

“宅经济”“一人食”趋势兴起，罐头行业——

国内市场向好，海外市场很俏

本报记者 康朴



消费者在北京市朝阳区一家超市选购罐头食品。

本报记者 康朴

从冰箱里拿出一罐黄桃罐头，乐享夏日清凉；涮火锅来份梅林午餐肉，唇齿留香；开罐豆豉鲮鱼就着白粥也能吃得津津有味……

梅林午餐肉、豆豉鲮鱼罐头、黄桃罐头，这些食品甜蜜了许多人的

童年。但随着生活水平的不断提高，人们对罐头的疑虑也变多了：为什么会有数年的保质期？有没有防腐剂的？健康吗？

罐头行业如何回应这些疑虑并赢得更多信赖？

破误区——保鲜不靠防腐剂

在北京市朝阳区一家超市方便速食区，不时有人停下脚步挑选商品。60后张阿姨拿起一款罐头，粗略浏览包装信息后又放回了原位。她告诉记者：“打小就很爱吃罐头，那个时候吃一片午餐肉、一块黄桃，觉得幸福得不得了。现在有点担心它不健康，能保存这么久，估计是有不少防腐剂，午餐肉基本不吃了，不过黄桃罐头还是割舍不掉，但一年也只吃三四罐。”

“都是早晨就面包吃点果酱，很少吃肉类罐头。”另一位消费者马先生说。

还有消费者表示“不如现制食品营养健康”“泡在汤水里，看不出原材料究竟怎么样”……

“这些年，人们健康意识不断提升，一些消费者认为，罐头保质期长一定是因为添加了大量防腐剂，但实际上这是一种认识误区。罐头食品不需要添加防腐剂，而是采用热力杀菌和密封工艺，达到商业无菌和真空保存，保证食物的色、香、味。”中国罐头工业协会理事长刘有干说。

刘有干告诉记者，罐头工艺的发明要早于食品防腐剂的工业化应用。食物腐败变质和微生物有直接关系，如果消灭微生物或抑制其生长，食品自然不容易变质。罐头食品就是利用杀菌生产工艺消灭了有害微生物，同时运用真空技术，使可能残存的微生物在真空环境中无法生长，从而保持食物不变质。

不过，无需防腐剂防腐，并不意味着所有罐头食品都不含防腐剂，个别罐头产品因为工艺需要或者其他原料的带入，也会含有一些防腐剂。刘有干说：“比如有些肉类罐头会使用亚硝酸盐作辅料，以丰富风味、色泽，这些辅料产品中若含有防腐剂，就可能会导致罐头产品检测出防腐剂。”

即便不含各类防腐剂，也有消费者担心，罐头的保质期通常有几年时间，这样的食品新鲜吗？

在位于山东省临沂市平邑县的蒙水食品集团有限公司，开半、挖核、喷淋去皮、修整、多次清洗、抽空排气、装罐、杀菌……每瓶黄桃罐头都要经过这样一套标准化流程才能出厂。公司董事长孟祥山介绍，“从自有的玉泉万亩黄桃基地采摘到送车间加工，一般只需五六个小时，通过快速处理锁鲜，能有效保证罐头产品的新鲜度，保存水果的营养价值。我们还会削去毛边、残留皮碎、斑疤、碰伤等，保证产品品相。”

孟祥山坦言，果蔬大批量收获时，车间一时无法处理完毕，需要先储存在冷库中。不过，鲜果在市场上售卖时也已经过一段时间储存和运输，期间伴随着大量营养物质的流失，因此，在营养价值上果蔬罐头未必会低于生鲜，反而因为较为彻底的杀菌程序，使得罐头食品在安全性上更胜一筹。

新面貌——风味美食进罐头

记者又来到北京市海淀区一家超市，在这里，有位年轻女士挑选了几罐午餐肉和豆豉鲮鱼罐头，都是小包装，“老牌子信得过，主要是顾不上做饭的时候是给孩子吃，也不想点外卖，罐头简单烹饪就能做出可口的菜肴。”她说，“另外疫情反复，家里也得囤点物资。”

“新冠肺炎疫情让一些消费者重新认识了罐头食品。生鲜容易腐烂变质，而罐头有更长的保质期，还不占用冰箱。”上海梅林正广和股份有限公司副总裁张晴峰说：“以前有些消费者只吃过午餐肉罐头，在防疫常态化背景下，梅林品牌的油焖笋、红烧肉等菜肴类罐头也有更多机会直接触达消费者，今年我们的工厂一直都在满负荷



▲上海梅林的新口味罐头食品。

上海梅林供图



▲广州鹰金钱研发的自热汤罐头。

鹰金钱供图



▲蒙水食品集团有限公司罐头生产车间一瞥。

蒙水集团供图



▼在澳大利亚悉尼一家超市，青岛开创食品公司的罐头产品被摆在显著位置。

青岛开创供图

运转，营收有望超过18亿元，增长率将超30%。”

记者连续走访多家超市发现，北京罐头销售行情看好。一名导购员告诉记者：“鱼类和肉类罐头卖得很快，梅林、鹰金钱等老品牌产品补货频率很高。”

疫情只是罐头行业迎来转机的因素之一，“宅经济”“一人食”等消费趋势也为罐头企业带来新的契机。

业内有“百年鹰金钱，始创豆豉鲮鱼”的说法。即便没吃过豆豉鲮鱼罐头，它搭配油麦菜炒出的香味也让

人无法拒绝。“19世纪后期珠三角‘下南洋’之风盛行，鹰金钱豆豉鲮鱼就诞生在这样的时代浪潮中。”广州鹰金钱食品集团有限公司董事长郑坚雄说，“创新刻在鹰金钱的基因里，守护百年老字号需要坚守，但更离不开创新。”

前段时间，鹰金钱推出一款自热汤：底座轻轻一扭即可加热，几分钟就能吃到一碗热气腾腾的炖汤。“市面上很多自热锅需要加水才能生热，还是不够方便，为此

我们研发了加热更方便的产品。”郑坚雄说，“自热汤也是罐头食品，一经推出便受到年轻人追捧。”

超市货架上，罐头正以崭新面貌迎接消费者。郑坚雄介绍，近年来，鹰金钱不断加强产品创新，持续深耕鱼类罐头，推出健康低脂的金枪鱼罐头，并推动鲮鱼丸、鲮鱼饼、鲮鱼滑等冷链系列产品出海。

梅林不仅推出香辣、藤椒、烟熏、蒜香等多种口味的午餐肉，还把火鸡、宫保鸡丁、泡椒牛肉、雪梨笋丝、红焖牛肉、咖喱鸡肉等多种风味美食装进罐头，分量100g-150g，更符合当下消费需求。

预制菜市场的火热让“万物皆可罐头”，红烧排骨、狮子头等菜肴、各种地方特色美食以及鲍鱼、燕窝等高端食材，都被做成罐头，伴随包装和加热技术的进步，罐头食品企业为消费者提供了更多样化的选择和体验。

数据最有说服力。国家统计局数据显示，去年我国罐头行业规模以上企业累计完成营业收入1173.47亿元，同比增长7.33%，行业累计实现利润总额64.78亿元，同比增长1.82%。

大市场——行业盼更进一步

国内市场向好，海外市场更俏。据海关总署数据显示，今年前8月我国罐头产品累计出口205.2万吨，出口额46.9亿美元，平均单价2286美元/吨，与上年同期相比，出口量增加14.25%，出口额增加37.24%。

出口强劲离不开头部企业带动。青岛开创是一家主营果蔬类罐头食品的龙头企业，拥有乡村树、COUNTRY、FESTIN等自有品牌，产品进入上百个国家和地区，年出口额达1亿美元。“目前公司有芦笋、黄桃、杏、雪梨等20多种原材料自控基地4万亩，年采购农产品原料6万吨。”青岛开创食品有限责任公司总经理商会明说，“经过多年开拓积累，公司‘做强单品，做全系列，积极融入国际供应链’的策略取得显著成效，产品直供全球多个知名零售商如家乐福、德国麦德龙、美国克罗格等，实现了国际版的‘农超对接’。”

“几十年来，我国罐头产品以质优价美的特性，在全球贸易中具有较强竞争力，畅销近200个国家和地区，被端上无数海外消费者餐桌。”刘有干说，“尽管近年来受到制造成本不断上涨、汇率波动、国际贸易摩擦加剧以及疫情等诸多不利因素冲击，中国罐头企业在出口方面依然稳中有增，过去5年我国罐头出口总量达1450万吨，年均出口量约300万吨，出口创汇262亿美元。”

根据多年观察，刘有干也发现，目前国内80%以上的罐头企业在出口贸易中依然停留在贴牌生产阶段，依赖国外品牌和销售渠道。中国虽是世界罐头的“生产大后方”，但国内罐头企业品牌建设力度在整个食品行业中并不大。

商会明也感同身受。“企业规模小、自动化程度较低、创新能力不足等因素制约了行业进一步发展。国内多数罐头企业只做罐头，实际上，果蔬的速冻、罐头和酱汁都属于农产品深加工领域，原材料和销售路径基本一致，生产工艺方面也有共通之处，但目前农业产业综合体不多，行业较分散，生产运营效率不高，潜力有待挖掘。”他说。

相关从业人员表示，罐头企业不仅要做大规模，更要坚守品质。郑坚雄说：“质量是企业的生命，品质是品牌的基础，不能为了节约成本降低品质。”张晴峰认为，罐头食品企业需要重视对生产全流程的把控，通过原料、工艺、流程和品控等环节的标准化来提升产品质量，在此基础上为消费者提供更加健康、安全、营养、美味的食品，从而吸引更多消费群体。

做强罐头行业，丰富消费者餐桌

刘有干

现代罐头食品诞生至今已逾200多年历史，虽然食品生产技术日新月异，各种加工食品琳琅满目，但罐头作为一种安全、卫生、营养、方便的食品，一直与人们的生活密切相关，在航天、军需、救灾、勘探、旅游和日常生活场景中扮演重要角色。

罐头产业是我国传统食品产业，多年来在供应内需、出口创汇、服务“三农”、满足健康消费、稳定扩大就业等方面发挥着重要作用。罐头产业是提升农产品附加值的典型行业和有力抓手。罐头产业原料的生产、收购和供应源自乡村，发展罐头产业对于提高农产品附加值、增加农民收入、实现农村经济良性循环具有重要意义。

巩固和开拓国际市场是我国罐头工业的重要方向。罐头食品是许多海外消费者日常膳食的重要组成部分。在欧美国家，

人均罐头年消费量可达50—90公斤。疫情期间，尤其是2020年，美国肉类罐头、鹰嘴豆罐头、金枪鱼罐头销量同比增长分别为31.8%、25.6%和24.9%，德国蔬菜罐头销量大涨80%，水果罐头销量增长70%。突如其来的疫情让罐头食品的应急保障属性凸显出来，罐头食品赢得更多青睐，这对我国罐头产业而言也是重要机遇。

我国是世界罐头生产和出口大国。当代罐头工业在70多年发展历程中，小规模、多品种、小批量、以单机及手工操作为主的生产型罐头厂，成长为大小各具特点、基本实现专业化、机械化的生产经营型罐头企业。但我国罐头工业整体的机械化、自动化、智能化程度与国际先进水平相比还有不小差距，安全优质的原料基地建设尚不能适应生产发展需要，在国际市场上缺乏强势品牌，行业短板亟待补齐。

以科技创新引领产业转型升级，助推行业向质量型效益型迈进。产业能否持续稳定发展，关键在创新。以黄桃、柑橘等为代表的水果罐头自动化生产线日渐成熟，加工流程加快，效率不断提升；马口铁超薄罐制造技术有效节省制罐材料成本，减少资源和能源消耗；覆膜铁新型材料研制成功，填补国内空白，成为罐头食品包装首选。罐头企业在实现加工机械化、自动化方面取得一定成效，提高了产品竞争力，但仍需持续发力。

延伸产业链、提升价值链、完善供应链是产业提质增效的“金钥匙”。加强出口大宗品种产前分析、对策共商、规则共建，坚持倡导原料价格合理，保护农民利益，不压价伤农，守住产业底线。稳定出口价格，以销定产，保证加工利益，守住利润关口，推动行业企业间优势互补、协

同发展、互利共赢。

深入实施质量提升行动，推动罐头产业“增品种、提品质、创品牌”。引导各原料产地将罐头品牌与地区品牌有机结合，兼容并进，推动罐头食品与各产地地理标志、环境条件和资源优势融合发展，实现品牌叠加效应。推动罐头食品品牌和农业品牌建设同步，共同促进农业质量效益提升。

我国罐头工业须与时俱进，不断创新，努力实现从罐头生产大国向罐头生产强国的转变，为人们奉献更加安全、营养、美味、便捷的罐头食品，丰富消费者餐桌上的选择。

(作者为中国罐头工业协会理事长)

品牌论

延伸阅读

什么是“商业无菌”？

根据《食品安全国家标准 罐头食品》(GB 7098—2015)定义，罐头食品是以水果、蔬菜、食用菌、畜禽肉、水产动物等为原料，经加工处理、装罐、密封、加热杀菌等工序加工而成的商业无菌的罐装食品。

“商业无菌”是指罐头食品经过适度加热杀菌后，不含有致病性微生物，也不含有在通常温度下能在其中繁殖的非致病性微生物的状态。罐头食品基本加工方法多为原辅料在经处理烹制后装入包装容器，在真空条件下(或充入惰性气体)对包装容器进行密封，再对密封后的产品进行灭菌。

在“商业无菌”助力下，罐头保鲜无需防腐剂来“画蛇添足”。一般情况下，罐头产品的包装材料对光线、氧气、水汽的阻隔性越好，其保质期越长。

资料来源：《消费日报》

(本报记者 康朴整理)