

# 2024郑州速冻肉制品及速冻水产展【2024郑州（中国）国际速冻肉制品及速冻水产展览会】

产品名称	2024郑州速冻肉制品及速冻水产展【2024郑州（中国）国际速冻肉制品及速冻水产展览会】
公司名称	上海博华国际展览有限公司
价格	.00/平方米
规格参数	
公司地址	上海市徐汇区虹桥路355号城开国际大厦7-8楼
联系电话	13524187672 13651828941

## 产品详情

This exhibition has six pavilions open, covering the entire industry chain including frozen rice noodles, hot pot ingredients, frozen meat products, frozen seafood, pre made dishes, hot pot ingredients, ice cream, seasonings and ingredients, related raw materials and machinery equipment, tooling production, packaging materials, and food industrial parks.

Many companies, including Shuanghui, Anjing, Sanquan, Missing, Longda Cuisine, Qianwei Central Kitchen, Guoquan Supply Chain, Hongjin, Shenglong, Christie's Bo, Best, Fuchun Garden, etc., participated in the exhibition.

本届展会六馆齐开，覆盖速冻米面、火锅料、速冻肉制品、速冻水产、预制菜、火锅食材、冰淇淋、调味品及配料、相关原辅料及机械设备、工装制作、包装材料、食品工业园区等整个产业链。

双汇、安井、三全、思念、龙大美食、千味央厨、锅圈供应链、鸿津、升隆、佳士博、百斯特、福春园等众多企业参展。

来自全国各地的冻品经销商、餐饮连锁、便利店连锁、供应链企业、线上平台等观众观展，其中包括中冷院经销商采购团等采购团。

逛展会，话商ji，谈合作，现场氛围火热，厂商均收获满满。

在本届展会上，还呈现出了一些新的趋势和特点，冷食君带您一起来看下吧！

## 2

火锅、烧烤、早餐、团餐

场景化成为各品牌关注焦点

近年来，消费场景已经成为厂家研发创新和客户选品的主要依据。本届展会上，围绕消费场景来呈现产品，成为一大波企业的共同选择。其中，早餐、团餐、火锅、烧烤消费场景受企业关注。

安井食品将荷香糯米鸡、酿豆腐、饭团等产品都放在了团餐用的餐盘中，还原团餐的使用场景。

千味央厨根据团餐、外卖、早餐、宴席等不同场景，展示不同的产品，更好地满足不同渠道的个性化需求。

锦全食品喊出了家庭、户外、场景化烧烤领跑者的口号，推出了空气炸锅系列串串，专门针对家庭消费场景。

龙大美食也针对不同场景推出了个性化产品，其中，专为家庭烧烤研发的烧烤串，很受关注。

恋尚厨也根据场景的不同推出了火锅肉卷系列、韩式烧烤系列等。

连福记、三盛食品、许昌谷本艺等企业则不约而同地聚焦早餐渠道。连福记推出营养早餐，菊苣海参肉丁包；俊杰食品油条名字直接叫早餐油条；三盛食品推出早餐小笼包；许昌谷本艺食品有限公司定位早餐速冻米面制品全品类fuwushang，展出了菜盒、牛舌肉饼、葱油饼、菜角等多款产品。

## 3

多品牌运作成新风向

近几年，随着社区团购、douyin等新兴渠道的崛起，以及企业产品品类的不断丰富，为区分不同渠道和不同品类的产品，部分企业开始在原品牌之外，培育副品牌或者子品牌，开启多品牌运作。这在本届展会上也有所体现。双汇作为肉业大佬，旗下也拥有多个品牌系列，比如金厨颂鲜、筷乐星厨等。其中，筷乐星厨的金汤猪肚鸡、臭鳊鱼等预制菜产品，备受关注。鸿津食品除原品牌外，还推出了顺小灶、鸿津尚品等品牌，其中鸿津尚品品牌又细分点了么、丸了么、肠了么等系列。顺小灶定位粤式预制菜，主打猪颈肉、麻辣嗦螺等菜品。安井食品旗下的品牌则更多，包含安井、冻品先生、安井小厨、洪湖诱惑

、柳伍、安仔等。作为冻品行业营收破百亿的企业，安井食品的展位前renqi爆棚。思念食品本次展会带来了预制菜品牌“思小灶”，主打“好料好吃，轻松烹饪”，推出多款产品。三全也根据渠道的不同，有三全和快厨两个品牌。本届展会上，三全快厨主推葱花油饼，吸引众多观展客商驻足品鉴。作为餐饮供应链股的千味央厨同样拥有御知菜、岑夫子、纳百味等多个品牌。升隆旗下也运营有航海家、boyu耕田等品牌，通过品类的细分，满足不同渠道的需求。

4

## 爆品突击，百花齐放

随着速冻食品行业的发展，拥有速冻米面、预制菜、火锅料等多品类产品的企业越来越多了。不过，将单品打造为爆品，从而脱颖而出的企业也不在少数。其中，以“一款炒饭实现单品年销超4亿元”而的江苏百斯特食品，推出了全系列炒饭产品，可满足不同消费场景的个性化需求。近几年，凭着虾滑快速崛起速虾记食品，本次既带来了经典产品，也有白玉虾滑、黑金脆虾卷等新品。安阳乡润食品整个展馆设计都聚焦手工肚包肉，非常醒目。作为的佛跳墙企业，福建海文铭食品本次带来了佛跳墙多个系列产品。福袋歌食品，产品如其名，以福袋为主。火锅料企业兴威食品，本次展会聚焦高端烤肠，只用新鲜肉，肉含量 90%。广东茂名拥有全国大的罗非鱼养殖基地，本次参展就打出了“中国罗非鱼之都”的口号，产出了罗非鱼全系列产品，从粗加工的冷冻鱼到深加工的预制烤鱼。沈丘县莲嫂食品聚焦菜盒类产品……除此之外，本次展会还有更多食品生产企业、原辅料企业来到现场展示，下面让我们一起欣赏下本届参展企业的风采。

## 部分生产企业展示

## 部分原辅料企业展示

## 更多精彩瞬间

没有来到现场的小伙伴也不用遗憾，组委会特别设置了照片直播环节，扫描下方二维码即可回顾展会的更多精彩瞬间！

近日，餐饮圈的预制菜堪称火爆。作为预制菜细分赛道预制烘焙行业，预制菜的风吹到了烘焙圈，使得预制烘焙成为新风口，目前也正处于下游需求暴发、上游产能快速扩张和整合的黄金时期。

同时预制烘焙随着新消费需求演变，成为具有商业潜力的一个新物种，未来两年国内预制烘焙赛道规模将会有10%-20%的增长。

## 预制菜细分赛道

### 预制烘焙市场爆发

从全球范围来看，预制烘焙是整个烘焙领域的发展方向。近几年预制烘焙行业爆发式增长，预制烘焙产品的出现也反映出烘焙市场的多元化和升级趋势，新一代消费者生活方式的变革，催生了新的需求场景。

预制烘焙食品满足“+烘焙”消费者多消费场景。利于帮助厂家开拓新消费渠道，主要兴起因素有以下四点：

，家庭烘焙的兴起，随之带动了年轻消费者对于预制烘焙食品的需求。

90后消费群体在追求个性化的同时，同样也要求制作流程简单高效，因此烘焙预制半成品的需求量激增，在购物行为上也倾向于一站式购齐。

第二，近些年“餐饮+烘焙”、“茶饮+烘焙”等多业态的发展之风流行，消费场景愈发多元，餐饮店、酒店茶歇、咖啡门店、自助餐等各类餐饮下游终端等场景也逐步被开拓。

第三，消费人群从B端客户逐步下沉C端客户群体，中青年是烘焙食品的主要消费群体，顾客已经形成每周购买烘焙食品的习惯，且对品牌敏感度高，有助于品牌加速扩张，预制烘焙特有的优势带动市场需求旺盛。

第四，房租和人力成本不断上涨，工厂规模化及冷链配送推动产业发展，为预制烘焙食品未来发展提供了巨大的空间。

冷冻烘焙食品使得消费场景多元化，给行业提供了新增量空间，利于重塑烘焙店单店模型，同时健康、安全、效率与享受并重的产品，都是促使预制烘焙爆火的因素，越来越多的品牌进入预制烘焙市场，推动了市场的发展，预计在未来几年内，预制烘焙市场将保持高速增长。

2

### 烘焙界的“预制菜”

#### 正成为黑马赛道

预制烘焙市场作为烘焙行业的新兴赛道，具有巨大的发展潜力。目前预制烘焙市场的竞争格局相对分散，主要以中小型企业为主，然而，随着市场规模的扩大，大型企业也开始进入预制烘焙市场，预制烘焙

产业相关爆火。

细看当下的烘焙行业，满足家庭烘焙需求的半成品蛋挞皮、蛋挞预制液、披萨饼皮等颇受市场青睐。推动家庭烘焙潮流的兴起，随着人们的消费升级，烘焙行业不仅仅面临内部竞争，“茶饮+烘焙”、“茶饮+咖啡”等等融合模式的诞生。

家庭烘焙得益于上游生产中投用的蛋挞皮胚生产线集压面、擀面、分团、成形等功能于一体，仿手工的操作使得半成品蛋挞皮大小规格稳定，外观平整、光滑，消费者只需要购买好半成品蛋挞皮、蛋挞预制液，就能轻松的使用空气炸锅或是烤箱，做出色香味俱全的蛋挞，烘焙变成了一件简单的事。

艾媒咨询分析指出，在锁鲜与冷链技术发展支持，量产冷冻面团与冷链物流的实现下，预制烘焙不断发展壮大，逐渐从B端走向C端，预制烘焙赛道火热。

虽然C端的家庭烘焙占据重要地位，但B端的预制烘焙食品供应于烘焙行业仍是重头戏。

预制烘焙市场目前主要是以B端销售为主，其产品对于烘焙门店来说，不仅可以节约其人力、房租、原材料等实际成本，还能节约时间、精力。

预制烘焙行业的创新驱动使得预制烘焙产品更具竞争力，也为行业的发展提供了动力。同时由中央厨房统一加工的各类半成品面团、预拌粉等本身就具备相对稳定的品质，冷藏冷冻技术的持续升级还使得它们在口感、质量上与手工制作并无过多差异，甚至更具有优势，B端发展有了更多的增量机会。

总的来说，预制烘焙的便捷性、多样性、健康因素、社交属性、创新驱动等多种因素，驱动着预制烘焙迅猛发展，在我国有着巨大的发展潜力。预制烘焙产品在B端和C端的发展空间正在不断扩大，随着技术的进一步发展和市场需求的增长，预制烘焙有望在未来几年内迎来更大的市场份额。

3

### 预制烘焙的机遇与挑战

对于国内的预制烘焙市场来说，机遇与挑战并存，主要集中在产品上。

首先，越来越多的品牌进入预制烘焙市场，产品同质化逐步显现。

在预制烘焙产品出现爆款之后，很容易被复制、模仿，以至于品牌无法形成稳定的竞争力，产品壁垒还需要进一步打造。

其次是预制烘焙产品面临的稳定性、口感、风味等问题。

毕竟可能需要经过较长时间的冷冻或常温保存，在使用时依旧需要保持好的状态，才能受到认可和欢迎。对于这一问题，可能还需要在技术上进行调整。

还有一点比较重要的是，预制烘焙产品是否具备营养、健康、品质等属性。

如今消费者对于食品的要求越来越高，再加上健康需求较为突出，所以在预制烘焙发展的过程中可能还要向健康、安全等方向前进，要更好地符合当下的消费需求。

4

## 冻立方助力烘焙食品行业发展

随着社会发展带来人力成本上升，以及大众对烘焙食品的接受度提高，冷冻烘焙食品的需求注定会快速膨胀。相信预制烘焙这条赛道能够走的更加长远，成为市场的新蓝海。

烘焙食品行业的企业如何才能在市场上分得更大的蛋糕，获得更多的收益，占领更大的市场？如何选择战略与制定战略，关系到烘焙食品公司未来五年甚至十年的发展。

在中国（郑州）预制菜展览会成功举办的铺垫下，应展商观众需求，从预制菜细分赛道开拓预制烘焙食品领域，开辟预制烘焙食品精品展，打造满足“+烘焙”消费者多消费场景，帮助厂家开拓新消费渠道，打造更细分、更、更全面、更高效的全产业链服务平台。

未来烘焙产业的“焙”点在哪里，冻立方·中国（郑州）预制烘焙食品精品展等着你！

展会同期也将举办中国预制烘焙食品行业发展论坛，从多种角度解读预制烘焙行业发展，旨在为企业提供有针对性的发展建议，促进行业内交流与合作：

中国预制烘焙行业市场发展报告解读

预制烘焙下一个增量机会会在B端还是C端？

家庭烘焙会成为未来市场中的主力军吗？

新国潮崛起，预制烘焙的创意破局的点在哪里？

新媒体时代，怎样打造爆款ip？

.....

重多你关注的热点话题，这里都有！

你有哪些想要解答的困惑呢

欢迎在文章下方评论区留言

与我们一同讨论

中国（郑州）预制烘焙食品精品展作为发展烘焙产业链的重要窗口，为企业的发展提供了便利，为行业之间的交互搭建了桥梁。2024年8月8-10日、郑州国际会展中心，让我们一起期待中国（郑州）预制烘焙食品精品展，一同连接未来烘焙产业“焙”点！

做冷冻食品生意

就找冻立方