

在资本加持下,预制菜正在占领外卖和堂食 点餐是否应提前告知?

在资本的加持下,预制菜越来越火了。

预制菜正占领外卖和堂食

当你点外卖或堂食的时候,有没有这样的疑惑,前脚刚点完餐,外卖很快就送到或者服务员很快就端上菜来,速度快得超出预期。

为什么能这么快?因为你吃的是预制菜,而非现做的菜肴。

预制菜简化了繁琐的买菜、洗菜、切菜、烹制步骤,撕开包装加热一下就能吃。如此简单省事,可以有效节省人力成本、压缩出餐时间,正好契合了餐饮企业降本增效的需求,所以预制菜遍地开花,正在占领外卖和堂食。

有研究报告显示,目前中国预制菜市场B端与C端比例大概为8:2,餐馆等商家仍旧占预制菜的消费大头。另一个广泛应用预制菜的场景就是外卖。也就是说,80%的预制菜最终还是要从堂食和外卖流入消费者口中。

预制菜真的香吗?

预制菜市场火爆,有机构分

析,2021年中国预制菜市场规模超过3000亿元,预计2022年至2026年预制菜行业的增速在20%至30%左右,未来3年至5年,中国预制菜行业发展有望成为下一片万亿元餐饮市场。

这么火的预制菜,吃起来真的香吗?

今年2月,江苏省消保委发布了《预制菜消费调查报告》,指出目前预制菜市场存在菜品质量不尽如人意、菜品口味有待提升、菜品标识不详细、菜品种类单一、物流配送及提货问题多等方面问题,62.32%的消费者表示“预制菜品口味一般”,3.32%的消费者觉得“预制菜口味较差、不好吃”。

尽管口味不尽如人意,但凭借方便快捷的优势,预制菜在商家端是越来越吃香。有企业就公开表示,菜品实现了95%的预制化,看起来很高档的黑松露河虾仁、松鼠鳜鱼这些菜品,并不是门店大厨精心烹饪的,也是只需要经过简单加热的预制菜。

有业内人士表示,平时我们去餐厅其实也很少能吃到现做的菜,

大约60%都是急冻预制菜,尤其是在一些小有规模的连锁店和家常菜饭馆中。

不少网友也在社交媒体上分享自己的感受:“预制菜彻底摧毁了我吃外卖的动力,也包括一些堂食!”“在极致追求降本增效的餐饮行业,预制菜摇旗占领外卖,占领堂食,消费者、普通小餐馆被裹挟着连拒绝的余地都没有。当标准带走野趣,也只剩下统一的味蕾在哭泣了。”

点餐是否应提前告知是预制菜?

预制菜占领外卖和堂食,但有一个问题是,很多消费者不知道自己吃的是预制菜,而往往默认为是“新鲜现炒”。

不少消费者表示,去饭店吃饭,吃的就是厨师手艺。现在厨师手艺可能没有了,变成预制菜了。有消费者对中新财经表示:“如果在饭店吃饭,我要是知道是预制菜,可能就不吃了,把那黏糊糊的东西弄出来给我吃,可能还是一个月之前做好的,我可能就真的不会吃了。但是如果没告诉我,我可能

就吃了。”

“到了餐厅吃的是预制菜,就像在店里吃外卖,口味一定不会好。我是图你家热菜更快?还是图你赚我三倍差价?”

是否需要建立预制菜提前告知制度?中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江对中新财经表示,鉴于预制菜可能存在更多的食品安全风险,可以考虑建立预制菜提前告知制度。《消费者权益保护法》规定,消费者享有知悉商品和服务真实情况的权利。经营者也应该把商品的真实情况和相关信息真实全面准确地告知消费者。

陈音江认为,菜品是不是现场做、是否足够新鲜,消费者享有知情权。如果消费者本来不想吃预制菜,因为经营者没有告知,在不知情的情况下吃了,实际上就违背了消费者真实的意愿,就涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权。随着预制菜大规模上市,未来需要进一步规范。

来源:中国新闻网

海外人士期待消博会添共享机遇

新华社北京7月28日电 第二届中国国际消费品博览会日前在海南海口开幕,将为各国扩大贸易、加强合作、促进发展提供重要平台。海外人士认为,中国成功举办消博会,有助于在新冠疫情阴霾下带动全球消费品贸易增长,促进全球经济复苏,提振市场信心,让世界各国企业共享中国市场机遇。

作为今年消博会的主宾国,法国今年参展企业近50家,参展品牌近250个,成为除中国外参展品牌最多的国家。

欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞说,2021年,中国成为法国美妆第一大出口国,集团将位于上海的中国区总部升级为北亚区总部以及全球三大美妆科技中心之一。消博会的举办是中国市场进一步开放的信号,这一平台将进一步释放中国市场消费潜力,对促进消费意义重大。

作为消博会、进博会等中国展会的“常客”,澳大利亚天然生物科技有限公司今年再度携产品亮相消博会。公司董事长潘邦昭告诉记者,消博会是各国企业贴近中国市场的好机会,伴随中国各项促消费政策陆续落实,中国消费市场回暖趋势让人期待。公司期待通过消博会这个大平台,让更多消费者和潜在商业伙伴体验公司产品。

金塞尔酒庄是一家生产杜松子酒和威士忌酒的爱尔兰公司,今年



第二届中国国际消费品博览会在海南举办。新华社发

是该公司第二次参加消博会。酒厂联合创始人欧内斯特·康蒂永说,参加消博会是公司寻找潜在客户的最佳途径之一。酒厂已在中国市场开拓4年,中国市场潜在回报大。

栢特薇(亚洲)有限公司旗下一个化妆品品牌也是第二次参加消博会。该公司品牌及业务拓展总监何宝芳说:“中国有足够大的市场,足够多样化的需求,而且这个市场足够开放,能以包容的态度接受新品牌和新产品。”

阿根廷中国问题专家、国家参议院顾问卢卡斯·瓜尔达表示,消博会是各国企业展示具有高附加值商品的舞台,许多全球知名品牌和企业都在瞄准中国巨大的市场和庞大的消费群体。

消博会在为全球企业拥抱中国市场提供机遇的同时,也为中国产

品进入国际市场拓宽通道。英国董事协会伦敦金融城分会主席约翰·麦克利恩指出,消博会创造展示产品的机会,将推动消费需求,开辟新供应渠道。通过这个平台,中国高质量产品对全球消费者的吸引力将进一步增强,刺激海外需求。

连续两年参加消博会的高培健康食品有限公司新西兰市场营销经理苏睿慧说,随着中国加速建设海南自贸港,消博会展现出更加开放和进取的姿态,中国营商环境更加友好,新西兰企业将从中获益良多。

谈及消博会对推动海南自贸港建设的积极作用,菲律宾智库亚洲太平洋协进基金会国际关系研究员卢西奥·皮特洛说,海南可以利用自身自然资源、地理位置等优势,成为新的增长和发展中心,自贸港的优惠政策将帮助海南吸引更多投资。

《香港志》首册 英文版出版

新华社香港7月27日电 《香港志》首册英文版出版典礼27日在香港礼宾府举行。

《香港志》记述了香港上至公元前5000年新石器时代先民活动,下至2017年7月1日香港回归祖国20周年间的历史,预计于2027年完成首轮编纂工作,整套英文版则预计于2032年出版。

香港特别行政区行政长官李家超出席典礼并发表主题演讲。李家超说,《香港志》首册英文版的推出是向世界讲述香港成功故事的新契机。读者从书中不仅可以了解香港和国家的历史,更可以看到香港未来的机遇。他将和其团队一起,讲好香港故事,同为香港开新篇。

外交部驻香港特别行政区特派员公署特派员刘光源在典礼上表示,《香港志》记录了香港这座魅力之都融汇古今、贯通中外的独特风采,更记录了“一国两制”在香港的丰富实践。事实证明,“一国两制”具有强大生命力,是保持香港长期繁荣稳定的最佳制度。

这次出版的《总述·大事记》,是《香港志》英文版的首册,也是香港历史的总述,记录了6500多条大事。

据了解,《香港志》全套共54册约2500万字,涵盖自然、政治、经济、社会、文化、人物、附录、专题等十大类别。