

在“宅经济”催化下,预制菜行业近年来增速喜人,成为“风口”。一边连着田间地头,一边连着消费者舌头,预制菜被认为是推动农村三产融合发展、促进农民增收致富的新渠道。近期,辽宁沈阳举办中国食品预制化产业发展大会和“珍奇辽味”美食展等系列活动,一批预制菜产业头部企业和业内专家齐聚一堂,研讨行业发展机遇。

千亿预制菜产业拓展乡村振兴新机遇

预制菜产业助力农民增收

走进沈阳市中街“珍奇辽味”美食展,各类有文化、有故事、有地域元素的特色产品琳琅满目,沈阳鸡架、盘锦河蟹、朝阳杂粮等一应俱全,文创冰点和网红饮料应有尽有。

辽宁省葫芦岛的“正业花生”吸引了不少食客驻足参观。葫芦岛兴城市红崖子镇汤屯村花生种植户佟绍军说,过去种花生不太赚钱,现在一门心思种好花生,卖到镇上,镇上企业销往预制菜企业,最终摆上城里人的餐桌。“眼见效益好,俺还在附近租地种,虽然辛苦了点,种植成本也高,但好花生有好价,不怕成本高。”

据了解,预制菜产业通过先

进的农业生产加工方式,提升了农产品的附加值,在为消费者提供方便的同时,也为农户建立了生产经营的新理念,增加了各地企业对农产品的需求量,引领小农户逐步与大市场对接,有助于提高农民收入水平。

像佟绍军这样的农民带头人,形成了示范效应,让村民们看到了“甜头”并逐渐跟随,加入扩大花生种植面积的行列,此后“抱团”发展,外出包地,促进了花生种植、加工、销售等产业在当地聚集。

特色产业有了新销路,普通的农产品也靠不断延伸产业链条,身价翻倍,成功进城、出海。

走进大连瑞驰集团的产品

研发实验室,香气扑鼻而来。研发人员正在研制各种海鲜预制菜:9万平方米的生产车间内,身着无菌工作服的工人紧张忙碌。“从烟熏三文鱼到馋嘴烤鱼,从盐烤白虾到鲑鱼水饺,百余种海鲜预制菜从这里‘游’向千家万户的餐桌,并远销50多个国家和地区。”集团董事长邓恩堂说。

中国饭店协会资深会长韩明说,预制菜行业正迎来快速发展的黄金期。在一些地方,一道预制菜能够带火一个村子,农产品实现订单生产、订单收购。新一代消费群体日益成为预制菜消费的有生力量,他们希望从田间地头吃到新鲜、健康的食材,这给农业发展、乡村振兴带来巨大机遇。

企业加码布局预制菜新赛道

在本次中国食品预制化产业发展大会上,位于沈阳市沈北新区的沈阳预制化食品产业园揭牌,标志着沈阳预制菜产业发展迈上新台阶。这个集预制菜原料基地、电商直播基地、预制菜生产包装等产业功能于一体的产业园,将打造集齐研发、生产、检测、冷链、物流、体验、金融等要素的产业生态。

沈阳市沈北新区区长于胜林说,将把这个产业园作为吸引预制菜企业入驻的载体,围绕优质水稻,引进米粥、盖浇饭、饭团

等即热即食类预制菜项目;依托双汇、雨润、禾丰、华美畜禽等肉制品头部企业,重点引进东坡肉、回锅肉等即热肉菜单品,真正把本地的优质特色农产品推向更广阔的市场。

进军预制菜产业的禾丰食品股份有限公司总裁邱嘉辉说,公司定位已从农牧企业转向食品企业,以抢抓预制菜产业赛道,实现进一步发展。目前,禾丰公司在辽宁有4个工厂,最近准备再出资10亿元建一个预制菜的综合体。

国内大批企业都在加速布局预制菜赛道。圣农发展、双汇发展等多家上市农牧公司在财报中表示,预制菜未来市场空间广阔,看好其发展前景,将加大投入力度。

预制菜加热即食的特点,既迎合了年轻人无暇下厨的生活状态,又满足了消费者对饮食便捷化、品质化的需求,受到了消费者的追捧。

《2022年中国连锁餐饮行业报告》显示,2021年我国预制菜行业规模达3137亿元,预计到2025年,规模将达8317亿元。

合力炒好预制菜这盘“硬菜”

今年,“培育发展预制菜产业”写入中央一号文件。广东、福建、河南、山东等多地出台政策,支持预制菜产业发展。

“针对预制菜产业发展,我们制定了10项重点扶持政策,每年选出20个标准化原料基地给予补助。”沈阳市农业农村局局长王政宇说,三年内,沈阳将建成百家优质原料基地、4个百亿元产业园区、“辽沈预制”等百个高附加值品牌,全力打造具有全国影响力的食品工业预制化发展基地。

“预制菜产业上连农产品原

材料,下接餐饮消费者,涵盖了从生产、加工、包装、储存到流通的方方面面。这需要各方形成合力,抓住预制菜行业的机遇,推动地域农产品品牌升级为商品品牌,提升农产品的附加值。”辽宁省农业农村厅乡村产业发展处处长王玉丰说。

受访专家表示,有关部门可通过税收优惠、财政金融保险等政策,扶持建设一批集约化、设施化的农产品优势生产基地,推动预制菜产业规模化、集群化发展,培育一批有影响力的预制菜龙头企业;加紧制订相关生产技

术标准,提高企业的准入门槛,构建完善预制菜食品安全监管体系,对各级部门的权责进行清晰界定,确保政策精准落实。

地方菜变预制菜,要把手艺转化为工艺,不仅要厨房和厂房技术接轨,在口味、规格方面更要符合规模消费需求。部分参会专家认为,政府有关部门要加强行业标准规范引导,通过搭建行业评价机制、用户反馈机制,共同打造行业口碑,保障消费者合法权益,多方合力炒好预制菜这盘“硬菜”,兑现产业的高预期。
(邹明仲 武江民)

本报讯 孙蔚 咖啡配牛奶,味道相互融合,甜而不腻,香而不苦,是“咖啡控”常见的一种饮用方式。但是,不是什么咖啡都能加奶,也不是什么奶都能加进咖啡里,为咖啡定制牛奶CP成为诸多乳企打开市场的新方向,也成为消费者在咖啡店选择咖啡时关注的新趋势。

在近期举办的第三届上海咖啡文化周上,光明乳业发布了四款高品质打泡奶,君乐宝推出了与咖啡融合的悦鲜活专用牛奶,卫岗乳业也发布了“让咖啡更好喝的牛乳”新品,并称专为咖啡而生。

乳企纷纷推出咖啡专用奶,源于咖啡市场近几年的火热表现。企查查数据显示,我国现存咖啡相关企业18.76万家,今年一季度新增咖啡相关企业1.17万家,同比增长98.11%。据美团测算,2022年我国咖啡产业规模2007亿元,预计2025年我国咖啡产业规模将达到3693亿元。与此同时,入局咖啡赛道的跨界企业也在不断增加,中国邮政、李宁等企业纷纷开出咖啡店或布局咖啡业务。

那么咖啡专用奶与普通牛奶有什么区别?库迪咖啡相关负责人表示在接受媒体采访时表示,咖啡专用奶与一般牛奶区别在于含乳量、成分、制作过程和适用人群不同。咖啡专用奶是调制乳,要求含乳量不低于80%。虽然日常生活中很多专注健康的人偏爱低脂牛奶,但作为咖啡专用奶,含有优质蛋白质、全脂且新鲜的牛奶几乎是所有咖啡店的必选项。这是因为咖啡的拉花图案需要牛奶打发的奶泡,奶泡中的脂肪和蛋白质支撑起的细密气泡决定了拉花形状是否稳固。

2021世界拉花艺术大赛中国区冠军卢道强表示,酸度高的咖啡不太适合添加牛奶,因为牛奶中的蛋白质遇到太酸的物质会变性,影响口感。“品质好的全脂鲜牛奶更适合拉花,室温下奶泡的持久度更高。”卢道强表示,临期牛奶或是在空气中滞留较长时间的牛奶很难打出绵密的奶泡,不能制作出形态美观的拉花。

据了解,乳业推出的咖啡专用奶都主打高品质,比如高品质牛奶含有优质蛋白、优质乳脂,打泡性能好,奶泡更绵密、稳定、持久,能用浓郁奶香激发咖啡的曼妙风味。

那么咖啡配牛奶什么比例比较合适?库迪咖啡相关负责人介绍,一般来说,拿铁、卡布奇诺等经典咖啡对牛奶和咖啡液的比例有较为固定的要求,大家也比较习惯这样的搭配和口味。其他的奶咖并没有固定的要求,但牛奶和咖啡液搭配比例最好在1:5~1:10之间。“我们在产品研发时会根据不同饮品进行不同比例的调配,让牛奶和咖啡的碰撞能有很好的品质呈现,消费者日常冲饮时可以根据个人喜好调整。”这位负责人表示。

现在的燕麦奶咖啡很受消费者的欢迎。据卢道强介绍,植物奶和牛奶营养价值不同,植物奶不含动物元素,一般不含乳糖、胆固醇,乳糖不耐者也可以享用。

咖啡定制专用奶成市场发展新方向

