

浙江专业仓储和配送棒约翰的冷链物流公司 恒温冷藏 测温冷冻

产品名称	浙江专业仓储和配送棒约翰的冷链物流公司 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

踏信冷链物流公司是及少数拥有冷藏运输资质的物流公司,提供冷藏运输、冷冻货物运输、保温运输,服务内容 到全国冷藏物流专线-奔豹冷藏是及少数拥有冷藏运输资质的物流公司,提供冷藏运输、冷冻货物运输、保温运输,市内冷藏配送运输,零担及整车的长途、中转、冷藏配送运输,并提供0-5 , -18 冷藏运输及 5 -20 保温运输业务。货物品种及运输区域范围一、货运产品定位:1、食品冰淇淋、奶制品、乳酸菌饮料、速冻食品、肉制品、禽制品类、调味料、巧克力、果脯蜜饯、海鲜、水果和蔬菜等。2、生物制剂包括疫苗、人和动物的血液及组织、微生物、微生物产品等。3、其他需低温运输的物品需低温运输的个人保养品、精密仪器、特种行业物品配送。

去年,受冷冻疫情影响,回家吃饭成为主流,具有备餐属性的速冻食品迎来井喷;在渠道方面,以锅圈为代表的火锅烧烤食材超市、以及各种社区团购平台和直播带货等迅猛发展;在品类方面,预制菜迎来快速发展,站上风口。今年以来,随着疫情的常态化,速冻食品行业开始面临新的形势。那么,冷冻食品行业未来发展方向在哪里?预制菜作为当前关注度很高的一个品类,前景如何?围绕这些问题,10月10日,中国冷冻冷藏食品产业高峰论坛,邀请有关嘉宾进行了精彩的主题分享和思想的碰撞。

冷食传媒记者 | 陈利娜 吕翠平

1未来30年,速冻食品行业路在何方?

会上,中国食品报社社长助理、中国冷冻冷藏食品研究院执行院长穆培龙致辞:

中国食品报社社长助理 穆培龙

为探讨新时代下的新机遇、新方向，寻找行业发展新趋势，加强业界交流，促进相互合作，中国食品报冷冻产业周刊在第14届中国冷冻冷藏食品产业大会期间，举办中国冷冻冷藏食品产业高端峰会，诚挚邀请速冻食品企业负责人及产业链相关人士、投资界人士，共享行业思想盛宴。

将围绕“冻品行业前三十年做了什么，后三十年往哪里去？”从高速井喷、出圈到逐渐回归常态，这两年的速冻食品行业有哪些变化？等行业问题展开深度碰撞。

在高度关注速冻食品行业发展变化的同时，中国食品报冷冻产业周刊还对细分领域“预制菜”进行了梳理。疫情期间，以西贝、海底捞、眉州东坡为代表的餐饮企业，尝试推出预制菜，初步培养了消费者对预制菜的饮食习惯；疫情之后，人们对于预制菜的接受度大大提升。随着味知香登陆A股，成为“预制菜股”，更是将预制菜的热度推向了一个新的高潮。三全、安井、千味央厨等传统速冻食品企业纷纷加码预制菜。

根据相关行业研究报告，我国预制菜市场规模有望破万亿，从2018年开始，每年复合增长率破20%。目前，预制菜企业合计约7.9万家。高端峰会现场，就有预制菜领域专家，为大家带来中餐标准化与预制菜的破界之道，以及餐饮食品企业如何构建供应链等等演讲，希望大家都能收获满满。

数智化如何赋能企业转型

行动学堂首席绩效改进专家、IBM全球认证领导力导师 易虹

当前正处于信息化、数字化时代。

数字化包含三个方面：智能决策代替人脑决策；科技乘以人的因素；技术为业务插上翅膀。数字化的核心是业务逻辑，数字化能不能帮企业提升绩效是重要的。数字化帮企业提升绩效不仅仅是帮助企业降低成本，还能帮助企业降低研发成本，助力企业研发创新，进行差异化竞争。

数字化成功有两个“极大”标准：成本极大优化，决策质量的极大提升。业务的标准化和流程化是数字化的起点。

数字化转型带来三个变化：对管理者的要求变了，要成为“架构师”；对人才的要求变了，要培养“桥梁型人才”；对组织架构的要求变了，要变为“平台赋能”。

数字化可以无差别地赋能千行百业，希望可以与更多地企业一起探索冷冻冷藏食品行业的数字化转型。

餐饮供应链发展对冷冻食品行业的新机遇

9月6日，千味央厨在深主板挂牌，这说明行业对餐饮供应链是非常认可的，基于对行业数据、趋势分析，2015年后是速冻米面行业快速发展时期，2019年整体市场突破800亿收入，但速冻米面未来仍有很大增长空间。

这几年，餐饮市场复合增长率达11.4%，外卖增长迅速，餐饮品牌化和连锁化率提高，但和国外相比增长空间巨大，标准化的核心是产品标准化，这是供应链企业的机会，之前的中餐标准化没有做好，产品标准化不解决，不能实现真正意义上的品牌连锁化。

对于餐饮行业来说，人不好招，房租上涨，成本压力增大，因此，很多餐饮都会尽量减少厨房使用面积，这些年，团餐行业的爆发，乡厨发展迅速，都说明中国有望出现类似Sysco的公司。发达的物流、精细标准化等是Sysco成功的原因。从千味央厨的实践经验来看，场景化对于餐饮供应链尤其重要。每个企业都有自己优势产品和优势方向，共同发力，把餐饮供应链做好。

围绕速冻食品迎来的新形势、新机遇和新方向，本届论坛邀请了安井食品副总裁黄清松、三全食品副总裁李小星、思念食品市场总监周伟、佳士博副总经理朱永波、陈纪乐肴居CEO于洪莉一起探讨。

精彩观点摘录如下：

黄清松：

这两年行业变化很大。、消费需求升级，消费者更关注健康、安全、品牌；第二、新渠道的崛起，比如火锅烧烤食材超市、生鲜超市、电商等新零售业态的崛起，给大单品的出现带来机会；第三、新品类的崛起和快速发展。比如，预制菜空间很大，预计有2500亿元的规模，呈现出“三大”的特点，即成长性很大，大单品很多，机会很大。

过去30年，速冻食品行业从无到有，从小到大，未来30年，速冻食品必将进入更多赛道，从米面、火锅到预制菜肴，我们面对的将是星辰大海，希望大家一起携手共进，共创未来。

李小星：

速冻食品其实早都有，但形成产业是在三全陈泽明发明速冻汤圆后，速冻食品前三十年，是大产业围绕现代渠道的红利，这两年消费分级渠道分散，很难按以往模式经营企业，未来三十年，消费者需求增加，面对分散分级，企业要在产品细分能力上加强，这是未来需要思考的。

过往三十年，是产业渠道红利，未来三十年，多场景产品化，机遇和风险同在。