

预制菜的标准化管理策略研究

徐嘉 丁永慧

(南通理工学院, 江苏 南通 226002)

摘要: 如今, 随着“懒人经济”的盛行, 预制菜逐渐成为人们的新选择, 因为它们简单而快速。然而, 与此同时也出现了一些问题, 如食物不新鲜, 食物没有详细的标识, 食物的种类单一, 物流分销缓慢, 甚至一些食品安全问题也出现了。本文分析了中国预制蔬菜开发的问题, 并提出了应对这些问题的对策。

关键词: 预制菜; 标准; SWOT; 冷链运输

一、预制菜市场标准化管理的背景

(一) 研究背景

随着城市化的发展, 人们的生活方式发生了很大的变化, 特别是家庭用餐的频率降低, 对即食餐和外卖餐的需求增加, 这也是预制菜应用的一个重要场景。加上高昂的社会成本, 餐饮业不得不采用预制菜来提高运营效率, 降低成本。餐饮服务链以产品规模化和标准化为基础, 这使得整个餐饮行业更加依赖于预制菜的处理和供给。预制食品对质量要求高, 不易保存。冷链物流能够保证预制菜在生产、运输和储存过程中的品质, 但是冷链物流需要更高的技术含量, 所以需要更多的资金来进行投资。

我国预制菜行业与各行各业一样, 随着生产的发展, 预制菜从生产、销售、消费呈现较好趋势, 尤其全国多地政府为预制菜行业创造了更大的市场和更优惠的政策, 通过产业园区、品牌推广、营销策略、投资、技术、创新和人才等方面支持预制菜行业的发展, 但是仍然存在一些亟待解决的问题。

为了对我国预制菜市场的建设和管理进行规范, 提高其建设和管理的质量, 制定预制菜市场的规范和标准具有重要的意义, 这对我国城市预制菜市场高质量建设、提高人民生活质量有很大帮助。

(二) 实行预制菜标准化管理的意义

1. 拉动经济增长对预制菜市场进行标准化首先拉动产业链发展, 预制菜从田间到餐桌这一流程覆盖的产业多, 增加了就业机会, 促进城乡发展, 从而促进经济发展。将原来大多数以小作坊式的生产经营变为大规模的生产经营, 有利于提高资源利用率, 优化资源配置。节约资源、降低劳动能耗, 从而获得更大的经济效益。

2. 为预制菜质量提供安全保障。随着时代的发展, 饮食也变得多样化, 人们也不仅仅满足于口味, 食品安全也变得尤为重要, 食品新鲜程度、添加剂使用情况等问题层出不穷, 对预制菜市场进行标准化管理, 从菜品原料、加工生产、添加剂使用、质量检验提出相应的标准化要求, 预制菜市场按照相关标准要求发展, 安全性会得到保障。

3. 建立完善的预制菜标准化体系。从田间到最后消费者手里要严格制定一个标准化体系, 菜品供应商要注意农药使用剂量, 走绿色农产品、无公害农产品发展道路, 健全供应链体系, 物流配送及时到家。制定预制菜标准化体系, 可以使得我们的标准化体系更加完善和规范。

4. 商品标准化有利于营销管理和便于质量监督。符合质量标准和包装技术标准的预制菜在运贮技术标准控制下进入批发和零售市场后, 由于有明确的等级规格区分和商品标志, 不仅便于市场商品陈列、摆放和管理, 而且也便于消费者的质量进行监督。

二、预制菜行业的现状及存在问题

(一) 预制菜现状分析

近几年来, 预制菜的概念在全国各地热度不断的攀升。国家同样也提供了相应的政策支持。目前, 我国的预制菜市场也已经进入到快速发展时期, 相关的市场政策正在被逐渐完善, 冷库容量和冷藏车数量的不断增加, 为预制菜的发展提供了充足的储存空间, 从而使预制菜能够得到更好的储存和物流运输能力, 为预制菜的发展提供了坚实的物质基础。预制菜产业逐渐在向更加规范化、标准化的高质量发展模式升级, 但是由于我国预制菜行业起步晚、发展慢, 目前预制菜产业存在概念不清、技术和设备不配套、标准不统一、加工安全隐患突出等问题。此外我国当前预制菜的行业集中度偏低, 中小规模企业占绝大多数, 而预制菜产业成熟的美国、日本, 预制菜龙头企业的市占率非常高, 当前预制菜菜品的同质化非常严重, 大家都在做风险较小的常规菜品, 难以满足消费者多样化需求。下面我们利用 SWOT 对我国预制菜行业进行初步分析。

S 优势

(1) 方便快捷, 省时省力, 减少时间成本。随着城市化推进, 人们的生活方式发生重大变迁, 显著特征是家庭用餐频次减少, 尤其是忙碌的年轻人, 做饭用餐时间显著减少。而预制菜的出现, 则很好地解决了这个问题, 它能够用较短的时间做出一顿美味的大餐, 肯定能吸引到更多的消费者, 尤其是上班族。因此预制菜在 C 端拥有广阔的市场前景。

(2) 能够有效降低企业生产成本, 提高效率, 最大限度地提高餐饮业效益。餐饮行业已经进入微利时代。劳动力成本、房租、食材能耗、竞争加剧、营销成本高是餐饮业的五座大山。而预制菜则能够有效地缓解这些矛盾, 采用中央厨房配送后, 相较传统的配送要节约 30% 左右的成本。中央厨房进行工业化生产, 然后, 他们就会把这些半成品, 连同调味料, 全部进行配送。

大规模生产和标准化扩大了预制菜产品的选择范围, 保证了口味的一致性。最重要的是, 预先准备好的食品减少了后厨人员的数量, 加快出餐速度, 在降低生产成本的同时也避免生产过程中的原料浪费。

(3) 农业、畜牧业、水产养殖和其他工业的发展地继承优势。农业和畜牧业掌握着强大资源优势, 控制着产业链上的原材料; 部分企业已经在高利润的深加工企业发展了很多年, 拥有相对完整的供应链, 并且生产效率极高。

W 劣势

(1) 口味及营养单一。我国不同地区的饮食习惯和口味不同, 很难适应, 而且中国菜的地域性很强, 使得破圈产品研发困难, 限制了预制菜企业全国化的发展。预制菜是以重油重盐来保证口味以及掩盖不新鲜食材的味道。大部分料理包、冷冻预制菜口味相对较重。新鲜蔬菜不宜提前腌制浸泡, 这也就导致了预制菜食品的营养结构比较单一, 缺乏新鲜蔬菜, 膳食纤维。

(2) 在预制菜的供应链中, 对其制作所需原材料供应进行管理是很困难的, 预制菜所用的原料种类繁多, 而且在生产成本中所占的比重也很大。而预制菜容易受到原材料价格波动的影响。

(3) 预制菜需要较高的存储和冷藏物流能力, 而且对食物的新鲜度要求高但 C 端客户的集中度低, 对订单的需求也是各不相同。这就需要物流系统具有较高的后勤响应能力。但是, 由于其

自身发展水平不高,还没有形成完整的冷链存储系统,缺乏冷链仓储体系的构建。仍采用传统保温运输方式“冰袋+泡沫箱”,这也大大地制约了预制菜行业的发展。

O 机会

(1) 疫情成为促使预制菜全面进入消费市场的重要因素。在2020年的突如其来的疫情中,餐饮行业遭受到了巨大的冲击,很多门店被迫关闭,不仅给消费者带来了极大的不便,也对餐饮业的发展造成了极大的影响。低成本、高效率、方便快捷的预制食品利用了这种情况,为餐饮业指出了另一个未来方向。预制菜在中国突然爆火,则是因为疫情所引起的一系列的连锁效应。疫情带给餐饮行业的余震仍在。应急食品市场前景广阔。

(2) 国家政策的大力支持,《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》中明确指出“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。预制菜是农村一二三产业融合发展的新模式,是推进“菜篮子”工程提质增效的新业态,是农民“接二连三”增收致富的新渠道,对促进创业就业、消费升级和乡村产业振兴具有积极意义。

(3) 电商直播平台的火热发展,2023年电商平台、直播等模式依然是预制菜的基本盘。从去年开始,C端预制菜销量的增长,主要来自各大电商平台以及短视频平台,其中包括淘宝、京东、拼多多等。这些平台通过各种优惠活动,提供大量的低价产品,使消费者有更多的选择空间。此外,短视频平台也成为消费者获取信息的重要渠道,因此也促进了C端预制菜销量的增长。流量带动销量的模式,让C端预制菜的销量几乎翻倍式地增长。

T 机会

(1) C端消费者占比较小。预制菜更多地常见于B端餐饮市场中,许多年轻消费者他们更加注重生活质量,更希望自己能够轻松、快捷地解决做饭问题。而预制菜不仅操作简单、便捷,而且味道也能更好,能够满足年轻消费者的口味需求。这部分群体只占预制菜市场的20%,大众对于预制菜的接受程度仍然处于较低的水平。

(2) 具有比较高的市场导向。我国预制菜行业进入门槛低,参与预制菜的企业众多,因此行业的发展方向明确,竞争优势明显。在预制菜行业中,有很多类似类型的中小企业及个体工商户,都是以作坊作为生产的主要方式,相互间的竞争也很激烈,这也导致了行业的总体毛利率较低。

(3) 我国尚未制定相应的预制菜实施标准,缺乏统一的标准,对产业的规范化发展产生不利影响。中国的预制菜业发展缓慢,目前还没有形成完善的行业标准,这对整个产业的发展造成了很大的阻碍。

(二) 调查分析

我们主要采用网上填写调查问卷的方式来统计数据,调查结果表明消费者在购买预制菜时普遍存在以下几个问题:

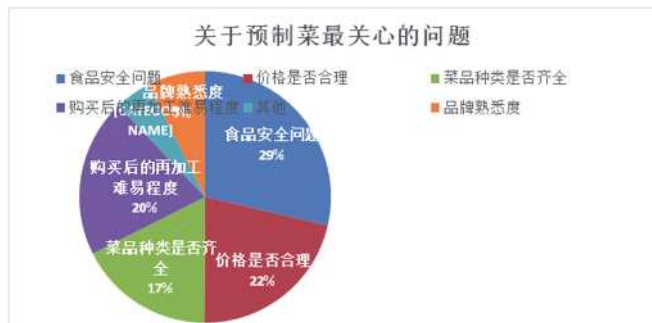


图 2-1 预制菜关心的问题

1. 食品安全问题。消费者最关心预制菜品的食品安全,包括食材的新鲜度以及制造过程是否清洁卫生,占近 28.63%。;消费者更关心的是预制菜品的价格是否合理,为 21.48%。;消费者对购买后再加工的难易程度的关注度为 20.32%。;17.47% 的受访者担心烹制的菜品种类是否齐全。

2. 口味单一。当消费者被问及菜品的味道是否符合他们的预期时,只有 36.36% 的消费者表示味道超出了他们的预期,非常好吃;65.32% 的消费者表示味道一般;甚至 3.32% 的消费者认为不好吃。

3. 菜品标识信息标注不全。在本次调查中,大部分消费者在购买预制菜时面临标签信息不清的情况,25.54% 的消费者表示购买的预制菜产品没有注明菜品名称及所包含主要原材料,还有 20.45% 在购买时发现未标明生产日期或者保质期;17.61% 的消费者发现所购买的菜品中,没有标明食物分量;13.46% 的消费者表示,一些预制食品存在不标明菜价的问题;有 22.94% 的消费者除关键信息(生产日期、保质期等)未注意其他信息是否全面。

4. 预制菜种类形式单一。尽管市面上预制菜产品许多商家都推出了一系列的套餐,但是消费者反应最大的问题是,他们的菜单太过单一,没有太多的选择,而且菜品不能随意搭配,这一问题占 29.63%。另外,21.23% 的人表示,目前市面上的预制菜价高、性价比不高。18.46% 的消费者认为营养组合不合理,有待进一步提升。10.43% 的消费者希望进一步扩大购买的渠道。

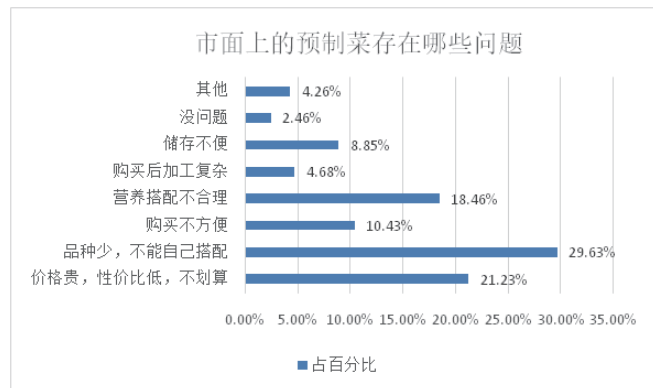


图 2-2 预制菜存在的问题

5. 物流配送问题。根据该研究,60% 以上的顾客更倾向于通过网络订购预制成品,而以线下采购预制成品为主的饭店,比例占 18.59%。

在此次调查中,当涉及物流方面的问题时,只有 12.31% 的人说他们在运输方面没有问题,超过 80% 的人说在运输方面会有问题。在这些因素当中,消费者面临的最大问题是,商家的响应速度太慢,或者是物流配送速度太慢,这是他们所面临的最大问题。有 14.68% 的消费者取菜时发现快递或者外卖在运输过程中并没有按照冷链运输。

当涉及物流方面的问题时,仅有 12.31% 的顾客说他们的运输没有任何问题,而 80% 以上的顾客认为他们的货物在运输方面会有问题。在这些数据中,消费者所面临的最大问题是商家的配送时间较长,或者是物流配送速度较慢,这一比例达到了 54.54%,有 14.68% 的消费者认为,在他们在线下领取预制菜肴时,由于快递或外卖没有按照冷链运输的方式进行运输,从而造成了菜肴的变质。

(三) 预制菜行业存在问题

1. 缺乏标准的行业规范,食品安全问题突出。预制菜要想实现高质量发展,必须要有严格的标准规范来保障,打造产业标准

是保障预制菜生产的首要环节,也是增强消费者对预制菜市场充满信心的保障。

预制菜市场的生产商大部分为小作坊、小厂子生产,缺乏标准的行业规范。消费者对原材料的新鲜程度、食品添加剂使用、是否含高油高盐等问题颇为重视。在原材料端,原材料的加工环境不达标,生产环境差等因素的影响;销售端预制菜品信息不全、生产日期随意更改等问题,运输途中冷链运输的不规范会导致菜品有变质的风险。

2. 产品差异化不足,无法满足顾客多样化需求。口味及营养单一。我国不同地区的饮食习惯和口味不同,很难适应,而且中国菜的地域性很强,使得能适应各地口味的新产品很难开发,限制了预制菜走向全国的发展。大部分料理包、冷冻预制菜口味都比较重,食品的营养结构也比较单一。

3. 预制菜保鲜及保质技术亟待突破。从出售到送达顾客手里这一过程,包装材料是产品品质的关键。部分预制菜由于工艺的特殊性,在生产、杀菌、封装过程中需要使用适应 121℃~145℃ 不等的耐高温蒸煮袋,要求包装材料在真空、加热、蒸煮、膨胀、杀菌等环节里高度贴合,兼具高柔韧性、高阻隔性,从而保障食品的食用安全、新鲜健康、口感纯正,我国在预制菜品品质保真及保鲜等方面还存在瓶颈,这些问题亟待解决。

4. 仓储及冷链运输能力不足。对仓储物流及冷链运输能力的要求极高。由于预制菜商品需要冷链运输,而且订单是分散的,这就给企业带来了很高的经营成本。除此之外,在新的消费者消费环境下,单纯的仓库是不能满足配送的需求的。

冷链运输中大部分为易腐、易坏食品,由于食品的属性不同,不仅所需温度、湿度不一,而且很多食品的质量更容易受温度影响,这就需要智能化冷链管理系统,提高冷链物流的效率和准确性。

三、加强预制菜标准化管理的建议

(一) 构建行业标准体系

1. 增强政府监管维度。重点是抓住公共食品安全问题,要通过严格的标准加强对该问题的监管;国家卫生健康委联合国家市场监督管理总局尽快组织制定预制菜食品安全国家标准产品标准,明确预制菜定义、范围,以及相关管理原则,兜牢预制菜的食品安全底线。为维持长久的健康发展环境,建议国家市场监督管理总局部署实施“预制菜产业质量发展示范工程”,加强顶层设计,构建产业集聚、资源高效利用的发展格局,增强整体竞争力。严格预制菜生产经营准入许可,构建完善监管机制,加大监督检查力度。

2. 企业生产维度。构建质量标准体系,提高企业竞争力和品牌知名度。同时加强预制菜生产加工过程的监控,提高预制菜卫生安全质量是保护消费者利益和促进经济发展的需要。

(二) 打造个性化差异化服务

中小型预制菜企业应当与当地农业生产基地相结合,并联系地方特色饮食做出具有差异化的产品,采取小品种、大批量的生产方式,推广地方性美食、增加企业自身竞争力。

企业可以通过研发平台推动预制菜多元化发展,民间饮食博大精深,地域风味截然不同,即使在同一个省,也可以被分为三四个菜系,研发有利于让最适合的食材形成菜谱,满足消费者的口味需求,从而推动预制菜产业的产品升级,形成特色品牌,提高知名度。

(三) 提高包装技术和设计水平

在包装技术方面,紧跟国家步伐,着眼于“绿色”“无污染”的包装技术,平衡包装技术和包装成本,尽可能利用可降解的材料做包装,并提前预防在运输途中出现的各种问题并提供相应的

解决方案,且保质保量送到消费者手中。需要保证食材新鲜程度的预制菜,应当采用双层包装,外层应注明产品的营养成分,添加剂含量,产品特点及使用方法。内层则应该通过真空包装等确保食材的新鲜程度。此外,包装还应便于运输储存,符合包装标准。

加大对食品抗菌包装技术的研究,保证食品质量和感官品质。企业要加大对设备的自动化应用,采用自动化包装技术,逐步取代传统的人工包装,提高生产效率,提高食品安全意识。

(四) 完善冷链运输和供应链体系

制菜供应链体系的不断完善,可以使预制菜向更深维度的发展,预制菜的供应链管理需要冷链物流的保障,原材料在生产、销售等环节都需要冷链运输和冷藏技术的保存才能更大程度保证产品新鲜度,减少营养的流失。

要提升冷链物流对预制菜保鲜能力,顺应时代发展,打通物流的最后一环。考虑并发展次日达半日达等迅速响应的物流活动。不仅要提升冷链物流的配送服务水平,提升末端物流配送服务的品质。并依托地方中央厨房的建设,建立净菜及速冻食材的加工基地,进一步扩大预制菜的消费市场,增加辐射半径,发展潜在的消费人群,从而提高顾客的满意度。

四、结语

本文从标准化体系建设、安全生产管理、质量安全监管、物流配送四个方面,探讨了预制菜行业标准化策略。标准化是预制菜行业发展的根本,只有在标准化方面有所突破,才能推进预制菜行业的可持续发展,使其更多地被消费者所认识和认同,进而扩大其市场规模,推动其向规模化、专业化方向发展。标准化体系的建立是预制菜产业发展的根本保证,只有建立健全的标准化体系,才能对企业的发展起到积极的引导作用。制菜业的发展离不开食品的安全生产,必须严格按国家有关标准规范生产,以确保食品的稳定性与安全性。质量监管是预制菜行业发展的重要保障,只有建立起健全的监督体系,才能使企业能够更好地发挥自身的作用。物流配送是预制菜行业发展的推动力量,只有不断提高物流配送的服务水平,提高顾客的满意度,推动预制菜行业迅速发展。

参考文献:

- [1] 曹喜军,郑广远.现代城市菜市场建设和管理标准化探究[J].中国质量与标准导报,2020(01):55-57.
- [2] 王福清,刘丽欣,郑继舜,李江华,李少敏.加强标准化控制,实施冷链流通,供应市场鲜嫩、营养、卫生的优质洁净蔬菜[J].食品科学,2001(09):87-90.
- [3] 中央一号文件发布 强调守牢“两条底线” 推动乡村振兴取得新进展,农业农村现代化迈出新步伐[J].大社会,2022(02):8-9.
- [4] 加快推进广东预制菜产业高质量发展十条措施[J].广东饲料,2022(04):5-7.
- [5] 郑智维.全国政协委员孙宝国:建立完善预制菜产业标准体系[J].民生周刊,2023(06):38-39.

基金项目:本文系南通理工学院校级大学生创新创业训练计划项目(项目编号:XDC2022035)的研究成果。