

# 內地7.2萬家企業湧入 掘金萬億元市場

## 餐飲界新商機 資本追捧預製菜



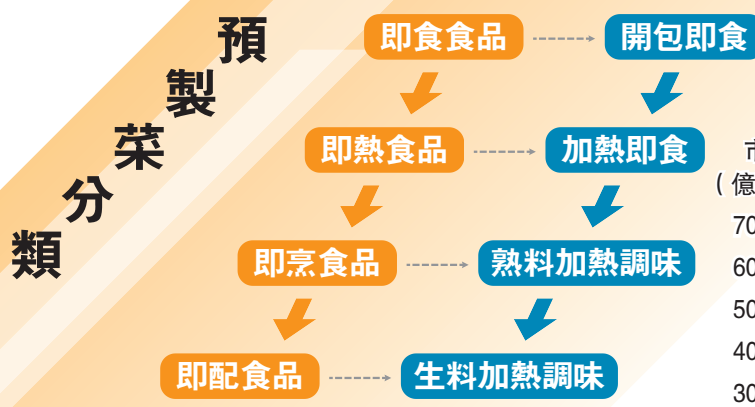
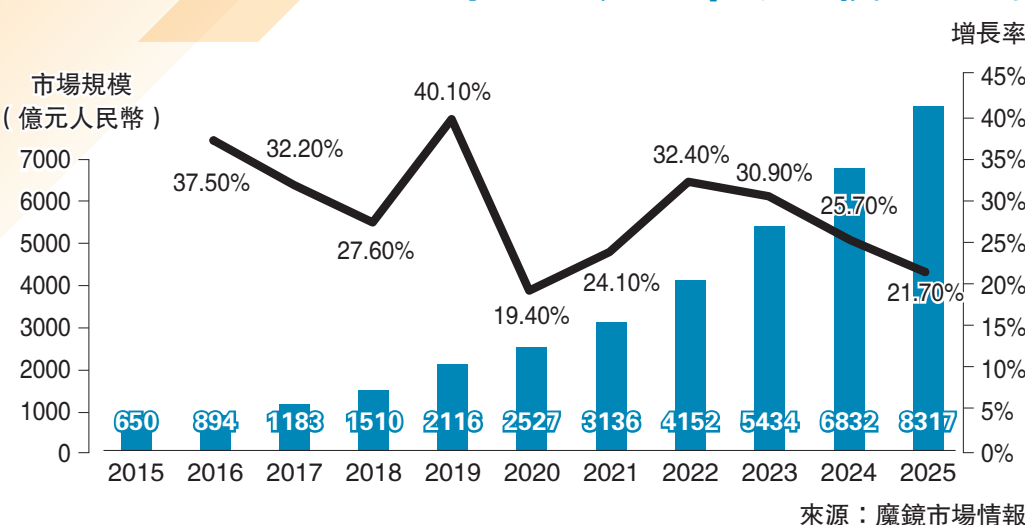
▲小龍蝦是中民康成推出的第一個「爆品」，去年賣出約300萬盒，實現銷售收入5個多億。受訪者供圖

### 經濟透視

剝椒魚頭、鍋包肉、宮保雞丁、糖醋裏脊……山東濟南市民李青最近備了不少預製菜。在宅經濟、疫情等帶動下，「預製菜」如黑馬般闖入消費市場，更以每年超20%的增速，成為餐飲界又一新風口。數據顯示，去年中國預製菜市場規模超300億元（人民幣，下同），預計至2025年將突破800億元，並有望在未來幾年內成為一個萬億級消費市場。

大公報記者 丁春麗濟南報道

### 中國預製菜市場規模和預測



▶得利斯推出的紅燒肉預製菜。受訪者供圖

### 去年各電商平台預製菜銷售飆升

今年4月以來，濟南因疫情陸續有區進行封控管理，90後的李青不善廚藝，而預製菜稍微加熱便可以吃，這讓預製菜成為她家餐桌的新寵。山東凱瑞集團市場營銷中心總監侯明敬說，疫情之下，「預製菜+生鮮蔬菜」的蔬菜包備受市民歡迎，供不應求。

### 小龍蝦熱賣 訂單超10億元

「我們目前已經接到幾十億元的預製菜訂單了，僅是小龍蝦這一個單品今年就能做到10個億。」中民康成總裁周勇告訴記者，小龍蝦是其打造的第一個「爆品」，去年賣出了大約有300萬盒，實現銷售收入5個多億，預計今年將突破10億元。

在周勇看來，要做預製菜的爆款，必須「先抓市場，後建工廠；整合渠道，打造爆款。」他說，中民康成的目標是打造中國預製菜產業互聯網平台，做食品界的「富士康」。

「我們的定製工廠還是一個共享工廠，渠道商也是合夥人，大家一起合資辦廠打造大爆品，培育更多的單品獨角獸。」周勇認為，只要整合了渠道資源，打造「爆款」並不難。他介紹道，若一個預製菜單品匯集了5個億、10個億的訂單，便會為其建設一個工藝標準流程化的ODM（原始設計製造）定製工廠，定製性價比最高、品質最好的產品。

中民康成去年為稻香村推出一款「法式烤雞」，單品一年賣了4億元。「如果16個渠道商都推這款產品，年銷售10億元沒問題。一個爆款銷售量

上10萬噸的話，就頂一間上市公司了。」周勇對前景充滿信心，他表示，「法式烤雞」和小龍蝦，早已成為了該公司的成功案例，其中小龍蝦已經品牌化，擁有600多家線下連鎖門店。

周勇透露，目前家樂福、河北信譽樓、山東全福元的大額訂單都在共享工廠定製化生產；還有幾家工廠正在進行定製方案的設計，5月開工建設，10月便可正式投產。

### 山東企業擬建產業園

中民康成是山東省濰坊市峽山區為發展預製菜成立的投資公司，負責預製菜全產業鏈的運營。他說：「客戶只需告知需求，我們提供從預製菜研發到貼牌、生產一條龍服務。」該公司計劃建設年產30萬噸的預製菜科創產業園，力爭培育3-5家年產值過億元的預製菜生產企業。

中民康成的股東也頗具實力，由山東新和盛餐食集團與日冷食品集團、海爾水滴工坊合資成立，新和盛餐食集團在白羽肉雞業內知名度極高，是肯德基、必勝客、麥當勞、漢堡王、星巴克、沃爾瑪等國際巨頭的供貨商。

| 平台   | 2021年預製菜情況                 |
|------|----------------------------|
| 叮咚買菜 | 年增3倍，預製菜訂單滲透率超過40%         |
| 盒馬鮮生 | 年增逾70%，春節期間同比增長3.45倍       |
| 每日優鮮 | 年增逾3倍，末季預製菜商品滲透率超過40%      |
| 美團買菜 | 年增4倍，其中冷凍菜餚類商品銷售佔比最高       |
| 餓了麼  | 春節期間預製菜訂單，環比增長2倍，搜索量同比增長4倍 |
| 淘寶   | 春節期間同比增長逾1倍                |
| 京東生鮮 | 年增超1倍，銷量突破百萬               |

資料來源：魔鏡市場情報

### 夥日企研「速凍鎖鮮」為原汁原味下功夫

「以我們研發的這款預製菜紅燒肉為例，可以99%還原紅燒肉的味道，復熱後也能還原到90%以上。」山東得利斯預製菜研發經理王博告訴記者，為了能讓預製菜保持口感，3個研發小團隊在預製菜製作的各個環節做了探索，也遇到了很多挑戰。

王博介紹說，研發團隊每個月都要和酒店的餐飲團隊、五星級大廚舉行一次技術交流會，了解每道菜品的廚師版製作工藝。目前公司預製菜菜品上千款，每一道菜品的研發時間從一周到兩周時間不等，他說，要保證紅燒肉的香糯，需要不斷的調整工藝和反覆論證。

由於預製菜沒有統一的標準，為了不被模仿，王博說，只能從預製菜的生產工藝和口味上狠下功夫。此外，要保證菜品的「原汁原味」，速凍鎖鮮技術必不可少。中民康成總裁周勇介紹，公司夥日本冷凍預製菜龍頭企業日冷公司合作成立產業技術研究院，利用其先進的鎖鮮技術，推出清淡鮮香口味的預製菜。

「我們正在搜集全國的美食，為全國的大廚們打造一個菜品成果轉化的創業平台。」周勇還透露道，正在籌劃中國預製菜大賽，想把全國的廚師都變成他的預製菜菜品研發設計師。

### 探索工藝

隨著預製菜產業進入蓬勃發展期，行業標準、監管亟待建立，可謂是省心更要安心。在中民康成總裁周勇看來，食品安全和可追溯體系可能是預製菜未來面對的最大問題。諸城外貿總經理田樹宏也很擔心，預製菜迎來風口後，各類企業會一哄而上，導致同質化競爭，也會帶來食品安全隱患。

諸城外貿生產的賣鳥雞排是最受歡迎的預製菜之一。受訪者供圖

### 企業一哄而上 食品安全存隱憂

「關於預製菜的概念，目前行業內並沒有一個清晰的定義，即食、即熱、即烹、即配四大類分法顯然太過寬泛。」田樹宏認為，預製菜概念不清晰、沒有統一的標準，這些都不利於整個產業發展。同時，雖然預製菜企業數量多，但真正上規模的企業只有不到四分之一。

田樹宏希望，可以從政府層面加強對預製菜生產企業的監督監管，助推整個行業的健康發展。他也倡議經銷商和消費者選擇一些大廠家、大品牌的高端優質產品。周勇則建議，預製菜可從高端定位，建立可追溯體系，實現健康良性發展，「一旦這個行業被消費者拋棄，再取信於人就難了！」

### 良莠不齊



▲諸城外貿生產的名古屋炸雞串。受訪者供圖



▲中民康成的小龍蝦定製工廠。受訪者供圖

▲凱瑞的預製菜研發。受訪者供圖

中民康成的液氮速凍設備，可實現攝氏零下196度液氮秒凍鎖鮮技術，保持自然鮮味道。受訪者供圖