

预制菜逐步 走上百姓餐桌

本报讯 沈慧 不用择菜、洗菜、切菜、配菜,也不用担心厨艺拙劣,撕开包装,简单加热几分钟,一道可口的大餐即可在家“复刻”。随着“宅经济”的兴起,曾经躲在“幕后”的预制菜从B端走向C端,成为许多消费者餐桌上的“新宠”。

随着生活节奏的加快,近年来,预制菜正以迅雷不及掩耳之势闯入消费者视野。商务部数据显示,2022年全国网上年货节期间,预制菜销售额同比增长45.9%;叮咚买菜的预制菜同比增长400%;淘宝预制菜的销量同比增长了100%,盒马预制菜的销量同比增长345%。

而这只是个开始。有统计显示,2021年中国预制菜市场规模为3459亿元,同比增长19.8%。根据《中国烹饪协会五年(2021—2025)工作规划》,目前国内预制菜渗透率只有10%~15%,预计在2030年将增至15%~20%,市场规模将达到1.2万亿元。

广阔的市场让越来越多的餐饮企业将目光对准了预制菜这一餐饮新赛道。以美团买菜为例,相关负责人介绍,目前仅“大众点评必吃榜”就有多个商家与美团买菜“象大厨”合作,一起探索家庭预制菜市场。

爆发式增长的背后不仅仅是疫情的催化。“盒马从2018年开始探索面向C端的预制菜,是因为洞察到了消费群体的变化和需求。”盒马3R商品中心总经理田鑫分析,如今消费者做饭的时间越来越少,但是消费者想吃点好的需求旺盛,预制菜可以帮助消费者在短时间内做出一道美味可口的菜肴;与此同时,很多大城市租房的年轻人,他们有好吃好饭、做饭的需求,但他们可能没有那么完善的厨房等硬件设备,而很多预制菜直接用微波炉、空气炸锅等常见、简单的厨电加热即可。

具体来看,预制菜消费及相关人群有哪些特点?京东消费及产业发展研究院联合京东超市一同发布的《2022年预制菜线上消费趋势洞察报告》显示,2022年1月至10月期间,预制菜成交额同比增长170%,随着预制菜口味的拓展,八大菜系增速亮眼;消费者对于预制菜的采购节点也由原来的节日向日常转变。值得关注的是,中青年逐渐成为预制菜消费主力军,26岁至45岁用户预制菜成交额占比达七成以上,而年龄的增长也与注重预制菜品质程度成正比。

方便、快捷、易操作,随着预制菜消费一路高歌猛进,相伴而来的还有一些质疑。江苏省消保委发布的《预制菜消费调查报告》显示:消费者对于预制菜最关心的是食品安全问题,占比接近三成。其中,食材新鲜程度、制作流程是否干净卫生等备受关注。

在此背景下,由多家餐饮企业、研究机构等共同参与起草的中国烹饪协会团体标准《预制菜》正式发布,规定了餐饮消费场景下的预制菜原辅料要求、技术要求、生产过程的卫生要求、检验规则、标签、包装和贮存要求。



临近春节,五谷杂粮、高端食用油等礼盒成为今年迎来送往的俏品。北京多家商超、农贸市场发现,米面粮油披上了“新年新衣”,五谷杂粮成市场“宠儿”,名、优、特、新的粮食礼盒格外吸睛。

五谷杂粮礼盒走俏 优粮优价成趋势

粮食礼盒成节日热销款

走进北京市朝阳区家家悦超市,粮油食品摆放区的工作人员正摆放新上架的米面粮油礼盒。“今年有糙米、燕麦米、黑米的组合装,也有精品大米礼盒,还有食用油礼盒装。”据这位工作人员介绍,元旦、春节前后,前来选购米面粮油礼盒的消费者非常多,小米、燕麦、全麦面粉等全谷物粮食礼盒尤其受欢迎。

“临近春节,杂粮礼盒的订购量增多了,与往年相比,各大商超、企业的需求量都在增加。”山东岁耕农业科技股份有限公司相关负责人刘磊表示,“我们的客户反馈说,送这些粮食礼盒意味

着送健康。部分产品的礼盒不仅在全国销售,还销往了海外。”

“杂粮越来越成为节日期间粮油市场消费的主角。”农产品市场研究员刘敬亮表示,前些年市场追求精米白面,杂粮产品不太受欢迎,但随着“养生潮”的兴起,再加上人们越来越注重饮食养生,杂粮产品逐渐受到人们的青睐。杂粮虽“小”,但其药用价值、营养价值却很高。近几年,藜麦等粗粮也逐渐被端上餐桌,三色藜麦的批发价格在10元/斤以下,虽然比大米面粉贵了不少,但和保健品等相比还是十分实惠的。

刘磊结合往年的情况分析,粮食礼

盒的销售旺季就在春节前后,夏季粮食容易生虫变质。另外,能够装进礼盒的粮食在种植根源、土壤、粮种选种等方面的要求均较高,生产成本是普通农产品的三倍以上。

笔者也在走访中发现,杂粮礼盒的价格在100元到200元不等,贴上“有机”“无公害”等标签的农产品礼盒价钱更是较散装粮食的价格翻了好几倍。在某超市普通农产品专区,糙米5.8元/斤,燕麦米4元/斤,而某品牌的杂粮礼盒中最便宜的经济装,包括香米、黄豆等6种农产品(每种400克),售价为128元。

优质粮食卖出优质价格

笔者发现,价格越高的粮食礼盒越受消费者欢迎。刘磊表示,与100元左右的礼盒相比,超过200元的粮食礼盒销量更高。根据客户反馈,售价更高的粮食礼盒包含的粮食种类更多,且均有产地认证,性价比更高一些。

山东鲁花集团商贸有限公司市场营销管理中心相关工作人员也表示:“零售价为16.9元/600g的澳加经典挂面最受消费者喜爱。这款挂面的价格

确实贵了一些,但来选购这款产品的消费者最多。这也说明只要产品品质好,就能吸引消费者。”

刘敬亮表示:“随着居民生活水平的不断提高,健康饮食观念也深入人心。比如食用油,人们的健康用油意识逐渐增强,消费由相对单一油品向多油品演变。价格相对贵一些的橄榄油等油品,现在也逐渐成为家庭日常用油。”

近年来,国家粮食和物资储备局深

入推进优质粮食工程,实施“中国好粮油”行动计划,打造“中国好粮油”品牌,全国涌现出一大批省级区域品牌、地市区域特色品牌、企业品牌和产品品牌,四位一体的品牌建设体系逐步形成,品牌集群效应逐渐显现。据国家粮食和物资储备局相关负责人介绍,2017年至2020年,中央财政累计安排资金近215亿元,带动投资600多亿元,直接带动优质粮食增加5000多万吨。

市场粮油供给有保障

除了满足消费者在节日期间的送礼需求外,各大商超、农贸市场也备足了消费者日常所需的米面粮油。多位农贸市场相关负责人表示,春节前后,粮油产品供应充足、价格稳定。

笔者在北京新发地市场看到,每天供应市场的各类米面粮油产品不断,前来运货的叉车将数十袋面粉、大米从货车上卸下,运往各个门店。“粮油产品管够。春节正是消费旺季,我们早就在日常供货的基础上增加了30%以上的供货量,最近每天陆续有进货。”商户李理表示。

一位粮油门店的负责人表示:“节

前我们备足了货,最近每天能卖两三千吨,每天都有客户来装车进货。入冬的时候,很多消费者家里都备了一些米面粮油。超市、粮店在节假日也正常营业,大家可以随吃随买,春节前后的粮油需求量、价格均不会出现较大变化。”“由于疫情因素,送货的成本有些增加,面粉价格略微上涨。”李理说,“物流恢复正常后,粮油产品的价格就降下来了,我们也积极和厂商保持联络,保持货源稳定畅通,随时能调得上。”

为确保2023年元旦、春节、“两会”等重大节日和重要时段粮油市场平稳

运行,近日,国家发展改革委、国家粮食和物资储备局联合印发通知,对做好“两节”“两会”期间粮油市场保供稳价工作作出安排部署。通知要求,要统筹做好粮源调度、加工、储运、配送等重点环节工作,确保粮油市场供应充足。要健全完善长期稳定的粮食产销合作机制,促进粮食高效流通。要精心组织秋粮市场化收购和政策性收购,牢牢守住农民“种粮卖得出”的底线。要强化应急保障,不断提升粮油应急供应能力。要加强粮食市场形势监测分析和信息发布,稳定市场预期。(马嘉)