

1

年夜饭,预制菜C位出道

“过年期间,我在网上买了一家知名酒楼的‘十二金钗’礼盒,不到500元,家里5口人足够吃了,性价比高。”在南京一家网络公司工作的李莉表示,刚刚过去的元宵节,不会烧菜的她,竟然端出了蚝油牛肉、酸汤肥牛、宫保鸡丁、雪菜蒸黄鱼、鱼香肉丝等一桌子菜。

方便快捷的预制菜,让人们在家即可遍尝各地美食。不仅在春节期间,半成品预制菜“C位出道”,日常生活中也有越来越多的人选择预制菜。

“白天工作忙,下班后只想早点‘躺平’,点外卖担心重油重盐等问题,而预制菜简单加工一下,几分钟就能吃了,干净实惠,节省时间。”在南京打拼的90后白领张嘉琦表示,她一般通过盒马、社区团购和酒店微信公众号等平台购买预制菜,选择较知名品牌或朋友推荐的菜品购买,品质相对有保证。

一些商超中的小型连锁店,也出现了预制菜。2月18日,在南京华采天地商场里的盒马鲜生,10平方米左右的“调和元年”小店,现场提供不少热菜:四川酒家麻辣豆腐18.8元/份、江苏酒家泰式咖喱虾39.9元/份、马祥兴伴汤牛首39.9元/份……门店负责人介绍,“调和元年”是古南都旗下品牌,提供的预制菜都是提前做好,经过锁鲜、冷冻等环节,到门店后直接加热,口感还原度可以达到90%,很受欢迎。

古南都饭店副总经理马虹介绍,“九成熟”的预制菜产品精选自众多老字号经典菜肴,将老字号百年传统手艺与现代食品工艺充分融合,在最短时间内极速锁鲜。虎年春节期间,古南都共售出近40万份预制菜。

相关数据显示,2021年中国预制菜总消耗量达174.72万吨,预计到2025年市场规模将突破8300亿元。叮咚买菜数据显示,春节期间预制菜的销量同比增长超过3倍,7天售出300万份,客单价增长超过一倍。阿里巴巴发布,春节期间淘宝预制菜销量同比增长超过100%,盒马预制菜销量增长345%。

预制菜为何如此火爆?“起初预制菜主要供应餐饮经营者,疫情发生后,宅经济拉动预制菜从供应餐厅向供应家庭及个人消费者拓展。”河海大学公共管理学院教授朱新华认为,预制菜的走红,是人口结构和消费升级演变的大趋势。随着中国人口老龄化、家庭小型化日益凸显,预制菜的懒人式做法让厨艺小白也能拿出几个硬菜,因此预制菜迎来爆发式增长。

“江苏是叮咚买菜非常重要的一个市场。目前我们的服务已经覆盖了江苏11个城市,有200多家前置仓。”叮咚买菜预制菜负责人欧厚喜表示,叮咚买菜有很多预制菜加工厂都在江苏。比如平台上非常受欢迎的“蔡长青酸菜黑鱼片”“蔡长青焖肉”“蔡长青玉兰头香干”等预制菜的生产工厂都在江苏。

「好卖」还得「好吃」 蹿红的预制菜

2

差评多,预制菜问题真不少

31岁的冯涵作为三口之家的女主人,掌勺虎年家庭年夜饭。“我去年春节就开始关注预制菜了,但饭店推出的都是礼盒,8道菜,10道菜售价上千元,太贵了。今年春节我打开电商平台和直播间,发现品牌多到眼花缭乱,但菜就那么几样,大多是佛跳墙、酸菜鱼、糖醋里脊、各类鸡汤,选择面不够丰富。”最后,她下单购买了狮子头、红烧鱼、佛跳墙、猪肚鸡汤4道预制菜。

“没想到4道菜,两道‘翻车’了。狮子头下锅后就散开,汤和肉渣混成一锅;佛跳墙稀稀拉拉,里面基本上没什么东西。”冯涵说,“我找客服,对方表示狮子头破碎可能是由运输不当或者火候过大导致的,佛跳墙图片仅供参考,一切以实物为准,两道菜都因已开袋不接受退货,最后只补偿了10元优惠券。”

天眼查数据显示,截至目前,国内共有预制菜相关企业超6.8万家,146家企业有过融资。大量企业的涌入,带来制作不规范问题。江苏消费网舆情监测系统数据显示,2022年1月1日至2月10日,全省关于年夜饭预制菜的舆情共计56948条。调查报告也显示,目前预制菜市场存在的问题包括:菜品质量参差不齐、菜品口味有待提升、菜品标识不详细、菜品种类单一、物流配送及提货问题多等。其中27.54%的消费者表示预制菜未标注菜品名称及主要食材,23.61%的消费者表示未标注菜品的分量。

对于预制菜,消费者最关心的还是安全问题,占比近三成,包括食材新鲜程度、制作流程是否干净卫生等。部分消费者反映,自己购买的预制菜出现变质腐败、食材不新鲜、菜内含有异物以及存在过期等现象。消费者对预制菜品的味道满意度也较低,62.32%的消费者表示预制菜品口味一般。

预制菜的分量也是大家关注的重点。“正月初五那天,家人小聚会,我提前花400元网购了一个10道菜的‘家宴礼盒’,结果根本不够吃。”泰州人张敏表示,一打开礼盒就傻眼了,一道蒜香排骨的菜,只有几块排骨孤零零地摆在盘子中间,“一人一块都不够”,真正的“货不对板”,跟网店宣传照相差太多。

随着“懒人经济”以及“宅经济”风行,前置食材、调料制备环节的“预制”菜肴今年春节火了。在给人们带来方便的同时,加工中偷工减料、食材不新鲜、口味不佳等问题,也让不少消费者“吐槽”不已。

2月18日,江苏省消保委发布《预制菜消费调查报告》(以下简称“调查报告”)。调查报告显示,超六成消费者表示菜品口味不佳,预制菜标示信息不明确,物流配送以及提货问题也较多。

3

新业态,亟需把好「标准关」

作为舌尖上的新产品、新服务,预制菜如何确保安全和美味?

“预制菜是否卫生新鲜,是消费者最关注的问题。”省消保委监督部主任赵鑫表示,企业应针对预制菜“两次烹饪”的特点,制定一套专门的食品安全标准,尤其要明确食材全流程可追溯。商家也要把好“检测关”,可以引入第三方检测机构或利用互联网技术,实现线上“明厨亮灶”。

据了解,目前国家尚未出台关于预制菜的相关行业标准,但部分企业已经计划在预制菜标准化生产上发力。“目前,我们已建成一个技术研究院,为预制菜、老字号与非遗及创新产品的研发提供有力保障。”马虹说,技术研究院内设可供拍摄的专业厨房、检验室等,今后研究院将在与中国饭店协会紧密合作的基础上,承担“老字号非遗食品新技术新业态培训与认证、老字号非遗产品的标准研究”等,共同塑造老字号预制菜的行业标准,驱动预制菜行业新发展。

如何保障菜品新鲜度?预制菜从研发到生产,再到物流运输、仓储保存,以至送到用户手中的“最后一公里”,需要全流程把关。欧厚喜表示,目前来看,当业务体量发展到一定规模,生产和销售无缝衔接,预制菜锁鲜就不成问题。

对于菜品分量,叮咚买菜的每一个预制菜不仅在详情页上都标注了重量,还细致到标注固形物的含量、块数、带肉率等。古南都预制菜在设计时,每道菜的分量和消费者在店内食用的分量差不多,且包装上都会清楚标注重量、食材、加工方式等信息。除了生产过程中的安全问题,提货及配送交付也是预制菜行业的难题。今年春节期间,部分消费者订购的年夜饭预制菜品,除夕后才收到货。对此,赵鑫建议,预制菜的“最后一公里”要兼具消费者获取的便捷性与有效性,预制菜企业应寻找更合适的渠道触达方式,如生鲜超市、便利店、社区团购等,为消费者提供更优服务。

预制菜涉及到食品生产加工的方方面面,业内人士指出,快速成长的预制菜市场,需要监管部门、平台、商家等携手加强管理。相关部门应及时发布在监管过程中发现的违规销售情况,建立风险评估等级,加强对预制菜市场的监管。平台也应通过建立评价机制、跟踪用户投诉、重视市场反馈等加强对平台商家的管理,保障消费者合法权益。(据《新华日报》)