

当前,随着餐饮业快速拓展,预制菜产业正越来越多进入人们的视野。数据显示,2022年中国预制菜市场规模是4196亿元,到2026年,中国预制菜市场规模或将突破1万亿元。预制菜产业在澎湃的蓝海潮涌中冲上“风口”,同时面临着前所未有的挑战 and 机遇。

便捷高效丰富生活场景 预制菜标准化体系待建立



预制菜市场潜力大

日前,2023全球预制食材博览会在河南郑州市惠济区中原四季水产物流港举行。笔者踏入河南三全食品有限公司、河南中原四季水产物流港,映入眼帘的现代化预制食品生产线,演绎出机器人智能化包汤圆、包饺子和麻球的场景。在河南中原四季水产物流港展台,去鳞去鳃去内脏内附调料包,只需6分加热就可吃到美味清蒸黄花鱼的预制菜。

博览会上,信阳固始的汉鹅块、滑县品牌烧鸡、潼关饼、酸菜鱼、猪、鸭、蛋等等,千种地方特色的预制菜食材令人着迷。预制菜独具特色的工业化水平,彻底颠覆了“小锅换大锅”的传统食品生产模式,从一个侧面折射出厨房社会化趋势,美味、营养、安全的预制菜概念和产品已蓬勃进入千家万户。

“预制菜是将传统的厨艺、厨师、厨房带到生产中,这个过程中,科技赋能、装备赋能不可或缺。”中国农科院农产品加工所预制菜首席研究员张春晖介绍,当前我们很多生活场景离不开预制菜,其高效快捷的特点便捷了人们的生活。

“大家耳熟能详的麦当劳、肯德基、日冷、SYSCO等,都有预制产业链。实践证明,预制食品或者预制菜产业潜力巨大,能够培养出大产业。”张春晖说。

目前,河南已经集聚了一批颇具规模和影响力的企业,以河南三全、思念、四季胖哥为代表的速冻预制食品企业,占据了全国冻品市场六成以上份额。上下游关联产业在河南集聚效应明显。

特别是河南中原四季水产物流港,作为一家集畜禽类、水产品类、速冻食品、预制菜、国际贸易的大型冻品交易批发中心,全球进口肉类集散地,在全国肉类行业享有“全国肉类价格看郑州,郑州看物流港”之称。惠济区具有建设预制菜产业园和国际食品贸易港的巨大优势,将助推河南食品产业由“国人厨房”向“世界餐桌”升级。

今年2月,培育发展预制菜产业被写入一号文件后,有25个省份布局预制菜产业。各省份在布局扶持政策的同时,抢抓预制食品赛道,把当地传统的畜禽、水产、农产品改良提升,用科学方法把传统的食材进行标准化加工,进行标准化、工业化预制食品生产。

“汇食材,济天下。郑州市惠济区以此次大会为契机,推动食品产业创新和高质量发展,打造预制食材产业和供应链创新高地,在‘一带一路’上写好‘天下食材是一家’,共同打造价值链的新篇章。”河南郑州市惠济区委书记李新军说。

“预制菜是对传统餐饮的补充”

“预制菜不是改头换面,不是打包菜,不是隔夜菜,更不是剩菜,而是对传统餐饮的补充,是工业化创新的菜肴,以科技赋能,守护地方特色的餐饮味道。”国务院原参事、国际质量科学院院士郎志正,世界肉类协会副主席、中国肉类协会常务副会长陈伟等多名专家学者认为,预制菜发展具有必然性。预制菜和传统的央厨净菜需要做切分,预制菜不是净菜,中央厨房生产的也不叫预制菜肴。

预制菜到底和传统的餐饮、传统的央厨、传统的农产品加工有什么区别呢?专家认为,在预制菜、预制食材、预制食品这几个概念中,预制菜既要有食品的原料,又要有相应的加工工艺;预制食材是把农产品、肉产品,以及粮食蔬菜菌类等原材料经过预制加工,形成预制菜的中间品,预制食品,则是像大家熟悉的香肠、火腿肠、方便

面、酱菜等,涵盖范围比较广。

如何把优质的预制菜食材、预制食品卖向全国、卖向全球,预制菜产业发展过程中面临一些现实问题。比如食材的多样性。中华菜式有4000多种食材,有20多种烹饪技艺,师父带徒弟的加工手法,盐少许、糖少许的模糊工艺,导致在做预制食品、预制食材时,出现不标准、不规范的状况,一个工厂一个样子,一个厨师一个样子。

对此,有专家建议,推行“三转一保”的技术体系。“三转一保”,即把厨艺转成工艺,把厨师转成工人,把厨房转成工厂,同时要保证传统品质,并借助传统厨艺数字化、工艺标准化、生产装备化、品质传统化的“四化同步”手法,沿用烤、炖、蒸、炸、炒五种方式,保持传统菜肴的口感与风味本性,打造营养、便捷、安全、美味的预制菜食品,让预制菜有灵魂、有灵性、有灵气。

亟待规范生产提升品质

近两年,预制菜热度提升,行业快速发展,但问题也逐步显现。

首先,目前国内还没有对预制菜定义的内涵和外延界定统一标准。预制菜的发展不是一个万花筒,不同于餐饮菜品的“现炒”,不能把什么菜都往里装,把食品安全出现的任何问题都归于预制菜。预制菜生产必须要有规范要求。

业内人士结合预制食材产业发展建议说,应该大力培养预制菜企业,使之规模化、正规化、品牌化。强大的产业竞争力需要品牌的支撑,品牌是高质量发展和质量提升的必经之路。品牌内涵和外延应努力具备“三品三精三度”。“三品”即品质是质量、品格是特色、品德是食材、食品以及预制菜。品牌的外延是“三精”,即精心培育、精诚营销、精确评价。只有做到“三品三精”,才会有“三度”,这就是知名度、美誉度和忠诚度。

其次,冷链物流配送能力有待提升。物流能力不足制约着行业的市场拓展,物流成本的提高也一定程度上压缩了产业发展空间。“健全预制食材的物流网络对产业发展至关重要。”业内人士表示,有一些预制菜企业生产基地较为单一,没有配套仓储物流基地和温控运输能力,这会极大影响预制菜产业的产品销售区域范围。做好物流才能让产品运得出,同时保障产品的安全,解决市场拓展等方面问题。

“此外,针对预制菜的复杂性,要从原材料、加工、包装、标签标识、贮存配送、还原度、食品安全指标、消费者权益保护等多方面,完善并实施全面规范化的产业标准体系,明晰行业边界。”郎志正等专家表示,对于食材和食品行业和企业,应该在保证食材和食品安全的基础上不断创新,不断推出顾客信任的品牌,尤其要健全质量安全监管体系。最终打造营养、便捷、安全、美味的产品,符合市场对预制菜的消费需求。“预制食材辅料不要太复杂,尽可能少用化学的防腐剂、保鲜剂、抗氧化剂、合成色素等等,保持传统菜肴的本味本性。”他们表示。

(齐昕)

