



今年春节，你吃预制菜了吗？

春节期间，不少家庭都选择了省时省力的预制菜，这在网络上引发了一场辩论。部分网友认为，每年过年一大家子做那么多菜累人，用预制菜反而轻松很多。但也有人表示，吃预制菜意味着失去了年味，并对其品质和健康问题有所担忧。那么，当预制菜成为年货，你能接受吗？目前，预制菜还存在哪些问题？如何完善？

当预制菜成为年货

今年春节期间，预制菜成为了大家关注的焦点。随着“80后”“90后”成为家庭主力，他们开始接手置办年货、成为过年期间的“掌勺者”，简单易操作的预制菜成为他们的心头好。

“今年回家前，我在网上购置了3000元钱的预制菜作为年货带回家，既省去了该带什么年货回家的烦恼，也免去了春节期间做饭的麻烦。”家住河南省周口市商水县的李波云女士告诉记者，“我家距离镇上有20分钟车程，买东西不太方便。尤其夜宵，不像城里能点外卖，只能自己做饭。预制菜解决了所有麻烦。”

除夕前，山东省青岛市的李柯先生在电商平台下单一份预制菜套餐作为年夜饭，包含金汤花胶鸡、佛跳墙、吉品鲍等。他告诉记者：“预制菜要比饭馆和外卖便宜很多，操作起来又方便，摆在餐桌上也美观大方，味道比自己做的更好吃。”

根据艾媒咨询发布的《2023年中国新春礼盒消费者行为洞察报告》显示，预制菜首次成为中国消费者新春礼盒十大选择类型之一，有26.91%的受访用户选择购买预制菜作为年货。

谁在消费预制菜？

一直以来，一二线城市消费者对预制菜需求较高。然而，今年在小城市和县乡地方，预制菜也在抢占餐桌。

艾媒咨询的最新数据显示，在今年的预制年菜消费者中，25.6%消费者分布于一线城市，25.6%消费者分布于新一线城市，25.9%消费者分布于二线城市。也就是说，有22.9%的消费者分布于三线以下城市，可见下沉市场的消费者对预制菜的接受程度越来越高。因三线以下城市、县乡市场的消费者对价格敏感，热衷对产品进行比价，追求性价比，预制菜相比饭店、外卖要实惠很多，不仅能提供好的品质，同时降低了饮食成本。未来，预制菜在下沉市场中也会有一片新天地。

同时，在日常快节奏的生活中，年轻人生活中做饭场景越来越少。对于年轻人而言，商家能提供服务，自己就尽量不动手。于是，预制菜成为了许多年轻人的首选。

虽然当下预制菜正在如火如荼地争夺上餐桌，但从整体市场情况来看，国内预制菜市场仍集中在团餐、快餐、连锁餐饮等要求短时间大量出餐的领域，普通消费者购买的预制菜仅占这个市场的20%，仍处于早期阶段。

预制菜或成为大趋势

记者搜索发现，春节假期虽已过去，但在各大电商平台上，预制年菜的销售仍持续火爆。在京东平台每日更新的预制海鲜菜总价榜上，销售前十的均为不同品牌的佛跳墙，榜单第一名在近15日内售出超1万件，其余商家也均售出超5000件。在肉禽菜肴预制菜总榜中，各商家近15日均售出超5000件。

预制年菜走俏，是预制菜行业风头正盛的缩影。艾媒咨询发布的数据显示，2019年-2021年，我国预制菜的市场规模从2445亿元增加至3459亿元，年均复合增速为18.94%。2022年，中国预制菜市场规模为4196亿元，同比增长21.3%。预计2026年我国预制菜市场规模将达到10720亿元。

政策利好，也为预制菜产业发展注入“强心剂”。2023年，预制菜被写入《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》。文件提出，要“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”。山东、广东、福建、河南等多地政府随之响应，密集出台相关政策，支持预制菜产业高质量发展。

国标即将出台

预制菜行业快速发展的同时，争议始终不断。

颜斌斌在北京市前门大街经营了近30年的饭馆，他告诉记者，他的饭店中就有一部分是预制菜。但现阶段，部分消费者仍认为预制菜是“科技与狠活”的产物，对其安全性和健康产生疑问，抵制预制菜出现在餐桌。同时，预制菜还存在良莠不齐的现象，部分品牌会有分量不足、口味一般、菜内有异物、菜品过期等问题。他表示，预制菜行业将成品和半成品从餐厅送到消费者的餐桌上，从大环境来看的确有广阔前景，但行业要长远健康发展，必须把好质量关和安全关。

复旦大学公共卫生学院营养与食品卫生学教研室教授陈波认为，无论从保障食品安全，还是从保障营养角度来看，都应当加快制定预制菜行业统一国家标准规范，做好规章制度的建设，规范好企业的准入门槛，让预制菜企业能有法、有标准、有规范可以遵循。同时，要做好企业的培训和指导工作，帮助企业依法合规生产加工和经营预制菜。

据记者了解，今年1月，预制菜国标报送稿已经出炉，最快半年内便会有结果。其中最大的亮点是禁止添加防腐剂，同时必须冷链运输，此举将大幅提高行业准入门槛。

本报综合报道

土特产上“云端” 60岁也能做“带货主播”

如今网上直播带货已经成为一个普遍的现象，但平均年龄60岁的带货主播您见过吗？

重庆市涪陵区蔺市街道的五四村，户籍人口2300多人，常年在家的不到600人，其中，60岁以上的老人占到60%以上。从去年夏天开始，这个小山村变得热闹起来，在“80后”村党支部书记张路的带动下，平均年龄60岁以上的村民，开始站在手机前直播卖货，卖的都是自家种的马铃薯、辣椒这样的初级农产品。春节期间，网上集市也卖了不少土特产。

在五四村每周一次直播卖货的日子，村民们一大早就背着自家的农产品，赶往直播地点。除了本村村民，好多外村的听说有帮忙直播卖货的，也从远处赶了过来。

直播点在五四村一处名叫高坎子的土屋前，张路和直播团队，调镜头、装灯光、设置后台链接，做好了各种直播前的准备，并对村民带来的农产品进行现场品质筛选、产品称重和快递装袋。

上午10时左右，直播正式开始，张路和搭档古佳燕先给直播间拉了一波人气。随着人气逐渐涨到了三位数，村民们开始轮番加入直播中。在张路的辅助下，一位村民家的4斤干辣椒，很快被抢购一空，紧随其后的

黄豆、葛根粉等，也非常受欢迎，甚至有点供不应求。一直忙到了中午12时，直播才结束，张路和古佳燕团队根据销售记录，给村民先行垫付了货款，随后的快递打包发货，由古佳燕团队完成。

五四村的特色并不鲜明，村里没有产业，在引入新的产业之前，张路一直琢磨能不能先把老人们种的土特产卖出去。一开始，他想通过自己拍短视频的方式去推广，但是因为关注度不高，一直没有效果。

张路说：“我的初衷就是想把这个地方推出去，当然肯定需要流量进来，让更多的人关注到我们这里，这样的话，我们这个村子才能火起来。”2022年上半年，张路发现社交平台上一个名叫古佳燕的人，也在镇上做农村题材的自媒体，粉丝还不少，于是他便有了找古佳燕合作的想法。“我之前是在街道里边的蔬菜市场卖菜，他到菜市场里边去找了我们好多次，然后他就说，家乡里边的那些产品，想办法给他带出去，他说我们可不可以合作。”古佳燕说。

2023年夏天，五四村的网上集市正式开始，用古佳燕的账号和团队，给五四村做公益直播，时间定在每周的周五，没想到，村里老人家出马，镜头前质朴的卖货方式让很多网友感觉新鲜又亲切，五四村

的土特产一上架就有买家下单，一来二去，网上集市的公益直播就持续下来了。五四村本村的土特产不够卖了，张路干脆联络周边的村干部，鼓励更多村民来五四村的网上集市组团直播卖货。

“我们村子里面东西比较少，肯定还是需要其他村子到我们这里来卖，我们账号一般也是一个星期开一次直播，这样的话，其实货已经供不上我们直播时候网友们的需求了。”张路说。张路和古佳燕团队已经帮助五四村以及周边村子的村民，销售农产品

4400余单，销售金额近90000元。“去实实在在解决农户遇到的问题，他们家里边那些闲置的可以卖到钱的农产品，把它们销售出去，也同样给他们增加了一份收入，这也是作为一个村党支部书记应该去做的事情。”张路说。

眼下，除了帮助村民们网上卖货，五四村还有4000多亩农田的高标准改造工作正在推进，有了这些基础设施的改善，未来，村民们的土地收入来源也将更多元，更有保障。

本报综合报道

高效特肥源头生产商

专注定制生产、代加工

粉剂水溶肥(维生素型) | 悬浮肥 | 清液肥

鱼蛋白 | 海藻液 | 壳寡糖 | 聚谷氨酸 | 多肽氨基酸

缓释氮肥 | 降盐修复产品.....

业务咨询加微信

SENHE® 森禾生物

山东森禾生物科技有限公司

0531-86963008 13012980331

工厂地址：山东德州禹城高镇嘉业创新创业园

服务热线：4000219917 网址：www.senhe.com

广告