

预制年夜饭火爆 多家上市公司布局



野山菌炖老鸡汤、五谷杂粮煮鲍鱼、文火小牛肉……随着春节临近,商家们又到了火拼“年夜饭”的时候。与往年不同的是,今年预制菜成为年夜饭的“C位”。12月26日,现代快报财经猎豹采访了解到,多家餐饮连锁品牌均推出了预制菜年夜饭,除了线下餐饮店,电商平台、连锁超市也有预制菜品。有消费者表示,距离春节还有一个多月,年夜饭就已经做好了。在资本市场上,有多家上市公司布局预制菜业务。

现代快报+记者 潘荣



外送年夜饭样品

现象

春节临近,预制菜销售火热

“现在电商平台都能买年夜饭了,我惊呆了!”在南京工作的95后小伙张齐告诉现代快报记者,上个春节他通过餐厅预订了年夜饭,没想到今年年夜饭的“花样”更多了。

张齐在电商平台看到的年夜饭礼盒,属于预制菜的一种。预制菜指的是各种食材经过加工完成的菜品,主要包括即食、即热、即烹等类型,年夜饭礼盒中的菜品多属于即热,消费者买回家只需要加热一下就能吃。对于张齐这样的95后而言,预制菜年夜饭满足了春节仪式感以及“懒得动”的双重需求。

12月26日,记者采访南京多家餐

饮店了解到,预制菜年夜饭销售十分火爆。位于南京市鼓楼区的一家餐饮店,早早地推出了年夜饭预订业务。店内工作人员董女士告诉记者,预制菜年夜饭主要分为4人餐、6人餐、8人餐和10人餐四种,对应价格分别是699元、1099元、1599元、1999元,套餐中包括如皋特色香肠、金陵素什锦、五谷杂粮煮鲍鱼等。董女士说:“提前预订,我们都会在除夕当天早上送货上门。”

当天中午,在南京江北新区弘阳广场的餐饮店楼层,各家餐饮店都有不少消费者前来就餐,有的商家门口也推出了“年夜饭火热预订中”以及疫情防控相关提示。店内工作人员表示,年夜饭到店就餐、外卖服务都在火热进行中,外卖的预制菜礼盒分为2-3人餐、4-6人餐、7-10人餐,对应价格分别是388元、688元、888元。工作人员介绍,在疫情防控的背景下,近两年春节他们店都推出了年夜饭礼盒。该工作人员介绍,预计元旦之后的销售会更为火爆,可能会比去年同期多两三成。

除了线下餐饮店,还有连锁商超也推出了预制菜菜品,并针对独居人士推出了小份包装的菜品。在电商平台上,记者搜索“年夜饭”,各种预制菜则更加五花八门,价格从几百元至上千元不等。以一款销售十分火爆的年夜饭礼盒为例,月销700多件,菜品包括黑椒牛仔骨、蜜汁烤五花、蒜香小排等,不少买家在下方评论:“味道不错,还是会回购的。”

在采访中,也有消费者对预制菜年夜饭的重量、口味等表示担忧。南京市民蔡女士告诉记者,她也计划今年春节买些做好的饭菜回家吃,“不过我担心钱花了,买回来的口味不新鲜,不值那个价。”



线下年夜饭预订中

肿瘤资讯

《灵芝百问百答》 揭开灵芝的秘密

——爱心发放《灵芝百问百答》书籍

近年来,全球对中医药的需求大增,灵芝作为东西方瞩目的名贵药材,其富含丰富的营养成分并且应用广泛,成为大多数人的优选。很多人都听说过灵芝,甚至有很多人在服用灵芝类制品,那么灵芝到底是什么?灵芝究竟该怎么服用呢?

通讯员 陈静

帮助大家科学认识灵芝,掌握灵芝正确的使用方法,中国中药协会中药新技术专业委员会特向南京市民爱心发放《灵芝百问百答》一书。本书由江苏科学技术出版社出版,书中详细阐述了:不同的灵芝种类有什么鉴别特征?灵芝孢子是什么?灵芝有哪些活性成分?市面上的灵芝制品众多,该如何鉴别和选择?等一系列大家最关心的问题。书中还整

理了部分肿瘤患者康复过程中的心路历程,对保健及康复人群非常有益。

温馨提示:请先拨打电话预约领书名额,每人限领一次

领取热线:025-86892317

(数量有限,仅200本,先到先得,送完为止)

关爱中老年人好消息 50周岁以上市民灵芝孢子粉免费领啦!

灵芝作为我国传统中药里的上品,是非常珍贵的药材。

为感谢南京市民对中科健康产业集团的信任与支持,发扬中华民族尊老爱幼的传统美德,本着提高中老年人生活质量,改善亚健康状态的目的,中科健康产业集团特别开展“关爱中老年人”爱心活动,本市50周岁以上

的市民可免费领取价值480元的中科灵芝孢子粉一瓶!

领取办法:50周岁以上市民均可凭本人身份证免费领取

友情提醒:每人终身限领一次,不可代领(送完为止)

申领热线:025-83223132

市场

多家上市公司布局“预制菜”业务

预制菜在年夜饭中“亮相”背后,则是相关公司的业务布局。今年双十一期间,预制菜成为各家电商平台的销售爆款,成交额同比增长近2倍。天眼查数据显示,目前国内有7.2万家预制菜企业。中国连锁经营协会数据显示,疫情期间,90%以上餐饮企业发力外卖产品,其中91.6%的企业出售半成品和预包装食品。

在资本市场上,也有多家上市公司推出预制菜相关业务。今年4月,被称作“预制菜第一股”的味知香在主板上市,上市后迎来数个涨停板,股价最高时一度冲上139.8元/股,总市值近1400亿元。今年前三季度,公司实现营收5.7亿元,同比增长23.72%;净利润为1.03亿元,同比增长9.02%。

味知香是江苏苏州的企业,公司旗下有“味知香”和“饕玉”两个品牌,前者通过线下门店销售给个人消费者;后者产品则主要销售给酒店、餐厅和食堂等

客户。

今年9月,为肯德基提供油条的干味央厨,也在主板上市。成立于2012年的干味央厨,主营业务为面向餐饮企业提供速冻面米制品等预制菜品,客户包括大家所熟知的肯德基、必胜客、华莱士、海底捞、真功夫、九毛九、呷哺呷哺等。

除了这些专门做预制菜的企业,广州酒家、同庆楼等餐饮品牌也推出预制菜业务。以广州酒家为例,公司就推出了牛肉炒饭、芝士焗饭等便当,还有佛跳墙、盐焗鸡等特色菜品,这也是该品牌的年夜饭礼盒。

一边上市,一边融资。今年以来,包括王家渡食品、珍珠小梅园、三餐有料等预制菜品牌,先后进行融资,投资方包括番茄资本、梅花创投、英诺天使基金等。此外,包括盒马鲜生、锅圈食汇、叮咚买菜、安井食品等在内的企业,也涉足预制菜业务。

分析

市场接受度高,预制菜前景广阔

资本的看好,一定程度上给予了预制菜企业更好的发展空间。数据显示,2021年中国预制菜空间规模预计达到3400亿元,同比增长18%。未来3-5年,国内预制菜行业有望成为下一个万亿餐饮市场。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,在疫情防控的背景下,随着餐饮企业标准化和工业化的提高,以及消费端出现的“宅家文化”“烹饪小白”等不断扩容,预制菜的需求不断扩大,未来的发展前景也非常广阔。“相对来说,预制菜口味的标准化比较高,这是其发展得天独厚的优势。”朱丹蓬说,未来产业端如何匹配和满足消费者的需求,实则是预制菜行业需要面临的重要问题。

看似火热,其实刚起步。朱丹蓬认为,预制菜行业的痛点主要体现在两方

面:一是没有国家标准;二是消费者对预制菜的认可度和接受度还不高,可能认为预制菜的食材不新鲜,造成食品安全隐患。不过随着年轻人消费习惯的改变,市场对预制菜的接受度也会越来越高。

此前,山西证券发布的预制菜专题报告中指出,预制菜行业的发展,得益于居民收入增加、餐饮企业工业化驱动预制菜市场扩容、冷链物流配送能力加强以及政策利好。不过,预制菜的发展也面临着不少制约因素,比如预制菜企业利润受原材料价格波动影响较大;冷链物流配送能力制约企业发展,销售渠道仍以本地为主;食品安全风险仍然存在,市场上中小企业后厨作坊食品安全情况不容乐观;部分菜品口味复原存在难度,消费者心理接受程度存在变数。

(本文图片由受访者提供)