

# “一买就是一大把” 烧烤预制菜来了

“最近预制菜专柜来买烧烤食材的人越来越多，一买就是一大把。”  
“顾客爱吃新鲜烧烤，许多人在超市现切牛羊牛肉拿来预制菜窗口加工。”  
……

炎炎夏日，正值烧烤旺季，记者走访北京的几家生鲜超市发现，烧烤预制菜生意日益火爆，许多超市推出了“现买肉现加工”的烧烤预制服务。

烧烤是餐饮行业的热门领域，随着预制菜市场近年来的持续扩张，烧烤预制食品成为预制菜品类的一大热门。食品公司亦将目光投向了预制菜市场，围绕烧烤预制菜纷纷推出服务。



烧烤预制菜来了。

## 1 烧烤预制“花样百出”

随着夏季来临，超市烧烤预制菜的销量逐渐上升，相比在餐厅里吃做好了端上来的烧烤，许多消费者更青睐超市里烧烤预制菜。多家超市销售人员表示，烧烤预制菜食品质量更放心，还给了顾客自己“设计”烧烤的空间。

走进海淀区一家盒马鲜生店，映入眼帘的便是“新鲜面包烘焙”“盛夏瓜果大赏”等预制菜招牌，然而吸引众人驻足的，仍是烤鸡、烧烤等熟食预制菜窗口，虽是工作日，该区域消费者仍络绎不绝。

“天气越来越热，来专柜买烧烤食材的顾客越来越多，一买就是一大把。”盒马烧烤预制菜专柜的销售人员告诉记者。

盒马销售人员向记者介绍，烧烤预

制菜和餐馆烧烤的价格其实相差不大，顾客选择烧烤预制菜，主要是买个放心。这位销售人员表示：“除了提供预制菜加热服务，现在窗口还推出了肉类现切现做的服务，当着顾客的面进行食材加工，很多顾客觉得更放心。”

记者随后走访了一家永辉超市，在烧烤预制菜专柜，永辉超市销售人员亦向记者表示，随着夏季的到来，来买烧烤食材的人明显增多。

此外，这位永辉超市的销售人员告诉记者，超市推出了牛羊肉串现切肉现加工的服务，深受年轻消费者的欢迎，“来买烧烤预制菜的大多是年轻人，在烧烤上有自己的想法，现切现做给了客人提出个性化需求的空间。”

## 2 预制菜市场规模超5100亿元

烧烤预制菜生意红火并非偶然。作为餐饮业的重要组成部分，烧烤一直保持着强劲的发展势头。据研究报告网《中国烧烤行业现状深度研究与投资前景分析报告(2023-2030年)》，2015年至2023年，我国烧烤市场复合年均增长率(CAGR)为11%。

这种火爆，与预制菜的食品加工形式不无关系。近年来，不少食品公司亦将预制菜发展规划设为重点。目前，已有不少上市公司布局了预制菜赛道，在Choice预制菜概念股项下，已包含双汇食品、新希望、安井食品、永辉超市等55家企业，但中小食品企业仍在不断“抢滩”。

在头部食品公司中，龙大美食、安井食品等纷纷推出了公司“一体两翼”、第二增长曲线发展新布局，将预制菜生产乃至烧烤类的烤机渠道产品作为发展重点，通过研发、生产各类预制菜产品，满足消费者对方便快捷、高品质食品的需求。

同时，中小企业不断入局预制菜赛道。4月22日，天马科技在上证e互动平台表示，公司将围绕鳗鱼制品深入布局预制菜业务，随着新建食品超级工厂产业基地的建成投产、市场的拓展、产品品类的创新，鳗鱼预制菜产能将逐步释放，进一步提高公司在国内外市场的

供应能力。巴比食品在4月1日的月度盘点中推出了半成品菜2.0系列，此前于2023年底首轮向市场推出了畜牧类、家禽类和水产类的11款预制菜产品。

自2021年以来，预制菜市场消费数据持续增长，形成了上千亿元级的市场。根据广东预制菜出海产业联盟发布的《“链”上预制菜·2024中国预制菜产业发展现状分析报告》，2023年，中国预制菜市场规模已超5100亿元，同比增长23.1%，整体呈现快速上升态势。

此外，消费者在特定情景下对预制菜的接受程度较高。根据DT商业观察提供的数据，在任何场景下都不接受预制菜的人数占比只有9.1%，在夏季热门活动户外露营中，接受吃预制菜的人数占比达52.8%，其中烧烤预制菜是露营场景下的大热食品。

今年3月，国家市场监督管理总局等六部门联合发布《关于加强预制菜食品安全监管促进产业高质量发展的通知》，对预制菜的食品安全进行了明确规范。

华鑫证券表示，预制菜赛道景气延续，产品结构优化，利好盈利收入端，企业通过菜品开发获得增长新动能，后续有望平滑行情波动影响。同时，预制菜新规发布利好行业规范化发展、市场集中度提升。  
据《中国证券报》

# 西瓜跌至“1元”以下， 今夏你“吃瓜自由”了吗？

带籽甜王西瓜批发价0.6元/斤，无籽麒麟瓜批发价1.8元/斤。进入吃西瓜的夏天，西瓜作为夏季消暑佳品却“掉价”了？近期，包括西瓜在内的水果价格一路向下，出现了“断崖式”下跌。

6月12日，记者在武汉汉江路附近的一个路边西瓜摊上看到，西瓜售价为0.9元/斤。从榴莲降价到西瓜价格下跌，我们迎来水果自由了吗？

## 西瓜等多种水果迎来降价

根据农业农村部6月13日数据，全国水果价格指数为113.68元，下降0.29。据农业农村部统计，今年第23周，也就是6月3日至6月9日这周，全国西瓜批发均价为3.63元/公斤，环比跌13.8%，为连续8周下跌。相较于5月初5.6元至5.7元/公斤的批发均价，降价超三成。

同期，农业农村部重点监测的富士苹果、鸭梨、香蕉、巨峰葡萄、西瓜和菠萝等6种果品第23周批发市场均价为每公斤7.36元，环比跌0.1%，同比低10.4%。

除了西瓜之外，其他水果价格也多有变动。正值蓝莓上市高峰期，然而曾卖到数百元一斤的“水果刺客”

蓝莓，价格却迎来“跳水”。据了解，目前国内多地已出现“十元三盒”的蓝莓，有些地方甚至8元就能买一斤。

江苏苏州一家路边的水果摊老板许阿姨说，“我们家主要卖的就是怡颗蓝莓，属于品质高的蓝莓品种，所以可能价格比有些家贵一点，但整体蓝莓的价格今年还是有明显的下降，个头大的、品相好的一斤也比去年价格低了20元左右。”

在朴朴超市，约4.5公斤的8424麒麟瓜售价为27.8元，125克的国产蓝莓售价为9.9元。而在美团小象超市，约2.6公斤的麒麟瓜售价为19.2元，125克的国产蓝莓售价同样为9.9元。

## 西瓜价格预计会持续下跌

对于本轮西瓜价格变动，有商户表示，4月中旬西瓜刚上市时，价格尚可，但进入5月后便一路下跌。

农业农村部农产品市场分析预警团队水果首席分析师、中国农业科学院农业信息研究所研究员赵俊晔认为，近期西瓜价格下跌主要还是季节性因素导致的，其他几种水果供求比较平稳，价格波动不大。西瓜的市场供求和价格变化季节性突出，一般都是二三月份价格最高，七至九月份最低。春夏之交西瓜大量上市，价格快速下滑。

中国果品流通协会秘书长陈磊则进一步介绍道，去年协会大多数会员企业业务量出现下降，今年以来整个水果消费市场仍处于恢复期，加上

今年部分品种水果供应量增长，价格降幅较大。

“如榴莲，除了泰国，我们现在也从越南、菲律宾进口，进口量增加导致榴莲价格一路走低，此外，樱桃、草莓、蓝莓等水果价格同比也有较大降幅，从这一点来说，对消费者是很大利好，可以选择多种水果来消费。”陈磊说。

本轮西瓜价格下滑会持续多久？

“6至8月是水果价格季节性下滑的阶段，特别是西瓜。6月份之后西北产区西甜瓜上市，市场供给继续增大，另外桃、李等其它时令性水果大量上市，西瓜价格预计会持续下跌。”赵俊晔说。

据《羊城晚报》

# 防晒用品销量走俏

夏日来临，随着气温逐步攀升，防晒用品的销量开始上扬，成为不少消费者出行的“标配”。随着消费者需求的不断升级，除了涂抹防晒霜、防晒喷雾等“软防晒”外，能够直接避免紫外线接触皮肤的“硬防晒”也受到欢迎。数据显示，儿童防晒衣、户外防晒衣、防晒裤的成交额环比均成倍增长，男士防晒衣、时尚防晒衣的成交额环比增长超80%。

消费者的防晒意识越来越强，软硬结合、人群细分、产品进阶等成为今年防晒产品关注的重点。在防护方式上，软硬结合的防护效果受到广泛认可，且物理遮挡类的“硬防晒”消费增速超过“软防晒”。在人群细分上，防晒不再只是女性消费者的需求，男性防晒产品和儿童防晒产品快速增长，满足不同人群需求的新型防晒产品不断涌现。

在产品升级上，除了强调高效防晒功效之外，“软防晒”更加注重科学搭配，叠加养肤、轻薄防汗、美白抗氧化等多重功效的产品较受欢迎。“硬防晒”更多追逐科技含量和时尚表达，主打凉感、微孔透气等科技特色的防晒服饰受

到追捧，融合独特剪裁、多巴胺色彩等时尚元素也成为防晒服饰的加分项。

防晒赛道竞争激烈，创新性和差异化是品牌保持竞争力的关键。品牌需要聚焦科技创新、时尚设计等方向，针对不同场景、不同肤质、不同季节推出精准细分的防晒产品，来满足消费者不断提升的护肤期望和审美标准。

据《经济日报》

## 新聚焦传媒

### 新聚焦电梯广告

- 广告形式**  
多媒体视频+数码海报
- 覆盖范围**  
兰州城关、七里河、安宁、西固4区  
【公共区域】交通枢纽/宾馆/人气商场  
【楼宇电梯】高档写字楼/精品住宅楼  
【特色餐饮】品牌拉面馆/特色餐饮店
- 播放频次**  
每天早6:30至晚11:30全天17小时循环播放，最低150次/天

广告热线 610 2222 611 2222

国家二级广告企业 甘肃省一级广告企业