

杭州专业仓储和配送呷哺呷哺的冷链物流公司 恒温冷藏 测温冷冻

产品名称	杭州专业仓储和配送呷哺呷哺的冷链物流公司 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。

提到长沙小吃，很多人个想到的就是臭豆腐。臭豆腐凭借“闻着臭，吃着香”的特性，赢得了众多美食饕客的喜爱。

随着小吃工业化的推进，以及以文和友为代表的文旅项目的兴起，臭豆腐作为长沙的一张名片，也开始了工业化进程，速冻臭豆腐开始代替现做。

那么速冻臭豆腐，能否“香”飘万家？

冷食传媒记者 | 吕翠平

芝士、迷你、小实粒...

臭豆腐品类迎来细分

“你认识做速冻臭豆腐的厂家吗？听说这个产品这两年卖得不错，想找点卖卖试试。”近日，冷食传媒接到了这样的经销商咨询。据该经销商介绍，近几年来，速冻臭豆腐作为一个休闲小吃，很受市场欢迎。这种情况也从长沙聚美合豆制品有限公司得到证实。据媒体报道，该公司每天生产240万片臭豆腐，仍然供不应求。

图片来源：网络王新壮食品有限公司也对市场的变化感受深刻。该公司营销总监宋向阳告诉冷食传媒，王新壮自2016年开始做预制臭豆腐，近几年明显感觉市场的接受度大大提高，销量也逐年提升。销量的提升离不开企业对臭豆腐这一单品的不断细分和创新。首先是规格上。传统的臭豆腐以大块为主，一些企业根据终端客户的反馈，以及消费群体的个性化需求，研发了一些新品。王新壮食品有限公司研发的小实粒臭豆腐就是其中之一。“我们发现，传统的臭豆腐块比较大，在灌汤之后消费者很难一口吃下去。但是分成几口吃，汤汁就会流失，既影响产品口感，也可能会洒到衣服上，影响消费体验。针对这一痛点，我们研发了小实粒臭豆腐。炸制之后，既保留了传统臭豆腐特有的酥脆外皮，内层也有肉，口感软滑，还可以一口一个，给消费者更好的食用体验。”湘潭罗家食品有限公司则根据夜市大排档以及烧烤店的特定消费场景，将臭豆腐穿成串进行销售，销量也不错。聚美合则根据消费群体逐渐年轻化的特点，在传统口味之外，推出了更符合年轻人口味的芝士臭豆腐等新口味，赋予这款传统美食新的生命力。

图片来源：网络此外，针对加工程度的不同，臭豆腐还有生坯和熟坯之分。生坯在保存方式上，通常要求冷冻，保质期比较长，一般为6到12个月，可以长距离运输，也可以增加销售期，更适合商用。熟坯则通常采用0到6度冷藏保存，保质期较短，通常仅有30天左右，更适合C端消费者。2

长沙臭豆腐供全国

预制菜定位引关注

作为臭豆腐的发源地，湖南集中了大量生产臭豆腐的企业，算是全国的速冻臭豆腐生产基地之一。据湖南省武冈市湘田食品有限责任公司负责人张经理估计，湖南至少有上千家生产臭豆腐的企业。宋向阳对这一数据则更加乐观：“长沙本来就有做臭豆腐的基础，我估计大大小小得有2000家。”生产企业的增多，产品不断细分，臭豆腐适用的渠道也越来越广。张经理介绍，传统臭豆腐定位通常是休闲小吃，主要销售渠道是美食广场、商业街、以及夜市。其中典型的就是这几年声名鹊起的文旅项目——文和友。在长沙，它通过复原老长沙的市井生活，将以臭豆腐、小龙虾为代表的特色小吃穿插期间，形成了一种沉浸式旅游消费，这几年特别火。这种模式带动的小吃销售量是非常大的。据了解，文和友有多家臭豆腐生产代工厂。图片来源：网络此外，同样值得关注的还有全国各地遍布的臭豆腐连锁店。为了便于加盟，很多连锁店也会选用速冻的臭豆腐来提升产品的标准化程度，这也是速冻臭豆腐的重点销售渠道之一。也有部分生产速冻臭豆腐的企业，自己开的就有臭豆腐连锁店，比如王新壮就属于此类。臭豆腐串的出现则让它同样适用于烧烤店、麻辣烫店、关东煮店等。而王新壮对臭豆腐的定位则更有意思：“很多品牌都把臭豆腐当做了一个休闲小吃，我们则将它打造成了一道菜。在销售渠道上，我们也不再侧重小吃店或者夜市摊，而是主要针对中高端酒店，将它作为一道特色菜品推荐给酒店和消费者。当前销售情况非常不错。”宋向阳说，王新壮自2016年开始对臭豆腐进行重新定位，当前，在北京、天津等

地的餐饮酒店对于预制臭豆腐的接受度都很高。3

中小企业混战

比“臭”大战已经开始

尽管生产企业众多，但是，在业内人士看来，因为市场极大，渠道又极度分散，当前，在臭豆腐行业并没有一家全国的企业，行业的品牌集中度非常低，中小企业仍是行业的主流，这也导致了行业价格战比较严重。据淘宝显示，长沙市聚美合豆制品有限公司生产的聚美合品牌臭豆腐，450克/袋，20片，原价16.9元，优惠价14.9元，约合16.6元/500克。长沙火宫殿食品有限公司生产的火宫殿牌臭豆腐，1000克/袋，30片，原价45元，优惠价25.9元，约合12.95元/500克。另外A品牌臭豆腐，600克/盒，30片，售价24.5元，约合20.42元/500克。尽管和其他两个品牌相比，盒装成本会比其他两个袋装的高一些，但是不可否认的是，各品牌之间的价差较大。同样500克规格的臭豆腐，A品牌比火宫殿高了将近一倍。而速冻臭豆腐除了与内部的企业竞争之外，还面临着其他竞争。其中一个强劲的对手就是常温休闲即食臭豆腐。比如火宫殿、以及长沙聚兴食品有限公司的康乐缘等品牌都推出了即食臭豆腐，和速冻臭豆腐分割市场。市场空间巨大，有销量，无品牌，未来，臭豆腐能否出现一家全国性的品牌？哪个品牌又有机会成长为，冷食传媒将持续关注。