

# 广州至兰州冷冻货运专线 冷冻物流 冷藏信息

产品名称	广州至兰州冷冻货运专线 冷冻物流 冷藏信息
公司名称	踏信冷链物流有限公司
价格	420.00/吨
规格参数	广东冷链物流:冷冻产品 广东冷冻运输:冷藏产品 广东冷藏货运:食品冷链
公司地址	全国服务
联系电话	17280155564 17280155564

## 产品详情

### 广州至兰州冷冻货运专线 冷冻物流 冷藏信息

广东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。

1、预制菜发展大势所趋,企业具备多维竞争优势行业:顺应社会分工趋势,提升备餐效率预制菜的市场规模可拆分为预制菜消费量及其单位价格:量方面,可进一步分解为B端和C端渠道的消费量,分别取决于消费者在外用餐消费量、在家用餐消费量,及其各自场景下预制菜的渗透率。其中,整体消费量的增长空间主要取决于人口数量,外卖率水平则受到就业率、居民收入、餐饮业发展水平等经济因素,以及老龄化、婚育情况等人口结构因素的影响。而渗透率的高低则既取决于需求端的演变(B端降本增效、C端便捷烹饪),也与供给端如冷链物流、家电普及率等配套基础设施条件的完备程度相关。价方面,人们对高品质产品(品质优、还原度高、操作简便的预制菜)消费意愿的增强是基础,消费力(收入水平)的提升是重要保障,此外也需要供给端相应研发能力的匹配。公司:品牌、产品、渠道、产业链布局等多维度构建壁垒通过对美日头部预制菜企业的分析,我们认为其在行业中取得竞争优势主要通过以下几个方面:产品力:预制菜的使用需要经过再加热、再加工的过程,对于企业而言,一方面,需要考虑如何通过技术使得预制菜经过再加工后的口味、口感尽量接近现制水平;另一方面,企业需要具备需求洞察能力,能够及时捕捉消费者需求变动趋势,并推出相应的创新产品,既有助于加强和B端客户的合作深度,也有利于C端渠道的销售。例如日冷公司通过对炒饭这一品类持续研发,不断升级产品口感。雀巢内部也拥有完备的研发资源,推崇创新文化,持续推出符合消费潮流的新产品。渠道力:无论是面向C端的KA卖场、便利店、线上等渠道,还是服务大量社会餐饮的经销批发渠

道，掌握丰富的渠道资源是预制菜企业推动产品销售的必备一环。例如美国Sysco作为餐饮供应链企业在B端渠道具备明显优势，而雀巢作为食品综合企业，则广泛布局零售渠道，可顺利导入预制菜产品。此外，日本的连锁便利店企业7-Eleven也凭借高效的配送供应体系来满足客户对便当等预制菜的高频采购需求。

2、日本：经济疲软叠加人口结构变化，预制菜消费渠道切换概览：B端随经济走弱出现下降，C端实现补位

(1) 品类及BC端产品分类：日本预制菜品类丰富，主食类及冷藏类预制菜为特色。日本预制菜除常见的冷冻类即配型预制菜的肉类水产，以及即烹或即热型预制菜的冷冻调理食品外，主食类预制菜也有较大市场规模。日本C端冷冻食品中受欢迎的冷冻炒饭和冷冻饺子等，可视为广义上的即热型或即烹型预制菜。“主食+菜品”类的便当产品，包括冷冻储存以及冷藏储存的品类，可作为正餐的替代，在日本发达的便利店系统中广泛销售。

(2) BC端结构占比及统计口径问题：预制菜统计方面，需同时参考日本冷冻食品协会及欧睿数据统计口径。由于预制菜的定义尚无准则，主流统计数据包括日本冷冻食品协会的数据，以及欧睿数据库数据。为便于后续理解，在此对两个统计口径进行说明：

(1) 日本冷冻食品协会：统计口径为需要冷冻的预制菜，其中包括B端的即配型食材、即烹型和即热型调理食品等，以及C端的冷冻炒饭、冷冻面食等。其中，B端冷冻食品，可等同于B端广义预制菜的概念。