

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

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。

辽宁省葫芦岛市的“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，从盐烤白虾到鲅鱼水饺，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向新台阶。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，要把手工艺转化为工艺，不仅要将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门店或布局咖啡业务。

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