

杭州专业仓储和配送海底捞的冷链物流公司 恒温冷藏 测温冷冻

| | |
|------|--------------------------------------|
| 产品名称 | 杭州专业仓储和配送海底捞的冷链物流公司 恒温冷藏 测温冷冻 |
| 公司名称 | 踏信冷链物流有限公司 |
| 价格 | 220.00/吨 |
| 规格参数 | 浙江冷链物流:服务好 冷冻冷藏产品:时效快 浙江杭州:质量高 |
| 公司地址 | 全国服务 |
| 联系电话 | 17280155564 17280155564 |

产品详情

踏信冷链物流公司承接全国各地牛肉、食品、乳品、奶油、水产品、电子产品、红酒、蔬菜、树苗、花卉、水果等冷藏车整车、零担运输业务，24小时服务热线：踏信冷藏物流有限公司注册地，可提供运输温度（20 ~-25 ）满足不同货物升降温度要求，现有冷藏车，棉被车，保温车80余辆，车辆类型齐全，有4.2、5.2、6.2、7.2、8.6、9.6、12.5、13.7、15米各类型号的冷藏车辆，公司所有冷藏运输车辆，全部采用国产进口原装制冷机组，经多年实际运行经验证实，该系列制冷机组具有高性能的可靠性，制冷量大，安全保护装置齐备，操作控制灵活方便，能充分满足各类货物的运输质量要求。货物全部由中国平安保险公司承保。业务遍布各大中小城市，在低温物流方面有丰富的经验，配有高低温临时周转冷库，同时加上全国各地的冷藏运输资源，可以为客户的产品流通全国。

漂泊在外，想念的就是家乡菜。但是，受疫情影响，多地都发出了就地过年的号召。如何才能品尝到家乡的美味？近两年火爆的预制菜半成品成了很多人的。

再加上越来越多的年轻人“掌勺年夜饭”，预制菜在2021年“出圈”，从元旦到春节前，预制菜概念股大涨。另外，预制菜在2022年春节表现亮眼。据不少电商平台数据显示，预制菜在虎年春节大卖，产品多、销量大，不少预制菜企业也表示，这个春节，处于“忙不过来，全面断货”状态。

冷食传媒记者 | 吕翠平 陈利娜

1股市表现：

虎年个交易日，预制菜概念股几家欢喜几家愁

2022年元旦至春节前，预制菜行业受到空前的关注。这体现在股市上，就是出现了多个预制菜概念股的

涨停。水产国联水产一月涨幅高达36.64%。牛年后一个交易日，预制菜概念股表现强势，西安饮食、百洋股份涨停，新希望、千味央厨等涨幅居前。（延伸阅读：[聚焦上市、融资、涨停、年菜大战……虎年春节临近，预制菜赛道虎虎生风，提前过年！](#)）

新年伊始，虎年个交易日，预制菜的表现如何？

据九方智投显示，截止2月7日15：00收盘，预制菜概念股微跌0.14%，有10家上涨，9家下跌，0家平盘。

具体来说，2月7日，预制菜概念股的明星是今年1月18日刚刚上市的益客食品，上涨5.40%。

其次是“餐饮供应链股”千味央厨，上涨2.30%。

排在第三的是深粮控股，作为一家大型的粮食加工企业，深粮控股算是真正意义上的预制菜概念股。

味知香作为预制菜股上涨1.17%，收盘时股价70.20元，在预制菜概念股中涨幅排名第五。

大湖股份、三全食品、步步高、安井食品、惠发食品也都出现不同程度的上涨。

在预制菜概念股中，跌幅大的是龙大美食，下跌3.60%。

2021年5月，龙大肉食在互动平台表示，公司早已布局预制菜业务多年，为海底捞、盘古餐饮等多家商家提供预制菜服务。现已加大研发力度，扩大产品系列及品牌以适应全国消费者的需求。

同时公司除了旗下的青青小厨自热米饭系列外，也布局料理包预制菜业务，产品种类众多，其中包括石锅泡菜五花肉、拌饭肉、飘香猪软骨、冻酥肉和猪肚鸡等。

2021年12月23日，龙大肉食发布《关于变更证券简称的公告》，公司变更证券简称的申请已经深交所核准，自2021年12月24日起，公司中文证券简称变更为“龙大美食”，公司证券代码不变，仍为“002726”。

对此，龙大肉食表示，此举是为顺应新时代的发展形势和中国消费市场高质量发展的要求，公司积极推

[关注|“龙大肉食”正式更名为“龙大美食”，全力进军预制菜赛道](#)）

此外，百洋股份、西安饮食、国联水产、广州酒家、福成股份等品牌也不同程度下跌。

2

叮咚买菜销量增400%，预制菜成春节新宠

2022年春节，在“就地过年”的号召下，方便、快捷的预制菜成了年夜饭新宠。为方便消费者购买，不少电商平台把预制菜作为单独的品类呈现，还推出了毛血旺、小酥肉、酸菜鱼等多款预制菜产品。

据有关媒体报道，春节前，淘宝、叮咚买菜、盒马鲜生等多个平台“预制菜”销量暴涨。在淘宝，今年年货节期间“预制菜”销量同比去年增长超。在叮咚买菜，快手菜相关食品同比去年同期涨幅超400%。

图片来源：界面新闻

冷食君在郑州市的一家连锁超市看到，预制菜已经成为食品区“常客”，诸如广州酒家、贾国龙功夫菜等餐饮品牌都推出了自己的预制菜产品，“小酥肉”、“佛跳墙”、“烤麸”等产品一字排开，产品丰富多样。

这些产品的价格也从十几元到几十元甚至上百元不等，售货员介绍，有些产品卖得很不错，消费者购买的兴趣比较高，推销起来也方便。很多消费者反馈，选择预制菜看中的是操作简单、价格实惠、味道不错。

3

预制菜企业：

春节“忙不过来，全面断货”

苏州市豪的食品有限公司（以下简称“豪的食品”）总经理余先文告诉冷食君，2022年春节期间，豪的食品的预制菜销售处于“忙不过来，全面断货”的状态，作为一家从一款“腌鱼”起家的预制菜企业，豪的食品扎根苏州，在二十多年的经营中渠道遍布全国三十多个省市。

新希望六合深加工运营总经理潘晓建表示，过年期间，新希望六合的预制菜“销量不错，增长主要在商超渠道”。从产品端看，全国各地的区域差异化，导致产品受欢迎程度不同，“小酥肉全国通吃，东北地区锅包肉、溜肉段卖得好”。

图片来源：网络

从消费趋势上看，预制菜的主要潜力在中高端市场，家庭消费者对于预制菜的体验要求比较高，很多产品并不适合。

新希望六合“主做餐饮连锁定制，很多产品没有直接到C端”的原因也在此，但类似排类等油炸产品，更适合家庭消费，则主做C端市场。在潘晓建看来，疫情下“就地过年”等因素对预制菜的春节销量起了很大的拉动作用。

浙江厨宝食品有限公司（以下简称“厨宝食品”）市场经理章琦介绍，厨宝食品专注牛羊肉预制菜，产品涵盖牛排、羊排、猪肉等多个系列产品，2022年春节期间，牛力骨、孜然羊排、鲍汁扣掌、蚝油牛柳、牛筋腩等销量很好。

“因为没做C端，只做了经销商渠道，相比2021年春节，销量增长48%，整个2022年，预期销量增长有望突破”，章琦说，2022年，厨宝食品会重点发力C端渠道，通过铺设电商、做特许门店等方式把这个细分赛道打出去。