

佛山到沈阳 低温冷冻托运 准时发车 串串 包点 鱼类

产品名称	佛山到沈阳 低温冷冻托运 准时发车 串串 包点 鱼类
公司名称	踏信冷链物流（深圳）有限公司
价格	20.00/件
规格参数	上门提货:深圳 东莞 广州 佛山 时效保障:2-3天 温控可调范围:冷冻-18 到-25 冷藏0到10
公司地址	深圳市龙岗区平湖街道平湖社区平安大道1号乾龙物流园1栋103
联系电话	15986619992 15986619992

产品详情

红火的餐饮小吃，成就众多品牌

土豆粉据说在明代就已出现，因其营养美味，这些年在餐饮端越来越流行，仅在河南就诞生了“姐弟俩”、“户大姐”、“豆逗婆”等众多品牌。

的是河南本土品牌“姐弟俩”。2001年，“姐弟俩”在郑州市花园商厦旁一个胡同里，从一家不足10平米的小店起步，20多年间，店面超过千家，近年来品牌全面升级，度和美誉度大幅提升，成为土豆粉这个细分赛道的隐形冠军。

2018年，“姐弟俩”又研发出不添加明矾的土豆粉，这一创新性突破，不仅将姐弟俩土豆粉的生意带向新的高度，也让土豆粉这个赛道引发更多关注。

同样是餐饮品牌，“宛禾米线”靠着花生酱+芝麻酱的浓郁汤底和鸡骨高汤，在南阳市场站稳脚跟，成为当地连锁餐饮品牌。

图片来源：网络

据说创始人范祥，怀揣传承弘扬家乡美食的梦想，立志要让世界各地的美食爱好者品尝到地道南阳味。他因此南下北上东进西奔，在2012年开了家“小眼米线”店，2017年，“小眼米线”开放加盟，到目前

店面100多家。2020年开始的疫情，让餐饮行业受损严重，范祥和另外两位合伙人又推出了速食米线并主攻电商渠道，方便快捷的袋装和桶装“宛禾米线”就此诞生，销量一路飙升。2023年8月，升级后的“宛禾”推出了方便速食“土豆粉”，通过社区团购等线上平台销售。

图片来源：网络

餐饮端，除了“姐弟俩”、“宛禾”，还有主打四五线城市下沉市场的“户大姐”。“户大姐”相关负责人介绍，这个诞生于河南清丰的品牌，在22年间，拥有直营、加盟店面超1000家，且在近也推出了方便速食土豆粉。

而靠着鸡和猪骨熬汤的“豆逗婆土豆粉”，同样是河南品牌，自2013年开出家店门店，至今门面过百家。

2海底捞、莲花等入局土豆粉从“餐饮”走向“速食”

餐饮端的普及，让土豆粉这种小吃在消费者心中有了更深的认知。随着预制菜赛道火热，进军“土豆粉”行业的企业越来越多，除了姐弟俩、户大姐、宛禾、豆逗婆，海底捞、世通、莲花健康、“享多滋”、“东北大妈”、“奥班长”、“食大能”、“田小花”、“趣回味”、开封旺亨食品、漯河豫鼎源食品等也加入其中。

图片来源：网络

2020年，海底捞在河南郑州开出首家土豆粉店——“乔乔的粉”，和市面上其他土豆粉店相比，“乔乔的粉”有小料台可以让顾客自己DIY，醋、麻酱、蚝油都可以根据自己的口味随意免费添加。并且，除了比较常规的“土豆粉+小吃+饮品”搭配，还加入了冰皮麻薯、酸奶慕斯兔等“经典甜品”，还有小酥肉和椒盐鸡两款推荐打包带走的小吃。

不过，正当大家猜测海底捞这次要在快餐领域大胆试水的时候，却传出“乔乔的粉”倒闭的消息，海底捞开土豆粉店的计划至此搁浅，之后，海底捞推出了速食土豆粉。

相比海底捞，更有意思的是，原本的“味精大王”——莲花健康突然来了一个跨界，曾计划收购方便速食品牌“自嗨锅”母公司20%股权，虽然收购计划终搁浅，但莲花健康还是推出了自己的预制食品，选择的正是“土豆粉”。

图片来源：网络

而做了十几年标准化生产的“兄弟俩土豆粉”，从料包的标准化研发到土豆粉、配菜的统一供应，再到面向C端市场研发“DIY土豆粉”，不断在单人份、双人份、家庭餐上尝试，早在2020年就迈出了预制食品赛道步。

冷冻食品365，赞12

之前的食验室曾品鉴过兄弟俩土豆粉

“兄弟俩”的思路是：转换商业模式，向中式休闲快餐出发。B端进一步提高食材的预制程度，为门店做好菜品预制；C端开拓性做一些探索和尝试，打造顾客在家自制兄弟俩土豆粉的DIY场景。

“兄弟俩”土豆粉相关负责人介绍，兄弟俩自2023年开始试水C端，已经卖出超200万包预包装土豆粉产品。从餐饮到方便速食，越来越多的“企业”加入，恰恰说明这个赛道有着广阔的想象空间，是一件非常好的事情，可以一块把市场做大。

“兄弟俩”、“豆逗婆”、“户大姐”、“宛禾”是餐饮品牌，它们依靠自己的门店开拓B端市场，从而顺势进入C端，而诸如开封旺亨食品、漯河豫鼎源食品等专注生产的企业则只做产品。不同基因造就不同打法，但整个市场空间的扩容需要大家共同努力。

3市场规模或破百亿，“速冻无明矾”是未来？

也有业内人士指出，消费需求和饮食结构优化，使得速食产品精致化、时尚化、健康化趋势越来越明显，不仅如此，消费主体也由青少年拓展到成年人，是消费引爆了“粉”类行业，嗦粉已经成为很多人的灵魂解药。

图片来源：网络

《2023螺蛳粉品类发展报告》信息显示，2022年，柳州螺蛳粉全产业链销售收入超过600亿元，同比增长60%，预计未来几年，螺蛳粉产业将保持12~14%的发展增速，有望突破千亿规模。而根据河南省食品工业协会披露的数据，目前国内速食酸辣粉的市场规模已经突破百亿。

发展如此迅速，正是得益于移动互联时代，社群营销和直播带货的叠加，让线上线下渠道深度融合，具

有快捷、便宜、美味等特点的各类小吃借势从餐饮走上家庭餐桌。

土豆粉作为继螺蛳粉、酸辣粉之后的又一国民小吃，有望延续这两个品类的快速发展路径，实现突破。

但目前的“土豆粉”市场也有一个非常有意思的现象：一边是堂食或速食的常温土豆粉；一边是无明矾零添加的速冻，两者的工艺、口感差别也比较大。

姐弟俩相关负责人介绍，2014年，姐弟俩开始研发无添加明矾土豆粉，经过上千次实验，终靠自主研发使产品成型，2017年，规模化速冻无添加明矾土豆粉就此诞生。

和常温土豆粉不同，速冻技术的应用，可以有效复原“土豆粉”的口感，也因此，“姐弟俩”在C端速食提出了复原口感的说法。

在他看来，添加或者不添加明矾，是土豆粉的一道分水岭，随着消费升级，更健康的速冻无明矾土豆粉会越来越受消费者喜爱，未来增长空间也更明显。土豆粉可能是一个三到五年成规模的品类，毕竟，市场需要有差异化的类目去满足年轻用户的需求。尤其随着国家马铃薯主粮化战略的推进，土豆已经成为我国继稻谷、玉米、小麦之后的第四大主粮，土豆粉势必会迎来一个新的爆发。

你看好方便速食土豆粉吗？ 单选看好32票71.11%不看好10票22.22%不好说，评论区聊聊3票6.67%投票已过期