

2017年,粤港澳大湾区首次被写进政府工作报告,两年后,粤港澳大湾区明确发展目标,扬帆起航,开启粤港澳联动纪元。粤港澳大湾区是快消品发展的热土,不仅面对华南地区几亿人口的市场,还可直面东南亚乃至全球。十年来,产业链的完善、数字化变革促进了大湾区的融合,拉动了消费升级。

事实上,堪称领先全球的“湾区制造”,一直引领着国人的消费趋势。广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬认为,随着大企业的不断改革和创新,大湾区消费迎来了新一波的升级。

■新快报记者 陈福香

# 美食触达方式发生“质”变 数字化变革助力大湾区消费升级

## » 土猪比例从1%到30%的变化

十年前,小仪还是个初中生,她印象最深刻的是,妈妈总是在上班前就去菜市场买好当天的菜,或者下班急急忙忙往菜市场赶。“那个时候,大家主要的消费场所还是菜市场和超市,但显然菜市场的选择更丰富,性价比也更高。”妈妈的拿手菜是红烧肉,从小吃到大从未觉得腻。

突然有一天,小仪感觉买回来的肉跟平常有点不一样,听妈妈说,市场有一个新开的档口卖土猪肉,她还是第一次听说,猪肉也有“土的”,而且口感还不错。

在大家都不知道自己吃的是什么品种猪肉的时候,广东本土企业壹号食品已经开始土猪领域的育种、创业,“壹号土猪”一度在各大市场风头无两。

十多年前,壹号土猪刚刚进入市场时,土猪肉在农贸市场占比只有1%,而现在部分城市已达30%以上。高峰期壹号土猪拥有2500多家专卖店与销售网点,企业版图遍布北上广深等全国30多个主要城市,被誉为土猪行业独角兽品牌。

“事实上国内育种标准更应该符合国人需求,把香味、甜味、肌间脂肪等风味指标加进去,把品质作为一个重要指标纳入到中国生猪育种的标准里面去,肌间脂肪就是雪花肉,瘦肉里面的肥肉,我们土猪现在的瘦肉率超过50%,肌间脂肪是3.5%—5%,这样的指标比较符合国人的口味标准。”壹号土猪创始人陈生告诉新快报记者。

而为了吃上一口地地道道的土猪肉,壹号土猪建造了世界上最大的

地方猪活体基因库。实际上,过去消费者吃的猪肉主要是中国的地方猪,也就是人们常说的“土猪”;而现在大概率是来自国外的“洋猪”。国家生猪产业技术体系首席科学家陈瑶生教授指出,我国的商品猪,八成以上是瘦肉型猪。

尽管现在我国每年的生猪出栏、猪肉产量都居世界第一,但我们的种猪同样被“卡脖子”。“确实如此,据最新全国畜禽遗传资源调查的结果,中国83个地方猪大多数核心群数量逐年减少,曾经被誉为‘四川回锅肉标配’的成华猪在最少的时候,存栏量仅为100头左右。广东地方猪现代种业产业园正是在这种背景下应运而生的,具有重要意义。”陈生表示。

对餐桌如此重视的还有温氏股份,2021年,公司研发投入超6亿元。以生鲜领域为例,温氏股份是国内最大的黄羽肉鸡企业,目前公司的肉鸡屠宰产能已提升至单班2.85亿只左右。“经过近40年的发展,温氏股份已经建成了‘原料采购—畜禽养殖—屠宰加工—终端门店’贯通的全产业链条,实现了‘从农场到餐桌’的全程监管、无缝对接,为消费者带来放心、美味的鲜活肉类食品以及乳制品。”温氏股份相关负责人如是说。

早在粤港澳大湾区发展目标明确之前,温氏股份已经持续向香港提供鸡、猪、鸽、奶、蛋产品,并定期检测。仅在2021年,温氏就共进行了超20万批次食品安全检测,总检测费用高达4500万元。



■广东省地方猪现代种业产业园。

## » 美食触达方式发生“质”的飞跃

大学毕业后的小仪与父母不在一个城市,与很多年轻人一样,小仪假期喜欢宅在家里,手机外卖生鲜和食品都很方便。“不想做饭美团点个外卖,想做菜就在盒马鲜生、叮咚买菜下单,直接配送到家。”

生鲜电商概念的萌芽最早可以追溯到2005年,2012年至2017年经历了高速增长期,随着资本的涌入,每日优鲜、叮咚买菜相继崛起,阿里、美团、京东相继落子,行业规模迅速扩大。如今,生鲜电商走向成熟期,在高成本的前置仓模式主导下,中小平台难以为继,头部平台占据大部分市场份额,竞争趋于白热化。

近日,业界关注到,叮咚买菜首次实现阶段性盈利,“叮咚买菜不但是一个规模领先的生鲜电商企业,而且是一家拥有研发和创新能力的食品企业。”叮咚买菜创始人兼CEO梁昌霖在2022年Q2财报分析会介绍道。

预制菜也是各大资本和企业发力的新赛道,随着中国老龄化、家庭小型化状况日益凸显,做饭变得不那么经济,方便、快捷又健康的快手菜火起来也成为了顺理成章的现象。

叮咚买菜相关负责人介绍,具备消费场景和研发、生产优势的叮咚预制菜板块,针对新兴的消费趋势,陆续推出了“空气炸锅美食”系列和“素食预制菜”系列,丰富了叮咚预制菜的消费场景和用户体验,巩固了叮咚在预制菜行业内的领先地位。

“传统的冷冻食品,满足我吃饱的要求,而多样化的预制菜可以解决我对食材味道、性价比、营养的需求。”小仪的心态,也是预制菜近两年蓬勃发展的重要因素。

有数据显示,日本预制菜的渗透率为60%,目前国内预制菜渗透率只有10%—15%,而叮咚买菜已经达到30%以上。

“数字化的变革,使得人们的消费半径越来越大,美食触达方式发生了‘质’的飞跃。”广东省餐饮服务行业协会秘书长程钢表示。

粤港澳大湾区美食资源丰厚,饮食文化同宗同源,带动本地餐饮消费到餐饮产业的协同发展。近日出炉的《粤港澳大湾区餐饮消费报告》显示:在“2022大众点评必吃榜”中,大湾区共199家餐厅入选,覆盖广州、深圳、中山、珠海、惠州、东莞、佛山(包括顺德)、香港和澳门。

## 专家说

广东省食品安全保障促进会副会长 朱丹蓬:

### 大湾区消费者将迎来新一波升级

大湾区作为中国改革开放的一个前沿地区,经济活力最强,消费档次最高,消费的思维和行为极具前瞻性,消费端不断倒逼产业端创新升级、迭代。十年以来,大湾区的产业端,消费端都发生了很大的变化,这既有消费端的倒逼,也有产业端主动去拥抱改革开放,加速创新的速度。

整体看,大湾区的十年,也是改革开放最快的十年,在改革开放的加速中,产业升级给大湾区人们带来的变化是非常可喜的,从线上线下一体化经营、资源互融互通、短板互补的发展趋势来看,我们有很多优秀的企业在拥抱互联网,使得大湾区的人们在生活素质方面有了“质”的提升,随着大企业的不断改革和创新,呈现出产销两旺的大好局面,大湾区消费者迎来了新一波的升级,这个升级更多体现在生活的便捷性,以及在品质倡导之下,大湾区居民享受到大湾区发展带来的创新升级的红利。



广东省餐饮服务行业协会秘书长 程钢:

### 餐饮业出现分化趋势

粤港澳大湾区餐饮业十年变革的基础是“数字化”,在数字化的影响之下,不管是到店消费还是到家消费,大湾区居民在美食上有了新的玩法。

基于移动互联网的发展,线上外卖给了消费者更多样化的选择。而随着消费颗粒度的逐渐变小,餐饮业也出现了分化的趋势,十年前谈菜系,七八年前谈品类,现在谈单品,比如我们熟悉的酸菜鱼、牛肉火锅等等,这些极具单品性、单一物料的美食连锁纷纷涌现。

数字化发展带来的另外一个变化是消费场景的变化,从原来在一个餐厅完成,到现在多个消费场景的结合,比如排队的时候买杯奶茶,催生了餐饮业“店中店”的发展。



## 数说大湾区

● 到2025年实现生猪年出栏

3300万头以上,猪肉245万吨以上,猪肉自给率在70%以上。到2025年,打造省级以上农业产业化龙头企业1400家,各种渠道上市融资农业企业达到150家。(来源:《广东省推进农业农村现代化“十四五”规划》)

● 受本地优质消费供给和数字化驱动,大湾区餐饮市场连锁化率两年增长近10个百分点,高达26%。(来源:粤港澳大湾区餐饮消费报告)

● 2019年—2021年,我国预制菜市场规模从2445亿元增加至3459亿元,年均复合增速为18.94%,预计到2026年我国预制菜市场规模将突破万亿元,达到1.07万亿元。(来源:艾媒咨询)