

预制菜国家标准征求意见稿发布

不得添加防腐剂 保质期不超一年

针对消费者关注的预制菜问题,《食品安全国家标准 预制菜》《预制菜术语和分类》《推广餐饮环节自主明示的公告》三份文件昨日都公布了征求意见稿,向社会公开征求意见。记者注意到,三份征求意见稿对预制菜的概念作出进一步细化明确,并对生产过程安全提出明确要求。

中央厨房制作不属预制菜

预制菜都包括哪些和不包括哪些类别,一直是公众关注的焦点。

国家卫生健康委牵头制定的《食品安全国家标准 预制菜》征求意见稿中,这样界定预制菜的定义与管理范畴——“以一种或多种食用农产品及其制品为原料,使用或不使用调味料等辅料,不添加防腐剂,经工业化预加工(如搅拌、腌制、滚揉、炒、炸、烤、煮、蒸等)制成,配以或不配以调味料包,加热或熟制后方可食用的预包装菜肴产品”。

这份文件明确,预制菜“不包括主食类食品、净菜类食品、即食类食品和中央厨房制作的菜肴”。

近年来,餐饮行业陷入“预制菜风波”,很多消费者谈“预制”而色变。上海总厨联盟会长杨海告诉记者,《食品安全国家标准 预制菜》(征求意见稿)有助于消费者和餐饮行业厘清预制菜的概念,避免将预制菜“妖魔化”。“餐饮行业苦预制菜之名久矣。事实上,绝大部分餐饮企业使用的是中央厨房出来的预加工食材,例如提前腌制过的肉类、洗净去腥的鲜鱼、切块的鸡鸭等,只要一把剪刀、一台微波炉就能出菜的餐厅是很少的,尤其是连锁正餐企业。”他说,标准明晰了预制菜的概念,有助于相关行业和消费者对齐认知,今后餐饮企业据此公开食材信息,也能获得消费者的信任。

保质期最长不超12个月

征求意见稿明确,生产企业应在保障食品安全的前提下,综合考虑营养品质、原料属性、生产工艺、贮运条件、包装性能、消费方式和产品特点等,合理设定产品的保质期,最长不应超过12个月。

以往,食品保质期通常是由食品生产企业根据其产品特性、工艺、配料贮存条件等通过实验研究和品质评定后确定的,一般不在标准中作具体规定。上海市食品安全工作联合会首席专家顾振华告诉记者,此次预制菜国标征求意见稿中,针对老百姓关注的预制菜存放时间太长问题,统筹考虑公众期待、营养品质、风味口感和产业发展等因素,要求企业尽可能缩短产品保质期,明确最长不应超过12个月。

推广餐饮企业自主明示

“生产加工中不得添加防腐剂”,是本次预制菜国家标准征求意见稿的一大亮点。顾振华说,以往一些预制菜中的肉类、海鲜类会按照自身品类,添加一些符合规定的防腐剂。但在此次征求意见稿中,对预制菜明确规定了“不得添加防腐剂”。

顾振华说,预制菜不需要用防腐剂来延长不必要的保质期,通常可通过冷冻、冷藏、高温杀菌、气调包装等物理手段或工艺控制来保障食品安全,从源头引导企业减少对化学防腐剂的依赖。

为引导食品企业通过改进工艺技术保障预制菜产品的安全与营养品质,从技术源头减少对食品添加剂的依赖,标准要求除不得使用防腐剂外,还要尽可能减少食品添加剂的使用,严格控制允许使用的食品添加剂品种,将可使用的食品添加剂种类缩小至《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》(GB 2760)中规定的、可在各类食品中“按生产需要适量使用”的添加剂品种(即不需给出添加限制量的品种)。

围绕预制菜的诸多争议中,“知情权”是核心焦点之一。对此,国务院食安办、市场监管总局、商务部起草的《推广餐饮环节自主明示的公告(公开征求意见稿)》,鼓励餐饮服务提供者根据自身经营实际,自主明示菜品加工制作方式,提出“使用预制菜、中央厨房成品或半成品、预包装食品的,明示内容应当真实准确”。公告列举了餐饮服务提供者明示的方式,包括可以通过菜单或点餐小程序标注、企业官方网站或公众号介绍、门店显著位置展示、应消费者询问后回应等。

本报记者 裴颖琼 张钰芸

特色年礼



“上海礼物”开市 百款海派年礼 打包带回家



■ “上海礼物”马年新春市集现场

本报记者 周馨

舌尖盛宴

昨天,2026年“上海环球美食汇·环球年味春节特别活动”启幕,以“环球年味”为核心,打造一场贯穿春节假期的美食文化盛宴,让市民游客共享传统年味与国际风韵的巧妙融合。

作为“上海环球美食汇”全年活动的关键一环,此次春节特别活动分两阶段呈现:2月14日至23日的“环球风味团圆宴”阶段,沪上各大商业综合体与特色街区的国别餐厅将纷纷推出精心设计的浪漫套餐、年夜饭及团圆聚餐,让世界风味融入国人最重要的团圆时刻;2月24日至3月3日则将迎来“环球美食嘉年华”,聚焦返沪团聚与节后休闲需求,联动热门景点与重点商圈打造“美食+”融合体验。

市工商联会环球美食专委会发布的2026新春环球美食优选指南,汇集512家餐厅的1050套优选套餐,其中,超300家商户特别打造了近600款“新春欢聚团圆宴”,更贴心涵盖情人节浪漫套餐,让来自境内外的游客和市民通过美食这一“世界通用语言”,共度相聚时光,尽享独特的环球年味。

美食之外,多元融合场景让这

今天上午,浦东前滩钱家滩路限时步行街人头攒动,年味扑面,“上海礼物”马年新春市集正式开市。上海本土优质品牌齐聚于此,将文创、非遗、美食、美妆、养生等百款特色年礼直接搬至市民家门口。

市集现场红绸高挂、福字满贴,红韵装点的各个展区错落排布,文创、美食、美妆、养生等主题区域划分清晰,市民游客穿梭其间,挑年货、赏非遗、玩互动,满是欢喜。“早就听说这里有上海特色年礼,特意带着家人来逛逛,既能挑点年货,还能感受老上海的年味,特别有意思。”正在非遗展区看衍纸画制作的市民王婷婷笑着说道,这样一站式的年货市集,让春节采购变得轻松又有趣。

品牌路演区更是市集里的人气焦点,15家“上海礼物”品牌企业轮番登场做产品展示、玩互动体验,引得市民游客纷纷驻足围观、参与其中。在文创展区,文化与美学的交融巧思随处可见:上海博物馆把馆藏文物元素融入设计,让文创产品既实用又藏满文化底蕴;非遗衍纸画、马年年画小夜灯等马年主题文创,将传统生肖韵味与现代设计巧思结合,尽显海派匠心;上海野生动物园与“上海礼物”联名的毛绒包,凭借萌趣的大小熊猫形象,成为年轻人争相打卡的“网红好物”。非遗展区的现场技艺演示更是吸睛无数,老师傅们指尖翻飞秀绝活,老上海的手艺活在新春市集里鲜活焕新,一旁的老字号组合礼包也成了“抢手货”。

年货采购自然少不了特色美食。市集里,中华老字号与国民品牌的集结,让市民一站式备齐海派年味。上海糖酒集团携“玉棠”“金枫”“第一食品”等老字号亮相,承载着上海黄酒非遗酿造技艺的“金枫”老酒经典登场;“光明好选”与“上海礼物”联名的体验套装,融合了“石库门”“汪裕泰”老字号精选与特色文创。

“通过整合本土老字号、非遗工艺与新国潮力量,‘上海礼物’让传统元素与现代生活美学实现了创造性转化。”市文旅局相关负责人透露,“上海礼物”近期还将与华为、上海申花、米哈游、上海老字号等开展跨界合作,不断丰富商品品类、提升品质内涵。

本报记者 杨玉红

“环球年味”启幕 千店优惠邀你 尽享团圆宴

场新春盛宴更具沉浸感。启动仪式上,百联、锦江、抖音等企业发布的“美食+文旅商体展”系列活动,勾勒出多条主题消费路线。

百联集团围绕2026年“上海环球美食汇·环球年味春节特别活动”,依托核心商圈、“一江一河”沿岸等地标商业空间,将全球珍馐与海派年俗深度融合,以多元消费场

景点亮年味。此次新春活动的点睛之笔,是百联将“美食”升维至“美学”的全新探索。

3月1日至8日,“百联食尚·苏河潮集”环球美食艺术市集将登陆苏州河沿岸,联动业界头部品牌打破传统市集边界,在苏河之滨打造“异国风味+艺术展演+新品首发”的新场景,全球地道美味搭配视觉艺术展、街头表演与沉浸式互动,让市民在逛吃中感受世界文化的交融碰撞。

锦江国际集团推出“展·景·味”沉浸之旅—古罗马艺术展邂逅意式盛宴,卢浮宫深度游碰撞法式晚宴,“寻香之旅”“上海高度”双线解锁地标与欧陆美味,以“文化+味觉”“场景+优惠”创新体验,激活节日消费引擎。

虹桥品汇“美味源选,礼聚新春”主题展销会持续至2月15日,德国、意大利等国的进口食品与特色商品进驻“环球年味”市集,线上直播与线下市集联动推出的新春定制礼包,涵盖进口美食、年货好物等。

豫园的“抖音新春吃喝玩乐节”同样值得期待,2月10日至23日,在豫园商城、方浜中路及BFC外滩金融中心拍摄指定“马”并带话题发布抖音,即可解锁多重吃喝玩乐优惠。

通讯员 代杨龙

本报记者 张钰芸