

报告显示部分餐厅八成以上菜品都是预制菜

下馆子吃预制菜，饭还香吗？



如果你在外卖平台上点了一份餐，从下单到接到骑手的取餐电话仅仅用了十多分钟，那你大概率是点了一份预制菜。

近两年，在疫情的催化下，预制菜发展迅速，已由速冻米面等少数品类，拓展至酸菜鱼、佛跳墙等多种菜品，有些只需简单加热几分钟即可食用。

值得一提的是，不仅是外卖，甚至在餐厅堂食中也能看到预制菜的身影。一份行业报告显示，头部连锁餐饮企业中预制菜使用比例已经较高，部分餐厅八成以上的菜品都是预制菜。 中新

这些知名连锁餐厅八成以上是预制菜？

预制菜定义宽泛，半成品菜、方便菜、料理包等都被称为预制菜。

近期，中国连锁经营协会与华兴资本联合发布的《2022年中国连锁餐饮行业报告》(下称报告)显示，中国预制菜行业下游最大的需求来自于餐饮行业，销售渠道85%以上集中于B端，小吃快餐店、连锁餐饮店、主打外卖的餐饮店、团餐等是预制菜应用的主要场景。

上述报告提到，第三方机构估计全国70%的外卖商家使用料理包，连锁餐饮店使用预制菜也已是行业内公开的秘密，其中乡村基、真功夫、吉野家、西贝等连锁餐饮企业预制菜占比高达80%以上。“餐饮连锁背后都是中央厨房在支

撑，即在中央厨房/工厂里把菜做好，再以料理包的形式配送到各大门店。”

正在冲刺A股“中式连锁快餐第一股”的老娘舅也是如此。据招股书，老娘舅根据不同餐品烹饪制作的难易程度、时间长度以及食材保鲜度，采取“预备预制”与“现场制作”相结合等制作供应方式。

招股书显示，老娘舅采取自主生产为主，委外加工生产为辅的生产加工模式，一方面建立标准化中央厨房，为公司旗下的所有直营店、加盟店供应标准化的食材；另一方面委托加工厂商承担梅干菜烧肉、茶树菇老鸭、鱼香肉丝等技术稳定、品质易控预制菜的加工任务。

在前述报告中，另一头部中式连锁快餐企业乡村基也被指使用了预制菜，且预制菜占比高达90%。值得一提的是，在乡村基招股书中，该公司曾称“致力为顾客提供现炒现制、源自品质食材的美食”。

9月5日，记者致电乡村基官方客服，相关工作人员称乡村基应该是没有预制菜的，但具体情况其并不清楚。

此外，记者注意到，在电商平台上，也有不少预制菜商家公示了自己的一些客户以及合作伙伴，除吉野家、李先生、永和豆浆、如意馄饨、吉祥馄饨等常见的连锁快餐店外，还包括三米粥铺、费大厨、遇见小面等网红餐厅。

是不是预制菜，消费者有权知道吗？

餐饮店之所以爱用预制菜，是因为预制菜可以有效减少食材成本、人工成本和后厨面积，帮助其提升利润率水平。上述报告举例，在某外卖平台上，一份售价17.5元的卤肉饭，商家在使用预制菜前的净利润为0.5元，使用后的净利润则能达到3元。

但消费者能接受吗？

“我主要看重菜品的品质，对餐厅是否使用预制菜并不太介意。”武汉一90后消费者表示。

不过，也有消费者称，除非是赶时间，否则接受不了餐厅使用预制菜，“预制菜给我的感觉还是没有现做的新鲜、健康。”

在社交媒体上，也有网友表示，“预制菜真的不如现炒出来的菜，缺了锅气”“下馆子不就不是冲厨子去的嘛”。

还有消费者建议，“用预制菜可以，那就别把广告做得好像是新鲜现做的样子，也把菜品价格调整到预制菜的价格”“希望餐厅能标注出来哪些菜是预制菜，吃不吃让我们自己选择”。

事实上，几乎没有餐厅会主动告诉消费者，自己使用的是预制菜。“我之前点过一份外卖，配送距离并不算近，也是订餐高峰，但很快就送到了。我怀疑他们用的是料理包，就打电话询问商家，不过餐厅坚称是现做的。”北京消费者李女士表示。

不过，也有部分餐厅会在消费者询问时告知所点菜品是否预制菜。

值得一提的是，在中国消费者协会近期发布的《2022年上半年全国消协组织受理投诉热点分析》中，预制菜就曾被告名，称“预制菜菜品

标识不详细，外卖、堂食中使用预制菜未告知，消费者知情权、选择权受到损害”。

“根据《消费者权益保护法》规定，消费者对购买、使用的商品或者接受的服务享有知情权、选择权，有权知悉商品或服务的相关信息、真实情况，有权选择商品或服务的种类，有权决定是否接受该种类的商品或服务。餐厅使用预制菜需要告知消费者，若未告知的，则侵犯消费者的知情权、选择权，涉嫌消费欺诈。”律师雷家茂表示。

雷家茂称，若经营者构成欺诈的，即便预制菜符合相关食品卫生标准，仍可依据《消费者权益保护法》向经营者主张三倍赔偿，若三倍赔偿不足五百元的为五百元，即“退一赔三，最低赔五百”。

2021年中国跑腿经济市场规模达131亿元，近四成消费者系忘带东西

你我的忘性 旺了腿替

近日发布的《2022年中国跑腿经济市场洞察报告》显示，跑腿经济市场预计2025年规模将超600亿元，在现有的消费者中有四成由于忘带物品找过跑腿取送，省时、省力是他们使用跑腿服务的重要原因。你叫过跑腿吗？

9月2日，艾媒咨询发布《2022年中国跑腿经济市场洞察报告》，2021年中国跑腿经济市场规模达131亿元，预计2025年市场规模将达664亿元。当下，81.9%的消费者对于跑腿服务较为熟悉；33.7%的消费者经常使用跑腿服务，并打算继续使用。

调研数据显示，38.4%的消费者由于忘带物品使用跑腿取送；37.3%消费者使用跑腿买东西；此外，帮排队(26.7%)、送文件(19.2%)等需求也逐渐增多。

生活工作中的“急、忙、忘”为跑腿

服务的典型需求场景，临时急用、节约时间、出门忘带以及有同城送礼物、帮办事等个性化需求时，皆可通过跑腿服务满足，折射出来的是消费者在快节奏生活工作中对省时、省力的根本诉求。

此外，受送礼物需求影响，跑腿经济具有典型的节日性特征，七夕节、中秋节、春节等节日均为跑腿经济的高峰期。

调研数据显示，消费者使用跑腿取送过的物品占比第一是饮品，其次是食品，生鲜品类排名第三。

餐饮生鲜目前仍是跑腿服务取送的主流品类，主要包括个人取送和个体经营者发货需求。

同时，公司物品、个人物品、鲜花蛋糕、宠物用品等占比也在上升，跑腿服务取送的物品逐渐多元化。 华商

产油国稳价意图明显 国际油价 下跌阻力增大

据新华社电 随着近几周国际油价显著回落，石油输出国组织(欧佩克)与非欧佩克产油国5日决定10月小幅减产，将月度产量日均下调10万桶。分析人士认为，虽然减产规模不大，但产油国释放了明确的维持油价稳定意图，国际油价进一步下跌的阻力增大。

欧佩克5日发布公告说，当日举行的欧佩克与非欧佩克产油国部长级会议注意到当前市场波动和流动性下降的负面影响，以及支持市场稳定和运转效率的需要，因而要求对市场条件做出持续评估并准备好根据需求以不同方式对生产做出快速调整。

瑞银集团6日表示，尽管日均10万桶的减产量与全球1亿桶的日均需求相比微不足道，但这一决定传递的信息是欧佩克与非欧佩克产油国将捍卫油价。

欧佩克与非欧佩克产油国所释放的稳油价意图显示，油价继续显著下跌或将面临阻力。

创业板指昨低开高走涨逾1% 半导体板块活跃

昨日，创业板指低开高走。截至收盘，上证指数涨0.09%，报3246.29点。深证成指涨0.42%，报11849.08点。创业板指涨1.19%，报2570.80点。

半导体板块活跃，大港股份、嘉欣丝绸、万业企业等涨停，安集科技、国芯科技等多股涨超10%。电力、节能设备股午后大涨，上海电力、西子洁能、华光环能、华西能源封板，龙源技术涨超17%。

截至收盘，沪深两市所有交易个股涨跌比为2304:2435，两市涨停67家，跌停12家。

北向资金方面，北向资金全天净流出超7亿元，其中沪股通流入超1亿元，深股通流出超9亿元。

东吴证券则称，目前市场进入企稳反弹阶段，板块之间首先进入了放量普涨反弹，新一轮主线板块行情暂时还未明确出现，市场人气回升较为明显。 综合

本版股评文章作者联合声明：在知情的范围内，本机构、本人以及财产上的利害关系人与所评价的证券没有利害关系。股评仅供参考，投资风险自担。