

【各抒己见】

预制菜消费升温 产业发展加速

国庆期间,多家餐饮企业与电商平台合作研发预制菜。“30分钟一桌菜”“人人轻松当大厨”……如今,手抓牛大骨、孜然羊排等预制菜逐渐占据消费者餐桌“C位”,成为餐饮业消费亮点。农业农村部表示,预制菜消费需求旺盛,产业加速发展。数据显示,截至9月下旬,国内预制菜相关企业达6.5万家。2022年以来,新增预制菜相关企业1400多家。

直播带货 如何从“一时火” 变成“一直火”

拓展农业多种功能,挖掘乡村多元价值,发挥好农产品的食物功能、文化功能,直播带货定能更好带火乡亲们的日子。

跟着渔民出海,展现打鱼场景,讲述渔民故事,近日,山东省青岛市的一个渔家小妹组织团队直播带货,引起刷屏。一场场直播把当地时令海鲜卖到全国各地,也带动了不少渔民增收。“不仅要让网友了解我们这里的海鲜美味,也了解出海的艰辛,这样的故事是我们做直播独特的优势。”谈起创业的经验,渔家小妹这样说。

近年来,农产品直播带货迅猛增长,越来越多的农民搭上了“电商快车”,农产品成了新网货,手机成了新农具。目前全国农村网商、网店超过1632万家,今年上半年,全国直播带货增长58.2%。红火的农产品直播带货为乡村产业振兴注入了强劲动能。

农产品直播带货快速发展的同时,也出现了标准缺失、货不对版、配送滞后等问题。一些带货主播因为农产品质量不过硬、特色不足、辨识度不高等,退出直播。农产品直播带货,如何由“一时火”变成“一直火”?

农产品要卖得俏,质量安全是第一位。要通过标准化把分散的农户组织起来,进行无公害、绿色、有机生产,构建起标准化、常态化的供应链体系,这是农货变网货的基础。当务之急是要通过市场倒逼,实现产业链的标准化、数字化变革,引导龙头企业、合作社等新型经营主体,带动农户形成生产标准统一、利益分配共享的共同体,实现农产品从种到销全程标准化,拧紧“安全阀”。要借助数字技术,尽快实现农产品从地头到餐桌质量安全全程可追溯,让消费者放心埋单的同时增加销量、提高附加值。

酒香还要会吆喝。在保证质量安全的前提下,要打好农产品特色牌、差异化牌,顺应个性化、多元化、绿色、健康等消费趋势,满足人民群众日益增长的美好生活需要。盘点农产品直播带货成功案例,几乎都有好故事,而且乡土文化特色鲜明,通过深入挖掘农产品背后的历史文化、传统习俗、农耕文明等文化元素,勾连与农产品密切相关的田园风光、田间劳作、乡愁记忆、亲情爱情等人文情怀,用温度感动人,用情怀留住人。当消费者震撼于查干湖冬捕的低沉号子声,沉醉在眉山春橘的柔柔树荫下,回想着淡淡的乡愁,咂摸着儿时的味道,这些动人故事构建起的传播场景,无疑会引发消费者更多的情感共鸣,从而促进销售,增强消费黏性。

拓展农业多种功能,挖掘乡村多元价值,发挥好农产品的食物功能、文化功能,直播带货定能更好带火乡亲们的日子,为乡村振兴提供源源不断的新动能。

顾仲阳

预制菜越来越“热”

百度指数显示,2022年预制菜相关搜索同比上涨877%,其中“95后”群体搜索占比超三成。2022年上半年,京东预制菜成交额同比增长170%。在美团买菜、叮咚买菜等电商平台上,预制菜已经在商品分类中单列出来。

多地政府积极推动产业发展。今年以来,广东、山东等地出台支持预制菜产业发展政策。

中国饭店协会副会长金勇表示,目前对于预制菜还没有一个公认、统一的定义。业内普遍认为,预制菜是经预加工或预烹调制成,并进行预包装的成品或半成品菜肴。

按照中国烹饪协会等单位发布的团体标准,预制菜为以一种或多种农产品为主要原料,运用标准化流水作业,经预加工、预烹调等制成,并进行预包装的成品或半成品菜肴。

售卖给个人消费者的预制菜,只需简单加热或加工即可上桌,且菜品中包含一些难做的“大菜”“硬菜”,在年轻人中颇受欢迎。多家电商平台的数据显示,预制菜日常销量不断走高,节假日销量则成倍增加。美团买菜中秋节日期间预制菜销量环比增长50%。临近七夕一周,京东平台预制菜销售环比增长超过10倍。

不过,除了越来越多预制菜走入家庭,事实上,预制菜重要的销售对象是餐饮企业。

《2022年中国连锁餐饮行业报告》显示,我国预制菜行业下游最大的需求来自餐饮行业,85%以上销售至B端。据中国饭店协会介绍,从目前情况看,预制菜市场仍以B端为主,在餐饮业态中主要用于团餐、快餐、连锁餐饮等短时间出餐量大、更加依赖标准化的企业。

预制菜进入餐厅和外卖引关注

“预制菜省去了原料采购、初加工等环节,有助于提升出餐率和翻台率,也减少了顾客的等待时间。”一位餐饮从业人员表示,用预制菜可以降低整体成本。因为预制菜有标准化、易复制等特点,可以保证菜肴的口味一致性。

一些专家认为,传统中餐的制



作过程强调厨师作用,主厨的水准、状态决定一家餐厅菜品的质量。预制菜中央厨房的出现,可以减少菜品中人为不确定因素的影响,实现大规模生产。

与此同时,对于预制菜进入餐厅堂食、外卖,存在不同看法甚至争议。8月2日,中消协发布《2022年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》,预制菜菜品标识不详细,外卖、堂食中使用预制菜未告知等成为投诉热点。

多个网络调查显示,大部分受访者不知道点餐吃的可能是预制菜,多数受访者不愿意在外卖和餐厅里吃预制菜,绝大多数受访者认为商家如使用预制菜应在消费者点餐前告知。

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,根据消费者权益保护法,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。无论堂食还是外卖,经营者有责任、有义务提前告知消费者菜品是预制菜还是现场做。

随着预制菜产业快速发展,预制菜的生产、安全以及管理等问题也广受关注。江苏省消保委今年2

月发布的《预制菜消费调查报告》显示,目前预制菜市场存在质量参差不齐、口味有待提升、标识信息标注不全、种类形式单一、物流配送不规范等问题。

完善标准促进行业健康发展

农业农村部数据显示,近年来,预制菜年产值保持20%高增长率,已培育超过500家与预制菜产业相关的国家重点龙头企业,超百亿的超过15家。艾媒咨询数据显示,2021年中国预制菜市场规模为3459亿元,同比增长19.8%。预计未来将保持较高的增长速度,2026年或将超过1万亿元。

广州酒家、眉州东坡等品牌餐饮企业陆续推出预制菜单品,味知香等专业预制菜企业加大产品研发,农牧水产企业、零售平台等纷纷入局。

今年,一些地方出台政策,大力推动预制菜产业发展。广东省政府办公厅印发《加快推进广东预制菜产业高质量发展十条措施》,提出要加快建设在全国乃至全球有影响力的预制菜产业高地;山东潍坊针对发展预制菜产业提出搭建大数据平台,建设特色产业园区,制定“一揽子”支持政策;重庆

市梁平区出台支持预制菜产业高质量发展发展的激励措施,设立总规模10亿元的预制菜产业发展引导资金。

目前,地方以及餐饮行业发布多个预制菜相关规范和标准。

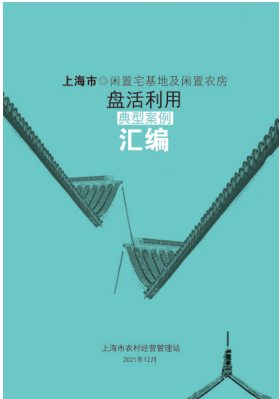
江苏省餐饮行业协会发布《预制菜点质量评价规范》团体标准;中国烹饪协会发布《预制菜》团体标准;中国饭店协会发布《预制菜产品分类及评价》《预制菜质量管理规范》两项团体标准;广东省立项制定《预制菜感官评价规范》地方标准。

金勇表示,预制菜产业要想实现高质量品牌化发展,应加快国家标准建设,明确预制菜定义和分类,提高预制菜准入门槛和产品品质,构建包括原材料、储存、运输等在内的质量安全监管体系。

山东鸛都英合律师事务所主任高明芹建议,相关部门对预制菜原料、加工工艺、包装、标识、储存、冷链运输、微生物指标、添加剂指标、农药残留指标等作出统一规定,引导预制菜生产进一步规范化、标准化。

宋佳 邹多为 胡林果 陈国峰

【连载·上海市闲置宅基地及闲置农房盘活利用典型案例汇编】



本书汇集了各方关于宅基地和农村村民行为管理、宅基地和房屋确权登记、闲置宅基地和闲置农房盘活利用等方面的案例。

让沉睡的资源变成农民致富 和乡村发展的源头活水

——金山区和平村盘活利用案例介绍

(上接10月4日第7版)盘活闲置资产。在和平里,每户村民可以选择2套独立的住房,既

农村宅基地是农民安居乐业和农村社会稳定的重要基础,农房是村民的重要财产,承载着广大村民对美好生活的向往和期待。加强本市宅基地和农民建房行为管理,引导村民住宅建设合理、节约利用土地资源,对于切实保护农民权益、打造上海现代化大都市的亮点和美丽上海底色,推进实施乡村振兴战略具有十分重要的意义。

可2套全自住,也可“住一套租一套”。若村民选择“住一套租一套”则可以一次性获得思尔腾公司支付的20年房屋租金,用来冲抵建房款,实现0元入住,减轻村民建房资金压力。而且两套住房相互独立,有利于运营统一管理,从而提升产业社区品质,创造更大资产升值空间,为村民增收创造条件。

保留乡土风情。通过对居住点整体风貌的把控,继承农村原有的乡风乡貌,使之有别于传统的城市化安置房建设项目,为居民或创业者提供更有趣、更宜人的居住环境,从而吸引居民回乡居住,创业者回乡创业。为了防止居住环境城市化,保留乡村独有的那份情愫,设计将种植绿地布置在各宅前屋后的平台,使整个社区层层有绿地,户户有地种。为了保留农村传统熟人社会的特点,项目中布置了丰富

的竖向及水平交通系统,居民不用下楼,便可在整个社区走亲访友,将平面化的农村原始形态垂直化,打造“空中村落”,实现邻里互通。

此外,和平里房屋设计为4层联排独栋,采取“确权确房不确地”的方式,项目的综合节地率可达71%,远远高于普通平移集中居住方式。

二、盘活存乡愁的“三园里步行街”

为了盘活村民闲置资产、提升水果公园景区风貌、推动景区周边服务业发展,吕巷镇出资提升三园里建筑及景观风貌。在区域形态整体提升之后,引导市场主体参与投资运营,丰富水果公园餐饮、住宿等配套业态,实现传统农村风貌与现代都市功能的有机融合。

(未完待续)