

冲“新鲜现炒”下馆子,吃的却是预制菜

不少菜品偏向重油、重盐、重糖,专家建议建立提前告知制度

“

在资本的加持下,预制菜越来越火了。由于简单省事,可以有效节省人力成本、压缩用餐时间,正好契合了餐饮企业降本增效的需求,所以预制菜遍地开花,正在占领外卖和堂食。很多消费者不知道自己吃的是预制菜,而往往默认为是“新鲜现炒”。大老远跑去餐馆吃饭,没想到吃到了预制菜,早知道是预制菜还不如在家点外卖呢。专家表示,可以考虑建立预制菜提前告知制度。



预制菜菜品 资料片

预制菜正在占领外卖和堂食

当你点外卖或堂食的时候,有没有这样的疑惑:前脚刚点完餐,外卖很快就送到或者服务员很快就端上菜来,速度快得超出预期。

为什么能这么快?因为你吃的是预制菜,并非现做的菜肴。

预制菜简化了繁琐的买菜、洗菜、切菜、烹制步骤,撕开包装复热一下就能吃。如此简单省事,可以有效节省人力成本、压缩用餐时间,正好契合了餐饮企业降本增效的需求,所以预制菜遍地开花,正在占领外卖和堂食。

有研究报告显示,目前中国预制菜市场B端与C端比例大概为8:2,餐馆等商家仍旧占预制菜的消费大头。另一个广泛应用预制菜的场景就是外卖。也就是说,80%的预制菜最终还是要从堂食和外卖流入消费者口中。

天眼查数据显示,预制菜相关企业6.6万余家,其中,2022年新增注册企业1020余家,1月—6月新增企业注册增速达42.7%。从成立时间来看,成立于5年内的企业占比53.4%。从地域分布来看,山东、河南以及河北三地相关企业数量位居前列,分别拥有8100余家、6000余家以及5100余家。从注册资本来看,超五成相关企业注册资本在100万元以内,注册资本在1000万元以上的占比12.5%。

据天眼查不完全统计,预制菜融资事件合计发生14起。其中,2022年迄今发生2起,融资金额约1.3亿元。

预制菜真的香吗?小心油盐糖陷阱

预制菜市场火爆,艾媒咨询的数据显示,2019年—2021年,我国预制菜市场规模从1445亿元增加至3459亿元。预计之后将以20%的增长率逐年增长,到2023年,我国预制菜市场规模将超过5000亿元,到2027年,市场规模将突破1万亿元。

这么火的预制菜,吃起来真的香吗?《2022年中国预制菜行业发展趋势研究报告》显示,61.8%的消费者认为预制菜的口味复原程度需要改进,47.8%的消费者认为预制菜的食安问题需要改进。在消费者认为预制菜行业需要改进的问题中,排在第一位的是口味复原程度。

今年2月,江苏省消保委发布的《预制菜消费调查报告》显示,消费者对预制菜的整体接受度较高,但对于预制菜的满意度较低。62.32%的消费者表示预制菜品口味一般;28.58%的消费者表示套餐内容单一,可选择的品种较少,菜品不能自

由搭配;3.32%的消费者觉得“预制菜口味较差、不好吃”。超过8成的消费者表示在提货过程中遇到问题,主要问题是商家交付快递或者物流配送慢。而在消费者最为关注的食品安全方面,预制菜也存在不少问题,从本次调查的结果看,菜品变质、食材不新鲜、菜内有异物、存放过期等问题较为突出。另外,大多数消费者表示,在购买预制菜时遇到过未标注菜品名称及主要食材、未标注菜品分量、未标注生产日期及保质期等标签标识不规范、标示信息不明确等问题。

随着科学膳食、健身理念的不断深入人心,90后、00后等消费主力对食物蛋白质、碳水、蔬菜等配比合理程度的需求层级不断被拉高,但市场上的大部分预制菜在这方面仍存在一些劣势。

一来,为了保证保存时间,又避免使用防腐剂,不少预制菜会偏向重油、重盐、重糖,或是选择脂肪量较高的肉类和菜品。

二来,要实现理想的科学膳食,也就是高蛋白、低脂、低GI碳水,除了肉的种类选择有所讲究,蔬菜也必不可少,但预制菜为了延长保存时间,并减少保存过程中有害物质的产生,一般不会有太多蔬菜的出现,即便出现蔬菜,也多是玉米、根茎类等高碳水蔬菜,而非绿叶类蔬菜。

因此,营养搭配不均衡、看起来不够健康,就成为一部分消费者购买预制菜的担忧,就像一篇质疑文章所说:“买预制菜的初衷是吃得健康一点,如果预制菜市场充斥的都是并不健康的产品,那不就成了绑架消费者了吗?”

九成连锁餐饮品牌入局预制菜

尽管口味不尽如人意,但凭借方便快捷的优势,预制菜在商家端是越来越吃香。《2021年中国连锁餐饮行业报告》显示,目前已经有超过九成的连锁餐饮品牌入局预制菜市场,一些知名连锁品牌使用预制菜的比例甚至达85%以上。中国连锁经营协会数据显示,目前已有90%以上餐饮企业发力外卖食品,其中91.6%的企业出售半成品和预包装食品。

根据艾瑞咨询数据,2021年中国餐饮行业各项成本在营业收入中的占比:食材成本/已售存货成本占营业收入比例30%—40%,租金成本占营业收入比例10%—15%,人力成本占营业收入比例15%—20%。2021年,餐饮企业单店平均息税折旧前利润率在20%—30%,众多餐饮商家面临着房租高、人力成本高、原料进货成本高、利润低的“三高一低”的困境。

预制菜,成了餐饮企业为降本增效选择的同一条路。

有企业就公开表示,菜品实现了95%的预制化,看起来很高档的黑松露河虾仁、松鼠鳜鱼等菜品,并不是门店大厨精心烹饪的,也是只需要经过简单加热的预制菜。有业内人士表示,平时我们去餐厅其实也很少能吃到现做的菜,大约60%是急冻预制菜,尤其是在一些有规模的连锁店和家常菜饭馆中。

外卖平台不会限制商家使用预制菜。美团表示,只要符合法律法规,允许餐饮商家通过菜肴复热的方式进行生产、售卖。饿了么也表示,按原国家食药监总局第37号令,在保证食品安全的基础上,商户可以自主采用不同的经营形式。

是否应提前告知点的是预制菜?

预制菜占领外卖和堂食,但有一个问题是,很多消费者不知道自己吃的是预制菜,而往往默认为是“新鲜现炒”。

不少消费者表示,去饭店吃饭,吃的就是厨师手艺。现在厨师的手艺可能没有了,变成预制菜了。有消费者对记者表示:“如果在饭店吃饭,我知道是预制菜的话,可能就不吃了。”

工人日报近日发文称,大老远跑去餐馆吃饭,没想到吃到了预制菜,早知道是预制菜,还不如在家点外卖呢。类似这种吐槽多了就会引发消费纠纷。针对这类纠纷,是消费者自认倒霉,还是餐馆部分赔偿,或是要求餐馆今后要事先告知消费者点的是不是预制菜?这值得有关部门和消协组织研究。

是否需要建立预制菜提前告知制度?中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,鉴于预制菜可能存在更多的食品安全风险,可以考虑建立预制菜提前告知制度。《消费者权益保护法》规定,消费者享有知悉商品和服务真实情况的权利。经营者也应该把商品的真实情况和相关信息真实全面准确地告知消费者。

陈音江认为,菜品是不是现场做、是否足够新鲜,消费者享有知情权。如果消费者本来不想吃预制菜,因为经营者没有告知,在不知情的情况下吃了,实际上就违背了消费者真实的意愿,就涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权。随着预制菜大规模上市,未来需要进一步规范。

预制菜作为“懒人菜”,给消费者带来了一定便利,但预制菜行业存在的一些问题和潜在风险也影响消费者的消费信心和行业的未来发展。因此,监管部门、预制菜企业、电商平台、加盟商、消费者等各方都应提前预判风险,并采取有效措施避免相关风险发生甚至蔓延。如此,才能促进预制菜行业规范健康发展。

■相关新闻

7月8日,信良记创始人李剑在短视频账号的一段关于《预制化会成为未来的趋势吗》的餐饮观点,瞬间引起热议。

作为预制菜的先入玩家,信良记的预制化小龙虾已经在行业内崭露头角,在短视频中,当谈到未来预制菜发展趋势的话题时,李剑发布了两个观点:第一,“未来10年,90%的厨师会被预制菜干掉”。第二,“未来10年,90%的餐馆必须使用预制菜”。

这两个90%的论断,赞同和反对的声音都有,而持反对观点的餐饮人占到了几乎90%。但无论是“赞同”还是“反对”,其实这背后都有一个问题值得深入思考:当预制菜行业被广泛看好,各地开始加紧制定相关政策时,预制菜是否会挤压部分厨师的就业空间?预制菜能否在未来代替“厨师”?

预制菜主打的是懒人经济,但其实操作起来也没有那么“懒”,大部分预制菜依然需要简单加工才可食用,而真正的“懒人”,会选择下馆子或直接叫外卖。预制菜虽然是工艺技术进步的一种体现,但是其诞生的背后也离不开厨师的功劳,不少预制菜的企业都需要招聘一群专业的厨师去研发菜品,攻克制作保存过程中的难题。

对此,多位资深业内人士表示,预制菜的发展有利于延长餐饮人才需求链,提升厨师技能标准化水平,预制菜的新赛道也将为外来务工者提供更多的就业机会。

中国烹饪协会常务副秘书长张大海介绍,预制菜需要专业人员通过食品工业手法,对各类菜品原料进行专业分析,针对食材的不同特点运用不同的制作方法进行有针对性的研发,严格控制油、盐、糖及各类营养成分的含量与配比,通过工厂或中央厨房集中生产,科学包装并保持菜品的商业无菌环境。

“事实上,预制菜发展对餐饮行业就业影响有限,而且在一定程度上还能带动就业发展。”张大海表示,并非所有的餐饮业态都需要厨师,预制菜有助于提升企业运营效率,提高收益。其次,预制菜带来的餐饮标准化需要企业增加研发投入,组建包括厨师、技术人员、食品加工生产等多方面人才的专业团队。

广东顺德预制菜人才培训基地之一的顺德职业技术学院烹饪学院院长冯才敏认为,预制菜是厨师的新赛道,同时可以助推地方美食走向全中国甚至是全世界。而火热的预制菜新市场还能外来务工者提供更多的就业机会,不论是菜品研发,还是直播销售,求职者都能根据自身优势和特点找到适合的岗位。预制菜人才的培养就是要将厨师的技能由经验变为科学,将厨师的“隐身术”变为“显身术”。

本版综合中新网、工人日报、央广网等



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:魏银科 组版:刘燕