



码上看报



码上订报

布局预制菜 新零售巨头这么干

疫情反反复复,生鲜电商、预制菜迎来风口。日前,位于四川省成都市青白江区的盒马西南供应链运营中心正式投产。这个总投资10亿元的供应链枢纽的最大亮点是一个大型中央厨房工厂。在这里,盒马自制的酱卤熟食、生熟面制品,半成品菜、调理肉制品等被研发生产,成为其布局预制菜市场的重要举措。



- 背靠农产品直采基地,就近取材,本地研发
- 运用自动化、标准化、数字化技术制作产品
- 冷链运输,直供成都、重庆等大城市

一体化经营 提升上新效率

7月19日,在经历洗手、消毒、烘干、除尘多道工序后,记者进入了盒马西南供应链运营中心的中央厨房工厂。烹饪车间内,蒸汽夹层锅、炖煮锅、翻炒锅各种烹饪设备紧张运转着,工人们将一整锅刚刚做好的酥肉从锅中捞出,码放……随后将之送入冷却机。“高温烹煮后的食物,经过冷却机只需要10分钟,即可进行包装。”盒马央厨项目负责人黄海飞说。

包装间内,一袋袋宰杀好的鲜鱼经真空包装,与调料包、高汤包、配菜包一同放入不锈钢托盘,再经智能化传送带进行高温杀菌、整合包装……一份份香辣清江烤鱼就此炮制出炉。

研发厨房内,大厨们颠着勺、架着锅,根据消费者需求,反复调整配方,一道道新菜品,一个个新口味被炮制出来。“目前,我们已能生产22款自有品牌产品。”黄海飞表示,这些产品主要直供成都、重庆、贵州、西安和昆明的盒马超市。

“一体化的供应链中心效率远远高于分布式作业。”盒马供应链中心投资负责人郝京彬说,将央厨工厂建于供应链运营中心内,其中一大优势就是多温层超大的生鲜储存,可以有效提升盒马自研食品的上新与推广效率。

整个央厨工厂无论是安全等级、标准化程度、数字化运用程度,也达到行业领先水平。

这里有先进的分割机、超声波洗虾机……各种自动化设备让生产效率比普通工厂缩减了一半以上;这里配备的阿里云数字化工厂系统,可以对每一道加工程序进行智能化监控,实现对产品每道工艺流程的数字化管控。“比如一块猪肉,我们可以了解来源是否新鲜,切割程序是否符合标准,用于加工了哪些产品。”

再看生产前端。这些盒马预制菜的原料来源于盒马已签约的550多个农产品直采基地、包括有100多个“盒马村”。就在今年年初,盒马与成都市郫都区、雅安市天全县等6地签订了价值8000万元的订单,也让当地的优质农产品以更多的渠道端上市民餐桌。

同步阅读数据

▲艾媒咨询数据显示,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。2021年中国预制菜行业规模为3459亿元,同比增长19.8%,预计未来中国预制菜市场将保持较高

的增长速度,2026年达到10720亿元。

▲2021年美团买菜的预制菜销售较2020年增长4倍;京东超市目前上架预制菜5000多种,今年“6·18”活动期间京东预制菜成交金额同比大增231%。

动向

▲今年4月,山东潍坊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,力争3年内产业规模突破3000亿元,打造“中华预制菜产业第一城”。

▲中国饭店协会近日发布了《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,为预制菜的品质分级及生产质量管理提供标准指引,推动预制菜赛道有序、健康发展。



中央厨房工厂内,工人在加工食材。

立足本土 布局全国

疫情反反复复,宅家经济火爆。站在“万亿风口”的预制菜行业吸引了公众关注。

相关行业研报数据显示,目前国内共有6.81万家预制菜企业。

2020年3月,盒马成立3R事业部,以即烹、即热、即食去定义“预制菜”。2021年,盒马在上海成立了盒新智造食品科技有限公司,主营食品经营、食品生产等,是盒马内部筹备已久的“全国央厨项目”。

黄海飞正是这个项目的负责人。在加入盒马之前,他的身份是万豪酒店中国区的第一位行政主厨。在他看来,预制菜的核心价值在于其可标化、可控化,可短时间内解决用餐需求,又顺应了宅家需求和城镇化发展趋势。“对于消费者而言,预制菜可显著缩短下厨的时间,也解决了个人厨艺不精等技术难题;同时,预制菜在外卖与堂食之间,也做了中间融合。”

按计划,包括成都和武汉在内,盒马将在北京、上海、广州、西安陆续建成6个

央厨工厂,主要用于酱卤熟食、生熟面制品、半成品菜、调理肉制品、水产品以及豆制品的研发生产,总投资近20亿元。

“每一个工厂,我们既会推出统一的热销品、网红款,也会根据当地特点,研发特色美食。”黄海飞介绍说,目前已经投产的武汉华中供应链运营中心就有专门的热干面生产线。而川渝地区美食富集,未来盒马将以央厨工厂为跳板,就近取材,本地研发,把原汁原味的川渝美食以预制菜的形式带到全国各地。

“我们初步规划了160款产品,争取今年年底前全部上市。”黄海飞表示,这些产品中就包括他们正在研发即将推出的简阳羊肉汤,下一步,自贡的冷吃兔、眉山的东坡肉也计划之中。”

放眼未来,黄海飞表示,希望盒马70%的熟食产品是通过自有央厨工厂产出,半成品菜的比例则力争达到100%,面食制品比例也希望达到70%至80%左右。



工厂内的自动化洗菜流程。

预制菜风头盛 “追风”应谨慎

以现代工业流水作业打造的预制菜,当下风头正盛。然而,想要在这个赛道中驰骋,或许应考虑更多。

和国外以披萨、汉堡、炸鸡等冷冻食品为主打的预制菜相比,中国美食博大精深,中国人的味蕾更加“挑剔”,一食一餐,往往求的是色香味俱全。可预制菜这种经标准化、批量化生产出品、半成品,要想通过人间烟火的考验,绝非易事。“好吃”或许是竞争的核心要件,这需要口味的钻研、工艺的提升。而要保持这份“好吃”,却不单单考验“厨艺”。预制菜主打家庭消费,用户分散、时效性高,规模却很小。一系列要素叠加,呼唤的是完备的仓储物流体系和先进的冷链运输技术。另外,品牌规模的壁垒、渠道客户的壁垒、研发创新成本的壁垒,也都不容小觑。

企查查数据显示,中国现存预制菜相关企业6.81万家,仅2021年就新增了4212家。行业火出天际,但要成功入局,还得从淬炼口味、加强品控、完善冷链等方面苦练内功,这并非一朝一夕能够完成的事情。

(据《四川农村日报》、新华社等)