

蛋白消费、新速食、预制菜、泛生鲜食材 宅场景驱动全新“进家”消费

■宅消费赛道变宽、变高

疫情大幅驱动了宅场景，宅消费由此大幅增加，很多跟宅经济相关的产品销量也猛增。华糖云商相关研究把进入家庭消费的商品，称为进家消费。

进家消费赛道正在继续变宽，越来越多的品牌和行业陆续加入：速冻食品、方便食品、生鲜食品、烘焙食品、调味品等；同时进家消费赛道的门槛正在变高，在进家消费接受度、渗透度大为提升的同时，消费者对进家消费品的营养、安全、消费便捷度、环保等提出了更高的要求。

根据 2021 年上海商情零售监测系统统计的 318 个零售新增品牌中，新消费品牌更懂新一代消费者，健康、方便、环保、悦己、国潮概念渗入快速消费品各大品类。

■提升免疫力产品成高配

疫情之后，增强免疫已连续两年成为 Natural Grocers 十大营养趋势。Natural Grocers 指出，2022 年，消费者将继续每天为免疫系统提供最佳功能所需的营养，使自己已获得免疫弹性，这也由此大幅提升了蛋白质消费。

寻找新赛道，奶酪成乳制品消费爆发式增长点。2021 年上半年，国内奶酪市场零售额同比增幅 35.3%，人均奶酪消费量在四年内增长近四倍。2022 年 1 月，光明乳业推出不加水的纯奶酪棒，选用新西兰进口干酪，更适合中国消费者的口味；2021 年，伊利主打女性市场的奶酪品牌妙芝，推出了首款奶酪

晨报记者 钱鑫

后疫情时代，消费群体、消费方式、消费场景都在发生巨变。日前，在上海商情信息中心发布的《2021 中国食品/生鲜消费趋势报告》中指出，疫情后，更加成熟的消费观正在养成，中国消费者更愿意为符合他们价值观的高品质产品和服务支付溢价。其中，宅场景驱动了全新“进家”消费，进家消费正从品质消费阶段向品味消费阶段挺进。

+ 坚果新品“咔芝脆”；妙可蓝多与抖音共创全新奶酪条新品，其热量低，富含高钙高蛋白的产品特点，特别适合健身达人、白领等人群营养补充所需；蒙牛发力成人奶酪休闲品类，推出芝士莓莓、芝士奶条等产品。

与此同时，随着植物基概念的走热，企业加速布局新蛋白产业，2020 年中国有 200 家公司进入新蛋白市场，总投资额 60 亿元。

功能性食品消费市场产值超过 2700 亿元，产业近 3 年来平均增速超过 15%。健康新常态下，功能性食品的有益成分成为消费者购买的首要关注点，近 5 年来我国益生菌产业每年以高于 15% 的增速快速发展，2020 年我国益生菌市场规模接近 850 亿元。

■餐桌上的新国风

日前，中国食品产业分析师朱丹蓬针对



方便速食产业创新升级时认为：目前，方便速食行业进入消费端不断倒逼产业端的新消费时代，方便速食行业的属性发生根本性颠覆，产品单一属性必须要叠加多维情感属性、大健康属性后，才能赋予产品更多的附加值。方便速食行业新品竞争出现了四个维度：技术壁垒，资本壁垒、品牌壁垒，规模壁垒。

新速食行业迎来更迭洗牌，新品牌、小众品牌崛起。2021 年，拉面说又一次创新与探索中国餐桌，成立国风速冻料理品牌——春风酒家，通过首创的“锁鲜珠”技术结合手工精制小笼包，用产品创新来打造更适合年轻家庭享用的小笼包。钟薛高从冰淇淋跨界到速冻产品，旗下理象国品牌，定位于高端产品，立足线上渠道，主打特色是“犹如现包，不

像速冻”，产品馅料选材上多以干贝、松茸等上等食材为主。

■懒人经济加速预制菜出圈

懒人经济、疫情宅家引导消费习惯发生变化，预制菜既迎合了快节奏生活下，无暇下厨的年轻消费客群的生活方式。同时，中餐工业化、标准化生产需求，也驱动预制菜 B 端市场扩容，外卖渗透率提高也使得预制菜 C 端销量增加。

光明食品集团布局光明城市厨房项目，与大丰区政府深化合作，开展“中央厨房及净菜加工配送基地”建设，推进“光明(阳光)定食”净菜加工配送中心等两个重点项目以及示范基地建设，全力打造沪苏一流，国内有影响的农副产品加工及配送服务。金龙鱼启动新一轮“厨房革命”，拓展中央厨房产线，利用集团原料优势，覆盖从食材原料到餐桌美食的全产业链，进行食品全品类制造和餐饮服务。天邦股份计划围绕屠宰加工协同布局深加工业务，将在长三角地区独立布局中央厨房。借助城市加工中心、中央厨房、电商、深加工业务将“拾分味道”品牌影响力从 B 端延伸到 C 端。2021 年 4 月，预制菜头部品牌“味知香”正式在上交所上市，成为“预制菜行业第一股”。

随着春节临近，进入了年夜饭半成品、成品的销售旺季，为积极响应“非必要不离沪”“宅家过年”要求，上海味道启动“2022 上海味道年夜饭推介活动”，并发布《2022 上海味道年夜饭推介榜单》，其中涵盖了沈大成、新雅、广舟、西贝、和记小菜、绍兴饭店、紫燕、等熟食、半成品、食材企业及知名餐厅。

中国纸艺为新春赋予灵感开端

一张纸有多大的可能？这个颇含哲学意味的问题，将以纸艺为载体，于近日落地上海呈现全新解读。1 月 20 日起，上海世纪汇广场携手 85 后中国纸雕艺术家温秋雯，联袂打造“跃然纸上”新春艺术主题展，为消费者传递中国民俗特色艺术；此外，时尚与传统结合的“元宵庙汇”特色主题活动，也将于 2 月 8 日起亮相世纪汇，赏花灯、上元祈福、歌舞太平……用各种传统节日活动拉近消费者之间的距离，成就一处都市迎新打卡点。

展览中，85 后中国纸雕艺术家温秋雯将在传统中国文化逻辑基础上展开结构与材质的解构再创作，将纸艺创造结合灯光雕塑的艺术场景带入商业中心。锦鲤、鱼灯、花草，仿佛都被赋予了生命力，美轮美奂的场景、活力动感的光影花灯，呈现出既清新又梦幻，既传统又现代的艺术场景，打造出一个个光影重叠的童话世界，用艺术诠释灵感，让灵感赋予纸意义，用别出心裁的创意隔绝现实中所有的不美好，开启一年的亮眼新面貌。

在古风市集过个热闹年

在沉浸式的唐风街市中，有吹糖人、古风配饰、兔子灯、糖画、面塑、文创、花茶、糖葫芦、钩针玩偶、棉花糖……各种丰富的物品等你来前来，还有唐风游戏、汉服换装等互动等你来打卡。1 月 20 日 -2 月 20 日，世博源携手申活馆带来“源”起长安 金玉满“唐”——2022 世博源唐风游园会，让传统碰见现代，让国风遇见都市，带你领略长安风情，享受市井繁华。

活动期间，世博源准备了一系列游园福利，凭当日任意积分成功消费小票即可参与

唐风互动游戏，闯关成功可即可获得礼品；任意购物消费满 199 元可换取新年民俗手工艺品，把新年好彩头带回家；打卡游园现场发布高质量笔记，更有机会获得精美礼物。2 月 2 日 -5 日，会员消费满 666 元即可参与抽奖赢取 ipad mini、千元金箔等新春大奖。

如期而至的不仅是节日和游园盛会，还有更多购物惊喜。虎年春节，上官大美在世博等候大家一起穿越时空，梦回长安，过个热闹年。

魔都老字号美食地标 春节前狂欢买不停

经历至少 1 年腌制，在时间的沉淀中散发出馥郁的香气。上好火腿搭配高端食材，一定能成为年末餐桌的镇桌之宝。此外，腌腊柜台还有许多品种，比如咸肉、咸鸡等还可烹饪腌笃鲜等美味菜肴。

皇腊肠和泰康香肠也非常值得购买，100%纯猪肉制作而成，有嚼劲的猪后腿肉和厚度一致的猪脊膘肥肉，灌入天然肠衣，经过 5-6 天的高温烘烤，是人人都爱的口味，不管做菜饭还是切片蒸制都是非常合适的选择。

家喻户晓的中华老字号——真老大房

品牌始创于清朝咸丰元年，是名副其实的老字号。要说近期最火热的柜台，那一定是真老大房的熟食柜啦，其中熏鱼和熏蛋更是招牌产品。以熏鱼为例，原料选用上好的青鱼或小

鲳鱼，每块熏鱼都要有一定的厚度，酥炸之后再独特配方浸卤，卤水中的糖让熏鱼的表皮尤其酥脆又不失内里的细滑鲜嫩，咬上一口汁水四溢，本帮味十足！据师傅透露，真老大房的熏鱼青鱼原材料一天就要用掉 3000 斤。

除了熟食，真老大房还有年味十足的八宝饭以及松糕。松糕作为童年回忆的代表，逢年过节必吃！真老大房制作的松糕包含多种营养丰富的坚果、枣类、果干等，吃起来 QQ 弹弹有韧劲。

八宝饭采用古法纯手工制作，香甜暖糯，老少皆宜。白糯米八宝饭、血糯米八宝饭、黑洋沙八宝饭，多种口味都暖糯甜心。原料上选用品质优良的云南核桃、新疆红枣、东北蜜枣、南瓜子，搭配上好的糯米、豆沙、猪油，制作出油光锃亮、原汁原味的八宝饭。

海派风情孕育的新晋网红——泰康新店

在老泰康的底蕴和海派风情的熏陶下，2020 年 9 月新生的食尚综合体——泰康食品优选店孕育而生。坐落于南京东路 150 号，与步行街西端泰康食品店遥相呼应，形成百年老字号“一街两店，错位经营”的全新格局。

过年送礼必来泰康优选店，特色美味，包装精美，拎回家送亲朋好友都是最佳选择，倍儿有面！在这里你可以看到具有上海特色的伴手礼包：玉兰酥、曲奇礼盒还有三种不同的过年礼包，包含了过年必备的腌腊以及零食产品。

本年度优选店也别出心裁的推出了许多过年活动，例如消费满 68 元送 10 元代金券、买满即送过年小福袋以及环保袋等。

(广告)



新年将至，年货必不可少。去有 108 年历史的老泰康买腌腊、去真老大房买熟食，还有在新晋网红泰康食品优选店可以买到具有上海特色的伴手礼包。

采购年货的圣地——泰康老店

俗话说“冬腊风腌，蓄以御冬”，过年就是「腌腊」的主战场。

泰康老店的老师傅精选金华火腿的上方部分，根据顾客要求现场开刀，每一块火腿都