

八成以上预制菜销往商户 专家称营养相差不大 厨师不同味道也不同

预制菜发展进入快车道,可以让厨房小白在10分钟内做出鱼香肉丝、肉末茄子等家常菜,甚至是佛跳墙、北京烤鸭等名菜,秒变“大厨”。而中餐烹饪讲究炒、煎、炸、烹、蒸、炖、涮等多种方法和技艺,特别是新鲜的食材,少加调料,通过调节火候、翻炒中产生的镬气鲜香味美。

民以食为天,中国人关心饮食,对食物也有着自己独到的理解,而近日“预制菜正占领外卖和食堂”“广州超八成连锁餐饮使用预制菜”等热搜,让人们对于预制菜有了更多思考。



■制图:廖木兴

八成以上预制菜销往商户

预制菜主要分为即食、即热、即烹和即配食品。艾媒咨询数据显示,2021年我国预制菜市场规模为3459亿元,同比增长19.8%,预计未来我国预制菜市场保持较高的增长速度,2026年预制菜市场规模将达10720亿元。

预制菜市场发展迅猛,除了餐饮企业降本增效的需求,“懒人经济”也催化着这一市场快速发展,今年天猫公布的“十大新年货”数据显示,预制菜销量同比增长了16倍,在“十大新年货”中排名第一。

以往,消费者普遍认知的预制菜

是出现在超市、网店的即时加热食品或经过简单的二次加工即可食用的菜品。但其实,预制菜最大的需求是在餐饮企业。

2022年中国连锁餐饮行业报告显示,我国预制菜行业的销售渠道85%以上面向商户端,集中于小吃快餐店、连锁餐饮店、主打外卖的餐饮店、团餐等场景。头部连锁餐饮企业中预制菜使用比例较高,乡村基、真功夫、吉野家、西贝等连锁餐饮企业预制菜占比高达80%以上。其中,眉州东坡、西贝等连锁餐饮企业就是通过自建中央厨房,来实现门店部分菜

品的供应,因其造价较高,也有部分企业通过与第三方预制菜供应链工厂合作。

连锁产业专家、和弘咨询总经理文志宏表示,预制菜很大程度可以降低对厨师的依赖,让做菜变得更简单,降低后厨的人工成本和缩减作业空间,可以为餐厅节约人力和租金成本,是中式餐饮连锁化发展的一个突破。他同时指出:“目前最大的难点在于预制菜如何能够保持中餐原有的口味,中餐讲究色香味俱全,也就是我们说的镬气,这对预制菜来说是一个挑战。”

预制菜营养与新鲜蔬菜差别不大

预制菜保质期短则几天长则几个月或一年不等。经过冷冻的预制菜是否会导致菜品营养流失?

对此,华南理工大学食品科学与工程学院副研究员王娟表示,与新鲜蔬菜相比,预制菜中的碳水化合物、蛋白质、脂肪和矿物质的变化不大,维生素会有一定程度的损失。

在防腐剂添加方面,预制菜不是

一定会加防腐剂,食品添加剂的使用是根据产品的加工、贮藏的要求而加入的。部分预制菜如罐头食品、冷冻食品,一般是不需要加防腐剂的。

一位预制菜行业业内人士告诉记者,烹饪完成的预制菜会进行严密的包装,包装材料可以阻隔氧气,抑制微生物的生长和繁殖,延长预制菜的货架期,如目前最新的多层铝塑复合包

装材料,共有7层结构。所以一些预制菜保质期很长,并不意味着添加了很多防腐剂,也有可能是包装材料的迭代在支撑。

预制菜作为“懒人经济”的组成部分,满足了部分消费者方便快捷的需求,其中以荤菜为主,蔬菜种类有所限制,多为胡萝卜、豌豆、土豆等储存时间长又不易变色的蔬菜。

础上还可以有更进一步的加工,比如说很多餐厅虽然使用预制菜,但是不同的厨师根据自己的经验,去添加一些其他调料,预制菜的基础材料在不同的厨师手里炒出来的味道也会不尽相同。这同样也给了厨师发挥个人才能的空间,这一问题无须担心。”文志宏如是表示。

厨师不同预制菜味道也不尽相同

今年2月,江苏省消保委发布《预制菜消费调查报告》,指出目前预制菜市场存在菜品质量不尽如人意、菜品口味有待提升、菜品标识不详细等问题。

除了对营养流失的担心,也有一些消费者认为预制菜标准化的背后,会导致未来餐馆吃到的菜品趋于同质

化,有人质疑:未来一些店是否就不需要厨师了?

对此,网友“麻暖暖”认为,中餐最讲究火候,同样的食材和佐料,不同的人会做出不同的口感。未来预制菜会像超市售卖的速冻水饺一样有一席之地,但厨师现炒菜依然不可取代。

“预制菜是原材料的加工,在此基

行业

Gap回应在中国多个城市大规模关店

新快报讯 自2022年以来,Gap正在全国多个城市大范围关店。据不完全统计,此次关店涉及城市包括北京、上海、广州、深圳、长沙、青岛、重庆、南宁、南京、佛山、杭州、南昌、昆明和中山。据界面时尚报道,Gap中国区总部回应称,“服装时尚行业变化迅速,在大中华地区尤其如此”,因此Gap会定期审视自身业务策略和模式,包括店铺组合等,并根据情势做相应的调整。

玛丽黛佳姐妹彩妆品牌YES!!IC将退出市场

新快报讯 8月10日,玛丽黛佳姐妹彩妆品牌YES!!IC将退出市场的消息不胫而走,在媒体的报道中,YES!!IC官方也对此消息进行了证实。曾被寄予厚望用来冲击高端市场的YES!!IC,如今却铩羽而归,不免令人唏嘘。业内人士表示,彩妆凭借营销赚吆喝的时代已经结束,彩妆市场进入存量竞争,意味着行业进入淘汰赛,研发创新成为行业的主流话题。

茶颜悦色进军咖啡赛道 5家店同时开业

新快报讯 茶颜悦色8月10日在长沙五一广场同时正式开业5家“鸳央咖啡”门店。据茶颜悦色方面表示,鸳央咖啡品牌的定位为“新中式咖啡&茶”,与茶颜悦色是同根生的两个独立品牌,此次是茶颜悦色的一次新尝试。今年以来,茶颜悦色举动频频,除此次进军咖啡赛道、同时开业5家咖啡门店外,还走出长沙,将门店陆续扩张至湘潭、重庆、南京等地。

五芳斋IPO正式获批

新快报讯 8月11日,中国证监会网站发布《关于核准浙江五芳斋实业股份有限公司首次公开发行股票的批复》,正式核准五芳斋公开发行不超过25185750股新股。本批复自核准发行之日起12个月内有效。自核准发行之日起至本次股票发行结束前,五芳斋如发生重大事项,应及时报告中国证监会并按有关规定处理。获得批复之后,这一“中华老字号”择日将正式在A股主板挂牌上市。

(本版整理自中国消费者报、联商网)



更多快资讯
扫一扫获取