

广西酿菜预制菜市场现状、问题与对策研究

秦莉萍, 吴云月*

南宁学院交通运输学院, 广西 南宁

收稿日期: 2025年11月25日; 录用日期: 2025年12月24日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

在市场需求和政策支持的双重推动下, 预制菜产业蓬勃发展, 广西酿菜预制菜虽具潜力, 但面临诸多挑战。本研究基于文献分析和行业观察的定性研究, 以“科学性、相关性、时效性”为信息和观点, 深入剖析其市场现状, 发现存在技术工艺、市场推广与营销、原材料供应以及食品安全等问题。为此, 从产品研发与创新、生产与质量控制、品牌建设与营销、供应链与合作、客户服务五个方面提出针对性建议, 如创新口味与食材组合、建立标准化生产流程、多渠道推广品牌、优化供应链管理等。研究旨在推动广西酿菜预制菜产业健康发展, 提升产品竞争力, 满足消费者对便捷、特色、安全食品的需求, 助力其实现可持续发展。

关键词

广西酿菜预制菜, 市场现状, 发展对策, 产业发展

Research on the Current Situation, Problems and Countermeasures of Guangxi Brewing Pre-Made Vegetable Market

Liping Qin, Yunyue Wu*

College of Traffic and Transportation, Nanning University, Nanning Guangxi

Received: November 25, 2025; accepted: December 24, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

Under the dual promotion of market demand and policy support, the prefabricated vegetable industry is booming. Although Guangxi's brewing prefabricated vegetables have potential, they face many challenges. Based on the qualitative research of literature analysis and industry observation,

*通讯作者。

this study takes 'scientificity, relevance and timeliness' as the information and point of view, deeply analyzes its market status, and finds that there are problems such as technical process, marketing and marketing, raw material supply and food safety. Therefore, this paper puts forward some suggestions from five aspects: product development and innovation, production and quality control, brand building and marketing, supply chain and cooperation, and customer service, such as innovating taste and food composition, establishing standardized production process, promoting brand through multiple channels, and optimizing supply chain management. The purpose of this study is to promote the healthy development of Guangxi's brewing and precooked vegetable industry, enhance the competitiveness of products, meet consumers' demand for convenient, characteristic and safe food, and help them achieve sustainable development.

Keywords

Guangxi-Stuffed-Dish Prepared Dishes, Market Status Quo, Development Countermeasures, Industrial Development

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 前言

在市场需求和政策支持的双重推动下，预制菜产业发展迅速。广西，作为一个拥有丰富饮食文化的地区，酿菜预制菜具有独特的发展潜力。但是，目前广西酿菜预制菜市场面临着诸多挑战。其一，广西酿菜传统制作工艺复杂且耗时长，在一定程度上限制了预制菜的生产效率和规模化发展。其二，产品差异化不足以及预制菜品牌缺失等问题，致使广西酿菜预制菜在市场竞争中难以脱颖而出。然而，想要充分挖掘广西酿菜预制菜的市场潜力，满足消费者对便捷、特色食品的需求，需要深入分析广西酿菜预制菜市场现状存在的问题，提出发展建议，为打造有竞争力的广西酿菜预制菜品牌提供参考。

本研究属于基于文献分析和行业观察的定性研究，旨在系统梳理广西酿菜预制菜市场问题。研究数据与观点主要来源于两方面：一是中国知网、万方等学术数据库中关于预制菜产业、食品科学、市场营销及行业研究报告；二是天眼查、新浪财经等平台发布的预制菜行业市场规模数据、政策文件及企业经营动态。信息筛选标准为：优先选取近5年(2020~2024年)发表的研究成果，确保内容时效性；聚焦广西本地饮食产业或预制菜细分品类相关研究，保证研究针对性；优先采纳核心期刊、权威行业机构发布的信息，保障内容可信度。研究路径遵循“现状梳理 - 问题识别 - 对策提出”的逻辑框架，结合广西酿菜的品类特性与地域产业特点，形成系统性研究结论。

2. 文献回顾

广西酿菜预制菜作为地方特色美食预制化领域的重要组成部分，近年来逐渐成为研究焦点。本文的文献回顾部分将重点梳理近年来关于产品研发、市场需求和市场发展趋势三个方面的研究成果。

产品研发方面，研究主要集中于口味创新、营养搭配与产品形态创新。在口味创新上，深入探索各地消费者口味偏好并持续创新，如结合地方特色推出麻辣酿豆腐等产品，菜肴的创新性也证明了酿菜具有可创新的发展空间[1]。同时丰富口味种类及创新食材组合备受关注，例如尝试海鲜与蔬菜搭配酿制新颖品种。营养均衡搭配研究强调增加蔬菜、豆类及蘑菇等食材比例，优化设计方案，开发如蔬菜酿肉等产品以契合健康饮食追求。有效地增强营养价值[2]。产品形态创新方面，突破传统，设计看可视化的营

养标签包装，酿菜小吃及适合家庭聚餐的大拼盘，提升产品适用性和吸引力成为研究方向[3]。

市场需求方面，研究发现消费者对预制菜的需求具有多元性。消费者关注产品质量、口感、新鲜度等方面，同时在不同消费场景下需求各异，如中老年消费者注重传统口味，而年轻消费者在特定节日或特色餐厅会尝试创新预制菜。这为酿菜预制菜的发展奠定了基础[4]。本研究发现与韩羽彤的报告一致，即消费者对预制菜的需求呈现场景化差异，但与之不同的是，针对酿菜这一品类，我们还发现消费群体存在明显的地域集中性——主要分布于广西、广东等华南地区，北方消费者对“酿制”工艺的认知度普遍较低。餐饮企业对酿菜的需求也因规模和定位有所不同，中大型餐厅倾向特色酿菜，小型餐馆和快餐厅提供简单酿菜，外卖店铺也开始涉足酿菜供应，但整体市场需求受地域和饮食差异影响，广西酿菜预制菜在广西和广东地区外知名度较低，消费人群有待拓展[5]。

发展趋势方面，以大众所知的预制菜来说，广西酿菜预制菜行业朝着特色化、健康化方向发展。特色化体现在深入挖掘地方特色和创新口味组合，以满足消费者多样化需求；健康化趋势表现为注重食材的绿色、有机选择，确保营养均衡，符合健康饮食潮流。同时国家也出台各项法律法规，不断完善预制菜的品质[6][7]。

3. 广西酿菜预制菜的市场发展现状

3.1. 市场规模持续增长

随着消费者生活节奏加快以及对便捷食品的需求增加，酿菜预制菜市场的规模不断扩大。据天眼新知《预制菜市场的繁荣与挑战：数据透视下的行业变革》新浪财经文章数据显示，2023年中国预制菜市场规模已超5100亿元，同比增长23.1%。市场规模呈现出逐年上升的趋势，未来还有较大的增长空间。到2026年预制菜市场规模将达10,720亿元。由此可见，我国预制菜行业渗透率也有望进一步提升，未来市场增长潜力巨大。不仅如此，国家对预制菜的发展持积极支持与规范引导的态度。自2023年2月预制菜首次被写入中央一号文件以来，国家陆续发布了《关于恢复和扩大消费措施的通知》《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》等，各地政府也积极出台相关政策支持预制菜产业发展。截至到2024年，全国已有618个县(市、区)重点布局预制菜，呈现出百花齐放的态势。同时，预制菜的产业链不断完善，产品创新加速，B端与C端市场共同发展。为广西酿菜品类的预制菜的发展奠定了无限的可能。

3.2. 市场竞争激烈

随着市场的发展，预制菜企业之间的竞争日益激烈。双汇、安井食品等大型食品加工企业，凭借其在原材料采购、生产加工、冷链物流等方面的优势在传统食品领域占据大量份额。西贝、海底捞等餐饮企业也纷纷加入预制菜赛道。这些企业本身就具有丰富的菜品研发经验和品牌影响力，对菜品的口味和品质把控能力较强，能够将其餐厅的特色菜品转化为预制菜产品推向市场，在消费者中具有较高的认可度。盒马、永辉等新零售企业利用其线上线下的销售渠道优势和大数据分析能力，精准把握消费者需求，推出了一系列自有品牌的预制菜产品，在市场竞争中占据一席之地。由此可见，预制菜已经渗透到我们生活的方方面面，但目前预制菜产品的品类相对集中，主要以家常菜、火锅食材、调理食品等为主，酿菜这个品类的预制菜仍具有巨大的发展空间和潜力。

由于市场上的预制菜品牌众多，消费者在选择时往往会更加注重品牌的知名度和信誉度。因此，在销售酿菜品类的预制菜需要投入大量的资源进行品牌建设和推广，提高品牌的影响力和美誉度。但酿菜作为广西的一种特色美食，目前2024年11月广西酿菜的知名度仍停留在广西，有待提高。且酿菜的消费人群多为中老年人，因此在制作酿菜品类的预制菜时要与时俱进，在留住中老年消费群体的同时走进

年轻消费者。政府对食品行业的监管力度不断加强,这也对酿菜市场的发展起到了积极的推动作用。政府出台了一系列政策措施,规范酿菜企业的生产和经营行为,淘汰一些不合格的企业,保障消费者的食品安全。同时,政府也对一些优秀的酿菜企业给予政策支持和资金扶持,鼓励企业进行技术创新和产业升级。

3.3. 消费者需求弱

酿菜市场的消费群体比较单一,主要集中在中老年,他们对传统美食有着深厚的情感和较高的认可度,酿菜这种具有历史文化底蕴的菜肴很符合他们的口味偏好。但中老年人受传统观念影响对预制菜菜品的接受程度比较低。谢宗福等提出地方特色餐饮需聚焦“老客留存+新客拓展”,本研究针对酿菜预制菜进一步发现,年轻消费者对“创新形态酿菜”的接受度更高——如独立小包装的迷你豆腐酿、融合芝士的田螺酿,更易激发其尝试意愿[5]。年轻消费者的占比比较低,一般只在特定的场景下,如:家庭聚会、传统节日等场合,年轻人才会参与到酿菜的制作和品尝中。或者在一些具有特色的餐厅中,如果有创新型的酿菜菜品推出,也可能会吸引年轻人尝试。还有一部分分布在餐饮行业中;一些中大型餐厅对酿菜的需求量较大,会将其作为菜单上的特色菜品之一。小型餐馆和快餐店为了满足不同顾客的需求,也会提供一些简单的酿菜菜品。随着外卖行业的发展,越来越多的外卖店铺也开始提供酿菜。但受地域和饮食差异的影响广西十八酿知名度比较低,一般只分部在广西和广东地区,故消费人群比较单调,有待提高。

3.4. 产品创新

为满足消费者不断变化的需求,在保留传统酿菜口味的基础上,研发新的口味组合。例如,结合当下流行的麻辣、咖喱、芝士等口味,推出麻辣酿豆腐、咖喱酿茄子、芝士酿豆腐等新口味酿菜,以满足消费者日益多样化的口味需求。还可以针对不同地区消费者的口味偏好进行研发,比如在北方地区推出偏咸香口味的酿菜,在西北地区推出偏香辣口味的酿菜。

尝试使用新的食材进行酿菜制作,除了常见的蔬菜和肉类,可选用海鲜、水果、蘑菇等食材。比如用虾仁、鱼肉等海鲜酿入蔬菜中,增加酿菜的鲜美度;或者将草莓、芒果等水果酿入糯米团中,制作出甜口的水果酿菜,作为饭后甜点或小吃。

健康饮食潮流下,酿菜营养均衡且制作方式健康,符合消费者需求。未来,酿菜市场有望持续拓展,成为食品行业的亮点之一,吸引更多消费者关注与喜爱,在市场中占据重要地位。

4. 广西酿菜预制菜市场存在问题

预制菜近年来备受年轻人的追捧,预制菜烹饪简便,节省时间,对于追求快节奏的消费者来说是最优选择。对于餐饮企业,预制菜在出餐上效率也得到了提高,能在短时间内发挥产品的附加值。而酿菜作为广西的特色美食,在传统制作工艺上,比较复杂、繁琐,花费时间较长,对喜欢酿菜的消费者来说是比较麻烦的。本文将从技术工艺、市场推广与营销、原材料供应以及食品安全等方面详细分析广西酿菜预制菜在市场中存在的问题。

4.1. 技术工艺问题

酿菜对食材的新鲜度、烹饪火候和时间等要求较高。经过预制加工后容易失去原有的风味。一些酿菜经过冷冻、加热等处理后,食材的质地还会发生变化,影响口感。例如:豆腐酿新鲜制作时口感嫩滑,预制加热后可能会变得干硬,主要因豆腐中的蛋白质在冷冻过程中发生变性,复热时水分流失过快;田螺酿预制后易出现腥味残留、肉质柴硬的问题,核心原因是田螺肉中的含硫氨基酸在加工中分解产生异

味，且肌肉纤维在低温储存中收缩；苦瓜酿则可能面临苦味加重、馅料与瓜体分离的情况，源于苦瓜中的苦瓜苷在冷冻后浓度相对升高，且馅料与瓜体的黏结力因低温降低[3]。如何通过技术手段最大程度地还原现酿菜的口感和风味是所有酿菜共性的一个挑战。

1) 加工技术与设备不匹配

广西酿菜的种类丰富，形态各异，现有的预制菜加工技术和设备可能无法完全满足酿菜的生产需求。像田螺酿因田螺壳形态不规则多为螺旋状，机械化填充馅料时易出现馅料分布不均，导致壳口处多、壳深处少、壳体破损率达到15%的问题；豆腐酿的豆腐外壳质地柔软硬度仅20~30 HV，在自动化切配、酿馅过程中易发生豆腐碎裂，影响产品形态完整性；辣椒酿则面临辣椒直径大小不一导致的馅料填充量不一致问题。,需要研发专门的加工技术和设备。

2) 保鲜技术有待提高

酿菜预制菜需要经过储存和运输才能到达消费者手中，因此保鲜技术至关重要。广西酿菜大多含有蔬菜、肉类等易腐食材，对酿菜预制菜的保鲜要求更高，要确保温度和适度符合要求，避免因为温度改变，导致变质。不同品类酿菜的保鲜难点存在差异：田螺酿需解决腥味滋生与肉质保鲜的双重问题，现有低温保鲜技术易导致肉质弹性下降；豆腐酿水分含量高，真空包装后易出现表皮发黏、口感变差的情况，因真空环境加速了豆腐表面微生物繁殖；蔬菜类酿菜则面临叶绿素流失、口感软烂的问题，源于叶绿素在低温下易被氧化分解[3]。目前的保鲜技术在延长酿菜预制菜保质期的同时，可能还会影响其口感和品质，如何找到合适的保鲜方法是一大难题。

4.2. 市场推广与营销问题

1) 消费者认知度和接受度较低

广西酿菜预制菜在全国范围知名度低，广西酿菜作为地方特色菜品，认知度可能仅限广西地区，面向的消费者人群范围较小，大多数是一些喜欢吃酿菜的消费者。消费者对预制菜的接受度也有待提高，比如有些人认为预制菜不够新鲜、健康。因此，如何提高消费者对广西酿菜预制菜的认知度和接受度是一个挑战。

2) 品牌打造困难

广西的预制菜企业大多规模较小，品牌意识不强，缺乏知名的品牌和产品，再加上广西酿菜预制菜品牌知名度低，消费者对其接受程度有限。在相同产业的竞争中，企业难以通过品牌效应吸引消费者。所以，需要打造属于广西酿菜预制菜品牌来吸引更多的客户[8]。

3) 销售手段不够新颖

酿菜预制菜除了在大型超市、餐饮企业等渠道售卖，而在便利店、小型生鲜店等小型渠道的铺货率较低，未能大范围的覆盖各类消费场景，导致产品的市场通货率不高。生产企业推广宣传方面的投入较少，宣传方式也比较单一。于同企业竞争中无法提高产品的知名度和影响力。宣传手段除了在电视广告、社交媒体上投放广告除外，更应该使用其他更新颖的宣传推广方式。让更多的人了解广西酿菜预制菜。

4.3. 原材料供应层面

1) 原材料品质不稳定

广西酿菜预制菜的品质很大程度上取决于原材料的品质，主要以新鲜蔬菜、肉作为原材料。广西的种植业和养殖业比较分散，缺乏统一的标准和规范，在大量生产预制菜，难以统一标准采购大量原材料，导致获取的原材料品质参差不齐，也很难保证原材料的新鲜度。

2) 原材料供应的季节性波动

广西的农产品具有明显的季节性,一些蔬菜在特定的季节才能供应,而制作酿菜的原材料种类多种多样。这可能会导致酿菜预制菜生产企业在原材料的采购时受到非应季农产品产量受限,原材料准备不够完全,就意味着会影响酿菜预制菜生产的稳定性和连续性。

3) 原材料成本较高

为了保证酿菜预制菜的口感,优质的原材料是生产预制菜的基础,但广西的农产品生产规模较小,而酿菜预制菜生产企业为了满足市场需求保证酿菜预制菜口感,大多会采购绿色、有机认证的农产品,这些原材料的种植缺乏统一标准化的,成本相对较高,增加了预制菜的生产成本。

4.4. 食品安全问题

1) 原材料储存不当

在生产酿菜预制菜原材料的储存过程中,为了保证酿菜预制菜的口感,对环境的要求也比较高,如果储存的环境不达标,会导致原材料损害,例如温度、湿度控制不当,可能导致原材料发生变质之后会滋生细菌。尤其是一些生鲜原材料,对储存条件的要求更高,如果储存不当,很容易影响后续生产酿菜预制菜质量。

2) 外包装不严密

酿菜预制菜制作完后需要用包装袋隔绝空气和细菌,增加保存的时间,但如果酿菜预制菜的包装不严密,可能会导致外界的空气、水分、细菌等进入包装内部,影响预制菜的质量和食用者的安全。导致出现食品安全问题。

3) 规范加工工艺

生产企业的加工车间要保持清洁、卫生,定期进行消毒和清洁。车间的布局要合理规范,避免交叉污染。不同种类的酿菜预制菜加工区域也要分开,要严格按照规定的加工工艺进行生产,确保每道工序和步骤都符合食品安全标准。对于容易出现的食品安全问题的工序更要加强管理。

5. 广西酿菜预制菜市场的发展建议

5.1. 产品研发与创新

1) 口味的多样性与地方特色

深入探讨各地区消费者的口味偏好,推出具有地方特色的酿菜预制菜。例如,针对西南地区喜爱的麻辣风味,可以推出麻辣酿豆腐和麻辣酿辣椒等特色产品;而在华东地区,则可开发更加甜美的酿菜品种,以满足当地消费者的需求。同时,进行持续的口味创新,例如推出新的馅料组合和调味搭配,以保持消费者的兴趣。丰富口味:推出多种不同的酿菜预制菜口味,例如麻辣、糖醋、五香等,以适应不同消费者的口味需求。创新食材组合:尝试各种馅料与蔬菜的搭配,推出新颖的酿菜品种,如海鲜酿蔬菜和水果酿蔬菜等。

2) 营养均衡搭配

重视酿菜预制菜的营养均衡,除了常见的肉类馅料外,还应增加蔬菜、豆类及菌菇等食材的使用比例,为消费者提供更健康的选择。例如,可以开发蔬菜酿肉和菌菇酿虾滑等产品,以满足消费者对健康饮食的追求。

3) 产品形态创新

除了传统的酿菜形状和包装形式外,可以在产品形态上进行突破。例如,设计方便携带的小型独立包装的酿菜小吃,适合上班族和学生在课间或工作间隙享用;或推出适合家庭聚餐和宴会的大型酿菜拼

盘, 提高产品的适用性和吸引力。

5.2. 生产与质量控制

1) 标准化生产流程

建立严谨的标准化生产流程, 确保每一批酿菜预制菜在味道和质量上保持一致。从食材的采购、清洗、切配到酿制、包装、储存和运输等每一个环节, 都要设定详细的操作规范和质量标准, 且加强员工的培训与监督, 提高生产效率和产品质量[9]。

2) 原材料质量把控

选择优质的原材料供应商, 建立长期稳定的合作关系, 确保食材的新鲜度和安全性。对每批原材料进行严格的检测和验收, 杜绝不符合标准的原材料投入生产。例如, 对肉类食材, 确保其来源可靠且检疫合格; 对蔬菜, 保证其新鲜且无农药残留。

3) 质量检测与追溯体系

加强对酿菜预制菜的质量检测, 配备专业设备和人员, 对产品的微生物指标、营养成分和添加剂使用进行严格检测, 确保符合国家相关标准。同时, 建立完善的产品追溯体系, 通过二维码和条形码等技术, 让消费者了解产品的原材料来源、生产过程和日期, 提高消费者对产品的信任度。

5.3. 品牌建设与营销

1) 品牌定位与塑造

明确酿菜预制菜品牌的定位, 构建独特的品牌形象和价值主张。可以从品牌故事、文化和口号等方面入手, 增强消费者的认同感和归属感。例如, 强调传统工艺的传承、绿色健康理念和创新精神, 与其他品牌形成差异化竞争。

2) 多渠道营销推广

利用线上和线下的多种渠道进行营销推广。在网络方面, 建立官方网站和电商平台店铺, 借助社交媒体、短视频平台以及美食博主进行产品宣传和推广, 开展线上促销活动和直播带货; 在线下, 参加食品展会、农产品展销会和美食节等活动, 在超市、便利店和生鲜店等地进行陈列和促销, 与餐饮企业和酒店等合作, 拓展销售渠道。

3) 消费者教育与互动

开展消费者教育活动, 让消费者了解酿菜预制菜的特点、优势和食用方法, 提高认知度和接受度。例如, 举办烹饪比赛、美食体验活动和健康饮食讲座等。同时, 积极与消费者互动, 收集反馈意见, 不断改进产品和服务[10]。

5.4. 供应链与合作

1) 优化供应链管理

建立高效的供应链体系, 确保原材料的及时供应、生产的顺利进行和产品的快速配送。与供应商和物流企业建立紧密合作关系, 采用先进的物流技术和管理方法, 降低物流成本, 提高效率。例如, 运用冷链物流技术, 确保酿菜预制菜在运输过程中的新鲜度和品质。

2) 产业协同合作

加强与上下游企业和相关产业的协同合作, 推动酿菜预制菜产业的发展。与农业企业合作, 建立原材料种植基地, 以确保原材料的稳定供应和质量; 与科研机构合作, 开展技术研发和创新, 提高产品的科技含量和竞争力; 与餐饮企业和零售商合作, 开展联合营销和产品定制等活动, 拓展市场份额。

5.5. 客户服务

1) 提供全面的产品说明和烹饪指导, 方便消费者使用。同时, 及时处理客户反馈, 持续改进产品和服务, 提升客户满意度。

搭建专业的线上客服团队, 保证客服人员熟悉各类酿菜预制菜的特点、食材成分、烹饪方式等信息, 确保在消费者咨询时, 能迅速给出准确、详细的解答。针对消费者反馈的问题, 如产品口感、包装等方面不足, 及时反馈给相关部门, 推动产品的优化升级。此外, 设立客户意见奖励机制, 对提出建设性意见的消费者给予“满 50 减 20”优惠券、新品试吃装等奖励, 鼓励消费者积极参与产品改进, 共同提升广西酿菜预制菜的品质与服务水平。

2) 开展定制化服务

深入了解不同客户群体的特殊需求, 为餐饮企业提供定制化的酿菜预制菜解决方案。例如, 根据餐厅的菜品风格和定位, 调整酿菜的口味、食材搭配以及包装规格, 使其更好地融入餐厅菜单, 提升餐厅菜品的独特性。对于家庭消费者, 推出个性化订单服务, 如根据消费者指定的食材、口味偏好进行小批量定制生产, 满足消费者多样化的饮食需求, 增强消费者对品牌的粘性。

3) 建立售后关怀机制

在消费者购买产品后的一段时间内, 主动通过短信、邮件或 APP 推送等方式, 询问消费者的食用体验, 提供一些关于保存剩余预制菜的小贴士, 以及针对不同酿菜预制菜的二次加工建议, 帮助消费者更好地利用产品。若消费者购买的酿菜预制菜临近保质期仍未食用, 可提醒消费者尽快食用或为其提供一些优惠信息, 鼓励消费者再次购买。对于长期购买的忠实客户, 在特殊节日或其生日时, 送上专属的优惠券、小礼品或新品试吃装, 增强消费者与品牌之间的情感联系。

6. 结论

针对广西酿菜预制菜市场存在的问题, 本文从产品研发与创新、生产与质量控制、品牌建设与营销、供应链与合作、客户服务五个方面提出对策和建议, 为推动广西酿菜预制菜市场发展提供思考, 包括口味食材创新、标准化流程、多渠道推广等措施。这些对策与建议旨在推动广西酿菜预制菜产业的健康发展, 提升产品品质与竞争力, 满足消费者需求。在产品方面, 注重口味创新、营养搭配和形态多样; 生产上确保标准化与质量把控; 品牌建设要明确定位, 多渠道推广; 供应链需优化管理, 加强产业协同; 同时, 提供优质客户服务。通过各方共同努力, 广西酿菜预制菜市场将克服现有问题, 实现可持续发展, 为消费者提供更多美味、便捷且安全的酿菜预制菜产品。

基金项目

本论文为“2024 年大学生创新创业训练计划项目 + 十八酿香韵: 平乐预制菜古韵新篇 + S202411549063”项目研究成果。

参考文献

- [1] 陈日荣. 试论菜肴的创新与发展[J]. 食品安全导刊, 2018(9): 40.
- [2] 张小东. 预制菜的营养价值与食品安全问题研究[J]. 现代食品, 2024, 30(8): 157-159.
- [3] 任毅. 吴祐昕. 营养标签规范下的预制菜包装信息可视化研究[J]. 设计, 2024, 37(17): 10-13.
- [4] 韩羽彤. 预制菜市场现状与需求调查报告[J]. 食品安全导刊, 2023(9): 142-144+148.
- [5] 谢宗福, 刘畅, 张新, 陈啸林, 杨格, 等. 地方特色餐饮市场建设思考[J]. 商业经济研究, 2024(20): 180-183.
- [6] 周清杰. 供需良性互动催生预制菜市场快速发展[J]. 小康, 2022(17): 6.

- [7] 王磊, 常建国, 郑博川, 赵波. 完善法制保障 依法加强监管 让预制菜成为人民群众的“放心菜” “健康菜” [J]. 健康, 2024(8): 144-146.
- [8] 李明娟. 食品营销与策划的理论与实践探究[J]. 食品与机械, 2024, 40(6): 249-250.
- [9] 张太平, 伊星垚. 食品科学中不同加工方法对食材品质的影响研究[J]. 食品安全导刊, 2023(17): 174-176.
- [10] 蔡鸿伟. 消费者绿色食品购买行为的影响因素分析[D]: [硕士学位论文]. 泰安: 山东农业大学, 2023.