深圳到芜湖 冷链物流公司 踏信冷链 医学 药品低温运输

产品名称	深圳到芜湖 冷链物流公司 踏信冷链 医学 药品低温运输
公司名称	踏信冷链物流（深圳）有限公司
价格	200.00/吨
规格参数	广东踏信:安全送达 公司定位:深圳 服务对象:奶油
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

1

预制菜之起

近些年来，懒人经济大放异彩。民以食为天，在吃饭领域，预制菜可谓是炙手可热的“ 明星 ”赛道。

现今市场上的预制菜，大致可以分为四大类，分别是：

即食食品，指那些开封后可以直接食用的预制调理产品，也可以概括为“ 开包即食 ”产品，比如泡椒凤爪、鸡腿、火腿肠和罐头等；

还有即热食品，指那些只需要加热就可食用的产品，包括梅干菜扣肉、辣子鸡丁等；

再有就是即烹食品，指经过加热或者浅油炸加工，按份分装冷藏或者常温保存的半成品材料，消费者只需要将它们放入锅中，加上调味品进行调理，比如香酥肉、椒盐排骨等；

后是即配食品，指经过清洗、分切等程序加工而成的小块肉、生鲜净菜等，一般以生的菜料为主，烹饪者自行搭配各种调料，经过炒制加热即可，比如与火锅搭配的肉片、蔬菜等食材，川菜等菜系的生材料

等。

△图片来源：网络预制菜在我国的发展历史，可以追溯至上世纪九十年代后期，随着肯德基、麦当劳一类的企业进驻，国内出现净菜配送加工厂，但由于条件不成熟，行业整体发展缓慢。而分析预制菜行业的兴起与发展，可以从其面向的B端、C端场景入手。从B端场景来看，预制菜是商家的“ 加速器 ”。缩短了出菜时间，让菜品更加标准化，同时节约采购成本、场地租金、人力成本，促进了连锁餐饮的爆发式扩张。对于C端消费者来说，预制菜是“ 懒人福音 ”。因疫情影响，消费者养成了在家吃饭的习惯，而预制菜解决了没有时间做饭、不会做饭又想在家吃饭的难题。根据qichacha的数据显示，目前我国经营范围包含“ 速冻、预制菜、预制食品、半成品食品、即食、净菜 ”的企业在业存续总量达到了8万家，仅2020年预制菜企业就新增了1.33万家。艾媒咨询数据显示，2019年中国预制菜市场规模约2445亿元，B端市场为1956亿元，C端市场489亿。2021年中国预制菜行业规模预估为3459亿元，同比增长18.1%，预计未来中国预制菜市场保持20%左右的增长率高速增长，到2023年预制菜市场规模将达
5165亿，远景预期预制菜总量在3万亿以上。

△图片来源：网络

另外，据相关数据统计，很多连锁餐厅有50%以上的菜品是预制菜，国内已有超过74%的连锁餐饮企业自建了中央厨房，其中超过半数的餐饮品牌在研发标准化成品或半成品。

2

预制菜之热自2020年预制菜开始破圈，2021年，预制菜行业可谓迎来迅猛发展。这主要体现在以下几个方面：

1

入局的企业众多

从目前的行业玩家来看，根据“ 基因 ”，预制菜“ 操盘者 ”可以分为四大门派：派、餐饮派、零售派、综合派。

在传统的预制菜企业，味知香、好得睐、王栏树、谷言、信良记等品牌之外，一些新企业的加入，让整个行业更加活跃。

比如，餐饮出身的海底捞，开始推出预制半成品贾国龙功夫菜。之前这类企业主打餐饮堂食，去年在xinguan疫情推动下纷纷布局外卖，通过在零售终端设冰柜等措施，推动预制菜在C端的消费。

安井食品也在这两年加大了预制菜的推广力度，推出了“冻品先生”系列xianhou菜，还喊出了“方家铺子的白pao”。

出身水产行业的恒兴水产、国联水产、亚洲渔港等，借助原有的水产原料，通过产业链的延伸，推出酸菜鱼等产品，可谓顺理成章。

加快食品进餐饮、食品餐饮企业不断落地，拓展预制菜销售渠道。餐饮事业部，表示将

龙大肉食则重点是发展预制菜，并强调龙大美食食品业务做大做强的支撑和配套。表示，“未来

此外，预制菜行业的巨大潜力，也吸引了很多外来者。

珍味小梅园、叮叮袋等都属于行业新兵。它们从零起步，轻装上阵，凭借对于消费者需求的把握，两年发展迅猛。

2

零售平台纷纷加码

在餐饮端热闹的同时，零售端也热闹非常。盒马、美团、京东等电商平台纷纷瞄准预制菜利润更高的空间，预制菜的菜单，预制菜的货架。