

预制菜抢占年夜饭餐桌“C位”

“霸王蟹鸡”“佛跳墙”“羊蝎子”“猪肚鸡”……一道道预制菜成为年夜饭的“镇桌硬菜”。春节期间，中国证券报记者走访发现，预制菜食品颇受消费者青睐。“现在图方便，买一些炸好的豆腐、酥肉、牛肉丸子，年夜饭做‘八大碗’方便。”河南南阳河街上一家清真“过油菜”店顾客表示。

安井食品董秘梁晨向记者表示，标准化、规范化的预制菜能够降低餐饮成本、提升出餐效率。随着我国餐饮连锁化程度逐年提升，餐饮产业的工业化程度不断提高将成为发展趋势，预制菜在餐饮行业渗透率将进一步提升。

●本报记者 罗京
见习记者 杨梓若



视觉中国图片

销售火爆

记者在河南南阳商超走访时发现，作为河南人年夜饭或酒席上不可或缺的硬菜，不少商超已经将“扣碗”“八大碗”的预制菜产品搬上了货架。

“酒席上‘八大碗’不能少，但是备料、炸料过程比较耗时，烹饪时的扒、焖、酱、烧、炖、蒸等方式也很复杂。”正在超市选购“扣碗”产品的徐先生说。

“这些扣碗卖得可好啦！”河南南阳一家超市销售人员告诉记者，“扣碗”类预制菜产品平常卖得就不错，过年前销量更是增长了好几倍。

加快布局

“总结国内外的发展经验，预制菜从制作形式来看，主要包括即食类、即烹类、即热类和即配类。从产品最终形态来看，主要包括罐藏食品（罐头食品）、冷冻冷藏食品。其中，冷冻冷藏食品中的冷冻调理食品是目前资本市场关注的主要产品形态。”中国食品发酵工业研究院标准与数字化部副主任仇凯告诉记者，超市供应的冷冻鱼丸、菜肴等产品的工业化已经相对成熟，并建立了相对完善的标准。

除了具有河南本地特色的“扣碗”，以“霸王蟹鸡”“佛跳墙”“羊蝎子”“猪肚鸡”为代表的高端预制菜产品也成了各大商超的“新春宠儿”。“这些预制菜品都是近期上架的，过年备货量多了，卖得也越来越好。”北京某商超售货人员告诉记者。

以“佛跳墙”为例，梁晨分析称：“‘佛跳墙’制作流程费时费力，多种原料、食材的烹饪过程不尽相同，普通消费者不太会在家里自行制作，且这类大菜具有典型的节日和聚会属性，消费场景

偏单一，日常复购频率不高。”目前商超销售的年货预制菜类别较多，有速冻盆菜、熟食礼盒、腊味肉制品、速冻面点面食等。在品牌方面，记者看到超市销售的中高端预制菜品主要来自一些知名餐饮品牌，如“老诚一锅”“陶陶居”等。

此外，记者在走访时发现，龙年年夜饭市场火热，不仅预订量爆满，不少餐厅推出的年夜饭预制菜礼盒，也颇受欢迎。全聚德推出了年夜饭预制菜礼盒，其礼盒规格在1500克-7540克不

等，售价在388元-1888元。据门店销售人员介绍，顾客现场下单，门店制作好后会通知顾客取货，产品冷冻保存保质期9个月。

记者从海底捞获悉，在2月10日到17日的8天假期里，海底捞共计接待顾客约1300万人次，较去年春节初一至初八增长超35%。其中，西安海底捞的春节接待量居全国城市排行榜第一，共计服务顾客超过65万人次，海口、三亚、北海、福州、厦门等南方旅游城市普遍迎来40%以上的客流增幅。

米鸡，持续进行大单品培育；同时公司还将安井、安井小厨品牌分别授权子公司新宏业、新柳伍使用，复用安井现有经销商渠道推动小龙虾业务尤其是调味小龙虾产品实现业务增量。

不少上市公司也加速布局预制菜板块。龙大美食、广州酒家、金陵饭店、全聚德等老牌餐企纷纷在投资者互动平台回应称，将进一步在预制菜赛道发力，满足市场需求。食品金属包装龙头企业奥瑞金也跨界布局预制菜板块，与

合作伙伴大董、大洲新燕推出高端预制菜产品。

中国连锁餐饮报告显示，2023年我国预制菜市场规模将达5434亿元，2026年将突破万亿元，年均复合增速超20%。不过，中国烹饪协会会长杨柳表示，经过深入调研消费者需求发现，预制菜用户的痛点集中在食品安全、健康、新鲜和口味还原等方面。未来，预制菜产业还需要新产品、新形象和新技术共同形成发展合力。

丰收年遇滞销 电商直播带火赣南脐橙

●本报记者 欧阳春香 张韵

云雾缭绕的雨后山间里，近百亩的脐橙树上还悬挂着雨珠。放眼望去，漫山遍野都披着一层青翠外衣。在这样的一片脐橙果园里，2023年11月，一场与东方甄选合作推出的脐橙直播活动，短短一天时间就销售脐橙超过20多万单。

“一开始没想到会卖得这么火爆。”谈起和东方甄选的直播合作，江西省赣州市安远县沃德丰电商企业负责人曾腾辉对中国证券报记者表示，自2023年11月1日赣南脐橙统一开摘以来，公司累计销售脐橙约700万斤，春节期间还在通过电商销售脐橙。每年公司脐橙的电商销售额为3000万元-5000万元，近三年每年销售额保持20%的增长。

在如今的赣南脐橙园，手机俨然成为“新农具”，将树梢上的一颗颗金果子呈现在消费者眼前，助力脐橙销往世界各地。在电商发展浪潮下，包括脐橙在内的各式农产品纷纷“上网”销售，为农产品销售开辟了一条新渠道。

电商助解滞销愁

“去年雨水格外充足，所以大家种的脐橙都是大丰收。”江西省赣州市信丰县的一位脐橙种植大户温先生告诉记者，2023年他承包的近百亩果园共收获脐橙22万斤，几乎是2022年的2倍。

然而，大丰收的喜悦并没有持续太久。由于普遍丰收，市场整体供大于求，脐橙出货价很快出现大幅下降。“刚开始都是两三元一斤批发出去，后来一斤只能卖到七八毛钱了……”温先生感慨道。被问及主要销售渠道时，温先生表示，主要是依托过去积累的一些分销商渠道，其中电商渠道的出货量约为八九万斤。虽然电商整体占比大约只有三成，但“要是没有电商这部分，这几万斤可能要滞销了。”

对于此次丰收年里的脐橙滞销情况，电商在一定程度上起到解困纾难的作用。“通过电商渠道销售的脐橙量有几十万斤，主要是在一些微信小程序商城销售。”江西省赣州市信丰县的一位从事脐橙分销的李女士说，“直播也会做，就是自己拿个手机在果园里直播，很简便。”江西省赣州市寻乌县一家脐橙工厂负责人魏先生表示，其公司2023年脐橙销售季的线上销售金额达到千万元级别。

电商销售模式几乎渗透到赣南地区脐橙销售网络的每根毛细血管，也吸引了像赣州云山农业发展有限公司负责人孙磊这样的大学生返乡创业。2020年，孙磊和几位同乡回到家乡安远，把返乡销售脐橙的创业经历拍成视频发到抖音、视频号等短视频平台，通过短视频和直播带货的方式，已经帮助农户销售了500余万元的脐橙，与他们合作的农户数量达到50多户。“乡村振兴需要年轻人，希望通过年轻人把家乡的产品带出去。”孙磊在直播时说。

实施“村红村播”培训计划

脐橙销售，一头连着市场，一头连着果农。为了让更多果农搭上电商销售“快车”，赣州市多地大力发展直播电商新业态，探索“电商+直播”产业链发展道路。安远县建成集培训、孵化、展示、交易、办公、仓储等功能于一体的电商产业园，深入推进国家电子商务进农村综合示范项目建设。信丰县支持国家级赣南脐橙大市场电子商务创业孵化园建设，鼓励电商直播基地建设。如今，手机已成为果农的“新农具”，电商销售已经成为新农人的“新农活”。

安远县东江电商产业集团副总经理叶峰洋介绍，为优化农村电子商务公共服务体系建设，壮大新媒体电商人才队伍，安远县大力实施了“村红村播”培训计划，完成83期9829人次电商培训，实现18个乡镇直播培训全覆盖，全县约2万人从事电商行业。在直播电商的带动下，安远县2023年1-11月网络零售额突破7.9亿元，是2022年全年的2.4倍。

2022年12月，安远县开展了安远最强主播大赛暨“我为家乡农产品代言”公益助农短视频大赛。此次大赛吸引了100多名主播报名，孙磊获得了安远最强主播大赛一等奖。“决赛将直播间搬到赛场，利用抖音直播平台，通过介绍、试吃等不同形式，向外界推介、销售赣南脐橙。整个比赛期间销售额达100多万元，其中决赛直播2个小时突破30万元。”孙磊说。

从“一棵脐橙树相当于三头猪”再到“用一颗金脐橙转动致富产业链”，数据显示，2018年到2022年，赣南脐橙电商渠道销量占比由21.35%增加到35.07%；2020年至2022年连续三年电商销售金额超过80亿元。

新华社图片
视觉中国图片

紧抓春节红利期

年轻人玩转“错峰打工”生意经

●本报记者 吴杨

“春节期间，我干了宠物‘上门喂养’的副业，那几天的订单都接满了，8天挣了上万元，赚了一波‘红利’。”北京通州的一位宠物托管师（简称“宠托师”）表示。上门喂养宠物、红包封面代理、摆摊做小生意……春节期间，中国证券报记者注意到，不少年轻人紧抓春节机会，将副业做得风生水起，玩转起“错峰打工”生意经。

宠物“上门喂养”受追捧

春节期间，宠物“上门喂养”服务正火。小张在北京上班，老家在湖北一个县城，过年要坐高铁返乡，只能将所养柴犬留在北京家中。“只要养了宠物，假期坐公共交通工具回家很不方便，只能预约宠托师上门喂养。”小张表示，假期费用略贵，但宠托师很仔细，换水、擦脸、喂食等都会弄。

宠物代喂服务潜在需求量很大，特别是在北上广深等大城市。“一线城市养宠物的年轻人很多，过年回家都大包小包，路途远，把宠物带回家很不现实。”小张表示。

艾媒咨询此前发布的《2023-2024年中国宠物行业运

行状况及消费市场监测报告》显示，2019年到2023年，中国养宠的家庭户数渗透率逐年上升，2023年达到22%。

“春节期间，我的单子已经接满了，优先接受近距离的宠物代喂。由于需求量大，价格可能会上调。”北京丰台的一位宠托师表示，上门喂养的费用高低不等，通常与距离远近和宠物数量有关，没有确定的价格。

记者了解到，整体来看，上门喂猫的价格在30元到80元，上门遛狗的价格略贵一点，一般在50元到120元，但节假日价格可能会再上调。北京通州的一位宠托师说：“2024年春节，平均每单在80元/次，已经接了160次左右，挣了上万元。但也是真的很辛苦，一天最多22单，老客户实在是没办法拒绝。”

红包封面代理有“赚头”

如今的春节，少不了线上发红包给压岁钱、拜年……炫酷、带龙元素的动态特效红包封面一时间被很多人追捧，红包封面代理商的副业进入视野。

“一般来说，一天可以挣五六十元。只要有人买你代理的红包封面，就可以赚佣金。卖得越多，赚得越多。”一位红包封面

代理商表示，不过这个生意的红利期也就只有春节前后的一个月。

“是否赚钱取决于卖了多少。卖出去一单，自己能赚40%，剩下的都是上一级代理商赚，人要足够多才能赚到钱，需要不断发展代理来摊成本。”另一红包封面代理商向记者表示，一般有想法干该副业的人都是成为代理商。

多位代理商表示，邀请分销，成为代理，需要先下载微店店长版APP，进行实名认证；随后进入代理商提供的链接，选择“申请全店分销”，即可成功办理。“之后便在APP上进行商品管理，把相关封面图生成链接，发到各种社交媒体上宣传，有人要买，直接购买即可。有人买，你就可以抽佣金。此外，也可以自己制作红包封面，然后挂店铺销售，但可能操作较为麻烦。”

记者发现，代理商还可以进行“改价操作”，改价幅度不能超过原价的2.5倍。若要进行批量改价，每次只能改50个。

摆摊生意正兴起

春节期间，摆摊尤为盛行，随处可见卖饰品、花灯、布偶玩具的摊贩。河南郑州

一位卖花灯的摊主向记者介绍：“我过年摆摊已经两年了，无论是在小县城还是在新一线城市，都卖过。过年摆摊卖花灯，可能会赚钱，可能会保本，但肯定不会亏钱。去年过年我们三个人三天共卖了346个花灯！”

定价方面，该摊主表示，建议开始定价高一点，重点在盈利，后续根据行情再进行调整，最后不亏就可以。

“我主要是卖娃娃，通过红绳拉拽抽‘盲盒’娃娃，过年4天收入超过6000元。第一天在路边卖，赚了300元；第二天在庙会租摊位卖，收入1700元；第三天收入2600元；第四天小公仔比较多，降价卖了2100元。纯盈利超过2000元，最后还剩下几十个公仔。”另一位河南摊主说，过年感觉很无聊，摆摊打发时间之余，还能趁红利期挣钱。“主要是家里闲置的娃娃太多了，可以通过这种方式变现，第一次摆摊还是很成功。”

但也有一些年轻人摆摊“创收”不尽如人意。两位卖花灯、娃娃等的年轻人向记者表示：“我们摆摊晚了，没抢到最佳时机，整体销售情况不是特别好。”

