



万亿级的蓝海市场、两位数的市场增长率、从国家到省市频频出台的扶持政策……这两年,预制菜赛道如同“烈火烹油”,在消费端占领了不少人的餐桌。即使你没有在超市卖场、电商平台购买过预制菜,但只要点过外卖、去过饭店,那么你很可能已经吃过预制菜了。

争议也随之而来。“工业风”的预制菜,是不是安全? 有没有营养? 能不能好吃? 主动选择预制菜者乐享其便利,被动接受者则心有不甘:花钱在饭店吃预制菜,厨师的手艺在哪里? 现场烹饪的烟火气又在哪里?

“工业风”吹走锅气 走俏的预制菜能“香”多久?

1 端上餐桌 预制菜已经走红

“一桌家宴”——临近年底,杨浦区控江路上的一家小店打出广告,销售兔年夜饭套餐。从全家福、松鼠鳜鱼、八宝鸭、清炒虾仁等特色年菜,到血糯米八宝饭、春卷等本帮点心,14道菜点的新春特卖价仅为799元。不过,餐厅不是在推销年夜饭档期,而是推出了全套的预制菜家宴。

走进小店,住在附近的马阿姨推开冰柜移门,拿出一袋宫保鸡丁、一袋松仁鱼糜粒和一袋虾饼,交给店主结账。“阿姨,你蛮会选的,这个虾饼卖得特别好,只剩最后一袋了。”店主拉出一张收银条,三袋售价49.6元。他告诉记者,因为小店开在社区,中老年和年轻消费者各占一半。“预制菜方便,三五分钟就能上桌。别以为只有年轻人想偷懒,只要价格实惠,操作方便,老年人也会选择预制菜。”

记者又走访了多家大型超市,发现预制菜早有“一席之地”。在黄兴路上的大润发超市,琳琅满目的预制菜整齐地摆放在冰柜中,等待市民的选择。从清溜鱼片、鱼香肉丝、佛跳墙、麻辣烤鱼等中式菜肴,到惠灵顿牛排、泡菜火锅、冷冻披萨等异国风味,都能在这里找到,售价大多在十几元到一百元之间。

工作人员告诉记者,最近天气转冷,各类煲汤卖得很好。“比方说羊蝎子火锅汤底、鲍鱼花胶鸡汤、东北酸菜白肉锅等等,既能直接喝汤吃肉,也能作为火锅锅底,买回家直接加热,再洗点配菜就能吃饭了。”

在电商平台,预制菜的选择就更多了。记者在叮咚买菜App上看到,首页就有“预制菜”入口,从时下流行的“空气锅煲美食”,到刚刚上线的年菜八大碗,从一人食的小份炖汤,到全家共享的功夫菜,南北风味都能在这里买到。

“我们在全市场累计的预制菜数量有1000多个,根据不同地域的喜好上线销售,其中上海市场约有500个。”叮咚买菜预制菜负责人欧厚喜介绍,叮咚买菜预制菜的主要客户群是25岁到45岁的上班族,他们在追求生活品质的同时,也要求操作便捷。从数据上来看,目前40%的订单中包含预制菜,已经成为主力品类之一。

2 万亿市场 是谁在吃预制菜?

艾媒咨询发布的预制菜行业报告称,2021年国内预制菜市场规模超过3459亿元,同比增长19.8%,预计2026年市场规模达到10720亿元。是谁吃出了一个万亿级的大市场?

35岁的钱女士是一名职场妈妈,她在今年上半年的小区团购中接触到了预制菜,从此入了“坑”。“当时实在是不想做饭了,但又不得不做饭。”她说,那一箱椒盐排条、宫保鸡丁、雪菜黄鱼、盐焗鸡……打开了她的新天地。

“我们夫妻两人工作都挺忙的,疫情期间电话会议不断,现在又经常加班,如果是买生鲜食材自己处理,就算是两菜一汤,也要花费一小时,但有了预制菜就方便很多,甚至可以吃到自己不会做的大菜。”她告诉记者,现在自家冰箱里囤了不少

预制菜,忙的时候拿出来一两包,再炒个蔬菜就能吃饭了。

身为厨师的王威就对预制菜更熟悉了。从他刚入行时待过的烤鱼店,到如今的网红创意菜餐厅,后厨都有预制菜。“中餐菜品的烹饪时间比较长,预制菜可以节约时间。”他告诉记者,预制菜是现在的新名词,过去都叫半成品。例如在烤鱼店,提前在工厂清洗、腌制好的鱼,到了店里就能直接烤,就连连包也是成品。可以说,这道菜的制作工序中,厨师基本上只掌握火候就行。

事实上,预制菜让餐厅省下的不仅是时间。“使用预制菜,能够降低人力成本,提高出菜效率,减少餐厨垃圾,菜肴出品更稳定。”王威说,也许预制品少了一点“锅气”,但却能有效缓解成本压

力。“不过餐饮使用的预制菜和家庭购买的还是有区别的,后者的操作更‘傻瓜’一些,只要加热就行,还原出来的口味就会差一些。”

而在“攻下”堂食之前,预制菜早已成为外卖的主流。曾有电商平台统计,用户日常下单的外卖中有70%来自预制菜,而其最大的优点就是利润更高。根据中金公司研究部的测算,一家面积20平方米,主要经营外卖,日均80单、实际客单价35元的餐饮门店,在采用预制菜后,食材成本从30%提升到了36%,而人工成本、租赁成本、能源成本、运营费用的下降可以覆盖食材成本的提升,总体提高门店的外卖利润率。

上海正在起草《预制菜》团体标准

延伸阅读 |

国联水产定增10亿元,加强预制菜布局;紫燕食品投资3亿元,在海南建设加工生产基地;安井食品投资10亿元,在湖北省洪湖经济开发区建立预制菜肴生产项目……在企业加大投入的同时,各个省市也纷纷出台产业指导意见,创新基地、产业园区也如雨后春笋一般涌现,要在万亿市场中分一杯羹。

一头连接田间地头,一头连接市场餐桌。上海商情中心主任原立军表示,预制菜产业能够有效延伸农业产业链和价值链,从上游原料和研发、中游加工和流通,到下游营销和市场,构建出完整的全产业链条。

而上海作为环球美食之都,餐饮供给的多样性、环球美食的丰富度,以及特色风味聚集地等都居全国前列,先天优势使上海成为引领预制菜

风味的首选城市,将从风味、技术、产业集群、消费升级等方面进一步推动预制菜产业的高速度、高品质发展。

但在预制菜产业快速发展的同时,由于标准体系不健全,行业市场规范不统一等原因,预制菜市场鱼龙混杂不可避免,也影响了消费者对预制菜的认知、评价和选择。

“尚无预制菜国家标准等因素,影响着预制菜产业的发展和政府有的放矢的监管。”顾振华表示,目前,预制菜范围广泛,并不适合制定地方标准,考虑到适用性和灵活性,宜采用团体标准形式规范预制菜产业,保障食品安全,促进产业发展。顾振华说,上海正在起草《预制菜》和《预制菜加工卫生规范》的团体标准,由市食安联牵头起草制定,目前正在进行预制菜企业的走访调

研,梳理问题,并寻求解决之道。

“预制菜的上海团体标准,肯定以食品安全为底线,也希望能促进上海的预制菜行业的高质量发展。”顾振华举例道,比如调研下来,消费者认为预制菜普遍品质不高,主要是菜品的复原度不高,有些食品不完全是“真材实料”,而是用了料理包,但是在标签上没有明确告知。所以,预制菜上标签的真实性也很重要,要明确告知消费者。

下一步,市食安联将组织上海相关预制菜生产销售企业、第三方检测企业、相关专家参与“团体标准”的编制工作,为预制菜产业的高质量发展,满足消费者高品质生活,保障食品安全,提供科学、规范的产品标准和生产规范,推动预制菜产业健康发展。



■ 琳琅满目的预制菜整齐地摆放在超市冰柜中,吸引了不少市民选购
本版图片除署名外均由本报记者 陈梦泽 摄



“分分钟出锅”能做到健康好吃吗?

消费者对预制菜发出“灵魂三问”

预制菜安全吗?

因保质期较长,预制菜被诟病为“隔夜菜”。那么,从食品安全角度来看,预制菜到底安全吗? 上海市食品安全工作联合会会长顾振华告诉记者,预制菜是餐饮业走向工业化的一种产物,听起来像是新概念,但其实并不是这两年才出现的新事物。“老上海人说的半成品、年夜饭套餐,其实都在预制菜的范畴之内。”

从类型上看,预制菜一般分为4类:即食食品、即热食品、即烹食品、即配食品。即食类就是开封后可直接食用的产品,比如罐头类食品,放在铝箔袋子里的食物;即热类指的是食物已经是熟或半熟状态,经过简单复热即可食用,比如带着加热包的自热食品;即烹类指的是食物还没有熟,但已经是半成品了,需要加热做熟,比如速冻的鱼片,半熟的肉;即配类指经过清洗、分切等简单加工,可以配到菜肴当中使用,比如已经切好的土豆片。

顾振华说,预制菜的保质期根据食品品类、加工工艺的不同,会有长有短,有些预制菜不仅“隔日”,还有“隔周”“隔月”的,但是这样就说预制菜不安全,是一个误区。第二个误区就是觉得有些

预制菜保质期长,是不是添加了大量的食品添加剂。“从食品工业来说,现在能预防微生物增殖腐败的工艺技术早就成熟了,比如罐头食品,储存时间很长靠的不是防腐剂,而是在加热消毒灭菌后,将食物封到无菌环境中。”

近期,食品添加剂成为热议焦点,又带火了预制菜话题。顾振华认为,不必提到食品添加剂就色变。一些食品添加剂可以弥补食材原料的不足,对延长食物保质期、提高食物营养成分、改善口味等具有重要作用。理论上说,经过工艺处理的预制菜,可以有较长的保质期。但具体到每一种产品是否安全,还要看食材质量是否稳定、工艺参数是否合理以及运输环节温度是否保持稳定等,每个环节都很重要。

预制菜营养吗?

近日,智纲智库创始人王志刚在直播中称:“我从来不吃,预制菜是猪狗食。”此言论一出,便引发热议,并冲上热搜。和新鲜制作的菜相比,预制菜真的是猪狗食吗? 一点营养价值都没有吗?

一位营养学专家告诉记者,相较于现制现烧的菜,预制菜存在一定程度上的营养流失,这主要是因为生产加工过程中的损耗,以及消费者购买预制菜后对菜品进行二次加热。不过,这只会流失一部分营养。对于预制菜来说,最大的劣势还是在于缺少蔬菜。大多数预制菜都是“肉多菜少”,即便有蔬菜,也都是常见的胡萝卜、土豆等储存时间久又不易变色的根茎类蔬菜,缺少绿叶菜。因为绿叶菜无法做到长期保存保鲜,也经不起工业化操作中多道工序的洗礼。因此,预制菜无法实现营养均衡。

此外,含盐量过高也让预制菜一直饱受诟病。当“看标签”成为不少人采购食品的必备技能,预制菜就首先受到影响。很多预制菜的成分表上,每100克中钠含量达到500毫克左右,有的甚至达到1000毫克以上。而根据《中国居民膳食指南2022》建议,成年人每天摄入食盐不超过5克。一般食盐中钠含量约40%,也就是说建议成年人每天摄入钠不超过2000毫克。而很多预制菜重量在300克到500克之间,如果按照上述“每100克中钠含量500毫克左右”计算,一份重量300克的预制菜钠含量达到1500毫克,吃一份就已接近建议标准。而且,很多预制菜为了迎合消费者的口味,往往比较“重口味”,存在高油高盐高糖等问题。

不过也有业界人士指出,消费者在食用预制菜的时候,可以通过自主搭配新鲜蔬菜,减量使用料包的方式,吃得更健康。“无论是预制菜还是平时的膳食,关键是要做到食物多样化,品种丰富了,营养就会均衡。”

预制菜好吃吗?

餐饮行业是一个众口难调的行业,批量化生产的预制菜不可能满足所有人的味蕾需求。相比新鲜出炉的菜肴,二次加热的食材在口感上也会受到一定影响。再加上行业内少量商家存在鱼目混珠,以次充好的做法,使得部分消费者认为预制菜不够好吃。

去年春节前,被称为“闽菜之王”的佛跳墙以预制菜的形式火爆全网,走上了普通老百姓的餐桌。但在饭店中高达千元一份的高端菜品,在电商平台、社区团购等渠道却卖出了多则数百元,少

则几十元,甚至9.9元包邮的价格,令人大跌眼镜。

“看着汤汁金黄浓郁,吃起来却没有鲜味,鲍鱼、鱼肚小得可怜,嚼在嘴里很腥。”市民钟女士告诉记者,她在亲戚家吃到的佛跳墙包装精美,装在黄色小盅里一个个端上来,也很气派,没想到吃到却和外观大相径庭。“后来亲戚连连打招呼,说是网上买的特价预制菜。”

酸菜鱼里的鱼片薄到一夹就碎,蚝油牛肉下油锅一炒就缩水,水煮肉片都是汤水,猪肉只有寥寥几片……记者发现,除了口味的问题,有些低价预制菜还分量不足。业内人士告诉记者,有的预制菜拿在手里沉甸甸,看重量也有四五百克,但打开一煮才发现可吃的食材没多少,这是因为它没有标注固形物的重量。

“以毛血旺为例,消费者看到的产品图片大多是满满一盆,但真正烧出来却很少。这是因为饭店里的出品基本上垫满豆芽,上面再铺上毛肚、鸭血、牛肉等主料,而预制菜却没有豆芽。那么商家就应该标清楚固形物的重量,而不是把汤汁酱包也计算在内,让消费者产生误解。”

尽管有不少吐槽,但有研发实力的企业入局后,用标准化的生产技术和流程把最佳口味“固定”下来,把品质做精,预制菜也能赢得消费者的喜爱。

欧厚喜告诉记者,叮咚买菜在推出“拳击虾”之后,平台上的鲜活小龙虾和预制小龙虾的销量之比变成了2:8。“很多消费者发现,冷冻包装的‘拳击虾’比自家烹饪的小龙虾更加入味。这是因为‘拳击虾’在工厂的制作过程中,先要经过一条高温油炸线,将虾头和虾身炸至微微裂开,捞出后加入酱汁煮熟,更能渗透入味。煮好后的小龙虾用-196℃液氮速冻技术锁鲜,可以最大限度还原菜品现做口感。”还有新奥尔良烤鸡如此鲜嫩入味,是因为在工厂机器中反复滚揉腌制,要比双手涂抹酱汁更加有效。欧厚喜说,预制菜生产制作的很多环节都是运用多年的食品生产工艺。通过自研和共创,企业正积极开发美味健康的菜品,带动预制菜产业走上可持续发展之路。



图 1C



■ 用预制菜在家就能快速做出美味的酸菜鱼

