

浙江专业仓储和配送丽华快餐的冷链物流公司 恒温冷藏 测温冷冻

产品名称	浙江专业仓储和配送丽华快餐的冷链物流公司 恒温冷藏 测温冷冻
公司名称	踏信冷链物流有限公司
价格	100.00/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。

8月底,鸡肉消费巨头——凤祥股份发布半年报。上半年,“优形”系列产品实现销售收入2.38亿元,同比大增195%,该数据已经超过2020年优形品牌全年收入。

细分来看,优形系列产品中,鸡胸肉单品占比从去年同期的18.7%提升至46.7%,同比增长209.1%;蛋白棒单品占比从去年同期2.9%提升至4.3%,同比增长86.8%。凤祥系列产品中低温即食鸡腿产品收入同比增长485.9%。

另外,截至2021年3月底,旗下“优形”品牌即食鸡胸肉产品累计销量突破1亿包。

优形鸡胸肉已经成为凤祥的明星单品。

母品牌“吃鸡”30年

独辟蹊径打造“优形”品牌

2016年2月，山东新凤祥集团旗下的凤祥食品有限公司推出优形品牌，涵盖两个系列共12款健身食品，为肉类调理品行业注入新鲜血液。（[点击回顾：专注健身人群，这款低脂高蛋白的鸡肉产品，竟能让七位健身大咖竞相代言](#)）

估计凤祥在推出优形品牌时，也没预料到它拥有如今的成绩。早在今年4月份，鸡胸肉品牌“优形”就已宣布，旗下即食鸡胸肉产品累计销量已经突破1亿包。截至今年上半年，优形品牌的销售额已达2.38亿元，超过去年全年。

图片来源：网络

优异的成绩离不开强大的实力做支撑。凤祥股份年报显示，目前其年白羽肉鸡饲养量已超过1亿只，生鸡肉制品年销量近20亿元，是国内大的白羽肉鸡生产商之一，同时也是肯德基、麦当劳等餐饮品牌的主要鸡肉供应商之一。从1991年起就在鸡肉供应链上深耕，从育种到养殖到研发到加工到品控，都有着成熟的管理标准和合作体系。

这种“三十年吃鸡”的行业积累，在优形身上体现为以下两点：

在品质上，凤祥经常接受肯德基、麦当劳等国际餐饮巨头各种形式的临时抽检。这能为优形提供有保障的原材料供应和生产加工体系，也是直接而强硬的行业品质背书。

在口感上，三十年的“吃鸡”经验，让优形团队在研发上能够博彩众长，借鉴此前行业积累，调动更多的研发资源与风味样本，为优形口感的持续优化提供基础。

优形的突出表现自然引起重视。凤祥股份表示，公司将于今年下半年对三个“优形”产品车间的生产线进行改造升级和产线扩充，预计产能将扩充至10亿元产值。

三驾马车拉动优形火爆出圈

优形品牌刚推出时定位健身人群。我们知道，常规调理品主打餐饮、家庭等场景，此次健身人群的定位对行业无疑是一个颠覆。

优形的产品，初包括男神款和女神款两个系列12个单品，有电烤鸡胸肉片、蒸鸡胸切片、蒸煮鸡胸肉丁、蒸煮鸡胸肉块（香草味）、蒸煮鸡胸肉块（原味）、蒸鸡胸切片（黑胡椒味）6种口味。

近几年，以鸡胸肉为基础，优形又开发了多样化新品，其中多款新品都受到了市场的热捧。在用爆品“沙拉鸡胸肉”打开市场之外，优形还推出了“给鸡胸肉加点料”的“鸡胸肉蛋白棒”，以及主打健康零食场景的“一口不忍肠”，将鸡胸肉做成方便携带、食用的即食小香肠，满足消费者更多元化的需求...

优形鸡胸肉产品。图片来源：网络

有了产品，还要选择匹配的渠道。在渠道开拓上，凤祥线上线下一体化发展。线上在天猫、京东开设旗舰店，推出多款针对家庭消费的产品，与盒马鲜生、每日优鲜和达令家等达成战略合作；线下，除了盒马鲜生，还与7-11、罗森便利、全家、便利蜂等全国超过25000家线下零售门店合作，C端势头凶猛。

据蝉妈妈显示，“优形鸡胸肉”账号直播的30天内，共上架了30件产品，总销量为6.1w，场均销售额34.6w，月销过千万。

亮眼成绩取决于品牌的销售策略，主播们不断灌输健康、瘦身的理念，成功转化直播间年龄为18-24岁的女性人群。

除了品牌自播外，优形也与头部带货主播合作。鸡胸肉产品在薇娅直播间上架后，仅8分钟销售额突破230万，创造了同业产品线上销售快速度。（相关链接：[健身鸡胸肉也分男女款？没错，这家鸡肉公司昨天在香港上市了](#)）

而在此之前，凤祥食品与The Color Run彩色跑联合成功引爆“放肆轻食潮”，还入驻当下大火的头部综艺《向往的生活4》，618期间邀请创作才子汪苏泷带货，优形蛋白棒鸡胸肉入驻天猫小黑盒……

优形的火爆，还与其对各类人群的需求进行针对性营销有关。观察市场可以发现，目前的鸡胸肉产品往往均是主打“健身人群”，在“撸铁男”人群争夺中“内卷”严重，优形则将鸡胸肉产品拓展至更广泛的消费人群，终形成“全民爆款”的效果。

在代言人方面，优形曾尝试过许多代言人，但真正为大众所熟知的，是万茜与优形的组合，这也在年轻

人心里塑造了新形象。

与分众传媒、新潮传媒的合作则是优形爆发的推进器，通过大肆进军商务楼的电梯广告版面，以蓝色为底色塑造其高端、健康的品牌基调，传递了“低脂肪、高蛋白、零激素”的生活理念，实现了城市女白领群体的高效触达，建立起了“吃优形，更有型”的强认知。

此外，优形通过特性应援营销、跨界营销、综艺营销等一系列营销手段，意在快速破圈。如现身“地球上快乐的五公里跑”The Color Run；入驻头部综艺《向往的生活》；甚至，与金典有机奶的跨界活动“典形青年”中，立足于优质蛋白的结合，双方推出了联名概念套装“心机瓶”——一口鸡肉一口奶。

在今年的抖音818好物节中，优形还与抖音官方及乒乓球大满贯得主、奥运张继科合作推广，并同步发布新品“小Q鸡胸肉”。

3

即食鸡胸肉赛道已诞生两个“亿级品牌”

即食鸡胸肉是轻食市场的明星赛道，因其高蛋白、低卡路里、低脂肪成为了符合现代人健康生活理念的时尚简约食品。如今，在即食鸡胸肉这个细分赛道内就已经诞生了2个“亿级品牌”。报道显示，2020年鲨鱼菲特销量超过2亿元。加上年销2.31亿元的优形。

中金公司9月初发布的研报称，中国即食鸡胸肉食品行业尚处早期起步阶段，对比国外，鸡肉消费仍有较大空间。鸡肉占肉类总消费量比例偏低，2020年为23%，而全球平均为39%；鸡肉年人均消费量偏低，2020年为10.8千克/人，全球平均为18.4千克/人。

另据咨询公司弗若斯特沙利文的测算数据，预计2025年深加工鸡肉食品市场规模达704亿元，增长驱动源自消费健康意识提高、食用便捷趋势增强，以及品牌溢价提升。

眼下，做即食鸡胸肉的既有新消费品牌，也有国内传统的肉鸡生产企业，不过它们的路子不同。

比如，薄荷健康、Keep等健康管理互联网平台，顺理成章地将用户转化为即食鸡胸肉的消费者；

元气森林、三只松鼠、百草味等新消费品牌相继乱入，不放过任何一个爆款品类；

至于鲨鱼菲特这样主打鸡胸肉的初创公司，则是资本助推起来的玩家——年初完成了由字节跳动领投的1亿元B轮融资，半年多已先后完成4轮融资。

国内传统肉鸡生产企业加码即食鸡胸肉的，以正大、泰森、凤祥等为代表。

以优形为例，其背后的凤祥构筑了强大的全产业链能力，截至2020年末，产业链涵盖鸡苗、生鸡肉制品、深加工鸡肉制品。拥有22个种鸡场，3个孵化场，45个鸡肉养殖场，以及涂在加工厂8个，饲料加工厂2个，有机肥厂1个，实现了从养殖、加工、运输、终端消费的全程质量控制。供应链端的强势渗透，给予了优形无形的价格优势，这是新消费品牌所不能及的。

当下，即食鸡胸肉也有亟需提升的地方，那就是口感。有网友反馈，鸡胸肉口感太柴、吃着太腥、味道太咸，由此看来，这款产品离真正的“好吃”还有一定距离。其次在质量上，随着资本注入，越来越多新品牌涌现出来，他们在供应链环节的能力有所欠缺，容易出现产品质量问题。总之，所有未来鸡胸肉品牌需回归初心，产品本位方能打破故有圈层，赢得更多消费者的青睐。