

# 嘉兴至南宁冷冻货运专线 保鲜物流 专业冷藏运输

|      |   |
|------|---|
| 产品名称 | 嘉兴至南宁冷冻货运专线 保鲜物流<br>专业冷藏运输                        |
| 公司名称 | 踏信冷链物流有限公司  |
| 价格   | 420.00/吨  |
| 规格参数 | 嘉兴踏信冷链物流:浙江冷链物流<br>冷冻冷藏产品:冷冻冷藏运输<br>嘉兴冷冻运输:嘉兴冷链冷冻 |
| 公司地址 | 全国服务  |
| 联系电话 | 17280155564 17280155564                           |

## 产品详情

杭州踏信冷链物流在北京、、重庆、昆明、西安、兰州、银川、乌鲁木齐、广州、武汉、长沙、济南、石家庄、大连、沈阳、南京、杭州等地均设有分支机构和自行管理的仓库及一大批长期合作的车辆。均能为贵公司产品达到各地的接货、入库、配送提供服务。

### 1.2 品类属性：需求基础，偏好多元，供给有半径限制

速冻米面制品的需求特点：基础+多元。从需求角度，我们尝试用两个维度刻画不同食品品类的属性：1) 客观效用 VS 主观效用：我们将客观效用定义为满足生理性、基础性、功能性的需求，将主观效用定义为满足心理上的需求，比如对特定口味的满足感、休闲以及社交需要；2) 评价维度单一 VS 多元。与其他食品饮料品类对比，速冻食品主要满足的是高效便捷、节省时间与成本的需求，因此具备较强的功能属性；由于主食与辅食的区别，满足饱腹需求的速冻米面在功能性上又略强于火锅料、预制菜。我国不同地区饮食习惯各异、菜系各具特色，因此速冻食品的需求点分散、评价维度多元，SKU 较多；其中火锅料本身是地域美食走向全国，对产品的需求点较米面、预制菜相对更集中。

速冻米面的供给特点：生产地域限制小+销售半径有限。从供给角度，我们也尝试用两个维度刻画不同食品品类的属性：1) 全国化生产 VS 地域性生产：产品生产对特定区域禀赋（如特定的气候地理条件、产业链配套程度等）的依赖强弱，也即产能异地复制的难度；2) 销售半径大 VS 销售半径小：产品特性、运输成本造成的销售半径差异。由于冷链物流的成本显著高于常温物流，速冻食品的干线-支线-终端全链条的配送、仓储成本较高，因此销售半径有限。速冻生产过程对自然环境没有限制，除鱼糜制品所用的鱼浆生产主要集中在东南沿海和湖北，其他米面粮油、肉类等原材料地域性较弱，虽然在河南等农业大省产业配套更好，但整体上异地复制的限制较少，依靠充足资金能够顺利实现全国化产能投放。

与其他方便食品、外卖相比，速冻米面的便利性、经济性和口味都位于中间位置。位于同样是满足方便、饱腹的需求，速冻米面在 C 端有较多替代品，包括方便食物、面包、外卖等。我们从单位热量值价格

、口味满足度、方便程度三方面对比，以速冻水饺为例，速冻米面制品性价比较高，口味营养丰富度大于方便食品、面包，满足一餐饭所需热量的成本也低于外卖；但速冻食品仍需自行进行蒸煮等加工，导致其在方便程度上不及现成食物，同时也将 C 端消费场景限制在家庭。

以上特点会造成速冻米面制品存在一定的产品逻辑，品类创新是行业增长的重要动力。根据第二十届中国方便食品大会统计，速冻米面制品以水饺汤圆等传统为主，占比稳定；面点、休闲等新品类增速更快，占比呈提升趋势。近年来手抓饼、卡通包、烧麦等新单品创新不断，人们主食、早餐可供选择的米面制品更加多元化，水饺、汤圆本身属于较早采用速冻工艺制作的传统品类，因此 2011-2020 年三全面点点心类、安井米面制品（面点为主）收入增速显著快于三全传统品类。

### 1.3 生产特点：上游大宗属性强，降成本主要靠生产端的规模效应

原材料端，速冻米面制品的上游更偏大宗，面粉价格波动性弱于肉类和鱼类。具体看速冻米面制品的原材料构成，根据三全招股书披露的 2007 年 1-6 月分产品的各项原材料成本构成（后续不再披露，虽然时间较久远但保持稳定），速冻水饺的原材料成本占该品类营业成本比重为 84.3%，其中肉类占原材料比接近 5 成，面粉近 2 成；速冻面点产品的原材料成本占该品类营业成本比重为 71.1%，其中面粉占原材料比约 4 成，其次是白糖、肉类、植物油，以及鸡蛋、酵母、奶粉、奶油等。原材料占比高的面粉、肉类、油脂等都属于大宗品，规模较大的企业在成本端虽然较小厂家具有一定优势，但由于采购量相对于庞大的农产品上游很低，因此规模效应带来的成本优势不如速冻鱼糜制品大。这是由于鱼糜制品主要原材料是鱼浆，而鱼浆则是水产品中的一个小品类，且上游白鲢鱼价格波动性较米面粮油更大，企业如安井议价权、囤货优势更大，且可以向上游延伸控制原材料供应（例如安井收购新宏业）。

生产工艺的积累迭代对速冻米面产品品质有较大影响，而速冻火锅料品质主要与含肉量有关。由于速冻米面制品大部分品类仍是对传统主食、小吃的还原，因此评价产品好坏的重要尺度是和手工产品的还原程度，包括口感和风味两个维度。风味主要由配料或馅料决定，以水饺为例，其中馅料口味众多且含有大量蔬菜，经过冷冻-烹饪终呈现出的风味不仅与用料有关，更受到生产工艺的影响；对于蒸、炸类面点，还原度则更多体现在口感上，影响口感的因素主要是生产工艺与技术，比如面团醒发。不断打磨相比之下火锅料作为一种配菜，产品形态已经稳定，工艺也较为成熟，品质高低更多与风味有关，而影响风味的主要因素即为含肉量，同等价位下能实现多少含肉量则取决于成本优势大小。

针对 B 端，米面制品研发还需要考虑场景适配度、后厨操作等。家庭端的烹饪场景、需求偏好相对统一，餐饮端例如早餐场景、团餐场景、宴席场景、涮烤场景等对米面制品的侧重点要求不同，体现在成本价格、出餐速度、操作简便度、形象新奇度等多个方面，厂家在餐饮场景的经验积累、对终端需求的理解程度是研发推出适销对路产品的重要保障。提高自动化生产水平是速冻米面制品降成本、维持性价比的主要路径。横向对比来看，速冻米面的生产工艺涉及的化学转化较少（除了发面之外），更多还是物理上的成型、蒸煮炸、冷冻，因此生产过程更少涉及转化率、损耗率的概念，速冻米面厂家在生产上扮演的角色更类似米面、调味品和馅料的“集成商”，而在上游原材料大多为大宗品的情况下，降成本的主要方向则是通过自动化流程提高生产效率。