

# 預製菜的營運 知識證書

## 單元(一)

預製菜簡介, 發展及具備的優勢

# 導師：黃幹發 (Fred Wong)

僱員再培訓局及技能提升課程導師

保監局註冊保險CPD導師

職業培訓師 (City & Guild)

Tradelink & MYOB授權導師

工商管理管理學學士 & 中國法律法學士

認可調解員 & 高級身心語言執行師

進出口業資歷架構委員會委員

香港保險代理商登記編號：ID7833

Email : [fredsir2022@gmail.com](mailto:fredsir2022@gmail.com)

Website : [www.insurancecpd-hk.net](http://www.insurancecpd-hk.net)

導師網站 : [www.fredsir.com](http://www.fredsir.com)

Whatsapp & Wechat : **61510328**



Fred Wong 黃幹發

中国香港 油尖旺区



扫一扫上面的二维码图案，加我微信

請掃描二維碼加我為朋友

# 大陸西貝餐廳被揭用預製菜



# 中國立法限制預製菜



- **2024年3月21日**，**國家市場監督管理總局**發佈了《**關於加強預製菜食品安全監管促進產業高品質發展的通知**》，並從**標準體系建設**、**食品安全監管**和**推進產業高品質發展**等方面作出要求。
- **預製菜也稱預製菜肴**，是以**一種或多種食用農產品及其製品為原料**，**使用或不使用調味料等輔料**，**不添加防腐劑**，經**工業化預加工**（如**攪拌、醃制、滾揉、成型、炒、炸、烤、煮、蒸**等）製成，**配以或不配以調味料包**，符合**產品標籤標明的貯存、運輸及銷售條件**，**加熱或熟制後**方可食用的**預包裝菜肴**。

預製菜食品：加工程度不斷深化

	即配食品	即烹食品	即熱食品	即食食品
特徵	經過清洗, 分割等初步加工形成的肉塊, 淨菜等, 但仍需自行烹飪和調味	經過一定程度加工, 按份分裝, 但食用前需入鍋加工	僅需加熱即可食用	開袋即食
產品	-- 超市現切的肉類 -- 菌類湯包	-- 手工雞柳 -- 研製牛排	-- 速凍水餃 -- 方便面 -- 自熱火鍋/米飯	-- 罐頭 -- 泡椒鳳爪 -- 滷味食品
企業	-- 國聯水產 -- 美菜網 -- 蜀海供應鏈	-- 安井食品 -- 正大食品 -- 味之香	-- 康師傅 -- 頤海國際	-- 梅林午餐肉 -- 絕味鴨脖 -- 煌上煌

預制食材

添加輔料及調味品

預制半成品

預制成品



新鲜程度要求越来越高，配送储存难度越来越大

# 預製菜定義

- •是加熱或熟制後方可食用的預包裝菜肴
- •**不包括主食類食品，如速凍面米食品、方便食品、盒飯、蓋澆飯、饅頭、糕點、肉夾饃、麵包、漢堡、三明治、披薩等等。**
- •不添加防腐劑
- •2023年中國預製菜市場規模為5165億元，同比增長23.1%，預計到2026年有望超過10720億元。

# 香港預製菜

## 批發



歡迎聯絡我們查詢



金湯花膠雞絲翅



川色麻婆豆腐



柱竹羊腩煲

# 預製菜的烹飪方法

- **加熱方法**：將預製菜放入微波爐中，根據指示時間加熱即可。
- **煮法**：將預製菜放入一個鍋中，加入足夠的水，然後用中火加熱至煮沸。一旦開始煮沸，轉至小火繼續煮幾分鐘，直到預製菜熱透並變軟。
- **蒸法**：將預製菜放入蒸籠或蒸鍋中，加熱水，然後用中火蒸煮幾分鐘，直到它們熱透。這種方法可以保持食材的營養價值和口感。



# 現時預製菜的發展

香港餐飲業將面臨重大難關?

SUN CHANNEL

按下 ⚙️ 然後 ▶️ 可調較播放速度

想講一下盤菜 話說過時過節很多朋友

多謝支持文化推廣工作  
Scan the Payme Code to support us

# 預製菜的發展歷程

- 預製菜概念最早可以追溯到上世紀**40**年代美國提出的**3R**餐飲概念，即“即時烹飪” “即時加熱”以及“即時食用”。
- 那時，**食品工業的進步讓食材供應鏈和保鮮技術逐步完善**，加上戰後經濟大繁榮帶動餐飲業大發展，使得**3R**餐飲成為可能。

- 那時快速興起的各式速食店，將食品的預加工工序委託給上游或中游企業統一負責，而餐館只需要將加工好的半成品進行最後的烹飪即可上桌。
- **優勢**就是消費者不需要等候太長時間就能享用，縮短了就餐時間，也統一了餐館各分店菜品的口味。
- **中國預製菜的發展可追溯至2005年**，隨著經濟快速發展和產業結構變遷，改變了家庭勞動力結構，女性就業人員不斷增加，這客觀上縮短了在家烹飪時間。
- **2020年初受到疫情影響**，全民居家隔離背景下，預製餐食需求持續加快發展，推動中國預製餐進入**快速成長階段**，餐飲企業接單由線下變為**線上+線下**，這就要求他們的一些菜品必須預製。同時，預製菜也是最符合餐飲規模化、資本化的模式。

- **3R**食品的熱銷逐步將工薪階層從繁重的廚房勞動中解放出來。這股風氣很快吹到了日本，日本企業紛紛跟進推出各種速食產品。
- 我們今日熟知的速食麵、速凍食品，其實都是**3R**概念下的產物

## **3R 食品：**

- Ready to Eat
- (即食)
- Ready to Heat
- (即熱)
- Ready to Cook
- (即煮)



# 預製菜分類及相關產業鏈

按照食用方便性（簡稱3R食品）分類

3R 食品即

- Ready to Eat (即食)
- 開封后可直接食用的調理製品，可為最方便快捷，如即食泡椒鳳爪、雞腿和罐頭等。

照片來自網路

即食食品



开包即食



# 預製菜分類及相關產業鏈

按照食用方便性（簡稱3R食品）分類

3R 食品即

- Ready to Heat (即熱)
- 即熱食品：只需加熱即可食用的食品，如近年來非常流行的速凍快手菜，包含小龍蝦、魚香肉絲、羅宋湯等等。

即热食品



加热即食



照片來自網路

# 預製菜分類及相關產業鏈

按照食用方便性（簡稱3R食品）分類

## 3R 食品即

- Ready to Cook (即烹飪) 的食品
- 經過一定程度烹飪後才可以食用的半成品材料，較前兩者相對複雜，但味道口感卻有一定提升。

即烹食品



熟料加热调味



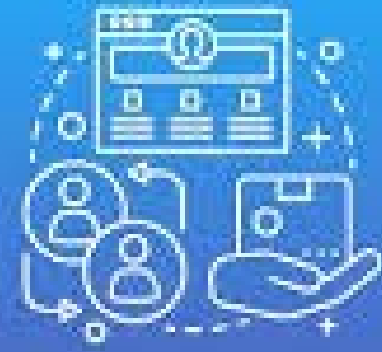
照片來自網路



B2B



B2C



B2B2C

B2B = Business to Business

B2C = Business to Consumer

B2B2C = Business to Business/Consumer

# 預製菜出海潮



- 在被C端\*消費者熟知之前，當時預製菜僅僅被B端\*業者所知曉，並作為行業內的切配和輔助環節，C端消費者對於預製菜的熟知度並不高，也鮮少有消費者直接購買預製菜。
- \*C端B端分別代表消費者端和商業端，C端指的是直接面向消費者的市場，也就是一般消費者購買和使用產品或服務的領域。**B端則指的是商業客戶的市場，也就是企業之間進行交易與合作的領域。**在C端市場中，企業的目標是滿足消費者的需求，提供具吸引力的產品和服務，C端市場的特徵是消費者需求多樣化，市場競爭激烈。在B端市場中，企業的目標是為其他企業提供產品和服務，滿足其商業需求。

- 現在大家生活節奏都忙碌，就連就餐都是碎片化的時間，有些人則不太善於烹飪，如果一直叫外賣也不是很安全。
- 預製菜也是滿足了此類消費者的需求。當然不僅僅是C端，一些B端餐飲業者、酒店業者等也都是預製菜的購買方，他們需要再次加工食品，對於預製菜的要求會更高。

- 產業鏈一般用在公司外，行業內甚至跨行業的範圍內，公司的上游供應商，下游的客戶，一起形成了一個大規模的，互相分工並且共同致力於某種產品的公司群體，就是一個產業鏈。
- 預製菜行業的主要參與者可以大致分為五種類型：
- 專業預製菜企業、
- 上游農牧水產類企業、
- 傳統速凍食品企業、
- 餐飲企業和
- 零售企業。

- 伴隨冷鏈物流基礎完善，餐飲業發展和消費者市場教育成熟，預製菜在B、C端需求迎來快速增長期。
- 從C端看，家庭小型化趨勢、工作時長增加以及疫情防控措施等因素催化預製菜行業的加速發展。



# 上游

原料供應

豬, 牛, 羊, 雞, 鴨

初加工業

米面糧油加工業

調味加工業

其它工業

食品與包裝工業

## 中游

### 预制菜生产企业

零售企业

餐饮企业

物流企业

生产加工企业

专业预制菜企业

外卖行业

传统速冻食品企业

### 即时配品

- 净肉
- 净蔬菜

### 即烹食品

- 火锅料
- 速冻米线
- 菜肴半成品

### 即热食品

- 料理包
- 方便食品

### 即食食品

- 罐头

# 下游

**B端 85%**

**C端 15%**

團餐, 採購規模大, 注意食品安全

大月B餐飲, 定制化, 頭部企業全預製

中小B餐飲, 分散. 迴頻量小, 標準化

外賣, 配送時效要求高, 滲透率達 70%

線下

商超, 便利店, 農超市

線上

新零售, 電商

- 而從下游的B端餐飲企業角度看，連鎖化率提升後餐廳對於菜品的標準化提出更高要求，同時在各類成本壓力和疫情打擊下，降本增效已成為大勢所趨。B端餐飲企業希望通過預製菜縮減餐飲人力成本，實現出品速度快、標準化、去廚師化功效，提升整體盈利水準。



# 按照加工程度分類

- 預製菜按照加工程度，可分為三分類
- 淨菜（特級淨菜、一級淨菜、二級淨菜、三級淨菜）
- 淨菜是將新採摘的蔬菜/ 食材去掉不可食用的部分，進行切分、洗滌、消毒等加工操作，在無菌環境中，真空包裝而製成的一種產品。根據堅實度、清潔度、大小、重量、顏色、形狀、成熟度、新鮮度，以及病蟲感染和機械損傷等各方面對蔬菜進行分級。

# 按照加工程度分類

- 預製菜按照加工程度，可分為
  - 半成品菜/ 食材是需要加熱或烹飪的產品
  - 成品菜/ 食材是即食類產品
- 此外，預製菜按照生熟程度可分為生制預製菜、熟制預製菜；按照保存方法可分為常溫預製菜、冷藏預製菜、速凍預製菜。



# 按照加工程度分類

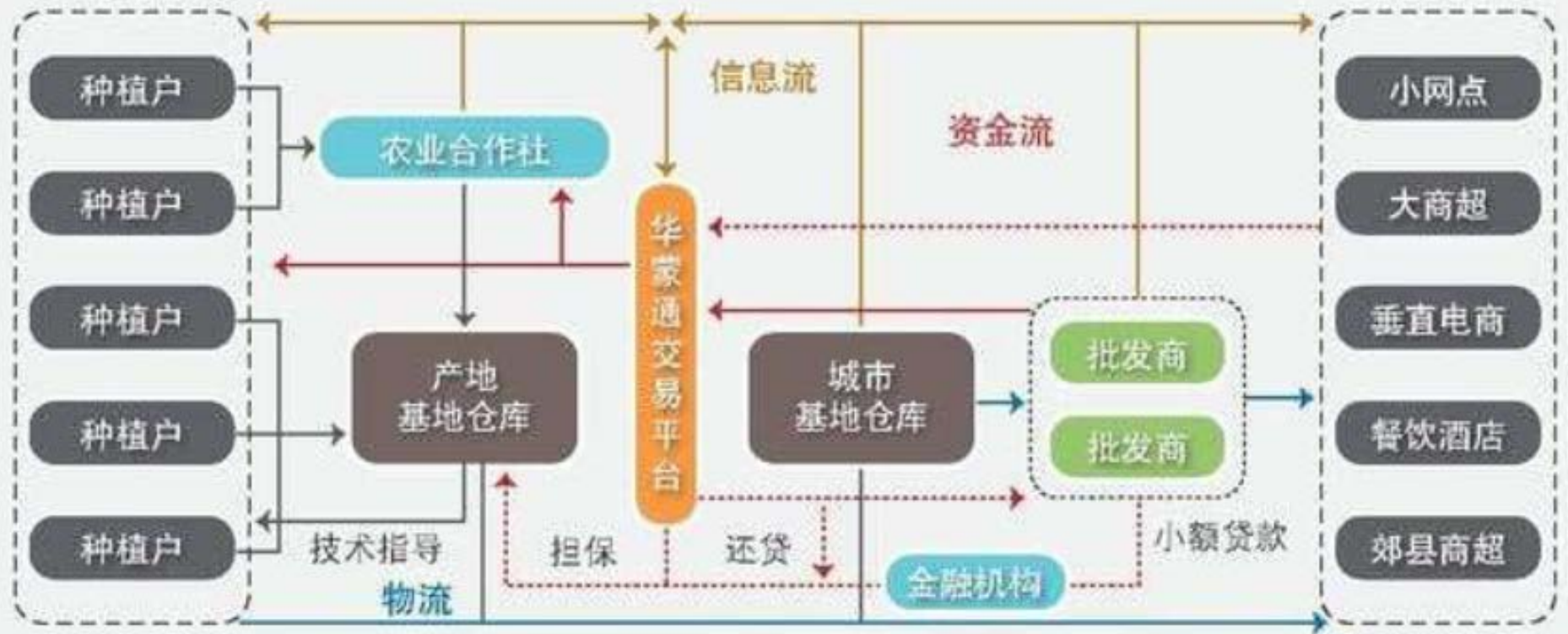
- 具體加工過程從**食材預製菜**在加工過程中，首先要對一些食品原料進行處理，通過清洗切好之後再加入各種輔料，然後再進行一些攪拌醃製、調味和揉搓，這些預處理之後，再經過加工程序，如經熱處理或非熱處理，然後進行殺菌之後包裝、速凍。這樣就做成了一個預製菜餚食品。
- 具體加工過程從食材挑選，食材清洗、去皮，切菜，恆溫(60~90度)漂燙食材，冷卻、風乾及包裝等，均採用全自動工業化處理。



# 按行業分類

- **1) 以農產品類(植物性)為主要原料**
- 可食用農產品是指在土地上對農作物進行栽培、收穫得到的食物原料，也包括近年發展起來的通過無土栽培得到的產品，如穀類、豆類、薯類等。
- 穀物:如稻米、小麥和玉米，這些作物是主要的能源來源，富含碳水化合物。
- 豆類：如黃豆、紅豆和黑豆，這類產品是優質蛋白質的來源，有助於增強肌肉和抵抗力。

## 農產品供應鏈結構



# 按行業分類

- 2) **以禽畜類(動物性)為主要原料**
- 畜、禽和蜂產品指人工在陸地上飼養、放養各種動物所得到的食品原料，包括畜禽肉類、乳類、蛋類和蜂蜜類產品等。



## 禽畜品供應鏈結構

上游

养殖及屠宰

肉羊养殖

生猪养殖

肉牛养殖

家禽养殖等

中游

肉制品加工

粗加工/屠宰加工

冷鲜肉

冷冻肉

热鲜肉

其它

深加工/精细加工

罐头食品

休闲食品

火腿肠香肠

调味食品

熏腊酱卤食品等

下游

产品贩卖

酒店餐馆

农贸市场

生鲜商超零售



终端消费者

# 按行業分類

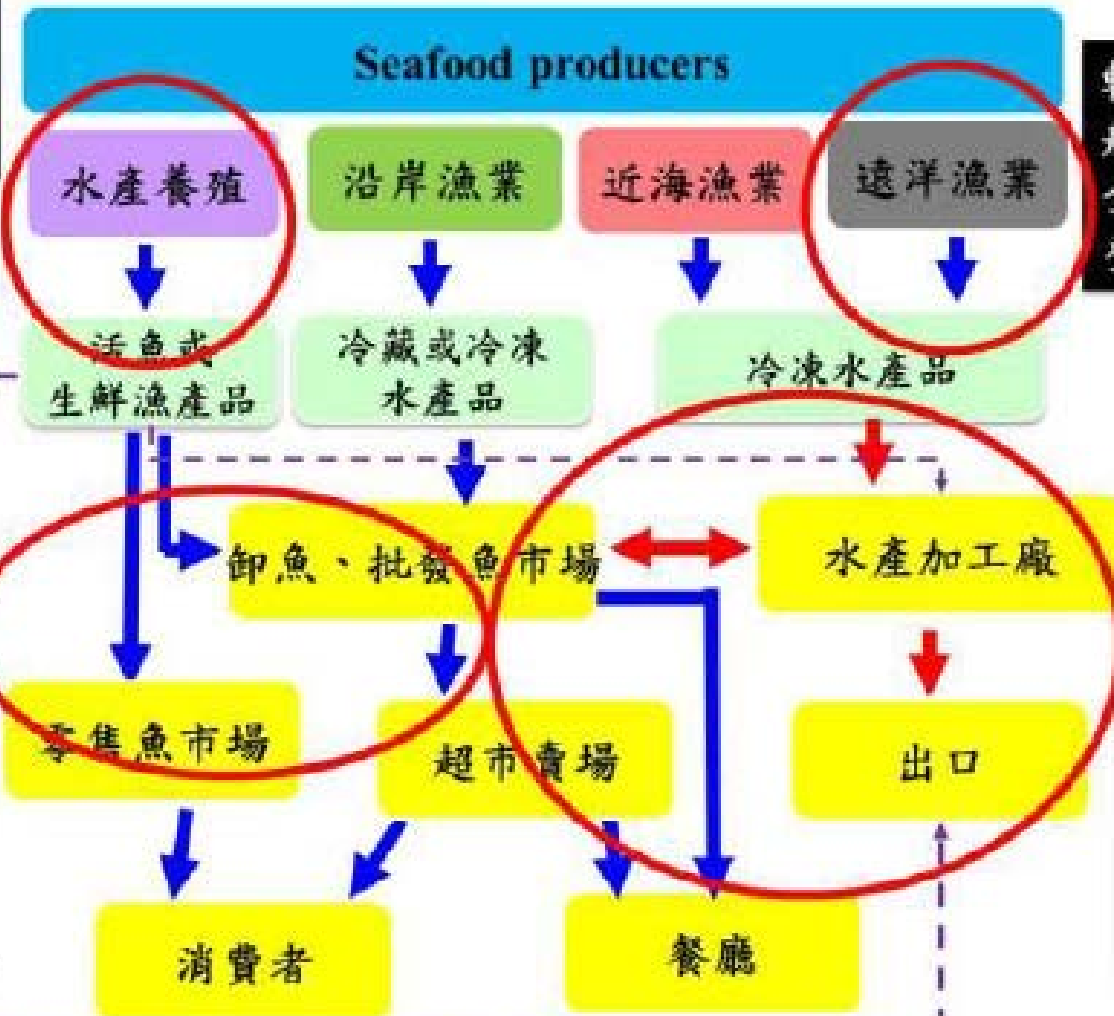
- 3) 以水產品類(動物性)為主要原料
- 水產品指在江、河、湖、海中捕撈的產品和人工水中養殖得到的產品，包括魚、蟹、貝和藻類等。



# 水產品供應鏈結構

推行優良水產養殖場驗證及農產品產銷履歷驗證(GAP)

輸歐盟漁船衛生安全要求及登錄



活魚運輸技術

輸銷歐盟漁獲物魚市場及卸魚廠場衛生管理作業要點

強調冷鏈系統(cold-chain system)及冷凍/加工廠的衛生安全標準(HACCP)

# HACCP

- 食品安全管制系統
- (Hazard Analysis and Critical Control Point)
- 是一種管理食物原料驗收, 加工, 製造, 存放及運送等過程的系統制度, 用於防治食品安全危害, 是目前世界各國普遍認可最佳的食品安全控制方法.

# 按行業分類

- 4) 以果蔬類(植物性)為主要原料
- 如胡蘿蔔、萵苣和馬鈴薯，蔬菜不僅提供豐富的維生素和纖維，還是健康飲食的重要組成部分。
- 如蘋果、香蕉和橙子，各類水果含有豐富的維生素和抗氧化劑，是維持身體健康的佳選。



# FOOD 食材旅程



## 產地契作管理

專業田間管理師進行產地源頭生產控管，確保供應品質安全

## 集貨區

低溫集貨環境，領鮮從此開始

## 預冷區

冷链的開端，利用真空及壓差預冷，迅速移除蔬果的田間熱

## 催熟區

溫度搭配氣體管理，成熟度整齊劃一，提供即時的完熟美味

## 清洗 / 截切區

低溫環境前處理、清洗、搶先加工，目標產品壽命 D+7，提供新鮮、便利、安心的食材

## 低溫倉儲區

低溫保鮮暫存，調節客戶需求

## 分揀

自動化設備滿足大量出貨需求

## 全島冷链

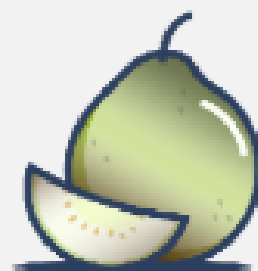
13 大生鮮物流據點，產地到餐桌全程低溫鎖住新鮮

# 高溫是蔬果最大的敵人

田間  
採收



未經  
處理



加速呼吸作用

加速水果老化及腐敗

縮短保鮮期



低溫  
處理



降低呼吸率

減緩老化及養分消耗

延長貯存時間

# 什麼是冷鏈技術？

冷鏈技術

控制溫度以達保鮮效益的供應鏈體系

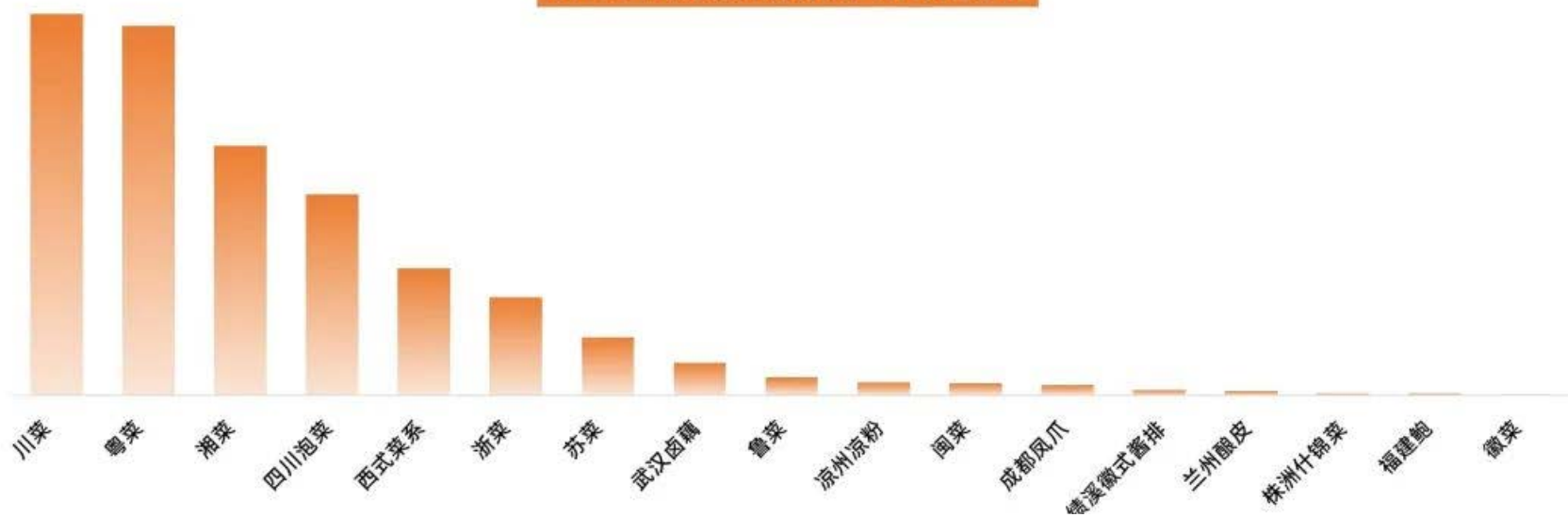


每個步驟都維持「低溫」以保持蔬果良好品質

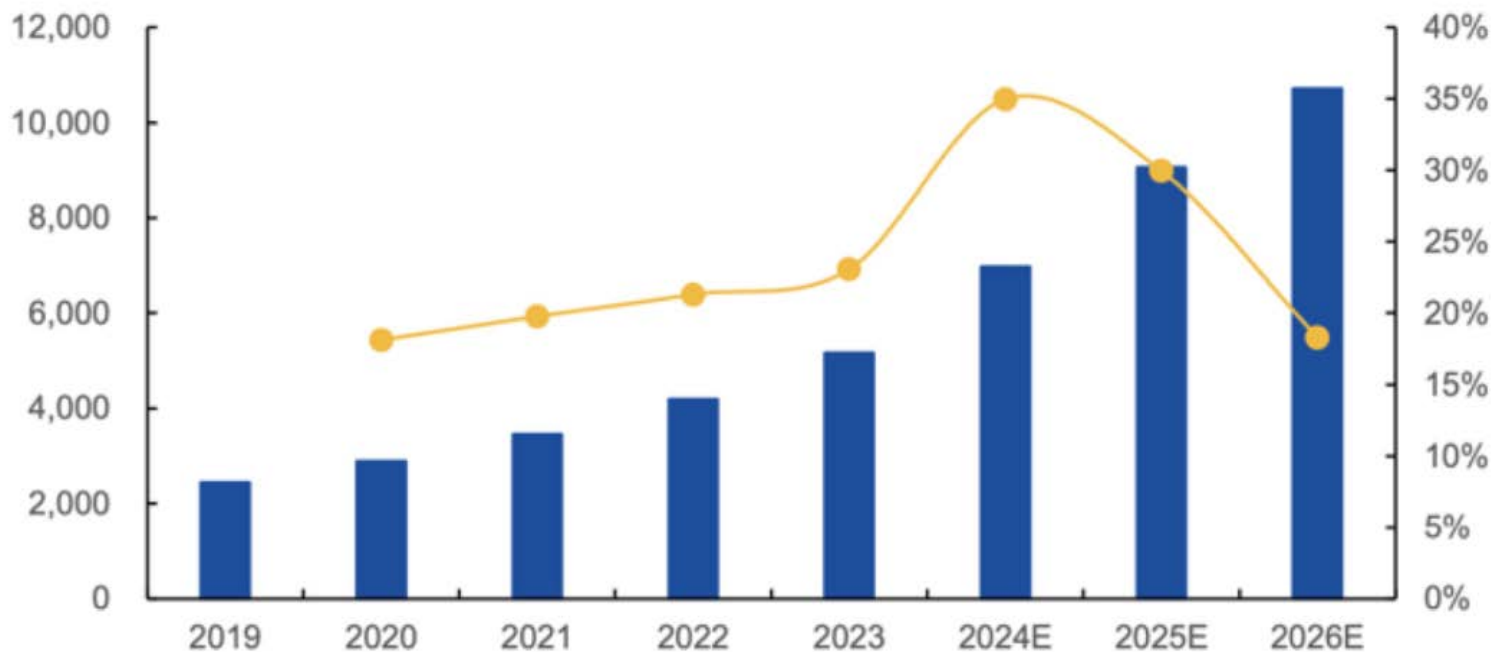
# 預製菜市場的發展情況, 規模及機遇 -- 中國內地

- 《2024預製菜產業基地百強研究》指出，近年來，中國預製菜產業發展迅速，目前已形成青島都市圈、成渝都市圈、廈漳泉都市圈、廣州都市圈、武漢都市圈、鄭州都市圈**6**大預製菜產業基地集聚區。
- 百強榜單中，東部地區憑藉較強的經濟實力和完善的產業體系，預製菜產業基地數量遙遙領先。同時，百強產業基地的產值分佈呈現出金字塔形結構，山東、福建、河南三省規模以上企業數量位列前三。值得注意的是，百強產業基地中擁有萬畝以上園區的基地共有**4**個，其中山東佔據最多。此外，出口**50**個國家以上基地共**7**個，山東佔據**3**個。

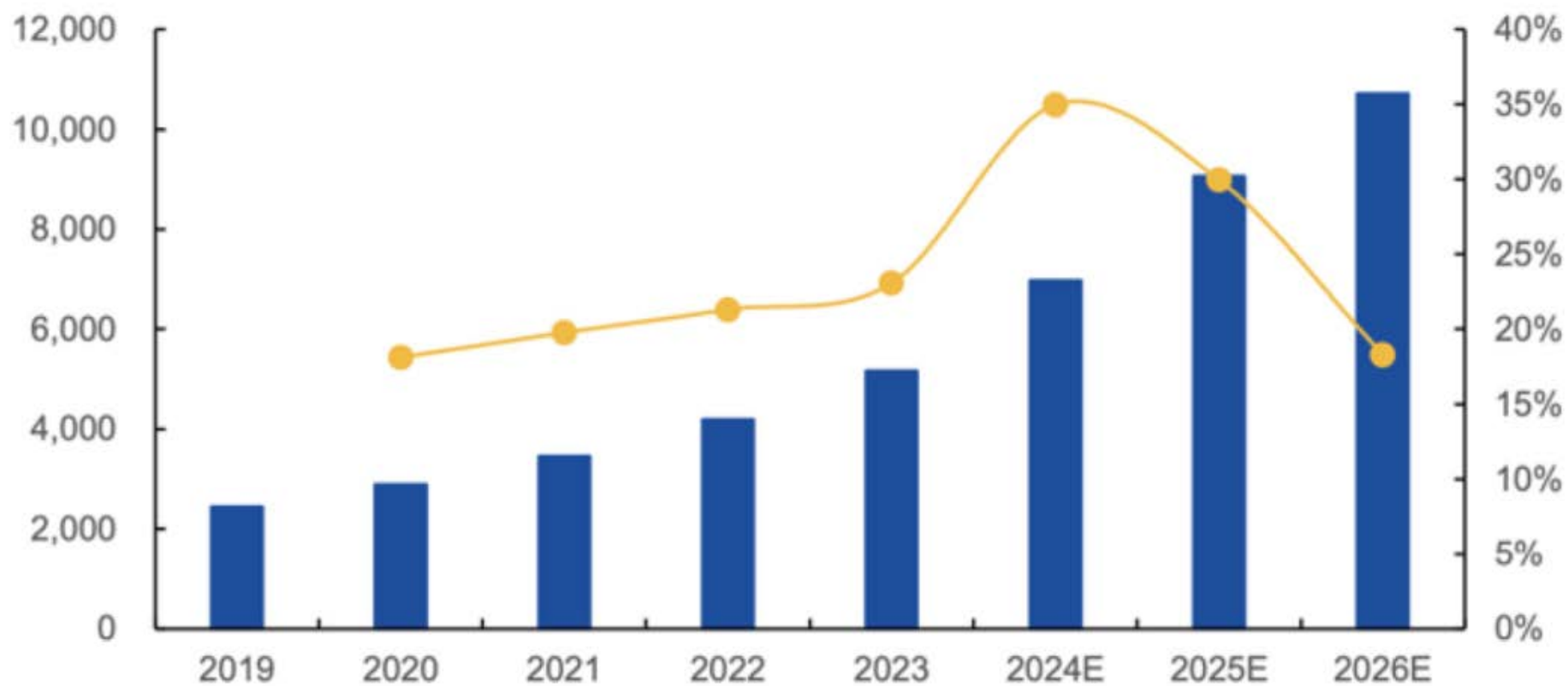
2023年12月预制菜行业特产品类销量分布



■ 预制菜市场规模 (亿元)    ● yoy (%) (右)



■ 预制菜市场规模 (亿元)      ● yoy (% , 右)



# 預製菜市場的發展情況, 規模及 機遇 -- 中國內地

- 預製菜市場規模近年來呈現快速增長，2023年預製菜市場規模已達到**5,165億元**，同比增長**23.1%**。這一趨勢在**2024年**得以延續，預計市場規模將進一步擴大，突破**5,600億元**，到**2026年**或達到萬億級別。
- 天眼查數據顯示，與預製菜相關的企業註冊量逐步增長，當前已經高達**7.19萬家**。

# 預製菜市場的發展情況, 規模及 機遇 -- 中國內地

- 預製菜行業發展機遇
- 技術創新是推動預製菜行業發展的重要動力。預製菜企業紛紛引進智能化、自動化的生產設備，提高生產效率和質量穩定性。同時，預製菜的生產工藝也在不斷創新，例如采用現代化的設備和工藝，使得預製菜的生產更加高效、安全。此外，預製菜企業還注重包裝的創新，追求美觀、實用與環保的完美結合來滿足消費者的不同需求。
- 冷鏈物流的快速發展為預製菜行業提供了有力的支撐。通過冷鏈物流的支持，預製菜企業能夠確保產品在運輸和儲存過程中的新鮮度和安全性。這也進一步推動了預製菜市場的擴張和發展。

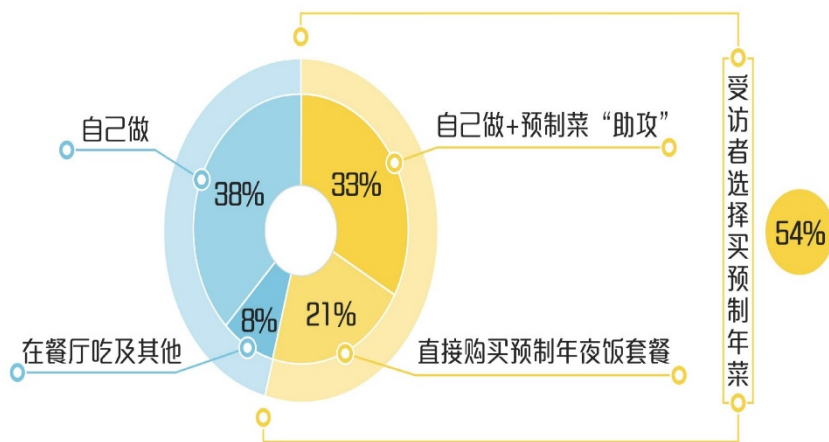
# 預製菜市場的發展情況, 規模及機遇 -- 中國內地

- 預製菜行業發展機遇
- 預製菜行業作為現代餐飲的重要部分，近年來迅猛發展並展現出巨大的市場潛力和發展前景。未來技術創新、產品研發和品牌營銷不斷深入以及**冷鏈物流的快速發展和政府政策支持加強等因素的推動**，**預製菜行業將迎來更加廣闊的發展空間和機遇**。
- 然而，**投資者在投資預製菜行業時也需要關注市場競爭、食品安全和消費者認知偏見等風險因素**，以制定合理的策略和規避風險。

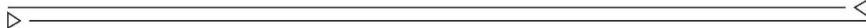
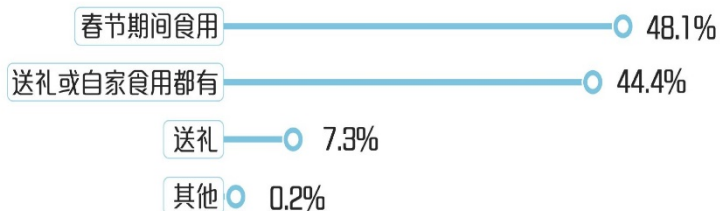
# 超过一半消费者 年夜饭会选择预制菜



## 消费者购买预制年菜比例



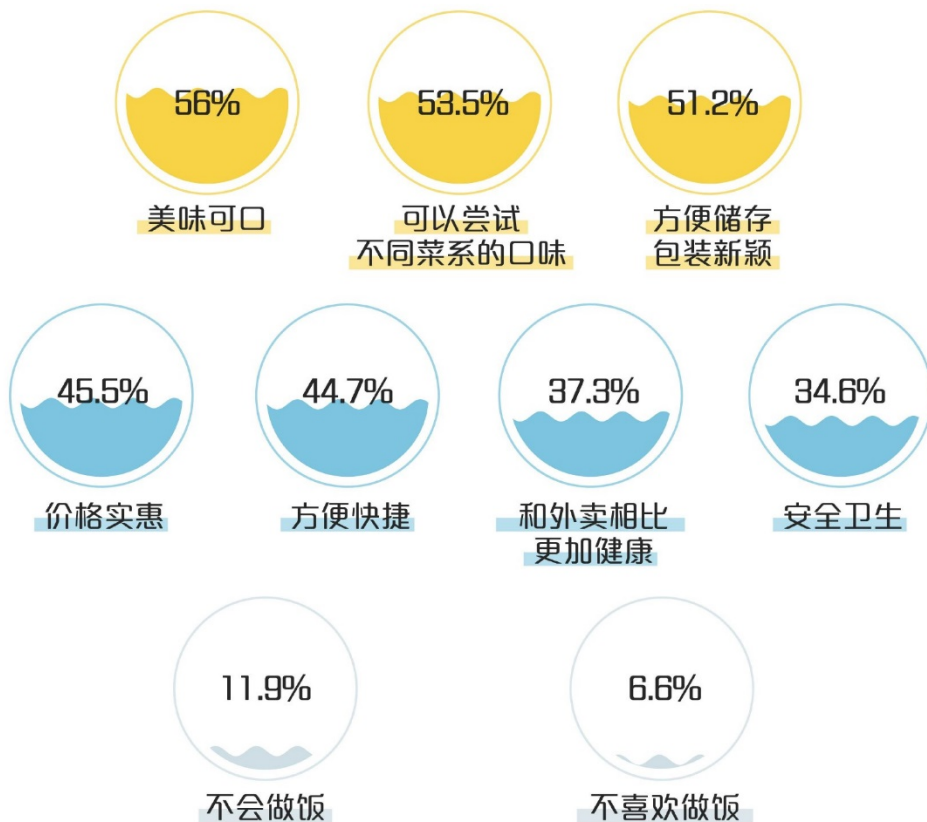
## 消费者购买预制年菜的用途



# 消费者购买预制年菜原因多样 美味方便是关键

新京报 有理数

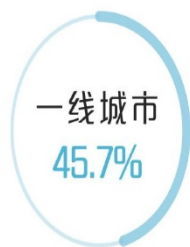
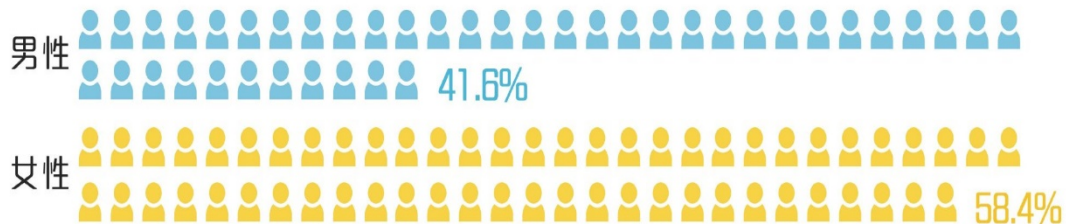
## 春节购买预制菜的原因



# 一二线城市消费者对预制菜需求较高

新京报 有理数

## 购买预制菜群体

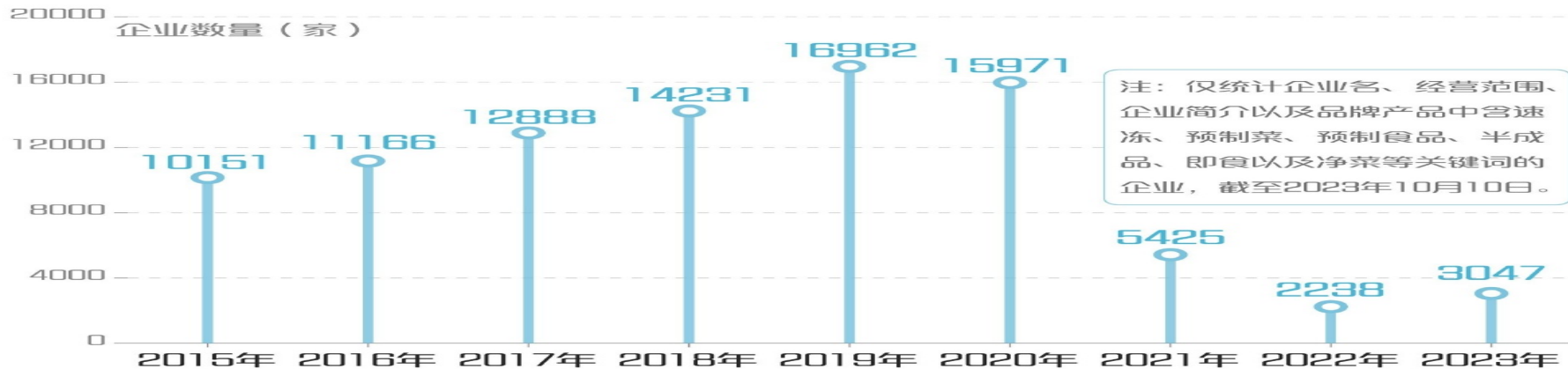


数据来源：艾媒数据中心

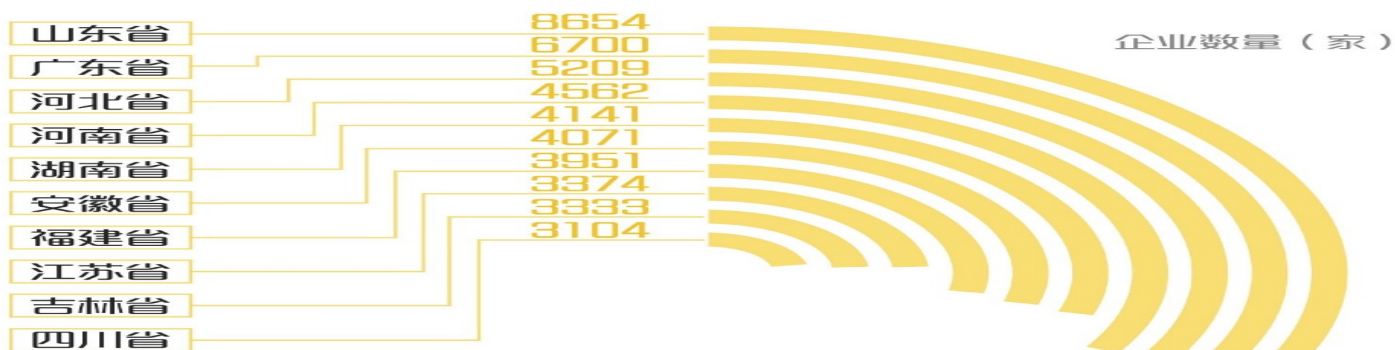
# 山东是我国 预制菜企业数量最多地区

新京报 有理数

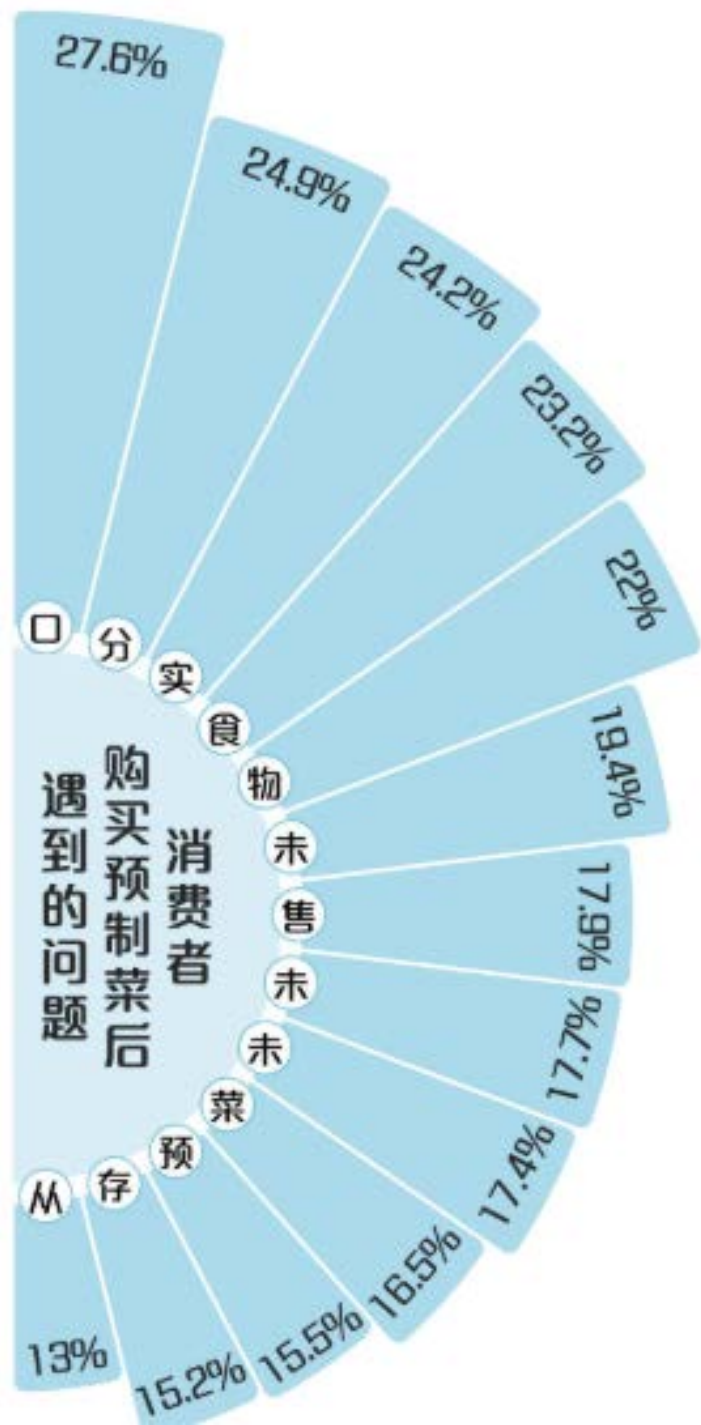
## 2015年-2023年中国预制菜企业成立数量



## 预制菜企业数量TOP10省份



注：截至2022年12月31日



口味一般 27.6%

分量不足，性价比低 24.9%

实物与图片不符 24.2%

食材不新鲜 23.2%

物流慢，配送时间长 22%

未标注其生产日期或保质期 19.4%

售后难，不到位 17.9%

未依据产品特性选择适当的运输方式 17.7%

未标注菜品名称及主要食材 17.4%

菜品变质腐败 16.5%

预制菜内有异物 15.5%

存在过期现象 15.2%

从未遇到过以上问题 13%

价格偏贵，性价比低 42.9%

口味不够好 34.4%

保存条件严苛 33.1%

食品卫生安全问题难以保障 31.4%

套餐固定，可选择品类少，  
菜品不能自由搭配 29.5%

加工流程复杂 26.2%

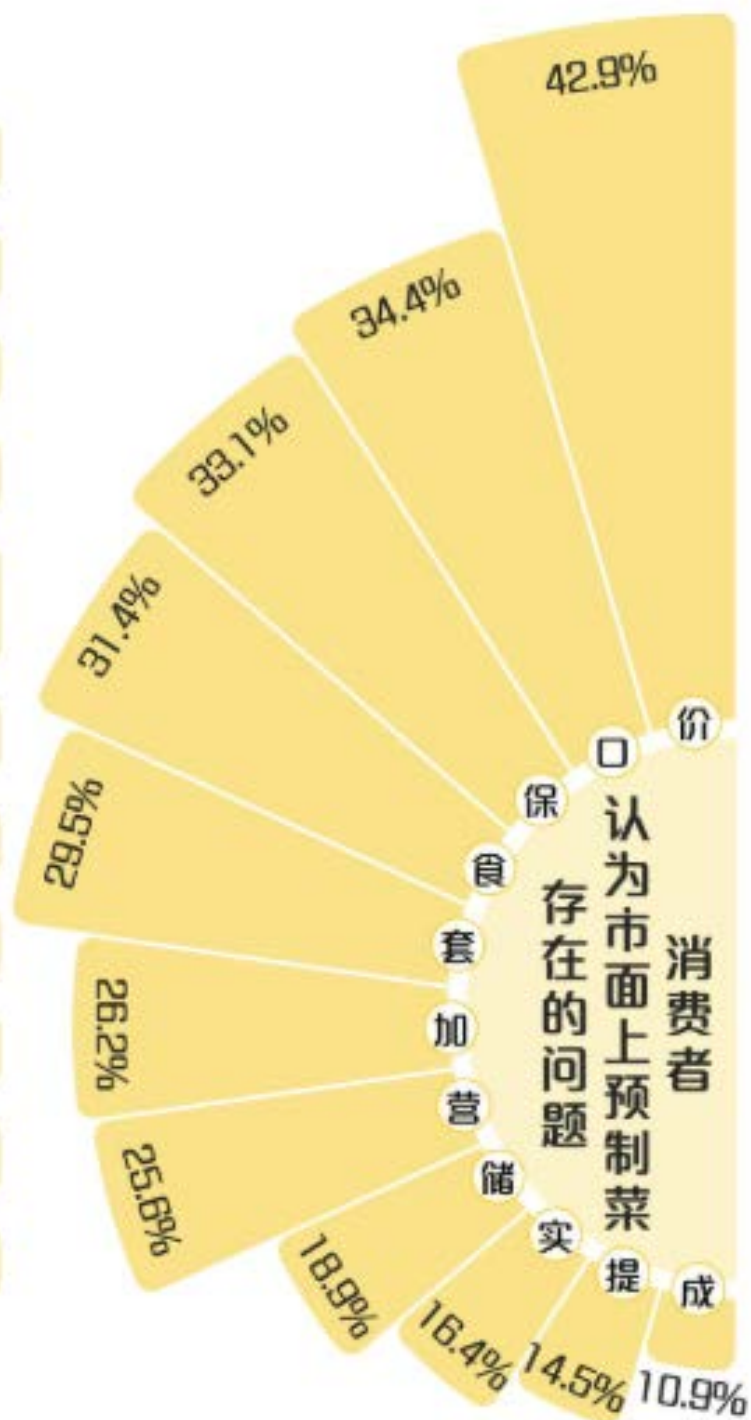
营养搭配不够合理 25.6%

储存不方便 18.9%

实物与描述不符 16.4%

提货不方便 14.5%

成分不健康，有添加剂 10.9%



# 預製菜市場的發展情況, 規模及 機遇 -- 中國內地

- 內地預製菜行業例子之一
- 千味央廚成立於2012年，業務面向餐飲企業的速凍面米製品的研發、生產和銷售，是國內最早面向B端餐飲企業（含酒店、團體食堂、鄉廚等）提供定製化和標準化速凍面米製品解決方案的供應商之一，已形成年產量近10萬噸的規模。
- 餐飲企業在選擇供應商時，會有一定的考察期，藉此來考察供應商產品的品質和穩定性，一旦形成穩定長期的合作後，通常不會輕易更換供應商，而是會加強合作。
- 以肯德基為例，千味央廚從最早向其提供蛋撻皮開始，到現在產品延伸至安心油條、華夫餅、冷凍麵團等多個品類。目前，主要客戶包括肯德基、必勝客、海底撈、華萊士、真功夫、九毛九等餐飲連鎖企業。

# 預製菜市場的發展情況, 規模及 機遇 – 香港本地

- 在香港多數人都已經品嚐過「預製菜」，皆因酸菜魚、椰子雞、烤魚、烤鰻等近年深受港人歡迎的深圳名物，普遍為預製菜，即以禽畜、水產為主要原材料食材，事先配製加工處理，只需要簡單加熱，或少許時間烹飪，即可以享用。如果用傳統方法烹調，保守估計需要數小時，顧客沒有時間等待。



# 預製菜市場的發展情況, 規模及 機遇 – 香港本地

- 又以盆菜為例，**香港人吃盆菜已成為一種時尚**，2017年，盆菜還被列入首批香港非物質文化遺產名錄。在春節期間，香港各大酒樓、社區會製作盆菜用於宴席，因此成為過年節聚會的必備食物之一。
- 香港沒有關於預製菜太多的近期的或系統化的訊息，然而預製菜市場的發展仍然具有吸引力，未來仍充滿希望。



# 預製菜市場的發展情況, 規模及 機遇 – 香港本地

- 香港仍然是亞洲美食之都
- 2024 年的《香港澳門米芝蓮指南\*》出爐，當中香港有7 間餐廳繼續蟬聯米芝蓮三星、1 間餐廳晉升為米芝蓮二星、5 間餐廳新獲米芝蓮一星評級，另外有79 間餐廳獲得米芝蓮認可。

## 行業現狀

食品銷售總值 (百萬港元)	2019	2020	增長率 (%)	2021 (預測)
預先包裝食品 (全部類別)	\$52,282	\$38,061	-27.2%	\$40,855
預先包裝乳製品	\$6,472	\$6,677	3.17%	\$6,976
預先包裝烘焙食品	\$5,620	\$5,416	3.62%	\$6,198
預先包裝嬰兒食品	\$18,905	\$3,079	-83.72%	\$5,516
寵物食品	\$4,204	\$4,710	12.03%	\$4,958
預先包裝、經處理肉類及海鮮	\$2,014	\$2,352	16.80%	\$2,040
預先包裝即食膳食	\$1,392	\$1,434	3.00%	\$1,524
朱古力糖果	\$1,992	\$1,145	-45.52%	\$1,480
預先包裝有機食品	\$1,501	\$1,094	-27.13%	\$1,333

資料來源: 歐睿國際 (Euromonitor International) 2021年6月數據

# 預製菜市場的發展情況, 規模及 機遇 – 香港本地

- 根據香港投資推廣署的數據，2020年預先包裝食品(全部類別)銷售總額為38,061百萬元，數字顯示七百萬香港人，每個人每週花費110元購買預先包裝食品，這很大程度上屬於「預製菜」定義範圍內。
- 而且，類別之內有預先包裝嬰兒食品，銷售額為3,079百萬元; 有預先包裝寵物食品，銷售額為4,710百萬元。實際上，預先包裝食品廣受香港市民接受，並且也得到了嬰兒家長們、寵物主人們的認可。

# 預製菜市場的發展情況, 規模及 機遇 – 香港本地

- 香港市場具有人口密度高、生活節奏快、居住空間小等特點，對預製菜需求龐大。另一方面，香港實行自由貿易政策，進出口手續十分便捷。
- 香港還參與了多項貿易協定(與內地落實CEPA，亦已與《區域全面經濟伙伴關係協定》(RCEP) 15個成員中的13個成員簽署自由貿易協定)，是國際商貿中心，擁有發達的金融服務業。
- 隨著粵港澳大灣區融合發展，香港可以發展成為預製菜出海的橋頭堡，將優質預製菜產品走向世界。

# 香港本地進出口手續十分便捷

- 在香港基於公眾衛生理由，對進口食物施加規定。某些高風險進口食物，例如野味、肉類、家禽、蛋類、奶類、奶類飲品、冰凍甜點等均受《公眾衛生及市政條例》(第132章)的附屬法例規管。
- 進口野味或蛋類須事先獲得本署批准，而進口肉類、家禽或蛋類則僅限於本署所認可的來源地。
- 為放行進口的食物，進口商須提供出口國家/地方的發證實體所簽發的衛生證明書。
- 如非進口上述高風險食物，則無須獲得事先批准

# 香港本地進出口手續十分便捷

- 另一食物法例-
- 食物安全條例（第612章）會實施新的食物安全管制措施，包括設立食物進口商和食物分銷商登記制度，以及規定食物商須妥為保存食物進出紀錄，以加強食物溯源能力；
- 亦賦權主管當局訂立規例，加強對特定食物類別的進口管制，及作出命令，禁止輸入和供應問題食物及命令回收該等食物。

# 預製菜市場的發展情況, 規模及機遇 – 香港本地

- 順應新趨勢，增加優質新供給。一些預製菜企業主動求變創新，引領健康化、精緻化、低脂低卡消費趨勢。
- 例如，「快活回味軟餐」專為吞嚥困難人士而設，符合照護食標準指引及國際吞嚥障礙飲食標準（IDDSI）等級4。遵從健康飲食金字塔設計，每盒均包含肉類、蔬菜及白飯，唔落味精



# 預製菜具備的優勢

- 預製菜，滿足了人們在時間不充裕的情況下對高質量菜品的消費需求，省去了購買食材的苦惱，簡化了製作菜品的步驟，讓人們輕鬆吃上可口的飯菜，這樣的菜品在日常生活、家庭聚會、酒店消費等地方是很常見的，極大地方便了人們的生活。



# 預製菜具備的優勢

- 預製菜提高烹飪的便利性，對於不太會做飯的人而言，預製菜只需要進行簡單的加工即可製作出香噴噴的飯菜，可以給消費者帶來成就感；此外預製菜出餐快，既節省了時間也減少了成本，帶來了很好的口感體驗；相較於外賣而言更加的乾淨衛生，而且預製菜的保質期更長。



# 預製菜具備的優勢

- 預製菜對於大多數參與者來說，還是一個新鮮事物、新品類的探索、新的渠道策略、新的銷售運作模式，但是預製菜的食品安全、冷鏈配送、倉儲等都是受到市場和政府法規監控。所以，客戶處於更有利的地位，除了享受新產品並受到法規和客戶利益的保護。



# 預製菜具備的優勢

- 階段預製菜的市場占比來看，預製菜滲透率最高的細分市場是準化相對容易的中式快餐及火鍋。但隨着應用技術進步和商業式成熟，相信中式預製菜滲透不斷攀升是不可逆轉的趨勢。
- 總體來說，利用現代化、標準化的流水線，將食材提前準備好，進行衛生、科學的包裝，然後經過加熱、蒸、炸等烹飪方式，可以做出客戶滿意的菜品。