

疫情下內地年夜饭消費市場悄然發生變化。今年農曆新春，零星爆出的本土病例使得堂食減少，加之很多人響應政府號召「就地過年」，在此特殊的時間裏，為讓過年安全又不失儀式感，成品半成品年夜饭消費大旺。香港文匯報記者近日走訪了上海多家老字號飯店，不少店家透露，「半成品年夜饭賣瘋了」、「1分鐘賣出100套半成品年夜饭」等。年輕人亦大讚半成品年夜饭符合他們消費習慣，不少人稱「網上動一下手指，運到後加熱一下即可大展『廚藝』，雞鴨魚肉10幾道菜擺滿一桌，還送窗花對聯增喜慶，就等大年三十上桌啦。」

●文／圖：香港文匯報記者 孔雯瓊、倪夢瑤 上海報道

走進上海灘知名老字號新雅粵菜館，只見一面牆上密密麻麻張貼着各種半成品年夜饭套餐信息，不過仔細一看，多數菜式已標上「售罄」字樣，僅餘下小部分還標着「少量」。再看飯店門口，人頭攢動的消費者依然大排長龍，希望搶購餘貨不多的商品。「今年半成品年夜饭可是賣瘋了」，新雅粵菜館行政總廚黃任康接受香港文匯報記者採訪時，大為感慨，「準備了15萬份半成品年夜饭，在不到半月時間基本被搶空。」黃任康表示，新雅此前一直有此產品，但今年銷量格外好，相較去年同期增加了20%還多，目前來看依然供不應求。



● 龐梓悅

老字號出品 火速售罄

豫園福祿路上的上海老飯店，是百年中華老字號，記者詢問得知，本幫半成品年夜饭也早已銷售一空。豫園文化飲食集團創新事業群市場助理龐梓悅向記者介紹，「今年有『就地過年』的倡議，我們打鐵趁熱推出了三款年夜饭半成品套餐，價格從688元（人民幣，下同）到1,288元不等，最貴的一款率先賣完，目前其他兩款也都銷售一空了。」龐梓悅稱，688元款的套餐是針對人數較少的消費者，「今年很多人不回家，就算一個人過年也是要吃年夜飯的嘛，因此菜品較少的套餐最受獨自一人過年的顧客青睞。」

有260多年歷史的松鶴樓今年也推出半成品年夜饭禮籃，據松鶴樓相關負責人介紹，最近在一次和電視購物的合作中，創下了50分鐘銷售5,000套的紀錄，平均1分鐘賣出100套半成品年夜饭。

電商助攻 令銷量大增

以往上海做半成品年夜饭的餐企只有寥寥數家，用業內人士的話來說，「一雙手指頭都數得過來」。因為疫情關係，如今市場上入局者多達數十家。據上海市餐飲烹飪行業協會今年1月最新梳理顯示，目前上海有43家餐企的434個門店，可提供131種半成品年夜饭、成品年夜饭套餐。

另外，餐飲企業還借助電商、外賣等渠道，將更多的年夜饭送到千家萬戶中去。上海老飯店就向記者表示，今年半成品年夜饭突破了以往品牌自產自銷的單一模式，在多個渠道齊頭並進，走起了多元化的路線。顧客既可選擇到線下門店裏直接購買，也可以通過像老城隍廟天貓旗艦店、盒馬等線上平台購買，然後由快遞外賣配送。

上海市商務委統計顯示，截至今年1月，提供年夜饭外賣的餐飲門店與去年相比增加約30%。另據餓了麼數據顯示，2月1日至3日，餓了麼上「年夜饭」搜索量環比上周猛增3倍。線上供應年夜饭套餐的餐飲品牌數量相比去年同期增長164%，參與門店激增260%，年夜饭套餐供應數量同比上漲近3倍。



有片睇

網上動動手指 十道菜擺滿枱

滬半成品年夜饭 一分鐘賣一百套

●新雅粵菜館展示的半成品年夜饭基本售罄。



大廚指導 還原堂食口感

隨着疫情防控進入常態化，半成品菜被越來越多的消費者接受，除了年夜飯外，一眾餐飲企業亦從單一堂食轉型到兼做零售，推出越來越多的半成品菜餚。

眼見市場受落 巨頭也落場

打開天貓、京東等電商平台，可以發現內地多個餐飲巨頭如海底撈、西貝、杏花樓等均在售賣品種數量繁多的各類半成品菜餚。其中海底撈已經上線了數量多達30多種的半成品速食火鍋，售價從10幾元到30幾元不等。而京東上銷量高的單品已經累計了250萬條售出後的評價，海底撈自有App上賣得好的單品累計銷量在8萬件以上，天貓旗艦店上多款半成品的月銷量均可以上萬件。西貝亦早早的開始在多渠道售賣羊蝎子、牛大骨、各類麵食等半成品。杏花樓則算得上最早涉足半成品菜領域的餐飲企業，一直力推家宴場景的禮盒半成品，目前旗下多個品牌已經積累了十幾萬粉絲，銷售成績一直不俗。此外，餐企為在零售上

下功夫，還在菜品口味的還原度上做到和堂食毫無區別。上海老飯店向記者表示，今次售賣的半成品年夜饭，就是由飯店大廚親臨生產半成品的中央廚房做指導，飯店相關負責人稱「大廚會將做菜配料100%還原到中央廚房，特別是調料的放置順序，這是影響口味最關鍵的一步，為的就是最大程度還原堂食口感。」新雅粵菜館行政總廚黃任康稱，除了半成品菜，今年還開發了成品菜餚，「以前客人買半成品湯回家煲，需要3至4個小時，現在我們全部都預先煲好，買回去加熱一下就可以喝到和店裏一樣的味道。」

預製菜複合增長率達20%

很顯然，儘管疫情阻礙了餐飲企業的堂食生意，但亦加速了這些企業加快零售化的布局。國海證券食品飲料首席分析師余春生在研報中指出，預製菜（成品或半成品菜）在中國有望迎來一個高速增長期，如按照每年20%的複合增長速度估算，在未來6至7年，中國預製菜市場可以成長為萬億元規模的市場，長期來看預製菜行業規模有望實現3萬億元以上規模。



●黃任康



●粵菜館半成品。

●內地網紅紛紛以試做年夜饭半成品拍成視頻。



網紅帶貨 年輕人熱捧

被稱為「懶人的福音」的半成品年夜饭，亦成為了網紅UP主的熱門素材，「只要簡單加工一下，就可以吃到好吃的東西，特別方便，即使一桌子需要十個菜或者很多菜，都可以很快的做出來。」有UP主直言「我們一家沒辦法回老家，所以準備購買半成品，實惠方便。」

知名UP主敬漢卿一份年夜饭試做視頻，已經有超過150萬播放，對於半成品飯菜，有網友起先還猜測味道如何，但敬漢卿很快打消了網友的顧慮，他表示，「這飯跟五星級飯店大廚給你炒出來是一樣的。就像我這樣的做菜

購買家鄉菜 解思鄉情

由於疫情影響，不少人選擇就地過年，通過在網絡上購買天南海北各地特色的半成品年夜饭，亦能一解無法回家的鄉愁之情。家在福建今年卻選擇在上海過年的王小姐表示，今年便預定購買了不少半成品年夜饭。「忙碌了一年，今年我也選擇就地過年，網購了福建年夜饭，對於我來說是一種思鄉情，也是一份團圓的象徵。我可以在大年三十通過視頻連線給家

裏人看，我也有吃家鄉的年夜饭哦。」同樣在外地工作的李先生，則為家人預定了一份小分半成品年夜饭套餐，他說，「父母年紀大了，我工作太忙要比較晚回去，幫不上忙，所以購買半成品，希望為家人減輕廚房負擔，一表孝心，希望家裏人可以輕輕鬆鬆過個大年。」根據京東到家數據研究院發布《2021春節年貨消費趨勢報告》顯示，下單人和收貨人在不同城市的異地訂單銷售額是去年同期的2倍，而就地過大年背景下人情常在，京東到家平台上新年禮盒的銷售額是去年同期的3倍。在就地過年的背景下，一線城市與故鄉之間通過互聯網而有了更直接的情感連接。

上海知名飯店半成品年夜饭價格

	上海老飯店 688至1,288元
	杏花樓 598至1,588元
	新雅粵菜館 488至2,198元
	蘇浙匯 888至2,388元
	梅龍鎮 288至1,188元

註：以上價格均為4-10人分量，貨幣單位為人民幣