

预制菜写入中央一号文件 助推产业高质量发展

预制菜首次写入中央一号文件!近日,《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》(简称“2023年中央一号文件”)发布,明确培育乡村产业新业态,提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平,培育发展预制菜产业。有业内人士认为,2023年中央一号文件从最高层面予以政策确认,是对预制菜产业的肯定,对产业是一种宏观利好。

预制菜本身不是新鲜事,但近几年在政策、资本、消费端的合力推动下,预制菜迎来了新的发展机遇。广东企业在群雄逐鹿的市场中战绩赫赫,在NCBD(餐宝典)发布的2021年度和2022年度《中国预制菜产业指数省份排行榜》中,广东两度蝉联第一。

■新快报记者 陈福香



■廖木兴/图

政策指导

中央一号文件 释放出重农强农信号

2月13日,《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》发布,部署全年“三农”重点工作,其中明确,深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程,鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式,建设农副产品直播电商基地。提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平。培育发展预制菜产业。这份2023年中央一号文件为全面推进乡村振兴指明了重点方向,释放出了重农强农的强烈信号。

借力预制菜发展的东风,越来越多的村镇将在预制菜市场获益。“我们引进的这家预制菜企业对活鸡的需求很大,签下协议后,将引导三个重点帮扶村的合作社探索订单式规模化养鸡,成功后再推广到其他16个村和1个社区。”驻茂名市电白区马踏镇帮镇扶村工作队队长王和锋开心地告诉新快报记者。

业内人士分析,预制菜产业作为创新产业融合的新业态,链接一二三产,推动产业振兴、百姓增收的优势也必将得到更大程度发挥。

“预制菜属于农产品加工业和食品工业,是实现乡村振兴的有力抓手,而推动一二三产融合发展正是农业高质量发展的关键。”农业农村部食物与营养发展研究所副研究员、食品工程博士、农业经济管理博士后刘锐对媒体表示。

根据《2022中国预制菜行业发展报告》,2022中国预制菜市场规模已达4196亿元,预计2025年将突破8300亿元。疫情三年,在懒宅经济和居家消费的双重影响之下,预制菜得到空前的发展,而背后,是全国各地政府对预制菜产业的大力支持,如上海近日给预制菜企业颁发“身份证”。

而早在2021年,广东就率先设立预制菜线上销售专区;同年11月,广东召开全国首场省级预制菜产业发展大会,发布预制菜产业发展十条政策措施,推出广东预制菜十大名品;2022年4月,广东围绕“菜十条”政策,又推出全国首个“预制菜大卖场”,搭建预制菜品牌推广和交易服务平台……一系列的政策加快广东预制菜的发展。

据了解,目前,广东、四川、浙江、上海、江苏等多个省市出台预制菜相关产业的政策指导文件和相关标准,涉及原料、加工、配送、包装、专业术语等多个方面,弥补了多项行业规范的空白,进一步守护消费者“舌尖上的安全”。

资本市场

企业业绩整体向好,今年更重视品牌塑造

经过疫情“催化”高速增长,资本会否保持去年的热情度?棋盘资本创始人马宏、IPCR预制菜研究院发起人周鹏邦、盘点食品科技有限公司董事长伍俊峰在接受预制菜洞察采访时均认为,未来资本对预制菜的投资会持续看好,但火爆会“退烧”,更回归理性。

值得注意的是,证券时报统计,A股市场上,已有84家上市公司涉及预制菜产业。

红餐品牌研究院分析,资本持续看好预制菜市场的原因有二。一是资本对预制菜市场的成长性仍抱有较大的期待。中商产业研究院数据显示,2021年预制菜市场规模为2044亿元-3066亿元,按未来行业有望实现每年20%的复合

增长速度估算,未来6-7年预制菜市场可以成长为万亿规模的大市场。

二是目前赛道内的头部玩家大都取得不错的成绩。资料显示,已披露2022年业绩预告的预制菜概念股业绩整体向好,过半公司业绩预喜。据Choice数据显示,2月13日-2月16日,广州酒家累计上涨13.30%,五芳斋累计上涨10.96%,安井食品、广弘控股涨幅均超5%。

从机构调研情况来看,2023年最受机构关注的预制菜概念股为安井食品。

近期,预制菜概念板块持续走强,预制菜概念股合计A股市值1.36万亿元,金龙鱼、通威股份、温氏股份等市值超千亿。

对于竞争越来越激烈的市场,如何在万亿市场中分得一杯羹,品牌建设显得尤为重要。元一智库农研中心主任、农参总编辑铁丁老师接受媒体采访时就直言,“如果说2022年是预制菜标准化的一年,那么2023年将会是更多预制菜企业竞争渠道和品牌化的一年。”

在近日召开的“广东省高质量发展大会”上,国内预制菜龙头企业国联水产董事长李忠透露:2023年公司的经营总方针是“品牌升级促发展,创新管理提效率”。公司将继续聚焦预制菜,强化“运营力、产品力、渠道力、品牌力”建设,加大产品研发投入,制造标准化,狠抓质量安全建设、营销推广和品牌建设。

行业痛点

未来可期,口味和技术都有很大改进空间

“预制菜未来可期,但在口味上,还有很大的探索和改进空间。”广州老字号东湖酒楼董事长黄增恂告诉新快报记者,对于讲究新鲜口感的粤菜而言,目前预制菜仍然有局限性。但从长远发展看,预制菜对降低餐厅的成本,提升出餐率方面有极大的优势。

从事IT行业的张衡是预制菜的忠实粉丝,方便快捷、品类丰富、性价比高,吸引了很多年轻消费者。“我最关心的还是食品安全问题。”据张衡观察,越来越多的餐厅使用预制菜,甚至在家庭烹饪中,也大量使用预制菜。他认为,随着预制菜相关标准的完善,会进一步提升预制菜发展的速度。

实际上,各地政府在这方面也进行了大量和细致的工作。据天眼查不完全统计,2022年以来,各地政府部门、产业组织和企业发布了30余部预制菜相关标准。其

中,中国烹饪协会发布的《预制菜》团体标准中对预制菜的定义为,以一种或多种农产品为主要原料,运用标准化流水作业,经预加工(如分切、搅拌、腌制、滚揉、成型、调味等)和(或)预烹调(如炒、炸、烤、煮、蒸等)制成,并进行预包装的成品或半成品菜肴。

黄增恂也认为,目前在学校、企事业单位食堂,以及团餐方面,预制菜的使用更为广泛,统一采购对食品安全也更有保障。而对于动辄超过100个菜品的餐厅而言,预制菜急需在保鲜技术、口感上提升,东湖酒楼目前也正在技术上不断实践和突破。

据公开数据统计,目前国内预制菜B端、C端的销售占比为8:2。尽管不少专家学者认为,后续C端市场有望加快增长,但预计相当长时间内我国预制菜消费市场仍会以B端为主。

而C端预制菜的增长,主要来自于各大电商平台和社交网络平台。“首要目的还是降低成本。”在北京工商大学食品与健康学院教授曹雁平看来,预制菜特别适合连锁快餐企业,符合当代食品工业化发展的需求,可以低成本地解决百姓“吃饱吃好”的问题。

国泰君安分析,中国预制食品赛道宽广,BC同步发展。C端面向家庭消费,核心在于便捷性和安全性,具有高频、高客单属性,目前仍是蓝海市场,未来消费量、客单价、消费频次、渗透率均有提升潜力。



扫一扫获取
更多快消资讯