

预制菜“入席”年夜饭 “外包”美食加盟，年味儿也浓

■中国城市报记者 刁静严

今年除夕夜，北京90后白领小林在厨房里不再手忙脚乱。灶台上，预制菜佛跳墙冒着氤氲热气，15分钟便可盛盘；案板前，年轻人一起摆盘，客厅里传来春晚的预热声响。

“以前长辈们筹备一桌年夜饭，从采买备料、清洗烹制到出锅上桌，往往要忙活大半天。今年把硬菜任务交给预制菜，全家反倒有了更多时间陪伴彼此。”小林的感慨，道出了2026年春节许多家庭的年夜饭新图景。

今年春节，预制菜市场迎来爆发式增长。叮咚买菜数据显示，平台2026年年夜饭预制菜销量同比增长180%，佛跳墙、狮子头、粉蒸肉、香辣蟹等礼盒成为抢手年货。《2026抖音电商年货消费趋势数据报告》显示，1月16日至29日，年夜饭相关预制菜产品成交额同比增长92%。与此同时，各大餐饮品牌与零售商纷纷入局，推出马年主题成品、半成品预制年夜饭礼盒。

一边是“省时省力”的消费刚需，一边是“口味不够地道”“对食品安全存有顾虑”的争议，预制菜为何能强势“占领”年夜饭餐桌？在国家卫生健康委发布《食品安全国家标准 预制菜》（征求意见稿）的关键节点，这场年夜饭“食材革命”，不仅是消费习惯的时代变迁、餐饮行业的转型升级，更承载着中国人对团圆本质的不变追求。

年轻群体 重构年夜饭场景

“以前过年，我妈从农历旧年腊月二十五就开始忙，炖排骨、卤牛肉、做扣肉，一天下来腰都直不起来，我们在外地工作也帮不上太多忙。”在北京工作的95后王浩，今年主动承担起年夜饭采购任务。他的购物车里，有品牌联名预制鲍鱼猪蹄煲、主厨联名烧椒鲈鱼，还有妈妈叮嘱要买的新鲜韭菜和饺子皮。“我算过一笔账，自己做一道佛跳墙，从备料、泡发到炖煮至少要3小时，还容易把控不好口味；预制菜加热15分钟就能上桌，味道不输一些饭店，省下的时间能多陪爸妈聊聊天、看看老照片。”王浩说。

王浩家的年夜饭模式，正

在全国无数家庭上演。

艾媒咨询发布的《2026年中国年菜市场发展状况与消费者行为调查数据》显示，2025年我国年菜行业市场规模达2219.95亿元，预计2026年增至2626.40亿元。

当90后、00后接过年夜

饭的需求，既方便又地道。”蔡通汉说。

清华大学公共管理学院副教授贾西津在接受中国城市报记者采访时表示，预制菜年夜饭热销，短线原因源于方便快捷、性价比均衡，比外出就餐更实惠，适配人群更广；



近期，国家卫生健康委发布《食品安全国家标准 预制菜》（征求意见稿），为行业发展注入“强心剂”，也助消费者吃得省心又安心。
王鹏作（人民视觉）

饭“掌勺权”，便捷性成为核心考量因素。他们以“预制硬菜+现做小菜”的搭配，重构了年夜饭的打开方式——把最耗时、最考验厨艺的硬菜“外包”，将更多精力投入团圆陪伴，而非厨房的琐碎忙碌。

上海市浦东新区68岁的张女士也成了预制菜的新“粉丝”。“今年子女没回来过年，我们老两口准备年夜饭，做菜少的话显得冷清，做多了既费力还吃不完。”张女士说，节前，女儿从网上给她订了一款适合老人的低脂低盐预制菜套餐，配置有红烧肉、清蒸鱼、时蔬拼盘，分量适中，加热后就能吃，既省心又有年味。体验过后，张女士还特意把预制菜的包装盒留了下来，打算年后推荐给“老姐妹”。

除了家庭餐桌，预制菜也走进了餐饮门店和返乡团圆场景。四川无厨供应链管理有限责任公司总经理蔡通汉向中国城市报记者介绍，今年春节公司推出了多款预制菜年夜饭及外卖套餐，涵盖了川渝特色、浇头系列、酱卤小吃等菜品，受到相关消费者好评。“很多人返乡过年，不想在餐馆排队，又想吃家乡味，预制菜套餐刚好满足了他们

长线原因则折射出生活节奏加快、家庭结构小型化、人员流动性增强的社会趋势。“如今，不少年夜饭聚餐未必像传统形式那样有核心‘操刀手’，因此将做菜‘外包’、使分工更加专业化成为新特点。”贾西津分析称。

国标护航 行业升级

预制菜年夜饭的走俏不是偶然，而是消费需求升级与行业自我革新的共同结果。2月6日，国家卫生健康委发布《食品安全国家标准 预制菜》（征求意见稿），为行业发展注入“强心剂”。

“过去一提到预制菜，不少消费者就会联想到‘科技与狠活’‘隔夜菜’，担心添加剂滥用、食材不新鲜等问题。”预制菜在线创始人郑义考察过多家预制菜企业生产车间，他告诉中国城市报记者，去年西贝预制菜风波后，消费者变得更加理性，一定程度上倒逼行业加速升级。“以前有些小作坊为了延长保质期，滥用防腐剂，把预制菜做成了‘化学添加剂堆砌的速食’，不仅严重破坏了行业口碑，也透支了消费者的信任。”

中国城市报记者注意到，此次发布的国家标准征求意见稿对预制菜的概念作出进一步细化明确：预制菜是“加热或熟制后方可食用的预包装菜肴产品”，不包括主食类、净菜类、即食食品和中央厨房制作的菜肴。同时划定禁用防腐剂、保质期最长不超过12个月的硬性红线。

江南大学食品安全风险治理研究院副院长洪巍在接受中国城市报记者采访时表示，预制菜对促进乡村产业发展、助力餐饮行业降本增效、满足消费者便捷用餐需求意义重大。如今国家标准的出台，是行业从“野蛮生长”走向“有标可依”的关键一步，精准破解了此前缺乏统一标准、信息不对称等难题；同时把那些只想挣快钱、滥用添加剂的劣质小作坊挡在门外，保障正规企业公平竞争。

洪巍补充道，国家标准为行业划定了安全底线，后续仍需加快落地完善，推动企业落实全链条管控，通过技术创新保留食材营养与风味，并持续做好科普宣传，消除大众认知误区，让标准真正成为重塑消费者信任、推动产业高质量发展的支撑。

中国城市报记者在采访调查中发现，面对国家标准要求和消费者的信任诉求，越来越多的预制菜企业开始发力品质升级，从原料采购、生产加工到冷链运输，全流程严格把控。而在冷链运输环节，头部企业纷纷升级冷链系统，实现全程温控、实时监测，确保食材从工厂到餐桌的新鲜与安全。

预制菜与年味儿双向奔赴

“预制菜再方便，也做不出‘妈妈的味道’”“年夜饭用预制菜，就是偷懒、没有年味”——当下，即便预制菜已成为年夜饭常客，这样的争议依然存在。

在很多人心中，年夜饭的意义远不止于吃什么，更在于“一起做”的过程：灶台前忙碌的身影、锅中升腾的烟火气、孩童嬉闹的笑声，这些才是刻在中国人骨子里的年味儿。

而随着新消费理念悄然兴起，中国城市报记者在采访中也听到了不一样的声音。

在北京工作的00后小陈告诉记者，今年他年夜饭分工明确：爸爸用预制菜做硬菜，妈妈现包饺子，他负责摆盘和拍照。在他看来，没人会刻意在意哪道菜是预制的，年味儿不在做菜的方式里，而在一家人团圆相伴的氛围中。

贾西津认为，预制菜与现做菜并非一个赛道的竞争关系，而是饮食场景的拓宽。预制菜的流行不会取代热爱下厨者的发挥，却能让更多没时间做饭又想尝鲜的人，也能轻松拥有一桌丰盛年夜饭，覆盖更广泛的消费需求。

事实上，预制菜与传统年味儿从来不是非此即彼的对立关系，而是相互成就的共生关系。预制菜承接了繁琐的硬菜制作，把更多时间留给家人团聚；传统年味儿坚守团圆核心，也为预制菜赋予了情感温度。

当然，要实现这份双向奔赴，行业还需持续发力，监管还需不断完善。中国城市报记者从市场监管部门了解到，目前各地已经开始加强对年夜饭预制菜的抽检力度，重点检查食材新鲜度、添加剂使用、冷链运输等环节，守护消费者舌尖上的安全。

郑义作为行业资深从业者及观察者，他建议，企业应聚焦口味与体验创新，更好满足消费者多元需求。比如推出半预制菜产品，让消费者自主完成最后烹饪工序，在省时便捷的同时，又能体验做饭的乐趣；针对不同地域的口味差异，推出川湘、江浙、北方等极具地域特色风味的预制菜，让产品更接地气，贴合各地消费者的年夜饭记忆。

受访专家一致认为，预制菜行业的发展方向，并非取代传统烹饪，而是作为有益补充，以工业化的高效，还原家庭厨房的温情与烟火气。参考日本预制菜行业发展经验，在标准规范与严格监管下，传统饮食文化非但不会被弱化，反而能催生出一批优质品牌，使预制菜成为家庭饮食的重要组成部分。

业内人士表示，随着预制菜国家标准的落地，行业将迎来量质齐升的新阶段，预制菜也将以更规范、更优质、更贴合消费者需求的姿态，走进千家万户的年夜饭餐桌，让便捷与团圆年味儿相伴相随。