

## 情况简介

南宁市图书馆（新馆）位于良庆区玉洞大道32号，毗邻五象湖公园，占地约40亩，总建筑面积36109.3平方米，外观融合了梯田、铜鼓及风雨桥等广西特色元素，呈现出高雅大方的建筑格调。馆内设计藏书量200万册，阅览座位1700个，网络节点3000个，新馆将秉承“求知、休闲、交互”的服务理念，以多样化的馆藏资源和智慧化的服务模式，建设成为一家普遍均等、惠及全民、服务高效并适应未来发展趋势的区内领先现代化图书馆。



微信公众号



南宁市图书馆

# 热点聚焦

聚焦“预制菜”

专题信息

7

南宁市图书馆主办

2024

尊敬的读者：

本产品为内部资料，属于非卖品；所有文章均摘自公开媒体，仅供参阅。

# 目录

CONTENTS

## 热点聚焦

六部门联合发文推动预制菜产业规范发展 突出预制性和菜肴特征预制菜有了明确定义	2
“百年菜乡”广西贺州预制菜走向海外	6

## 延伸阅读

我国预制菜产业的发展现状、影响因素及发展趋势	8
预制菜冷链物流快递配送问题及其对策	15

## 他山之石

预制食品迈向高质量发展 叮叮懒人菜发布0添加鱼火锅	22
细分消费场景，牛蛙预制菜热度持续攀升	25
预制菜出海，“广东味”何以热销全球	28

主办单位：南宁市图书馆

编辑出版：南宁市图书馆信息开发与研究部

主 编：蒋桂香

编 委：陈啸秋 闭冬红 李洁谊  
赵 玮 孙焕盈 刘思良

本期责编：闭冬红

地 址：南宁市良庆区玉洞大道32号

邮 编：530221

电 话：0771-4977139/4977293

网 址：www.nnlb.com

### 编者按：

近几年，预制菜因与传统饮食相比，具有更加省时便利、品质多样的优势而逐渐进入了人们的生活，但也存在许多争议，例如一些人认为预制菜多盐多糖、营养单一，长期食用对身体不益，食品安全问题令人堪忧。但在《2023 年中国预制菜产业发展蓝皮书》中，2023 年中国预制菜市场规模为 5165 亿元，到 2026 年有望超过 10720 亿元。预制菜被寄予厚望，未来，它有非常广阔的市场，要理性看待，规范发展。俗话说，“民以食为天”，食品安全是预制菜行业的基础条件，因此，必须要守好食品安全这条底线，不断提升预制菜的品质和营养价值，打消消费者的担忧和疑虑，才能发挥预制菜在社会中的积极作用。

本期围绕“预制菜”这个热点，编辑并制作本专题资料，仅供参考。

## 热点聚焦

### 六部门联合发文推动预制菜产业规范发展 突出预制性和菜肴特征预制菜有了明确定义<sup>①</sup>

预制菜生产经营企业要建立健全食品安全管理制度，加强食品生产经营风险管控，严把原料质量关，依法查验食用农产品原料的承诺达标合格证等产品质量合格证明，严格食品添加剂使用，切实保障预制菜产品食品安全。

近年来，预制菜食品行业市场正在以惊人的速度迅猛发展。如何让消费者吃得放心，花钱花得明白？如何规范发展预制菜？如何对预制菜生产销售过程开展标准体系化建设？

这一系列引发社会各界高度关注的问题，近期在国家市场监督管理总局、教育部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国家卫生健康委员会六部门联合印发的《关于加强预制菜食品安全监管促进产业高质量发展的通知》（以下简称《通知》）中，得到清晰的答案。

《通知》首次明确了预制菜定义和范围，强化预制菜食品安全监管，明确了推动预制菜食品安全标准和质量标准体系建设的方向。

#### 范围不再泛化

什么是预制菜，它的界限范围在哪里，一直是令消费者疑惑的问题。

对此，《通知》明确，预制菜也称预制菜肴，是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、成型、炒、炸、烤、煮、蒸等）制成，配以或不配以调味料包，符合产品标签标明的贮存、运输及销售条件，加热或熟制后方可食用的预包装菜肴，不包括主食类

<sup>①</sup>万静.六部门联合发文推动预制菜产业规范发展 突出预制性和菜肴特征 预制菜有了明确定义.青海普法.2024-03-30.

食品，如速冻面米食品、方便食品、盒饭、盖浇饭、馒头、糕点、肉夹馍、面包、汉堡、三明治、披萨等。

预制菜产业是近年来发展迅猛的新兴食品产业，呈现一、二、三产业深度融合发展的特点，其产业链条长、关联广、技术要求高，在促进农产品深加工、食品工业转型、消费升级、创业就业等方面均有积极意义。但预制菜也面临范围泛化、标准不统一、产业政策扶持范围不一致、群众忧虑预制菜添加防腐剂等问题。

对此，市场监管总局食品生产安全监督管理司有关负责人指出，预制菜范围应当兼具预制化和菜肴的特征。

一方面，预制菜要突出工业化预加工特点。预制菜应当具备和符合规模化、标准化、洁净化、规范化食品生产加工特点和要求，更好发挥食品工业化优势作用。企业生产预制菜应当依法取得食品生产许可，符合国家关于预包装食品法律法规和标准有关要求，加强进货查验、过程控制、出厂检验、贮存运输、销售使用全环节的风险管控。考虑到连锁餐饮企业广泛应用中央厨房模式，其自行制作并向自有门店配送的净菜、半成品、成品菜肴，应当符合餐饮食品安全的法律法规和标准要求。中央厨房制作的菜肴，不纳入预制菜范围。

另一方面，预制菜要突出菜肴属性。仅经清洗、去皮、分切等简单加工未经烹制的净菜类食品，属于食用农产品，不属于预制菜。速冻面米食品、方便食品、盒饭、盖浇饭、馒头、糕点、肉夹馍、面包、汉堡、三明治、披萨等主食类产品不属于预制菜。

此外，《通知》在预制菜的定义中强调加热或熟制后方可食用。加热是指将食品加热到可食用状态的过程，即针对已经预加工熟制的产品在食用前的简单复热。熟制是指经炒、炸、烤、煮、蒸等将食品熟制的过程，即在预加工阶段并未完全熟制，需要彻底熟制后方可食用。不经加热或者熟制就可食用的即食食品，以及可直接食用的蔬菜（水果）沙拉等凉拌菜，也不属于预制菜范畴。

## 禁添加防腐剂

既然预制菜要突出工业化预加工特点，那么，标准化体系化生产加工的规范是必不可少的。

为此，《通知》提出要推进预制菜的标准体系建设，具体包括两方面：研究制定预制菜食品安全国家标准，统筹制定严谨、统一的覆盖预制菜生产加工、冷藏冷冻和冷链物流等环节的标准，明确规范预制菜食品安全要求；研究制定预制菜质量标准，推动研制预制菜术语、产品分类等质量标准，加强与食品安全国家标准的衔接。鼓励依法制定包括产品质量、检验方法与规程等内容的企业标准和团体标准。

一直以来，预制菜食品安全国家标准缺失，被认为是目前预制菜频发行业乱象、陷入诸多争议的根本原因，也是引发消费维权的主要因素之一。

不过，可喜的是，预制菜标准体系建设工作终于有了破冰迹象。据了解，预制菜国家标准体系的构建及相关标准制订内容，已于2023年年底形成报送稿，送审国务院食品安全委员会办公室。而地方政府关于预制菜食品安全标准的工作已经率先启动。

今年2月5日，山东省威海市政府对外发布《海洋预制菜生产质量规范》《预制菜冷冻鱿鱼制品加工技术规范》两项预制菜地方标准。

2023年上海市已经实施的《预制菜》《预制菜生产加工卫生规范》两项团体标准，为上海当地预制菜的生产与发展指出了一条清晰的道路。该标准要求预制菜在感官上面要“复原率超过70%”，这无疑是预制菜标准制定的一大创新。

记者注意到，《通知》对于预制菜行业也提出了较高的监管要求。这首先表现在严格落实主体责任方面。《通知》督促预制菜生产经营企业，要按照《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》要求，建立健全食品安全管理制度，加强食品生产经营风险管控，严把原料质

量关，依法查验食用农产品原料的承诺达标合格证等产品质量合格证明，严格食品添加剂使用，切实保障预制菜产品食品安全。

《通知》规定预制菜不添加防腐剂有何考虑呢？对此，食品生产安全监督管理司相关负责人表示：“就是坚持以人民为中心，满足消费者对预制菜的更高期待。”

预制菜作为广大消费者的“一日三餐”，消费者在追求快捷便利美味的同时，对预制菜使用防腐剂十分关注。预制菜虽经过工业化预制，但仍属于菜肴范畴，消费者在菜肴烹制过程中一般不添加防腐剂，规定预制菜中不添加防腐剂更加符合消费者期待。

同时，这样规定的目的是兼顾产业实际，引领预制菜产业高质量发展方向的需要。食品添加剂“非必要不添加”“在达到预期效果的前提下尽可能降低食品添加剂在食品中的使用量”已经逐步成为行业共识。预制菜通过冷冻、冷藏等贮存条件和杀菌后处理工艺，无使用防腐剂技术必要性。此外，严守安全底线，也符合预制菜风险管控要求。预制菜在生产、贮存、运输、销售过程中，对环境、温度、湿度、光照等有较高要求，应当加强全链条食品安全风险管控，不同类别预制菜应严格符合相应的冷冻冷藏等条件要求，以保障食品安全。

### 推动健康发展

特别值得关注的是，《通知》对预制菜的“明示”要求进行了明确规定：各有关部门要统筹发展和安全，督促食品生产经营企业按照预制菜原辅料、加工工艺、产品范围、贮藏运输、食用方式等要求从事预制菜生产经营活动。大力推广餐饮环节使用预制菜明示，保障消费者的知情权和选择权。

据业内统计，目前我国预制菜加工企业超过7万家，2023年产值突破5000亿元，正加速驶向万亿元赛道。

为此，《通知》也对健康发展预制菜食品行业产业提出了具体的部署：增强优质原料保障能力。指导食用农产品原料生产集中区加大

优质农产品生产基地建设和相关设备设施投入,持续推进“第一车间”建设,提升食用农产品原料商品化和标准化水平;指导农产品种植户、养殖户科学用药,严防农药、兽药残留超标风险,保障农产品原料品质安全。鼓励预制菜生产企业与农民合作社、家庭农场等新型农业经营主体建立协作关系,保证食用农产品原料来源稳定、安全可靠。

提升关键技术创新研发水平。鼓励预制菜企业联合科研单位开展气调保鲜、精准保鲜与品质调控等关键共性技术研究,着力解决风味衰减难题;创新非热加工、微生物控制、微胶囊包埋、营养与风味稳态化等技术工艺,减少营养成分损失,提升产品品质和口味复原度;鼓励预制菜企业使用新型产品包装材料,减少包材使用量、提升包装强度,防止食品过度包装。

加快先进生产工艺装备应用。鼓励研发食用农产品原料预处理关键设备,加强去皮剥壳、分选分级、清洗切割等预加工装备应用,提升原料智能化、保鲜化处理水平。推广应用适应预制菜发展的加工、包装、仓储、物流等先进设备,提升关键工艺自动化水平和生产流通效率。

积极营造良好产业发展环境。支持地方推进预制菜产业集聚区建设,实行集中统一管理,提高集约化规模化效应。鼓励相关行业协会、产业联盟等加强行业诚信体系建设,推进预制菜品牌培育,发挥规模企业示范引领作用。支持开展预制菜口味、品质、营养等第三方评价活动,不断提高消费者对预制菜的安全感和满意度。

## “百年菜乡”广西贺州预制菜走向海外<sup>①</sup>

芋头扣肉、酱香卤肉、梅菜扣肉、宫保鸡丁……这些采用来自广西贺州市的原材料生产的预制菜正走向中国老百姓的餐桌,同时成为粤港澳大湾区民众的“心头好”,并逐步走向海外。

<sup>①</sup>韦家秀 陈海婷 梁伟. “百年菜乡”广西贺州预制菜走向海外. 中国新闻网, 2024-5-12.

近年来，中国预制菜产业发展迅速，成为新的外贸增长点之一。贺州市毗邻粤港澳大湾区，素有“百年菜乡”之称，每年约有七成蔬菜、五成生猪等供应大湾区市场，成为大湾区“菜篮子”。借助这一优势，贺州市大力发展预制菜产业。

据介绍，贺州市成功打造贺州长寿预制菜产业园，该产业园位于八步区。广西顺腾农产品有限公司是入驻该产业园的企业之一，主要产品有预制菜原料、芋圆、红薯圆、淮山圆等。

广西顺腾农产品有限公司董事长牛万刚介绍，为了扩大海外销售链路，该公司于今年4月获得马来西亚、新加坡和印度尼西亚等国家的出口认证。他表示，下一步计划做出贺州本土名特优品牌，满足更多海内外消费者的需求。

2023年，贺州长寿预制菜产业园加工量达11万吨，总产值超8亿元人民币，成为贺州市对接融入大湾区市场的重要产业。如贺州全德食品科技有限公司的黄田芋头扣肉、信都水蒸鸡等贺州特色预制菜，就深受大湾区市场欢迎。

贺州全德食品科技有限公司负责人吴海林介绍，在销往大湾区的预制菜中，黄田芋头扣肉是“销冠”。他介绍，这道菜的独特之处在于使用“双扣”，即两块没有切断的五花肉，将油炸过的芋头包在里面，上锅蒸上个把小时，美味即成。“芋头吸收了五花肉的油脂，五花肉吸收了芋头的清香，两者结合，肥而不腻，瘦而不柴。”

“国内市场主要以粤港澳大湾区为主，芋头扣肉、水蒸鸡等比较符合大湾区民众的口味。”吴海林告诉记者，粤港澳的口味偏向清淡，产品根据市场需求有所调整，“比如芋头扣肉，相比当地做法，我们会减少红枣等食材，并适当降低甜度”。

据悉，八步区还引导龙头企业与本地商超、餐饮门店、电商平台签订购销协议，推动预制菜走上当地民众餐桌。同时开设分销仓储、直营门店，在大湾区、台湾以及华东等地区设立区域仓，在新西兰等国家设立海外仓，直供大型连锁超市、餐饮门店及农产品批发市场，畅通国内外营销链路。（完）

## 延伸阅读

### 我国预制菜产业的发展现状、影响因素及发展趋势<sup>①</sup>

疫情之下预制菜成为舌尖新宠，多位人大代表建议把好预制菜关，制定相关标准。2022年6月2日，中国烹饪协会发布了T/CCA024—2022《预制菜》团体标准，明确了预制菜的定义。预制菜是指以一种或多种农产品为原料，经过标准化、规模化预加工和/或预烹调制成，并进行预包装的半成品或成品菜肴，是全球正在迅速发展的一类食品。为规范水产品预制菜发展，中国水产流通与加工协会于2022年8月23日发布了《水产品预制菜》和《水产品预制菜质量管理规范》两项团体标准立项的消息，给出了水产品预制菜的定义，即以水产品为主要原料，配以或不配以辅料和调味品（含食品添加剂），按照标准化生产工艺，经工厂化加工制成的预包装菜肴。预制菜食用简单，省去食材的准备和复杂的烹饪制作过程，消费者稍作加工即可食用，深受大众欢迎，在一定程度上改变了人们的饮食结构。

#### 1 预制菜产业发展现状

##### 1.1 预制菜的市场发展现状

预制菜方便快捷，不仅深受上班族和不擅长烹饪族的欢迎，也符合酒店降本增效的需求，在市场上的销售额和影响力与日俱增。预制菜源于美国，兴于日本，早在2011年美国市场上预制菜销售规模已达324.5亿美元，2021年美、日预制菜的渗透率已达到60%以上，而我国仅为13%左右。我国预制菜起步于80、90年代的净菜配送，2000年后冷链产业的发展促进了预制菜产业更进一步的发展，出现半成品菜深加工的预制菜企业（如好得睐、新聪厨），部分老字号餐饮企业

<sup>①</sup>安俊 方梓蓥 高希西 郑杰 宋志远 马永生 于双 李双双 赵前程. 我国预制菜产业的发展现状、影响因素及发展趋势. 《食品与发酵工业》. 2024年第5期 388-394.

（如新雅粤菜馆、全聚德）也推出了品牌特色预制菜。2013 年后出现了预制菜零售门店（如味库海鲜、找食材），2014 年随着外卖行业的出现，其 B 端进入放量期，2020 年疫情之后，C 端迎来爆发期，行业规模进入迅速增长期，迈入快车道。

我国预制菜市场规模在 2019 年之前呈缓慢增长的趋势，之后快速增长，2022 年达到 4151.5 亿元，预计未来市场规模保持 1.5% 左右的增速，2025 年可达 8316.7 亿元。

据企查查数据显示，截至 2022 年 12 月底，我国现有预制菜企业 6.4 万家，其中近 5 年成立的企业占比 58%。全国预制菜企业分布前 10 名的省份中，农业大省山东以 0.77 万家位居榜首，河南和江苏分别以 0.59 万家和 0.55 万家位居二、三位。山东的预制菜企业有 7 家在 A 股上市，数量同样位居全国榜首，总市值高达 300 亿元。全国预制菜企业分布前 10 名的城市中，深圳以 1945 家位居榜首，长春以 1732 家紧随其后。餐宝典发布的《2022 中国预制菜产业指数省份排行榜》，广东继续处于领头羊的地位，山东紧随其后，分值分别为 80.39 和 78.74，远高于其他省份。

目前，预制菜市场上的企业可分为专业派、餐饮派、零售派和综合派。专业派：专业做预制菜，拥有专业的研发销售团队和自建工厂，是预制菜行业的主力军，如面向 B 端的好得睐、味知香、聪厨，直接通过线上渠道面向 C 端的麦子妈、寻狮味。餐饮派：这类企业通常拥有中央厨房和餐饮门店，大多以堂食为主，也会将食材加工成半成品推送给消费者，如海底捞的“开饭了”系列、西贝的“贾国龙功夫菜”等。零售派：直接聚焦 C 端市场的新零售企业，产品品类丰富，能够满足不同消费者的需求，如盒马鲜生的“盒马工坊”、叮咚买菜的“叮咚快手菜”、舌尖英雄的即烹菜类。综合派：这类企业原来以速冻品为主，之后受到预制菜产业发展前景的吸引而进军该领域，具有前端资源整合优势，如安井、龙大、亚洲渔港等。

## 1.2 预制菜产业链

预制菜产业是田间与餐桌的联系枢纽，是餐饮市场供与求的双向奔赴。在预制菜产业迅猛发展过程中，疫情和懒人经济仅仅起到催化剂的作用，根本原因在于上游、中游和下游整个产业链的完整和发达。

上游为原材料的提供，包括两部分：一部分是农、牧、渔业，包括农作物种植业、禽畜养殖、水产养殖；另一部分是初加工，包括米面粮油加工、蔬菜保鲜初加工、畜禽屠宰业、水产屠宰业、食品添加剂和调味品生产。

中游为预制菜的加工生产，涉及专业预制菜生产商、餐饮企业自建中央厨房、农业企业自建生产、传统速冻企业及零售企业贴标生产。生产加工的预制菜可分为即食食品、即热食品、即烹食品和即配食品四种类型，其加工程度由深到浅，对供应链的要求和新鲜度由高到低。艾媒金榜数据显示，2022 年即热、即烹、即配预制菜 TOP10 的 30 个品牌中，江浙沪地区多达 12 个，上海多达 6 个，尤其在即热食品 TOP10 中占据 4 席。

下游为餐饮市场和零售市场，即 B 端市场和 C 端市场，其份额比约为 8:2。B 端餐饮企业是主赛道，客户类型主要为高端酒店、连锁餐饮、乡厨、团餐、外卖等。不同业态需求分化，如高端酒店和团餐更注重食品安全、口味及稳定的供应商，连锁餐厅注重配送频次和去厨师化程度，外卖店看重性价比、追求利润。C 端主要分为电商平台、农贸/菜市场、新零售平台，其产品形态分别以生腌制品、即烹即热产品、成品与半成品为主。目前，C 端的份额较低，但随着生活节奏的加快、消费者对预制菜认可度的提高、宅经济的盛行以及购买便捷程度的提升，未来发展潜力巨大。

## 2 预制菜产业发展的影响因素

### 2.1 食品质量与安全

食材是否新鲜、生产加工流程是否卫生、标识信息是否明确等食

品质量与安全相关问题是预制菜产业中消费者关注的重点。影响预制菜质量安全的因素主要包括生物性危害、化学性危害和物理性危害，重点涉及原材料、生产加工以及运输和储藏 3 个方面。

预制菜原材料主要以畜禽类、蔬菜类和水产品类为主。我国农产品主要为小而散的“小户型”生产，组织化程度低，易受自然灾害、地质灾害等不可抗力因素的影响，难以做到标准化管理，可追溯性不强。同时，受地域和收获时间等因素的影响，原材料的标准难以统一，导致原料品质良莠不齐。

生产加工是预制菜产业的核心，加工技术直接影响产品的营养成分、物理性状和感官性质。我国有鲁、川、苏、粤、闽、浙、湘、徽“八大菜系”，目前并非所有菜肴都能够进行预制，如爆炒类的宫保鸡丁、鱼香肉丝等。不同于传统的现烹菜品，如何最大程度地还原原有菜品的色、香、味是预制菜产发展过程中亟需解决的技术瓶颈。据艾媒咨询 2022 年调查数据显示，47.5% 的消费者认为预制菜口味还原度低，其中认为味道、口感、色泽和香气还原不足的比例分别为 82.9%、73.9%、58.9% 和 31.8%。因此，加工技术的革新成为预制菜行业的突破口，如超高压杀菌技术可实现快速杀菌以保证食品的风味，超声波辅助冷冻技术可保证产品的品质及口感风味。目前，部分企业也已开始寻求技术升级和创新提高预制菜品质。真牛馆在牛排的生产过程中创新性引入真空慢煮工艺，有效解决了牛排的质量安全问题，最大程度保留了牛排的营养价值和口感。此外，真空和面、真空慢煮、宇航冻干、超高压非热加工、急速袋内烹饪加工、微米急冻锁鲜、瞬时冷冻防腐等新兴技术已经在预制菜生产过程中得到了广泛应用。

运输和储藏与食品的质量和安全密切相关，不同的储运方式直接影响到预制菜的品质和口感。预制菜的储运方式主要有常温、冷藏和冷冻 3 种方式。即食食品和即热食品对防腐的要求更高，即烹食品和即配食品对冷链的要求更为严格，冷链技术直接关系到菜品的新鲜

度、营养价值和外观形态等。如部分海鲜类预制菜，从捕捞上岸到加工成为预制菜后的储运均需在低温下进行。采用速冻保鲜技术的预制菜，通常是在-30℃或更低温度下速冻，对于冷链运输的温度要求更高，否则会影响菜品的新鲜度，继而引发食品安全问题。具有冷链优势的企业势必在预制菜市场有较强的竞争力。

## 2.2 消费者的接受度和认知度

消费者是市场的风向标，很大程度上决定着预制菜产业未来的发展。预制菜在我国并非新鲜事物，但消费者的接受度、认知度差异较大，如何使预制菜得到消费者的充分认可，直接影响预制菜产业的发展。

消费者对预制菜的接受度和认知度主要归结为以下 5 类：

(1) 消费派：据艾媒咨询数据显示，我国预制菜的主要消费群体集中在 27~39 岁，占比为 58.4%，主要目的是为了省时。

(2) 认可派：26 岁以下年轻人群对预制菜有着较高的接受度和认知度，但目前并非消费主力，未来可能会成为主流的消费人群。

(3) 中间派：大多数消费者能够接受家庭预制菜，但对餐饮预制菜有所抵触，一方面是因为餐饮预制菜违背了消费者对厨师功夫有所追求的初衷；另一方面，七成以上消费者对餐厅中的预制菜并不知情，后知后觉让人有种被欺骗感。

(4) 怀疑派：部分消费者对预制菜不了解，对其质量和安全持怀疑态度，认为预制菜存在更多的安全风险。

(5) 抵制派：不接受、不可预制菜的消费者可分为两部分，一部分认为预制菜失去了中餐的“灵魂”，从思想上抵制；另一部分认为预制菜的质量安全无法保障，如食材的新鲜度、生产加工的卫生等。

## 2.3 政府监管力度和标准化程度

民以食为天，最严格的监管、最严谨的标准是保证食品质量安全的强有力后盾。近年来，预制菜在迅猛发展的同时也面临不少的争议、质疑，尤其是食品质量安全问题。部分预制菜商家资质不全、生产管

理不规范、产业链和供应链水平不够、菜品信息不全等都阻碍了预制菜行业的发展。加强对预制菜质量安全的监管，加强食品生产监督检查，可以促进企业增强食品安全法律意识、提升生产管理水平、提高产品研发水平，确保出厂预制菜的质量安全，保障消费者舌尖上的安全。同时，也能增强消费者对预制菜品质的认可和信心，促使消费者更多地了解预制菜，享受预制菜带来的品质和快捷生活。

标准化对预制菜产业的健康长远发展至关重要。全国团体标准信息平台显示，目前我国预制菜团体标准有 23 个，且均在 2022 年发布，如 6 月 7 日中国烹饪协会发布了全国首个《预制菜》团体标准，为产品标准。山东省饭店协会于 5 月 17 日发布了全国首个《预制菜通用设计实施指南》团体标准，提出了覆盖预制菜全产业链的技术指南，对全面明晰预制菜产业业态、构建协同产业链模式形成了标准支撑。广东省农业标准化协会于 3 月 23 日发布了《预制菜（标准综合体）总则》等 9 项团体标准立项，为未来开展粤菜三大菜系预制菜全产业链标准体系建设工作提供了理论和技术支撑。此外，2022 年相关地方标准也陆续发布，如广东省市场监督管理局于 7 月份在全国率先制定了《预制菜术语及分类要求》等 5 项预制菜地方标准。2022 年 7 月，国家农业农村部做出明确答复：加强预制菜行业标准研究，推动制定一批与市场联系紧、企业急需的国家标准和行业标准。我国预制菜标准化虽然起步晚但步伐快，在一定程度上规范了预制菜行业，保证了预制菜生产加工过程的标准化和产品质量的安全可控。

### 3 预制菜行业的发展趋势

#### 3.1 加强科技投入和专业人才培养

中餐讲究“色”、“香”、“味”，但目前预制菜的还原度较低，据艾媒咨询报道，近一半的消费者认为预制菜口味还原度低。预制菜企业众多，但具有产品研发及生产技术创新能力的屈指可数。科技投入与技术升级必然是预制菜品质提升的突破口，以解决预制菜产业面

临的技术瓶颈，如口味的还原度、菜品的新鲜度和风味的多样化、标准化等。江苏农科院农产品加工研究所研发的鲜食玉米“京甜紫花糯2号”深受消费者欢迎，西北农林科技大学的预制菜研究团队为当地的预制菜行业注入科技力量，解决诸多难点。专业人才是行业的核心竞争力，预制菜行业也需要专业的科研技术人员与企业对接，推动企业与高等院校和科研院所的产学研合作，攻克产业发展过程中的技术难题。2022年8月26日佛山10个预制菜博士工作站亮相，实现科技“做菜”。只有充分发挥科技人才优势，才能实现技术创新和成果转化，从而开启预制菜产业的高端发展模式。

### 3.2 预制菜品类及场景细分化

中餐文化历史悠远，各地饮食习惯不同，很难做到一个单品畅销全国，可以细分品类、精准定位。如北交所上市的预制凉菜第一股大连盖世食品，是预制凉菜的冠军；三全2022年推出的焦炸丸子，传承了北方传统美食。现代消费者追求场景与预制菜的搭配，也是未来发展的趋势，可分为早餐、中餐、晚餐、夜宵、一人食、家庭、露营等，如广东环球水产推出的“特鲜拉”露营系列，部分产品还配套了酒精灯、铁架等工具，锅圈食汇推出了夜宵顶流小龙虾。2022年中国预制菜行业C端消费，晚餐和中餐比例均超五成，分别为76.6%和64.4%。

### 3.3 B端和C端协同发展

目前，预制菜B端市场已经走向成熟，C端仍处在探索期，随着菜品的多元化、购买渠道的便利化、冷链物流的发达及消费者对预制菜认知度的提高，C端势必会迎来大发展。酸菜鱼和烤鱼的市场空间从连锁走向B端，从餐饮走向家庭。B端市场需求量大，且符合餐饮业降本增效和标准化需求，同时团餐、乡厨等的比重在逐年增大，促进了预制菜市场的快速发展。B端+C端协同共进、双轮驱动，共同打造未来预制菜行业的广阔前景。

## 4 展望

目前，我国预制菜行业正处于发展初期，但发展势头迅猛。2023年中央一号文件首次将预制菜写入其中，提出“培育发展预制菜产业”。我国本就是农业大国，预制菜产业原料供应充足且稳定。同时，近年来农业与食品工业化程度不断提升，为预制菜规模化发展提供了保障。2021年，我国冷链物流市场规模达5699亿元，冷库总容量达到5224万吨。

国务院办公厅印发《“十四五”冷链物流发展规划》，提出了“十四五”时期冷链物流发展的总体要求、总体布局和发展举措[30]。冷链物流的稳定发展为预制菜行业向标准化、产业化发展筑牢了根基。

我国预制菜企业数量众多，仍面临盈利模式微利化、产品还原度差和货架期短以及生产、餐饮和零售各环节竞争不断加剧等诸多问题，市场尚处于蓝海竞争阶段。企业要想突出重围，需重点在产品、营销和规模等方面下足功夫。随着消费者对预制菜产品品质的要求越来越高，优化加工工艺、引进先进技术、完善行业标准和创新产品类型已成为企业努力的主要方向。未来，随着国家乡村振兴战略的进一步贯彻实施、政府支持力度的不断加大以及养殖、加工和流通等相关产业融合度的不断提升，预制菜产业将迎来良好的发展机遇，市场前景广阔。

## 预制菜冷链物流快递配送问题及其对策<sup>①</sup>

我国经济发展水平不断提高，人们追求美好生活、餐饮生产技术发展、冷链物流保障水平提升等，为预制菜产业发展奠定了基础。2023年中央一号文件在“培育乡村新产业新业态”部分提到，要提升净菜、中央厨房等产业的标准化和规范化水平，培育发展预制菜产业。这一

<sup>①</sup>钱廷仙. 预制菜冷链物流快递配送问题及其对策. 《江苏经贸职业技术学院学报》，2024年第2期

战略部署为预制菜产业发展提供了政策支持。

## 一、预制菜分类

预制菜一般是指以一种或多种农产品为主要原料，通过标准化流水作业，经分切、搅拌、腌制、滚揉、成型、调味等预加工或炒、炸、烤、煮、蒸等预烹调制成，并进行预包装的成品或半成品菜肴。预制菜对广大消费者来说并不陌生，比如，遍布大街小巷的熟食店售卖的各色卤菜、小菜，食堂、餐饮企业因备餐需要而事先准备的半成品等都属于预制菜范畴。根据加工程度预制菜可分为即食类预制菜、即热类预制菜、即烹类预制菜、即配类预制菜。预制菜所用原材料、产品特点、面向市场、消费要求等各不相同，对物流配送的要求自然也不同。

## 二、预制菜产业发展现状

### （一）预制菜产业发展环境越来越好

预制菜在我国出现较早，但作为一种产业发展起步比较晚。受市场消费意愿不强、餐饮业“大而全”“小而全”、冷链物流无保障等影响，预制菜产业初期发展比较缓慢。自 2010 年以来，随着外卖行业的兴起，面向餐饮企业的 B 端市场对预制菜需求快速增长。近年来，各地陆续出台发展乡村经济和预制菜的利好政策和规范性文件，广东、广西、河南、山东明确将预制菜写进政府工作报告，要求加快预制菜产业发展，进一步提升预制菜品牌的影响力。福建、浙江、江西、辽宁等地的监管部门先后发布了预制菜产业的政策指导文件。这说明预制菜产业发展的政策环境越来越好。居民人均可支配收入增加，单身经济及“宅经济”兴起，改变了人们的生活方式。人们的饮食需求日益多样化，加上科技的进步和网络营销的作用，提高了消费者对预制菜的接受度，扩大了预制菜产业发展的市场基础。

### （二）预制菜产业市场规模稳步扩大

从供给端来看，经营预制菜的企业注册数量逐年增长。通过企业信息数据库天眼查网站查询到以下数据：截至 2023 年 4 月，名称涉

及预制菜生产经营的企业有 18124 家，其中成立年限为 1~5 年的企业达 4808 家，占 26~53%；生产经营范围涉及预制菜的企业有 139893 家，其中成立年限为 1~5 年的企业达 49923 家，占 35~69%。据报道，广东是我国预制菜产业的发展高地，在《2022 中国预制菜城市发展指数百强榜》中，前三名城市为广州、佛山、深圳，全省有 11 座城市入榜。凭借良好的政策和资源优势等，广东提出要打造一批百亿元级的预制菜产业强县、十亿元级的预制菜生产强镇和预制菜原材料供应亿元村。从需求端来看，首届中国国际（佛山）预制菜产业大会组委会发布的《2022 年中国预制菜产业发展白皮书》显示，2022 年我国预制菜市场规模达 4196 亿元。B、C 端市场激增的需求吸引了生鲜电商、餐饮等企业的布局，预测 2026 年我国预制菜市场规模将达到 10720 亿元。

### （三）预制菜供应链参与主体多

预制菜供应链主要由上游食材供应商、中游食材加工商和下游食材分销商、B 端客户、C 端消费者构成。上游食材供应商包括蔬菜瓜果、家禽畜牧、鱼虾水产、调味辅料等农产品的生产者。中游食材加工商主要包括连锁餐饮企业的中央厨房、专业加工企业的中央工厂、生鲜超市的集中采购配送中心等，是促进农产品生产标准化、集约化的重要推动者。下游包括电商平台、批发市场、农贸市场、生活超市、社区团购等分销商，面向餐饮店或单位食堂的 B 端客户，以及面向家庭和个人餐桌的 C 端消费者。预制菜供应链还包括冷链物流服务商。总之，预制菜供应链的主体多，非常复杂。

### （四）预制菜全程冷链物流要求高

肉类、瓜果蔬菜等原材料，需要预冷保鲜或冷藏运输；加工生产环节需要急速冷冻处理、冷冻或冷藏保存；销售环节需要冷链运输、储藏和快递配送。从供应端来看，预制菜只有通过冷链物流，才能更好地延长产品保质期，延伸农产品产业链，实现原料的商品化、标准

化、品牌化经营，扩大销售市场，增加销售收入。从需求端来看，预制菜只有通过冷链物流，才能为消费者提供新鲜的食材，满足其多样化需求。商家通过电商、直播等渠道销售预制菜产品，想提供高质量的快递配送服务，必须以冷链物流为保障。

### 三、预制菜冷链物流快递配送存在的问题

#### （一）成本比较高

农产品保质期短、种类繁多，又具有易腐性，无论是原料的采摘、半成品和成品的加工，还是“最后一公里”的快递配送，都需要良好的冷链物流条件。

由于预制菜冷链物流所需的设施设备和温控技术前期投入大，各地的经济实力、农业生产条件、物流条件等差异较大，同时受面广、点散、量少的影响，预制菜难以产生规模经济效益，高成本困扰着预制菜供应链的发展。一些预制菜商家可能会以牺牲品质为代价，选择与规模小、成本低的冷链物流服务商合作，从长期来看这样不利于预制菜产业发展。

#### （二）品控不到位

预制菜从田间地头到加工工厂，再到生鲜超市等分销商和B端客户、C端消费者，任何一个环节一旦冷链管控不到位，就容易造成预制菜产品严重腐损的情况，给食品安全埋下隐患。目前，预制菜经营企业和冷链物流服务商普遍存在规模小、经营散、缺技术、缺资金、缺人才的问题，冷链条件下的生产经营能力弱，产品冷链运输储藏的比例低，全程品质管控不到位。一些商家为了节约成本，故意放弃使用冷链物流设施设备，导致预制菜冷链物流可能出现“脱冷断链”“伪冷链”等现象。有的商家甚至为了在常温下能长时间运送、储藏，在预制菜产品中添加过量的防腐剂，危害消费者健康。

#### （三）损耗大

配置冷链设施设备是保障预制菜物流配送的时效性和产品品质

的关键。不同类别的预制菜要求的温度条件不一样，有的需要冷冻运输储藏，有的需要冷藏运输储藏，有的常温运输储藏即可（如干辣椒等调味包）。我国冷链物流产业总体发展水平不高，人均冷链设施设备拥有量偏小，预制菜的产地、加工地、中转地、销售地的冷链设施设备配置不均衡，难以严格按一定标准对水果类、蔬菜类、肉类、水产品类等预制菜根据储运温度和湿度的差异而实施分类操作，相当一部分预制菜的包装简单、不规范，可能加快预制菜腐烂变质，降低预制菜品质，导致客户或消费者购买意愿和消费满意度降低。

#### （四）时效难保证

预制菜 B 端市场客户主要是分布在大街小巷、商业中心、产业园区的餐饮企业和单位食堂，C 端市场的家庭和个人消费主要分布在各类住宅区，“最后一公里”快递配送的时间一般与城市交通晚高峰期重叠。这决定了预制菜快递配送地点路况复杂，有的路程偏远，有的交通拥堵。预制菜客户在电商平台订购预制菜具有随机性大、每单订购量少、需求分散、送货等待时间短等特点，加上预制菜供应链相关企业存在“信息孤岛”，业务协同、数据共享存在诸多困难，这使得预制菜快递配送快速响应客户订单的时效性不强。

### 四、预制菜冷链物流快递配送优化措施

#### （一）完善网络建设，降低物流及快递配送成本

预制菜冷链快递配送是物流服务的一种新业态。预制菜供应链模式由“推式”向“拉式”转变，从“农产品种养—预制菜加工—餐桌消费”转向“餐桌需求—预制菜加工—农产品种养”，对全程冷链提出了更高要求。很多地区有自己的地标农产品和特色农产品，消费者一般偏好有地域特色的预制菜。在国家政策支持下，冷链物流企业要根据全国的地标农产品和特色菜系加快冷链仓储、运输及快递配送网络布局，针对不同的客户需求细化冷链物流服务方案，完善预制菜从农产品“最初一公里”到“最后一公里”冷链物流网络。

## （二）增加设施设备投入，加强全程品质控制

预制菜的品质与温度控制有密切的关系。政府要在政策、资金、土地、人才等方面引导企业采用新技术、新设备、新标准、新规范，大力推进关键冷链设施设备升级改造，把冷链物流建设充分融入智慧城市、乡村振兴建设。企业要依托现代化冷链设施对不同类型的预制菜实施差异化管理，对预制菜原材料供应商、加工商、分销商、物流服务商的冷库、冷藏车、展卖冰柜等冷链环境进行实时监控，以多级预警的形式提醒管理人员及时干预，对所有品控环节的责任部门实施系统性数字化考核，避免预制菜在冷链物流过程中“断链脱冷”。针对生鲜超市、专卖店、社区团购等零售场景，以及“一人食”“在家吃饭”“露营”“夜宵”等消费场景，企业要积极配备冷藏自提柜、低温自动售货柜等设备，为消费者提供更好的消费体验。

## （三）推动产业链融合发展，构建预制菜供应链新生态

预制菜涉及农业、食品加工业、零售业及餐饮业，是农村产业融合发展的一种新模式。预制菜的生产地域广泛，菜品种类多，保鲜要求高，在生产加工、运输储藏、快递配送过程中的温度控制尤为重要。预制菜、电商平台、冷链物流等行业的头部企业要依托国家骨干冷链物流基地，以中央厨房、中央工厂、集中采购配送中心为抓手，提供集中采购、流通加工、共同配送全链条一站式服务，促进预制菜供应链上下游融合发展。冷链物流企业要直面市场终端，利用大数据发掘消费潜力，开展个性化供应链服务，优化预制菜“冷链物流+农产品种养+智能化加工+新零售”产业新场景，创新“中央厨房+预制菜冷链配送”“中央工厂+预制菜冷链共同送”“生鲜电商+预制菜冷链宅配”等快递配送新业态，推动业务领域相互渗透，与预制菜产业形成共生共长生态圈，支持预制菜生产加工企业和农产品生产主体合作组织精准生产，赋能供应链合作伙伴在融合发展中同步升级、同步增值、同步受益。

#### （四）提供一体化解决方案，提高配送时效

预制菜产品有效期较短且订单分散，冷链运营成本高，单一仓储难以满足多场景化的快递配送需求。头部企业可以依托其遍布全国的冷链物流体系和全场景定制化服务能力，为客户提供“支线运输+仓储服务+快递配送+同城配送”冷链一体化物流解决方案，从而提高客户的库存周转效率，优化资源配置，实现预制菜产业提质降本增效。通过“前置仓+即配到家”服务模式，在预制菜生产厂家、分销商的客户较集中的区域提前完成前置仓设置及调货，为预制菜企业灵活匹配快递即配服务，实现“半日达”“小时达”等优质高效的末端快递配送服务。为了确保预制菜的新鲜度和交付品质，头部冷链物流企业要完善食品溯源系统和全程仓储运输温湿度实时可视化监控系统，通过统仓共配模式，满足商家多批次、小批量订货的业务需求，提供全时段、全范围覆盖的预制菜仓配和店配服务。

## 他山之石

### 预制食品迈向高质量发展 叮叮懒人菜发布0添加鱼火锅<sup>①</sup>

5月27日，叮叮懒人菜春季新品发布会在杭州市山下美术馆成功举办。本次发布会以“修鲜”为核心理念，隆重推出了零添加鱼火锅，同时向外界展示了第三代“活鱼鲜”技术。新品不仅满足了家庭日常用餐的需求，还充分考虑了露营、办公等多样化场景，紧密贴合用户的需求，满足消费者期待。

叮叮懒人菜联合创始人马小龙表示，这次发布会不仅是叮叮懒人菜在产品战略上的一次重大升级，更是为了凝聚行业的共识，携手各方共同推动预制食品行业迈向更高质量的发展新阶段。

#### 叮叮懒人菜新品重磅来袭

#### 0添加香菜鱼火锅问世

预制食品作为近年来迅猛发展的新兴产业，凭借其便捷、快速的特点，赢得了广大消费者的喜爱。然而，随着市场的不断扩大，预制食品安全再次成为众多企业的关注焦点，其中，防腐剂的使用问题尤为突出。

近期，国家市场监管总局等六部门联合发布《关于加强预制菜食品安全监管促进产业高质量发展的通知》，首次明确预制菜范围，要求“零防腐剂”，让消费者吃得放心，吃得“明白”“清楚”。

随着国家对预制食品行业提出的新要求，消费者对于美味、营养、安全的高质量产品的需求愈发迫切。叮叮懒人菜凭借多年的积累与研发实力，在本次春季新品发布会上积极回应消费者期待，推出了零添加鱼火锅，这款新品实现了0防腐剂、0人工色素、0甜味剂的承诺。

<sup>①</sup>吴恩慧. 预制食品迈向高质量发展 叮叮懒人菜发布0添加鱼火锅. 钱江晚报, 2024-05-28.

据叮叮懒人菜联合创始人马小龙介绍，实现零防腐剂的生产难度极大，关键在于确保食材的新鲜、物理锁鲜技术的应用以及工艺能力的提升。叮叮懒人菜通过严格筛选食材、优化生产流程，成功攻克了这一难题，为消费者带来了真正健康、美味的预制食品。

在鱼片的生产环节，叮叮懒人菜推出第三代“活鱼鲜”技术，确保每一条鱼片都源自鲜活的黑鱼，并且实现了100%的可追溯性。其率先引入了世界顶级的保鲜技术——航空航天领域常用的-196℃液氮锁鲜技术，这一技术确保从鱼塘捕捞到鱼片装袋的整个过程不超过18小时，最大程度地保留了鱼片的新鲜度和营养价值。

为了将“锁鲜”效果发挥到极致，叮叮懒人菜在保鲜方面的投入堪称巨大。马小龙现场分享，叮叮在保鲜技术上的年度投入足以购买10台法拉利，而每年消耗的液氮量更是高达一万吨。这种对品质的执着追求不仅体现在对保鲜技术的投入上，也体现在对生产流程的精细化管理上。

酸菜是中国美食文化的重要组成，不仅具有悠久的历史和文化底蕴，还具有丰富的营养价值和美味口感。其作为一种天然、低卡路里并具有益生菌的食物，备受推崇。马小龙强调，酸菜的腌制过程极其讲究，其复杂性不容忽视。为了打造高品质的酸菜产品，叮叮懒人菜团队走访了全国百家知名院校、工厂和种植基地，精心挑选成都平原优质芥菜作为原料来源。“我们坚守酸菜古法腌制的传统工艺，以确保酸菜的原汁原味和纯正口感。在储存环节，我们严格控制酸菜的酸度、PH值和盐度，确保酸菜在最佳状态下保存。酸度范围严格控制在0.7-1.1%，PH值小于等于4.3，盐度则在6-8之间精心调整。”马小龙表示，这一系列严格的措施不仅保证了酸菜的口感和品质，拒绝添加任何防腐剂。

叮叮懒人菜之所以能够领跑市场，其核心秘诀在于对消费者期待的敏锐洞察，以及对时代发展趋势的顺应。品牌始终坚守安全健康的

理念，打造高品质产品，通过市场良币驱逐劣币的机制，推动源头生产工艺的革新与优化。叮叮懒人菜不断创新与突破，将传统工艺与现代科技相结合，预示着预制食品行业迈向 0 添加的新时代，为消费者带来更加健康、美味的食品选择。

## 坚持长期主义

### 叮叮懒人菜引领行业高质量发展

据《2023 年中国预制菜产业发展蓝皮书》称，2023 年中国预制食品市场规模为 5165 亿元（人民币，下同），同比增长 23.1%，到 2026 年有望超过 10720 亿元。

值得一提的是，叮叮懒人菜 2021 年销售额 2 亿，2022 年涨至 8 亿。在艾媒咨询发布的《2022 中国酸菜鱼预制菜消费者洞察报告》中，叮叮懒人菜蝉联“中国酸菜鱼预制菜全网销量第一”。叮叮懒人菜取得市场和消费者认可的背后，除了预制食品行业规模快速扩容外，根源还是其自身产品和运营能力的实力。

据悉，叮叮懒人菜秉持着从源头养殖到餐桌的全程质量服务把控机制，确保每份产品都经过国际检验机构 SGS 全程检测。公司高度重视品控工作，食品安全团队人数占比超过公司总人数的 30%，建立起了一套完善的企业质量安全品控体系。在服务方面，叮叮懒人菜致力于提升行业服务水平，丰富品牌文化内涵。通过与顺丰、京东等物流巨头紧密合作，依托全国 14 个云仓的强大支撑，实现了冷链包邮到家服务，让消费者吃得安心、舒心、放心。

引领产业高质量发展，叮叮懒人菜致力于做好预制食品产业发展的排头兵和先行者。马小龙指出，当前，预制食品产业在变革中发展，企业应积极配合国家监管，坚持长期主义发展，建立健全标准体系，走好规范化之路。针对预制食品产业的复杂性与多元性，我们采取全面而细致的策略，从原材料筛选、加工、产品包装、规范标签标识，到优化贮存配送流程、提升食品安全指标，再到深化消费者服务等多

个维度齐头并进。

作为杭州亚运会官方供应商，叮叮懒人菜持续加大技术研发投入，加快技术突破和创新，以升级菜品制作工艺，确保产品品质更加安全可靠。未来，叮叮懒人菜将不忘初心，继续秉持着让吃变得更幸福的品牌使命，成为受欢迎的国民品牌。

## 细分消费场景，牛蛙预制菜热度持续攀升<sup>①</sup>

火锅、中餐、烧烤、外卖……近两年，牛蛙的热度不断攀升，消费场景不断细分。

自各大品牌推出面向 B 端餐饮的免浆牛蛙后，牛蛙预制菜又开拓 C 端消费。那么，牛蛙家庭市场到底如何？

### 场景丰富，牛蛙类产品全面爆发

免浆牛蛙、调味牛蛙、金汤酸辣牛蛙、牛蛙烤串、香辣蛙肚、法式煎蛙腿……业内对牛蛙的关注度不断攀升。

依托自身三十多年的水产行业全产业链优势，恒兴集团旗下水产食品业务主品牌恒兴食品在牛蛙全产业链已经布局了四年，从饲料、养殖再到预制菜，2024 年旗下专业蛙肉品牌“淘气蛙”重磅亮相，足见恒兴对牛蛙的重视。针对餐饮、家庭，恒兴食品都推出了牛蛙相关产品，嫩滑蛙块、嫩滑整蛙，烟熏蛙、油卤蛙、裹粉蛙、金汤酸菜牛蛙等覆盖全消费场景。

“两条虾、三条鱼、一只蛙”。国联水产专门根据不同的消费场景和需求，对牛蛙产品开发小吃和预制菜产品，研发品类丰富的牛蛙预制菜产品，推出的脆皮香酥蛙、泡椒牛蛙、金汤酸辣牛蛙等新品销售火爆，5 分钟快速出餐，让消费者在家也能吃到美味牛蛙。

作为牛蛙全产业链公司，2022 年，广西川滔供应链管理有限公司就发布了紫苏、麻辣、藤椒、蒜香牛蛙及烤串等系列新品，面向餐

<sup>①</sup>姚冰冰. 细分消费场景，牛蛙预制菜热度持续攀升. 中国食品报. 2024. 06. 27. 第 005 版.

饮、超市、社区团购，可以实现全国一件发货。“流量大、利润高、体验好、复购高，牛蛙预制菜是当下的风口产品，牛蛙加工产品近两年增长很快，行业增加了好多牛蛙预制菜企业。”总经理张斐洋介绍。

广州绿程水产有限公司率先布局预制菜板块，是牛蛙预制菜品类最齐全的企业之一。其中，整只单冻系列主要辐射的市场是烧烤、火锅餐饮店；免浆牛蛙则更多是帮助中小餐饮企业解决供应链的痛点；熟制品更多的是直接面向终端消费者。在免浆牛蛙、小酥蛙基础上，推出香辣牛蛙串、香辣蛙肚，并在终端创新多种菜品，如青椒干炒牛蛙、牛蛙面、法式煎蛙腿等。

何氏蹦蹦鱼服务了非常多的鱼品类连锁餐饮，因客户对牛蛙产品有需求，推出了免浆牛蛙块；潜江市潜虾共享农业科技有限责任公司推出麻辣牛蛙……牛蛙预制菜全面爆发。

### 餐饮渠道竞争激烈，牛蛙预制菜开辟家庭消费

当前，牛蛙市场一片火热。数据显示，截至 2023 年 12 月，国内牛蛙餐饮门店数量超过 5 万家（包括牛蛙专门店和与牛蛙相关的餐饮门店）。在餐饮界出现了牛蛙头部品牌矩阵，蛙来哒、蛙小侠、哥老官、咏蛙等 10 家头部连锁餐饮品牌的门店总数超过 2000 家，蛙来哒、味之绝美蛙鱼头等单个品牌的门店数也已突破 300 家。

据统计，预计 2023 年全国牛蛙餐饮市场规模将达到 680 亿元。此外，肯德基、太二酸菜鱼、海底捞等全国知名餐饮连锁品牌也都上线了牛蛙产品。

在高效、便捷优势加持下，牛蛙预制菜开始迎来新一轮的爆发。“当前牛蛙餐饮门店遍布全国，成为一种消费风尚，牛蛙具有广泛的消费群体，这也为牛蛙预制菜的发展奠定了一定的用户基础。餐饮端主要是培养市场、教育市场，恒兴公司针对 B 端推出很多 AB 包的产品，供应 B 端的首要条件是食品安全，其次才是营养美味。”恒兴食品牛蛙负责人表示，现在市场环境下，B 端餐饮市场销量有所下滑，

牛蛙厂家为了扩宽产品渠道开辟 C 端市场，但实际 C 端比 B 端还卷，受价格影响更大。

“行业内卷，免浆牛蛙行情混乱，厂商只有开辟新赛道，才能赢得市场，无论餐饮门店还是 C 端家庭用户，牛蛙作为特色产品都有着广泛的应用。”绿程水产负责人王伟元表示，近些年牛蛙主题餐饮店高速增长，为牛蛙产业的发展奠定了很好的基础，市场和消费者对牛蛙的接受度大大提高。

“小酥蛙就是一个很好的产品，在火锅和家庭场景接受度很高。尤其川渝火锅场景，老人小孩吃不了太辣，几乎都会点个小酥蛙当小吃；家庭食用也很方便，只需要空气炸锅简单加热。”某小龙虾厂家负责人介绍，推麻辣牛蛙是为了跟龙虾配套供餐饮、外卖使用，丰富品类，通过一段时间的观察，市场确实对牛蛙有需求，下一步或将继续丰富牛蛙品类。

### 市场前景广阔行业痛点有待解决

目前，牛蛙企业大致可分四类：第一类，大型水产企业的国联、恒兴、通威、中洋；第二类，聚焦牛蛙全产业链的鸿益、源信、科绿；第三类，鱼片或小龙虾企业，涉足牛蛙产业；第四类，其他企业，对于牛蛙市场的前景都比较看好。

恒兴食品牛蛙负责人分析，牛蛙预制菜有广阔的市场空间，但还有一些行业痛点需要解决：一是建立牛蛙预制菜标准化体系，实现牛蛙预制菜产品标准化、规模化生产；二是保障牛蛙生产绿色安全健康，从塘头到餐桌整个产业链着手；三是牛蛙技术工艺仍有提升空间，创新冷冻技术以保证冷冻蛙的口感和营养，有效控制品质下降；四是围绕牛蛙进行产品研发与创新。

“产品创新是最简单的，难的是养殖端以及工厂体系化的建设，全产业链齐发力。”在他看来，目前牛蛙产业发展很初级，餐企对活蛙认可度仍然很高，牛蛙家庭市场还没成熟，老百姓家里几乎不吃牛

蛙，虽然有部分人喜欢吃，但有关的负面影响还较多，正规养殖尚未在全国普及，需要厂商不断引导和培育市场。“作为美味健康食品，优质蛋白的替代，牛蛙产业未来一定是看好的，产量高，蕴藏的机会很大。”

由于正处于加工板块的发展初期，牛蛙产业面临着企业良莠不齐、产品口感还原度有待进一步提升、相关加工产品市场认知度低等问题。王伟元表示，牛蛙预制菜前景很好，但由于处在加工阶段的起步，当前市场对牛蛙的认可度还不够，需要厂商更多形式的创新推广，助力牛蛙预制菜进入千家万户。

## 预制菜出海，“广东味”何以热销全球<sup>①</sup>

从春节的“年菜出海”，到4月广东预制菜品鉴交流会进入新加坡食品展会，5月广东预制菜组团出海投资考察澳大利亚和新西兰以及马来西亚，今年以来，广东预制菜正在加快出圈出海的脚步。日前召开的第二届中国国际预制菜产业大会上发布的《2023年中国预制菜产业发展蓝皮书》显示，2023年中国预制菜市场规模为5165亿元，同比增长23.1%，预计到2026年有望超过10720亿元。

这一组数字的背后，是近年来蜚声海外的“预制广东味”通过有效对接国际市场、满足国际需求、打造国际品牌，已走出国门、走向世界，成为广东打造农业新质生产力的标杆和样本。

其中尤为重要的一点是，广东预制菜产业链上的相关品牌企业能立足自身出口优势，深度挖掘海外市场增量资源。欧洲以及美澳加等海外市场拥有数量庞大的华人华侨和中国留学生，对家乡味道的真切追忆和他乡异地的饮食差异，使这一部分群体能够成为预制菜的忠实拥趸。海外华人华侨和留学生对中式餐饮有着非常旺盛的需求，但当

<sup>①</sup>胡光旗. 预制菜出海，“广东味”何以热销全球. 21世纪世纪经济报. 2024-05-21.

地的中式餐馆在食材用料、烹饪手法、安全健康以及口感味道等方面参差不齐。同时，由于中式餐饮对人工和时间以及经验手法的要求比较高，中式餐馆的经营成本也在不断增高。需求和供给两方存在的差距，催生出海外预制菜的巨大市场，广东预制菜紧抓这一难得机遇，解决长久以来海外华人华侨的饮食需求，从而在国际市场占得一席之地。

当然，预制菜产业出海的成功，除了深度对接海外市场之外，还必须要过质检标准这一关。面对国际市场的高标准和严要求，可以看到广东不少预制菜品牌统筹制定了严谨、统一的覆盖预制菜生产加工、冷藏冷冻和冷链物流等环节的标准，明确规范预制菜食品安全要求，以严格的标准，消除食客的潜在顾虑。特别是许多企业打破了传统意义上的“食品安全与添加剂二选一”的旧思维，秉持“非必要不添加”的原则，借助杀菌后处理工艺以及先进的冷链技术，有效保障“舌尖上的预制菜”安全感满满。

目前全球多个国家对预制菜需求旺盛，如今不少企业已有优质预制产品，但缺乏海外推介渠道；而不少海外公司平台则正在寻觅有出口资质、适销对路的预制产品。一边是海外预制菜市场需求火热，一边是预制菜企业出海的迫切需求，促成产销对接便成了当下之急。广东积极向全省和海外市场持续发起征集，广寻出海佳品、出海渠道和海外伙伴，以平台链接的新模式，改变过去预制菜企业出口“单打独斗”和“点对点”的低效率做法，通过协会和协会、组织和组织之间面对面的形式，最大程度提高对接效率。依托协会和联盟，广东预制菜企业得以摆脱信息匮乏、合规风险与客户拓展等难题，解决了出海的后顾之忧。

当前，海外市场千变万化，出口形势复杂多变。各国对于预制菜和食品安全的标准不一，监管各异，客观上给预制菜企业研发菜品以及开拓市场带来不小挑战；同时，预制菜企业如何更好地对接国外消费者的需求，建立品牌忠诚度和信任感，做大做强海外市场，精细挖

掘潜在增量，是一个长期的过程，需要引入更多有实力的“耐心资本”予以扶持。

当前，广东预制菜产业已经做好了“破题出圈”的第一步，期待未来能为世界呈现出不一样的“舌尖上的中国”。