

杭州冷链运输激光镜头的冷链物流在那里激光镜头冷链 激光镜头运输

| | |
|------|---|
| 产品名称 | 杭州冷链运输激光镜头的冷链物流在那里激光镜头冷链 激光镜头运输 |
| 公司名称 | 踏信冷链物流有限公司 |
| 价格 | 420.00/吨 |
| 规格参数 | 杭州踏信冷链物流:浙江冷链物流 激光镜头:冷冻冷藏运输 杭州冷冻运输:杭州冷链冷冻 |
| 公司地址 | 全国服务 |
| 联系电话 | 17280155564 17280155564 |

产品详情

杭州踏信冷链物流有限公司与物流有限公司是一家集普货,冷藏冷冻的物流公司,是一家从事跨省市公路货物运输和仓储的服务性企业。公司实力雄厚,拥有多年的营运经验。公司在仓储部现拥有5000平方米仓库,冷藏冷冻仓库1000平方,仓储能力达5000余吨。设有多个和储运网点,自备货运车辆30余辆(5T-30T),网络合同车100辆,另有多辆危险品车辆,备有市区通行证可随时为您提供市内短驳,零担快运业务,设有标准市内仓库备有各类铲车等装卸设备。公司在全国部分城市与近百家物流公司建立了长期可靠的联运关系

中国预制菜品牌创新技术应用指数排行榜

2022年中国预制菜品牌的创新技术排行榜的包括思念、恒都、真牛馆等品牌。其中思念以86.05分排名,恒都和真牛馆分别以84.22分和83.41分,排名第二、第三。

艾媒咨询分析师认为,我国预制菜市场竞争激烈,以创新技术带来更好的预制菜食品体验,不仅有利于扩大市场,同时还能提高消费者的信赖度。

中国预制菜行业产业链

中国预制菜产业链产业图谱

中国预制菜女性、一二线城市消费者居多

方便快捷是消费者购买预制菜核心需求

2022年7月调研数据显示，方便快捷（71.7%）是消费者购买预制菜的主要目的，其次是美味可口（42.1%）和价格实惠（31.1%）。艾媒咨询分析师认为，预制菜本质是减少菜品加工程序，方便消费者更快捷地享用美食，近七成消费者购买预制菜的目的是节省时间，预制菜在C端存在较大的发展潜力。

超八成消费者倾向购买预加工程度适中的预制菜

2022年7月调研数据显示，购买即烹食品（83.3%）的消费者占比较高；消费者消费的预制菜菜式里蔬菜类多（63.1%），其次是水产类（59.7%）和肉禽类（59.5%）预制菜。艾媒咨询分析师认为，多数消费者倾向购买预加工程度适中的预制菜，既降低了菜品的加工难度，又可以大程度把握菜品口味。

九成消费者已经形成每周购买预制菜品的习惯

2022年7月调研数据显示，每周购买预制菜品1-2次的消费者居多（48.4%），其次是3-4次（37.0%）。价格方面，消费者单次消费21-30元占比多，其次是31-40元。艾媒咨询分析师认为，多数消费者已经形成每周购买预制菜品的习惯，对预制菜需求量大，市场将进一步扩容。

中餐和晚餐预制菜使用率高，预制菜消费场景扩展

2022年7月调研数据显示，晚餐（72.7%）和中餐（63.5%）预制菜的消费时段占比较高。消费者消费预制菜场合以家庭用餐（71.8%）居多，其次是朋友聚餐（47.7%）和一人食（33.6%）场景。艾媒咨询分析师认为，中餐和晚餐是预制菜消费者主要消费时段，预制菜逐渐扩展至各类消费场景，消费端渗透率持续加深。

六成消费者通过电商平台购买预制菜

2022年7月调研数据显示，消费者购买预制菜主要通过电商平台（62.3%）和超市（44.8%）。艾媒咨询分析师认为，预制菜厂商可以根据消费者购买预制菜的渠道习惯投放相应广告进行宣传，对菜品规格与包装进行相应调整，以达到销售增长的目标。

预制菜产品总体评价略低，产品分量、口味还原度欠佳

2022年7月调研数据显示，消费者对预制菜总体评分略低（6.8分），其中制作时间（7.8分）评分较高，产品的份量（6.7分）、价格（6.7分）、色泽（6.6分）、口感（6.5分）、味道（6.4分）低于总体得分。艾媒咨询分析师认为，消费者也认同预制菜具有减少制作菜肴的时间的特性，但对于口味还原度及分量评价较低。