

预制菜成新宠，折射消费市场新变化

只需“傻瓜式”烹饪、不到一个小时就能“秀”出满满一桌“硬菜”，成为社交媒体上的“厨神”——这就是时下流行的预制菜带来的变化。预制菜在为百姓生活提供方便、为“老字号”餐饮企业寻找新增长点乃至为欠发达地区农产品深加工提供新机遇的同时，也面临着不少发展中的问题，亟待市场监管部门予以重视并解决。

随着更多居民响应号召就地过年、对新消费趋势接受程度更高的年轻消费者成为家里“掌勺人”，年夜饭预制菜成了市场的新热点。

“今年我们首次尝试推出年夜饭预制菜，没想到这么受欢迎。”新消费品牌“理象国”负责人王林介绍，在直播等新营销方式助推下，融合了粤、川、淮扬菜等的年菜系列礼盒一经推出便成为市场上的“爆款”。

不少“老字号”也积极创新，主动搭乘电商快车，为居民提供“到家服务”。比如，上海第一食品在社团运营方面日趋活跃，通过会员社群推送视频、直播等方式吸引客流，年菜还可以扫码进行线上兑换，送货到家。

年夜饭“掌勺权”的代际变更也使得年夜饭市场上的预制菜更受欢迎。调研显示，30岁到35岁的年轻人正在掌握年夜饭的主导权，其中一线城市由年轻人负责年夜饭的比例明显高于二、三线城市。

盒马3R商品产销中心总经理宁强说，“自己做+预制年菜”并在社交媒体上“晒出来”正在成为春节里新趋势。数据显示，82%的受访者对“年菜套餐”有一定认知，约65%的用户有尝试购买“年菜套餐”的意愿，受访者中76%的人有在社交网络晒年夜饭的需求。

预制菜的走红，折射出餐饮市场家庭小型化、食品消费便捷化和品质化等新趋势，也离不开冷链网络的健全和食品研发水平的提升。

上海商情信息中心主任原立军说，从需求侧来说，“懒人经济”、疫情宅家等引导消费习惯发生变化，更便捷、更高品质成为消费者的新需求，预制菜作为省时省力的餐桌解决方案更能满足一人、两人小型家庭的日常需求，而就供给侧而言，冷链技术和研发能力的提升，使得消费者原本难以想象的“硬菜”被不断“预制品化”。

“从最初的自热火锅到简单加热一下就能上桌的麻辣小龙虾，再到佛跳墙、盆菜为代表的宴席菜、‘硬菜’，预制菜领域爆品迭出折射出消费者在即食食品领域不断攀升的品质要求，对卖相、品质、营养、物流配送等方面有了更多的要求。”王

林说。

位于湖南省益阳市赫山区兰溪镇的益阳世林食品有限公司，是一家年销售额超过3亿元的预制菜生产企业。公司副总经理徐建良说，为了能进一步节省消费者的备餐时间，企业推出了不少堪称“傻瓜式”快手预制菜。“以前预制菜主料和配料、调料是分开的，部分复杂的菜品还需要腌制等过程，但现在我们会先‘入味’，最大程度减少烹饪水平给最终菜品口感带来的偏差。”

作为消费市场的新热点，预制菜不仅助力“老字号”画出二次曲线、新消费品牌挖掘蓝海以及欠发达地区农产品深加工，也吸引了更多创业者和资本市场的关注。

“预制菜对农产品的标准化要求很高，我们为农产品基地提供统一技术、统一施肥和统一管护，在提升产品竞争力的同时，也为乡村振兴作贡献。”世林公司竹笋专业合作

社理事长高最华介绍，竹笋基地带动了近万户当地农民参与到竹笋种植中，有的农户一年可挣10多万元。

上海商情信息中心发布的《2021中国食品/生鲜消费趋势报告》显示，2021年上海商情零售监测系统统计的318个零售新增品牌中，国产新消费品牌占比达到42.4%，预制菜市场的火热培育出不少新速食类品牌。天眼查数据显示，截至目前我国共有预制菜相关企业超6.8万家，146家企业有过融资。2021年4月，预制菜头部品牌“味知香”在上交所上市。

业内人士指出，快速成长的预制菜市场还需要监管“跑起来”，提升监管效能。要从源头上强化食品安全管控，筑牢食品安全防线，建立食品安全追溯制度。周蕊 周勉

[关注]

湖北鄂州长港镇峒山村：做好土地流转 收获民富村强

古朴的民居整洁有序，乡村公路通村入组，蓝瓦白墙的公共服务站和景点散布村内，成片农业基地绿意盎然……这便是湖北省鄂州市鄂城区长港镇峒山村如今的景象。

峒山村位于鄂州市城区西郊，早年是国营长港农场峒山分场，是一个在湖田中垦殖而来的村落。2004年，国营长港农场建制撤销，鄂城区长港镇成立，峒山分场改为峒山村。峒山村辖6个自然湾，11个村民小组，共4098人。全村土地面积15000亩，人均3.6亩。

为改变村集体经济薄弱的状况，2008年，峒山村村两委通过调查研究，确定了依托村里广阔肥沃的土地发展生态农业的路子。村里成立了峒山农业发展有限公司，实行村党总支、村委会、农业发展公司“三管合一”的管理模式。

峒山村党总支书记伍冬介绍，为了将分散在村民手中的土地集中起来，除了给付流转费，峒山村还出台了一系列惠民政策引导村民流转土地经营权——峒山村经营田被集并的村民，医保个人部分统一由峒山农业发展有限公司缴纳；村民子女考上大学可一次性获得1000元至5000元不等的奖励；14岁以下的独生子女，每年可获得保健费120元；纯农户家庭，父母60岁以上家庭成员每人每年可获补助300元；村里70岁以上的老人，每人每年可获补贴500元……

通过这些激励措施，村里很快流转到了3000亩土地，建成了峒山村葡萄园基地、渔场等村集体产业。近年来，观光、采摘、垂钓、科普等体验农业，吸引了大批游客来到峒山村游玩。

峒山村村主任占志启介绍，除了这些村集体产业，村

里还帮助引进企业由传统农业向生态高效农业转型，由联产承包向专业合作组织转型。目前峒山村共有12个农业基地，2个在建项目。

2009年，通过招商引资，武汉市鑫兴达园林绿化工程有限公司在长港镇成立鄂州分公司，陆续在峒山村流转了640亩土地建苗圃，目前基地内种有各类苗木约380万株。鑫兴达园林公司副总经理丁际波说，公司按照每亩450元至600元的价格给村里支付流转费用，还有30多名当地村民在基地内务工。

土地资源的充分利用，不仅增加了村集体收入，还解决了部分农民的就业问题。2018年以来，峒山村村集体收入达180万元，约500人在各个基地内务工，人均年收入2.2万元。

70岁的陈四喜是峒山村张沟队人，56岁开始在村里基地务工。目前在鑫兴达园林基地负责栽树、施肥、浇水、日常养护等工作，月收入约3000元。家里的自有鱼塘种植香莲，每年可获纯收入10000元。除此之外，因为是原国营农场职工，陈四喜每月还有2400元退休金，日子过得很是滋润。

在峒山村入口处，一块大型木牌竖在路旁，木牌上“望得见山，看得见水，记得住乡愁”字样颇为显眼。村民荷包鼓起来了，村集体经济壮大了，村容村貌也发生了巨大变化。近年来，峒山村不断进行村湾整治，不仅村边、路边、水边形成了绿化带，还建起了12座垃圾回收转运站、50个垃圾池、6座无害化卫生公厕。

“环境变美，生活变好，后顾无忧，峒山村人恋上了家乡纷纷回来，全村4000余人，60%左右都留在村里。”伍冬说。

刘晓丽 刘生辉



培育农村职业经理人市场 破解“谁来兴村”发展难题

[核心提示]

近年来，有条件的农村集体经济组织探索聘用职业经理人专业化打理集体经济，在破解兴村人才匮乏问题上探索出经验，有些做法值得借鉴，但还面临着乡村社会“融入”问题，建议加快培育农村职业经理人市场和构建农村职业经理人制度。

详见>>>7版