

近兩年宅文化、懶人經濟、單身經濟興起，讓自熱食品遇到了好時節，它們通過網紅種草、明星推薦等方式，不斷在年輕消費群體中刷新着存在感，甚至有與「速食之王」方便麵（即食麵）一決高下之勢。在風口上的自熱食品受到資本市場關注，而這一賽道也湧入了數百個品牌。後疫情時代，自熱食品市場增長有所放緩，但大多數企業表示，行情仍在上升且遠超前年，未來可期。

●香港文匯報記者 蔣焯基

「我們原來做傳統即食海產品，但現在看來，加入這個賽道，銷售目標和品牌傳播都遠超預期。」在福建晉江舉行的第五屆海峽兩岸食品交易會上，鄭東方看着火爆的銷售，興奮地向香港文匯報記者表示。鄭東方是福建省漁家翁食品有限公司集團總裁，去年3月開始涉足自熱食品。彼時起，各種自熱食品品牌如雨後春筍，賽道熱鬧而擁擠。

佔淘寶熱銷產品第二位

淘寶數據顯示，去年疫情初期，自熱食品佔熱銷產品第二位，自熱米飯銷量同比增長257.09%。相比2020年自熱食品被哄搶一空的情況，今年消費者顯然有了更多的選擇：五花八門的品牌和產品，讓自熱火鍋和自熱米飯成了基礎款，烤魚、麻辣燙、燒烤、參雞湯、東北「殺豬菜」甚至白開水，萬物皆可自熱。

「投了300多萬。」有業者在兩岸食品交易會向記者透露，自熱食品行業門檻不高，沒有太多壁壘但原料複雜，市場呈現層層代工現象。「我們貼牌了多個品牌的自熱火鍋，包括目前在東埔寨特別火的自熱火鍋。產品的研發、包裝設計他們自己做，都是日韓版本，我們其實就是做組裝。」該參展商的代工廠提供發熱包、配菜包、餐具等。

傳統品牌也來分一杯羹

但這並不妨礙自熱食品市場競爭愈發激烈。「我們當時特別艱難。」福建宏綠食品集團營銷負責人陳木發告訴記者。內地2007年出現自熱食品，他2011年投身其中。原來只有部隊、醫院、旅遊、戶外等較為單一的購買群體，一下子被上班族、「懶人」湧入。如今，這一賽道也迎來了統一、今麥郎、海底撈、良品鋪子，甚至網紅李子柒等大型玩家。

「近兩年凡與『新生代』人群有關的產品都自帶熱度。」某基金張姓總經理告訴記者，自熱食品的推出迎合了他們的需求，更吸引了他們買單。

2019年銷售額達71億元

市場研究諮詢公司英敏特在2020年6月發布的《中國方便食品行業報告》顯示，方便食品中，自熱食品的市場份額已從2019年的4.4%上升至7.6%，2019年銷售額達到了71億元(人民幣，下同)。另據中信證券測算，在悲觀、中性、樂觀三種情況下，未來自熱火鍋市場規模將分別發展到120億元、300億元和600億元。

市場被看好，玩家增加，資本攪局，自熱食品行業差異化競爭正在凸顯。「我們最早做藕片，陸續推出了滷系列、拌系列、火鍋系列等。」四川「鹵門家族」負責人李建認為，隨着市場火爆，不走差異化就會被市場淘汰，「我們做了很多創新，比如我們的牛奶滑鴨血，口感特別好，不僅是我們的賣點，也成了爆點。」

相比市場普遍在二三十元的產品，鄭東方開發了自熱鮑汁系列。「零售價49.8元，應該是行業最高端了。」他說。市場井噴後趨緩，業內人士認為，自熱食品在內地三四線城市還擁有巨大空間。

下一階段有望進軍海外

自熱食品在內地攻城掠地，然而外銷卻成了「溫吞水」，鮮有企業涉足海外市場。「歐美市場要求的安全等級更高，自熱要抽真空，雖然技術沒問題，但成本增加不少。而且，因溯源問題，含肉類食品不被允許進入。」鄭東方說。面對「看不到吃不到」的龐大海外市場，李建相信可以「時間換空間」：「華人把中國口味帶到了全世界，中國餐飲全球接受度也一直在提升。相信隨着中國自熱食品品質和安全的不斷提升，中餐借助自熱鍋可以走得更遠更廣。」

品牌菜款如雨後春筍 成「阿宅 懶人 單身狗」恩物

即食麵遇對手 自熱食品崛起



實測自熱米飯

●圖/文：香港文匯報記者 蔣焯基



拆包裝 + 放熱包



把自熱包放在餐盒最底部，加上水，蓋上蓋子，菜和米就開始煮。夏天10分鐘、冬天15分鐘，米和菜都熟了。

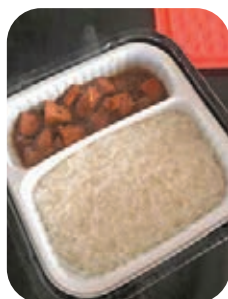
倒水 + 蓋上蓋子



紅色蓋子中央有一個孔，是散發熱量和蒸汽的，不能堵塞，否則可能會引起爆炸和燙傷。

生米煮成熟飯

小記煮了大概13分鐘，吃的時候那自熱包還一直在釋放熱氣，而餐盒在高溫下有一些變形。



10~15分鐘

行業亟需完善安全標準

自熱食品行業快速發展，質量卻良莠不齊，產品的安全與標準越來越受到業界及消費者關注。業內人士向記者表示，目前自熱食品行業仍處於野生生長階段，尚未形成統一的行業安全標準，新一輪的規範與整合勢在必行。

業內質量良莠不齊

上海市消費者權益保護委員會（以下簡稱上海市消保委）日前對自熱方便火鍋進行比較試驗。結果顯示，20件樣品中有16件在使用過程中出現了不同程度的食材鍋底部變形，其中標稱「卡卡莎莫小仙」、「蜀姑娘」、「真心」和「牧哥」4件樣品的食材鍋底部出現了較明顯變形。測試結果顯示，總體而言，發熱包相關風險已得到不同程度改善，但在包裝材料、鍋體結構等方面仍有改進空間。

福建漁家翁食品有限公司集團總裁鄭東方認為，安全問題是影響自熱食品普及的重要因素。注水量、快捷蓋上蓋子、注意排氣孔開合等複雜的操作過程，使自熱火鍋的操作容錯率較低，而缺乏統一的安全標準是行業發展的一大短板。受訪業內人士均呼籲，隨着行業的發展壯大，應制定國家、行業相關標準。

其實，早在2017年中國商業聯合會就發布《自熱方便食品團標》團體標準，這是內地首次發布自熱食品團體標準。2020年11月18日，四川省衛生健康委員會發布實施《食品安全地方標準自熱式方便火鍋生產衛生規範》，成為內地首個關於自熱式方便火鍋生產的食品安全地方標準。



溫度可達150°C

小資料

自熱食品是指不依賴電、火等方式加熱，而用自帶發熱包加熱的預包裝食品。使用時，只需將特製發熱包放在餐盒底部，一杯涼水即可製作出熱騰騰食物。在內地，隨着自熱火鍋在市場上出現，契合國人飲食口味的喜好，自熱食品因而在內地市場走向熱銷，自熱食品行業正式進入高速發展期。

加熱包主要由鐵粉、鋁粉、焦炭、活性炭、生石灰等材料構成，加入冷水後發生反應，升溫後可以達到150°C，蒸汽溫度達到200°C，最長保溫時間能維持三個小時。但如果使用不當，易造成燙傷等危害。



○自熱食品備受內地消費者歡迎。