、河北等多个产地的,这些产地的青蒜都是扩种造成上市量较大,价格同比降幅更大,出现腰斩现象。另外由于青蒜是用大蒜的蒜瓣作为种子种植的,新发地市场的商户反映,由于大蒜便宜,青蒜蒜种便宜,所以青蒜主产区今年大面积扩种,导致目前青蒜的价格不及去年同期的一半儿。

同样扩种的还有北京及周边地区暖棚团生菜,近期新发地市场团生菜的批发价是0.8~1.3元/斤,较去年同期的2.5~3.5元/斤,年同比下降65%。随着本周即将出现一次比较明显的降温天气,冷棚的团生菜就要退市,因此商户、农户要赶在降温之前

提前把冷棚的团生菜砍净,集中上市。所以冷棚团生菜上市量加大,价格环比下滑。

刘通介绍,北京市场蔬菜的供应模式开始向冬季模式转换,供应地南移,冷棚蔬菜开始取代陆地蔬菜,随后暖棚蔬菜取代冷棚蔬菜。到目前,供应模式基本转换完成,近期菜价在上周后期出现波动下行的态势,主要得益于后续产地的蔬菜上市量逐渐增加。尤其是近期光照充足,日间气温回升,北方产区茄果类蔬菜的产量也是稳中有升,黄瓜、西红柿等价格回落,同时反季节蔬菜在北京市场的上市量还会继续增大。

(央广网)

## 部委信息

本报讯 据农业部监测,11月15日,农产品批发价格200指数为97.44,比前一天下降0.19个点,“菜篮子”产品批发价格200指数为96.75,比前一天下降0.23个点。

全国农产品批发市场猪肉平均价格为20.08元/公斤,比前一天下降0.3%;牛肉54.61元/公斤,比前一天上升0.1%;羊肉50.77元/公斤,比前一天下降0.4%;鸡蛋8.41元/公斤,比前一天上升1.1%;白条鸡14.83元/公斤,比前一天上升1.3%。重点监测的28种蔬菜平均价格为3.45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4.68元/公斤,比前一天下降0.6%;鲫鱼平均价格为15.73元/公斤,比前一天上升0.8%;鲤鱼11.24元/公斤,比前一天上升1.1%;白鲢鱼6.87元/公斤,比前一天上升0.9%;大带鱼34.43元/公斤,比前一天上升0.3%。

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:西瓜、白条鸡、鸡蛋、鲤鱼和南瓜,幅度分别为3.0%、1.3%、1.1%、1.1%和1.0%;价格降幅前五名的是:芹菜、大白菜、白萝卜、大葱和高笋,幅度分别为4.6%、3.6%、3.6%、3.5%和3.4%。

# 农产品批发价格两百指数小幅下降

