

连锁餐饮企业中预制菜使用比例较高——

餐厅吃到“预制菜”，消费者咋看？

本报记者 孔德晨

在餐厅下单还不到10分钟，工艺复杂的红烧肉、花胶鸡等餐品就已端上桌，让不少消费者犯嘀咕：这是不是预制菜？

近几年，以“30分钟做一桌大餐”为招牌的预制菜产业发展迅猛，成为消费者的“新宠”。然而，对于在饭店、餐馆吃到预制菜，消费者有不同看法。那么，餐厅大量使用预制菜会成为一种趋势吗？预制菜下一步的增长点会是什么？

快餐店、连锁店是预制菜大客户

预制菜在饭店、餐馆、外卖平台有多常见？

“下单刚5分钟，商家那边餐品就准备好了。”许多消费者发现，外卖平台中商家多用预制菜现象越来越普遍。

根据中国连锁经营协会的数据，目前，预制菜行业下游最大的需求来自餐饮企业，占比达80%。小吃快餐店、连锁店、主打外卖的餐饮店、乡厨、团餐食堂等是预制菜应用的主要场景。其中，一些头部连锁餐饮企业中预制菜使用比例已经较高，部分餐厅八成以上的菜品是预制菜。随着保鲜技术、冷链技术的发展，预制菜品种类越来越丰富，部分高端餐饮、酒店宴席也开始频繁使用预制菜。

那么，这些餐饮店为何爱用预制菜？

美团外卖平台某主营烧烤的入驻商家向记者透露，店里如羊肉串、炸鸡块、脆脆黄瓜、凉拌猪肉等菜品，一半以上是预制菜。“我们选择的预制菜基本是业内常见品牌，比如泰森、鲁丰等，只有我家招牌的风味鸡翅是自己腌制的。”该商家说，“这也没办法，我们每天营业到半夜，不仅做堂食，外卖单量也多，大约有40多种菜品。如果不选择预制菜，很有可能达不到时效要求。”

江南大学食品学院副院长程力告诉记者，预制菜是大范围工业化生产，具备长链条属性，有集中采购、集中销售、集中定价的特点。“对于餐厅及企业生产者，使用预制菜可以丰富供应、提高实效、减少人工等成本。”程力说。

多数餐饮企业认可预制菜省时省工、成本相对较低的优势，但是否选用预制菜，企业各有考量。

一些餐厅使用自有品牌开发的预制菜品以保证特色。莜面鱼鱼、香辣羊蝎子、蒙古牛大骨、蒙古奶酥饼……在西贝莜面村，这些预制菜品十分火爆。“我们在预制菜这个赛道上已经走了很多年了。”西贝莜面村线下店负责人告诉记者，从2019年开始，西贝探索预制菜行业，当年9月推出了第一道预制菜产品羊蝎子。以莜面鱼鱼为例，在线下西贝餐饮门店，莜面鱼鱼是菜单上的一道热门主食。团队投入了大量时间研发包装和呈现形式，既要还原店内堂食的口味，还要加工起来便捷，更要控制好包装成本，降低客单价。

也有一些餐厅选择不使用预制菜，包括主打食材新鲜大厨现做的高端饭店，以及有地道风味的“老字号”小店。前者不仅卖菜品，更卖周到贴心的服务与优越的就餐环境；后者卖味道，也卖“独一份”的风味和几十年的坚持。

坐落于北京潘家园的华成肉饼就是这样一家小店。被问及为何不用预制菜，店内工作人员对记者说：“用预制菜对我们来说是弊大于利。我们店小，一共没几道菜品，这家店生意一直不错。肉饼的味道要是变了，我们的立身之本也就没了。”锅气升腾中食客们的说笑嘈杂声久久不散，坐在一旁的北京人章先生感慨：“高中时期，我跟兄弟们打完球，就爱来这家店吃肉饼。10多年了，这个味道没变过。”章先生认为，预制菜不能说不好，但小店风味是吸引老客的“密码”。

消费者看重口味，也希望明白消费

在饭店吃到预制菜，消费者有不同的看法。

有消费者认为，在外面吃饭不能没有“锅气”，且预制菜普遍成本较低，花了钱却吃预制菜，给人一种“被宰了”的感觉。近日，浙江杭州一对新人为了给亲朋好友留下一场难忘的婚宴，特意选了市区一家知名酒店中价格不菲的宴会套餐，但婚宴后新人被亲友告知婚宴性价比不高，16道菜有七成是预制菜。正在准备婚礼的深圳女孩闫敏对记者表示，不能接受类似情况。“如果酒店告知餐品是预制



▲“中国西部预制菜之都”重庆市梁平区近年来打造了一批特色预制菜品牌和具有国际竞争力的预制菜产业基地，推动预制菜产业高质量发展。图为工人在位于梁平高新区的重庆上佳农业开发有限公司生产预制菜产品。

刘 辉摄（人民视觉）

▶在日前举办的2023全国预制菜产业大会上，1200余家餐饮经销商携各种美食参展。图为会上展示的卡通动物主食。

罗 伟摄（人民视觉）



菜，我一定不会选择这家酒店。”闫敏说，“在外面的饭店消费，为的不是吃到自己在家做不了的菜品吗？”

也有消费者觉得，只要饭店提前告知即可，并不在意其是否预制菜。北京上班族赖先生对记者说：“我自己不会做饭，预制菜可谓我们上班族的‘福音’，回家微波炉加热一下就好。如果在外面吃饭，只要商家明确在菜单标注是预制菜或者主动告知我即可。对于餐厅来说，可以凭此降低制作成本、提高经营效率；而我享受了更快的上菜速度和高效的服务，我觉得可以接受。”

据了解，即使在大量引入预制菜的餐厅，其厨师团队仍会现做一定比例的菜品，如餐厅招牌菜、青菜等。有消费者表示，提前告知很重要，让消费者自主决定是下单后立刻能吃上的预制菜还是愿意等待一会儿来尝尝厨师的手艺。

不少消费者认为，菜品口味最重要，是不是预制菜反倒无所谓。“如果不好吃，不管是不是预制菜，我都不买账。”家住上海的张女士告诉记者，她有两个女儿，平时带孩子去饭店吃饭，更注重菜品是否低油低盐、是否荤素搭配平衡健康、食品安全是否达标。“如果预制菜执行了更高质量的餐饮安全或者更严格的食材用料，口味也很好吃，那我很乐意。”张女士说。

部分消费者担心，餐厅大量使用预制菜会导致口味千篇一律，可能对饮食文化有消极影响。“美食烹饪是中国文化的重要一环。我觉得吃饭不仅是饱腹，也是品尝风味美食，更有对中国传统美食文化的体味和感悟。”章先生说，“如果菜品都是工厂流水线生产，那品味美食还有什么意义呢？”

让先进食品技术加速从实验室走向市场

预制菜越来越频繁地出现在消费者视野，背后是中国预制菜产业的迅猛发展。在预制菜这条产业赛道上，集结了来自农业、食品加工、餐饮、电商、物流等多个领域的企业，已成为创新消费场景的重要推动力。

艾媒咨询数据显示，2022年中国预制菜市场规规模达4196亿元，2026年有望达到10720亿元。从长期来看，随着中国预制菜行业的发展成熟、品质提高，预制菜占比将达到60%以上，有望实现3万亿元以上规模，未来有较大发展空间。企查查数据显示，截至2022年底，中国现存预制菜相关企业6.4万家，近10年相关企业注册量逐年增

加，其中2020年新增1.26万家。

事实上，相较海外，中国预制菜市场起步较晚。预制菜行业最早起源于美国，20世纪80年代，预制菜加工配送在日本、加拿大及部分欧洲国家兴起。经过数十年发展，在美国与日本，预制菜渗透率均已超50%，催生了诸如SVSCO、康尼格拉、泰森、日冷、神户物产等极具影响力的大型预制菜企业，为中国预制菜行业的发展前景增添了确定性与参考样本。

采访中，多位专家表示，一定数量和比例的预制菜进入餐厅是一种趋势，目前之所以接受程度还不高，主要是标准和口味还有待提升。

据介绍，近几年预制菜领域入局者众多，而企业实力、制作水平参差不齐，在原材料追溯、标准化生产和冷链物流配送等方面仍有所不足。

以酸菜鱼为例，有的厂家执行动物性水产制品国家标准，有的则执行速冻调制食品标准，甚至同一厂家两款口味的酸菜鱼执行标准也不一样。专家建议，应尽快完善标准体系，明确预制菜定义及范围，对原材料、加工工艺、储存、冷链运输等做出相应规范。

“不论消费者如何看待，预制菜发展客观上面临一些痛点难点，诸如不够好吃、口味还原度低等。”盒马预制菜部门总经理陈慧芳说，预制菜的技术关键是锁鲜。从2017年开始，以盒马工坊品牌为代表的鲜食预制菜正式出道，截至目前全渠道的预制菜品类均在售达到1000多种，分为多种温层和多种形态：即食、即烹、即热、预拌菜、即配净菜。好吃的预制菜从何而来？陈慧芳认为基于三个维度：新鲜、新奇、新场景。“今年我们全面加速新品开发，打造品质化和差异化的预制菜，打破市场上平日里逃不开小龙虾、烤鱼、酸菜鱼、过节就是佛跳墙花椒鸡的同质化窘境。”陈慧芳说。

程力认为，合理安全使用科技、提高创新研发能力，是预制菜的下一个破局点。“围绕‘好吃’，一系列诸如蔬菜杀青、分子料理包埋、鱼肉去腥、射频杀菌、预熟锁鲜等技术，能让预制菜的口味还原度大大提高。”程力表示，预制菜发展离不开先进技术支撑，在激烈的市场竞争下，创新研发是重要突破口，要让先进食品技术加速从实验室走向市场。

“对预制菜企业而言，好吃决定它能走多远，安全决定它能走多远。”程力认为，提高消费者对预制菜的认知和认可程度，应在鼓励创新的同时，加强对预制菜行业的引导和监管，让预制菜成为消费者喜爱的健康菜品、安全菜品、美味菜品。

工业和信息化部6月15日举行“第十八届中国国际中小企业博览会和第二届中小企业国际合作高峰论坛”新闻发布会。工信部副部长徐晓兰在会上介绍，近年来，中小企业呈现“量质齐升”的发展态势，以中小企业为主的民营企业已经跃升成为中国第一大外贸经营主体、对外贸增长贡献度超半，为经济社会发展作出了重要贡献。

从量的方面看，中小企业数量规模快速壮大。截至2022年末，中国中小企业数量已超过5200万户，比2018年末增长51%。2022年平均每天新设企业2.38万户，是2018年的1.3倍。中小企业快速发展壮大，是数量最大、最具活力的企业群体，是中国经济发展的生力军。

从质的方面看，优质中小企业不断涌现。工信部已培育近9000家专精特新“小巨人”企业，带动地方培育8万余家省级专精特新中小企业。其中，“小巨人”企业以专注铸专长、以配套强产业、以创新赢市场，平均研发投入占比达8.9%，平均研发人员占比达28%，累计参与制修订国家标准6000余项，获得授权发明专利14万余项。近年来，70余家“小巨人”企业荣获国家科学技术奖，1500余家“小巨人”企业承担过国家重大科技项目。中小企业加快专精特新发展，展现强劲创新活力，日益成为创新的重要发源地。

从贡献看，中小企业在经济社会发展全局中发挥着重要作用。中小企业广泛分布于细分领域，专注于产业链配套，以产业链供应链为纽带促进大中小企业融通、产学研协同，助力形成环环相扣的完整产业生态，成为保持产业链供应链稳定和竞争力的关键。中小企业既为人民群众直接提供了大量物质产品和服务，又成为吸纳和调节就业的“蓄水池”。中小企业发展好的地区，往往就业更充分，经济也更活跃，人民生活更富裕。

徐晓兰指出，总体来看，覆盖全国的中小企业公共服务体系基本形成，但同时，中小企业公共服务体系建设仍存在一些突出问题，主要是基层服务机构比较薄弱，体制机制不健全，服务资源整合不够，服务内容较为单一。特别是县级和部分市级服务机构设置缺位，服务覆盖面和服务能力不足，服务的最后一公里堵点亟待打通。

放眼全球，促进中小企业健康可持续发展已成为国际社会广泛共识。徐晓兰表示，工信部积极探索新举措，努力开创中小企业国际化发展新局面。目前，政府间合作机制取得新进展，务实推进双多边中小企业合作机制，工信部先后建立或参与了中小企业领域的17个双边和多边合作机制，对接国家约50个，覆盖亚欧美非等大洲，为推进中小企业对外交流合作奠定了良好基础。对外交流合作取得新成效，中国国际中小企业博览会已成功举办17届，中外参展企业超5.2万家，达成合同及意向金额近1万亿元。国际合作服务取得新拓展，截至2022年，已在全球以线上线下方式举办500余场跨境撮合对接会，帮助近8万家中国中小企业拓展市场，还在德国设立了首个中国中小企业中心，帮助中国中小企业融入国际市场。

据悉，第十八届中国国际中小企业博览会和第二届中小企业国际合作高峰论坛，将于6月26日至30日在广东省广州市举办，进一步发挥助力中小企业开拓市场和推动中小企业国际交流合作的平台作用，为中小企业国际化发展注入新的生机和活力，推动中国中小企业对外合作水平达到新高度。



江西省赣州经开区一家“专精特新”企业车间内，工人在操作调试自动化机械臂加工订单产品。

本报记者 徐佩玉

去年中国平均每天新设企业二点三八万户——
中小微企业已超五千两百万户

本报天津电（记者 靳博）6月14日，北京银保监局、天津银保监局、河北银保监局联合

京津冀银保监局联合推动绿色金融助力高质量发展

印发《关于协同推动绿色金融助力京津冀高质量发展的通知》（简称《通知》），明确三地协同推动绿色金融发展的指导思想和主要目标，从体制机制、重点区域、产业项目、改革探索、风险防控、信息共享等方面提出重点任务，助力京津冀协同降碳、减污、扩绿、增长，实现高质量发展。

明确发展目标。《通知》明确，到“十四五”末，京津冀银行保险机构基本建成与“双碳”目标相匹配的体制机制。从现在起到2030年，努力实现京津冀银行业绿色信贷年均增速不低于各项贷款平均增速，

绿色保险、绿色信托等业务规模稳健增长。京津冀三地监管部门在统筹推进绿色金融发展、加强风险联防联控、信息共享等方面实现跨越式进步。

推动机制优化。《通知》要求机构将绿色金融理念纳入发展规划中，将低碳要求嵌入相关内部制度与流程中。通过建立绿色项目优先审批机制、降低绿色项目融资成本、完善绿色金融组织体系等方式，提升绿色金融服务质效和风险管理水平。鼓励京津冀银行保险机构开展经验交流，探索研发适合本机构的绿色金融产品和模式，

优化绿色信贷担保方式，积极拓展环境权益质押信贷业务，通过银团贷款、共同保险、银保合作等方式加大绿色金融供给，扩大绿色金融覆盖面。

坚持有扶有控。《通知》明确重点支持领域及限控领域，推动重点区域发展及产业结构优化。引导京津冀银行保险机构推动雄安新区建设，为雄安新区高端现代服务业、绿色生态农业等绿色低碳产业提供金融支持，在雄安新区建立支撑绿色低碳发展的组织体系和制度体系；优化项目筛选，加强对绿色低碳产业发展等

领域投融资支持力度，持续提升重点区域金融服务质效，大力发展新型绿色保

险，为京津冀绿色产业和绿色经济保驾护航；推进降碳增效，将客户环境保护情况列为准入审批中的重点审核事项，强化客户“碳表现”要素审查，推进绿色能源替代行动，为符合产能置换政策的传统行业节能降碳技术改造提供融资支持，并严控高耗能、高排放、低水平项目投融资准入关。

强化监管联动。《通知》推动京津冀三地在风险防控、信息共享方面构建监管协同机制，助力解决跨区域风险监管难、银企信息不对称问题。