

进出口食品供应链会有哪些变化？

产品名称	进出口食品供应链会有哪些变化？
公司名称	深圳市红三羊供应链有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市罗湖区南湖街道东门南路1006号文锦渡口岸综合报关大楼628E
联系电话	0755-25108873 18807550903

产品详情

食品供应链包括哪些环节？

食品供应链是指涉及将食品产品从生产地运输到消费地的整个流程。食品供应链的关键环节包括原材料采购、生产加工、质量检验、运输物流、存储仓储、销售分销等。除此之外食品进出口还涉及进出口报关、海关检验检疫等。

食品进出口供应链的管理需要注意以下几个方面：

1.

供应商管理：选择可靠的供应商，确保原材料的质量和安​​全，要求供应商遵守食品安全、质量标准。

2. 生产加工：建立并严格执行食品生产加工标准，确保食品安全，包括原材料的处理、生产过程的卫生控制、工艺参数的控制等。

3.

供应链协同：各环节之间要加强协同合作，确保信息的流通和沟通，提高供应链的响应能力和效率。

4. 质量控制：在供应链各环节进行质量检验和监控，确保食品质量符合标准和规定。

5. 物流管理：合理安排物流运输，减少食品在运输过程中的变质和污染的风险，确保食品的安全性和新鲜度。

6. 风险管理：制定应急预案，应对可能出现的风险，保障食品供应链的稳定性和可靠性。

7. 法规合规：严格遵守国内外的食品安全法规和质量标准，确保食品进出口的合规性。

总之，食品进出口供应链的管理需要全程把控食品的质量和安 全，合理规划和协调各个环节，确保食品能够在生产、运输、销售等过程中保持良好的状态，让消费者放心使用。

“ 高品质、标准化、降本增效 ”

餐饮供应链出现三大新需求

国家统计局公布的数据,今年上半年餐饮收入24329亿元,增长21.4%。最新的7月数据也显示当月,全国餐饮收入4277亿元,同比增长15.8%。餐饮业持续释放潜力,餐饮企业纷纷加速开店,开启规模抢夺战。如此境遇下,餐饮业对供应链的要求也越来越高,具体表现在三大方面:

01

比拼性价比的时代,食材供应要有更高品质

如今,消费者对待餐饮消费的态度越来越理性了,“ 一分钱掰成两半花 ” 正成为消费常态。在这样的背景下,同样的品类或品牌,消费者往往更倾向于高性价比的一方,一些具备极致性价比特点的品类、品牌也得到了快速发展。餐饮品牌们纷纷开始在“ 品质 ” 上花力气,餐饮业掀起了一股原材料升级的潮流,不少品牌都在更换产品原料,反复强调“ 品质、健康 ” 等理念。

西贝专业儿童餐进行部分有机蔬菜的升级,比如有机胡萝卜、有机西兰花、有机玉米等,并表示有机食材营养更丰富、口感更纯正;中式快餐品牌小女当家的菜品大多选用当季菜,同时融入一些“ 地标食材 ”,比如江西高安腐竹、广西荔浦芋头等;今年刚拿了数千万美元融资的徽菜品牌小菜园也相继升级多款原料,有直产于黑龙江的五常大米、天然矿泉水,以及非转基因大豆油等,强调食材的高品质。

餐企对原料、食材的要求越来越高,传导到供应链端,餐企对上游的原料供应也提出了更高要求。

02

餐饮业迎来“ 报复性开店 ”,对降本增效的诉求提升

今年的餐饮业,可谓是等来了“ 报复性开店 ”。qichacha数据显示,今年1-7月,新增餐饮企业243.7万,同比增长25.7%。

连锁餐饮品牌们开店的热情也分外高涨。茶饮领域里,古茗、茶百道、沪上阿姨、甜啦啦、书亦烧仙草等品牌先后喊出“ 万店 ” 目标;坚持直营多年的奈雪的茶、乐乐茶则宣布开放加盟;喜茶亦加速拓店,今年以来已新增门店近千家。还有不少中餐品牌开始向海外市场扩张。呷哺呷哺已经出海新加坡,并计划2023全年开出6家海外门店。据红餐网不完全统计,今年以来,正新鸡排、楠火锅、朱光玉、鱼你在一起、嗦嗦米线、农耕记等多个品牌均在加速海外门店的布局。甜啦啦品牌负责人在接受新京报采访时曾表示,破万店非常考验品牌供应链的整合能力。

但实际上,又何止是万店,餐饮企业从1家店到100家店,100家到500家店,再到1000家店,规模扩大的背后,也需要有愈加强大的供应链支撑。在门店扩张过程中,如何保证门店的营收与市场规模齐增,这对供应链所能带来的降本增效作用提出更高要求。

03

连锁化率进一步提高,供应链标准化要求升级

美团数据显示,从2018年到2022年,中国餐饮市场连锁化率从12%提高到19%。连锁化率的提升本质上就是店面的复制扩张,而复制的前提是标准化。所以业内又有说法称:“没有标准化,连锁做不大。没有标准化,店开的越多,倒闭的越快。”而这当中,供应链的标准化则是关键中的关键。对于连锁企业来说,通过供应链管理,可以从源头上建立标准,实现食材原料从加工到门店上餐的整个过程更细致化的把握,保证企业的出品稳定,提高生产环节效率。

出口食材供应链的变化

新赛季启航,面对出口食材贸易的变化,中国出口食材供应链发展充满了机遇。食材供应链企业可以从新兴市场、目标消费者、新兴渠道和消费场景、产品重构、品牌建设和标签打造等几个维度挖掘新的机会点。

然而征服海外市场并非易事,中餐“扎堆出海”的背后,折射出的是中国餐饮品牌急于寻找增长渠道的焦虑。现今海外中餐厅全世界有60万家,其中在美国中餐厅有5万多家,欧洲则是6.5万家。虽然数量可观,但海外中餐连锁化率并不高。

未来海外中餐业者应以变应变寻求新机,积极尝试将企业向标准化、连锁化、品牌化发展。海外中餐厅连锁化和出口食材供应链是相互促进的,也蕴含着巨大的机会,比如预制菜产品的出口不仅可以让国外顾客品尝到正宗的中国味道,还可以帮助企业开拓海外市场。

进口食材供应链预测

随着全球化进程的加速,越来越多“高大上”的优质进口食材被端上中国人的餐桌,让消费者不出国门,就能吃遍世界,追求品质生活正在成为中国消费者的消费新趋势。

目前,中国市场已经成为进口食材最大的市场之一。面对潜力巨大的中国市场和消费升级的大趋势,进口食材也呈现出越来越多样化、追求创新的特点。

1、进口供应链正在缩短链条,消费者未来将会有渠道直接接触到海外产品,加强和产地之间的直连直采,提高供应链的效率。

- 2、食材供应链将持续下沉，并根据在进口食材溯源上已经形成的一定标准，对上线客户做出相应要求。
- 3、产品要做出差异化特色，要把产地、口感、成长环境等食材背后的故事要讲给消费者听，赋予进口食材文化的力量。
- 4、溯源体系的要求变高，产品整个溯源能力或者产品信息的丰富度，以及专业性，对于年轻一代消费者来说非常很重，要能够通过溯源体系，把产品流通环节通过可视化方式传递出去。
- 5、持续提升进口食材的用户教育，同时随着消费者对于食材品质的消费需求不断提升，为中国消费者的需求提供定制化服务会随之增多

中国食品出口基础手续分以下流程

1. 订立合同，确定出口计划。这通常需要国内客户与外商签订出口合同，并确定由国内出口货物到国外。
2. 联系运输公司并安排运输。国内出口商需要联系运输公司或者在FOB条款下由国外客户联系运输公司，安排从产地一直到船边的所有运输过程。
3. 货代根据出口商的要求，负责安排拖车、订舱、报关、装船等手续。出口商需要提供出口报关所需的报关资料，如外汇核销单、出口合同、发票、装箱单、报关委托书等。
4. 报关完成后，出口商即可安排货物出运，并将相关信息告知海关。海关将根据这些信息进行核对和清关手续。
5. 完成以上步骤后，货物即可顺利出口到国外。

需要注意的是，出口食品需要满足目的国的要求和标准，并办理相应的检验检疫手续。此外，出口商还需要关注目的国的贸易政策、市场变化等因素，以及时调整出口策略。