

# 餐饮供应链大热 冷链物流成掣肘

日前从中国物流与采购联合会主办的“第八届中国餐饮供应链峰会”上获悉,2020年我国餐饮市场全年收入将超过5万亿元,餐饮行业竞争正迈入下半场,供应链之争成为核心。全品类供应链平台正在攻城略地,细分供应链服务商加速扩张。2018年餐饮投资项目半数投向餐饮供应链服务商,不少投资机构表示,2019年投资方向聚焦于餐饮供应链。

不过,餐饮供应链整合难度仍大,冷链物流也是突出短板,第三方企业往往无法满足要求,餐饮企业和供应链企业自建冷链物流体系耗时耗钱,管理风险大。值得注意的是,2019年将加强推进《餐饮冷链物流服务规范》行业标准的推广,与此同时,《冷链物流分类与基本要求》国家标准也将进入编制起草阶段。

## 餐饮供应链成投资热点

中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会内容与研究中心发布的《2018年餐饮供应链研究报告》(以下简称《报告》)显示,2018年餐饮市场全年收入达到42716亿元,同比增长7.7%,持续领跑社会消费品零售市场,占到社会消费品零售总额的11.2%。到2020年,全国餐饮收入预计将超过5万亿元。

中国物流与采购联合会副

会长兼秘书长崔忠付表示,随着消费者餐饮需求的多元化,以及互联网、资本浪潮、技术革命、共享经济的不断赋能,我国餐饮消费场景呈现出餐饮零售化、零售餐饮化、餐饮食品化、食品餐饮化、快餐正餐化、正餐快餐化等多种新的特点,餐饮行业竞争已经进入下半场。

崔忠付还表示,虽然餐饮市场总量很大、前景广阔,但是行业整体呈现出高度分散、企业规模偏小的特征,这与我国餐饮供应链模式和管理水平滞后有很大关系。

“2018年餐饮供应链市场迎来爆发年。”中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会秘书长秦玉鸣表示,团餐成为成长最快的餐饮业态,快餐在中央厨房和供应链支持下不断提高,在线外卖市场保持快速发展,新餐饮成为行业创新的主要驱动力,餐饮供应链无疑成为“香饽饽”。

《报告》指出,据统计,从披露的投资案例来看,2018年,餐饮供应与服务领域案例数最多,占到了32%。从披露的投资金额来看,餐饮供应与服务领域金额达1444.2亿元,占到了49.9%。很多投资机构明确表示,2019年投资方向不看重餐饮品牌,只聚焦于餐饮供应链。

“国内餐饮供应链正从无序化走向有序化,整体水平取得一定提升。”崔忠付指出,各级政府

加强了对餐饮门店、外卖的监管力度,制定出台了食材物流等多环节的标准,给餐饮供应链发展创造了有利环境;专业第三方的餐饮供应链服务商开始出现,给传统的餐饮供应市场打开新的想象空间;大型餐饮中央厨房增多,可实现食材的集中采购、加工和配送,一些企业逐渐形成供应链思维。

## 冷链物流等多个痛点仍存

2018年,包括商务部、工信部、中国物流与采购联合会在内的八部门联合发布了《关于开展供应链创新与应用试点的通知》,明确在若干关系国计民生和消费升级的重点产业,推动形成创新引领、协同发展、供需匹配、优质高效的产业供应链体系。餐饮企业也越来越意识到供应链的重要性。《报告》显示,75%的餐饮企业都开展过供应链体系管理建设。

面对万亿级餐饮消费大市场,以美菜、蜀海、美团快驴为代表的全品类供应链平台正在攻城略地,以信良记、冻品在线、宋小菜为代表的细分供应链服务商都在加速扩张。“当前餐饮供应链上半场的争夺才刚刚拉开帷幕。”崔忠付说。

然而,目前餐饮供应链仍存在一些痛点。崔忠付指出,大部分餐企供应链理念落后。完善

的餐饮供应链是以餐饮企业为核心,与原料供应商、物流服务商、消费者等节点组成的高效网状链。目前绝大部分餐饮企业仍然缺乏将几方面因素统筹兼顾的眼光、能力和人才,几者之间彼此割裂、各自为战。

此外,食材品类多、非标性强、产地分散,供应链整合难度大。很难有一家供应链平台做到全品类、全链条的整合。“连锁餐饮门店分布在全国各地,生鲜食材的跨区域分拨配送,对于冷链物流网络和运营能力是极大考验。第三方企业往往无法满足要求,餐饮企业和供应链企业自建冷链物流体系耗时耗钱,管理风险非常大。”崔忠付说。

饿了么新零售新餐饮供应链平台负责人陈琪认为,中国冷链物流能力和西方国家相比仍有差距,不论是成本、整个链条的控制还是标准化方面都有待提高。

## 协同、标准、数据成三大关键

在业内人士看来,餐饮业的快速发展、互联网的餐饮信息化升级必然会带来上下游供应链的整合和优化。协同、标准统一、数据的信息化运用成为关键。

蜀海(北京)供应链管理有限责任公司总经理龚力表示,随着餐饮消费场景多元化,要真正把田间和餐桌连接起来,让整个

供应链为行业提供价值,需要在成本、效率、质量、安全等方面把服务做强做好。其中,供应链很大一部分是在物流环节上,要实现保鲜、安全、品质保障,需要借助信息化、自动化技术。

“整个供应链体系,包括餐饮的运营数字化越来越关键。要把行业数据连接起来,从客户订单到整个供应商订单串联起来,和门店运营的数据打通,做一些智能要货和补货。”龚力说。

“作为供应链的物流供应商,需要不断地优化流程,降低成本。”北京快行线冷链物流有限公司董事长刘培军说,未来需要加强与客户的协同,包括数据协同、订单协同,以及公司内部操作环节、运营环节的协同。

此外,据了解,中国物流与采购联合会冷链物流专业委员会2019年将加强推进《餐饮冷链物流服务规范》行业标准的推广,与此同时,《冷链物流分类与基本要求》国家标准也将进入编制起草阶段。

“未来餐饮供应链发展将呈现一些新趋势。”崔忠付指出,餐饮企业会提升自身信息化水平,升级门店订单、采购、物流,乃至产品研发、质量控制、食品安全体系之间的协同、协作能力。食材供应链企业明确定位,实现差异化竞争。服务细分客户群体和聚焦单品供应链,也有可能成为独角兽。(经济参考报)

# 方便面产业迈向高质量发展时代

近期,方便面行业几家主要企业年报接连发布。有业内人士指出,在我国经济“由高速增长阶段转向高质量发展阶段”的背景下,高质量发展将是我国当前和今后一个时期明确的发展路径。由此对照我国方便面行业发展情况可以发现,方便面历经几年的行业低迷,是创新使产业突破衰退“瓶颈”,满足国内市场及社会不断升级的品质需求,得到新的飞跃和质变,使传统产业通过改造升级转移高附加值产业成为可能。

## 创新驱动产业发展 产品结构调整顺势升级

数据显示,方便面行业继续回暖,同比加速成长。康师傅年内销量市场占有率43.3%,销售额市场占有率48.2%,居市场第一位。康师傅关注中产阶级崛起及消费的持续升级,将原本的高价面、高端面合并定义为“新高价”,并将10元以上的桶面定义为“超高端”,逐步布局高端、超高端市场。通过优化资产配置与生产布局、提高产线自动化程度,提高供应链效益,加强渠道管理,强化与新零售的合作,

提高渠道各环节的利润以寻求共赢,引领品类发展,引领行业升级。针对高性价比产品在低线城市的需求增长,加强大包装产品的投资与经营,积极拓展低线城市。

统一集团2018年方便面业务收益上升5.7%,达到84.25亿元,占集团总收益的比重为38.7%。持续聚焦经营,优化产品结构。中高价位品牌“汤达人”持续受到市场肯定,“汤达人”2018年收益继续保持双位数增长,秉持带给消费者“元气高汤,一碗见底”的体验,成为方便面业务增长引擎,带动获利能力提升。

今麦郎连续三年方便面市场份额持续增长,尼尔森数据显示2018年占据了10.8%的市场份额,居市场第三位。2018年9月正式发布的老范家速食面馆面,凭借创新蒸煮工艺,口感软弹,能够满足一餐正餐的需求,打造全新的接近面馆面的概念,引领消费者需求。

日清食品2018年财报显示,内地市场实现约14.42亿元的营收,同比增长12.6%,占比公司总营收55.9%的份额。为了迎合注重健康的顾客及宣扬健康的重

要性,日清食品正在以不同形式开发一系列非油炸即食面品牌,例如推广“合味道乐怡”的辣番茄海鲜味及豆乳野菜汤味,向客户提供低脂及低卡路里的选择。此外,“出前一丁”及“福”品牌的非油炸直条棒丁面也已经推出。

## 创新使产品品类更加满足消费者的需求

不断变化的需求是企业创新的驱动力。需求刺激着创新,需求的永不满足就会产生永不停歇的激励动力和创新动力。创新在满足新的需求的同时,有刺激起新的需要,新的需要有促进新的创新。随着一二线城市消费升级趋势的持续、低线城市对高性价比产品需求的增加等变化,消费需求呈现多元化趋势并为市场发展带来相当的潜力。

康师傅集团期内以多规格、多口味产品创造消费场景,满足消费需求,结合IP合作、多媒体营销吸引年轻家庭。“熬制高汤”顺应消费者对营养健康的需求,2018年三季度上市“鲜蔬面”,以高汤和天然蔬菜吸引都会消费者;第四季度上市区域口味西北

菜系“大漠盛宴”、苏浙菜系“寻味江南”、闽菜系“山海关”,满足多元消费需求。

统一集团“藤娇”品牌专注创新及开发藤椒口味,首推藤椒牛肉面上市以来,以清新的香气和独特的麻味,带给消费者触电般的味觉刺激,特殊的口味广受年轻族群欢迎,使得品牌口碑及知名度进一步提升。为了给消费者道地的都会街巷美食,“都会小馆”2018年推出“酸辣肥肠风味粉面”,最大程度还原肥肠滋味,酸香浓郁的汤头搭配粉丝和面条,一次带给消费者粉、面双重口感,令人回味无穷,特殊的风味与口感引发网路热议,成为网红产品。

白象食品新品“拌乐多”有6款产品,从四川特色美食鸡丝凉面研发而来的椒麻鸡丝拌面,到照顾北方人口味的飘香麻酱拌面,再到韩式火鸡面、上海葱油面、小龙虾风味面、红油辣酱风味;面饼量更足;用具配备上,竟然配上了轻便的筷子;配菜也增加了30%;连滤水口,都进行了升级设计。

2018年,日清食品与“一风堂”“豚王”及“博多一幸舍”等日

本拉面店合作推出新概念产品御当店系列,让消费者在便利店便可轻易购买能在家里享用的原产自日本的拉面。

## 紧抓时代新机遇 方便面行业迈向高质量发展

2019年的宏观环境仍有诸多不确定性,中国食品行业也面临增速放缓的压力,消费分层、渠道碎片化、原材料价格波动等为行业带来一定挑战,但互联网赋能(+互联网)、大数据应用、人工智能等新技术为行业发展带来诸多机遇,我国社会经济发展进入新时代,方便面企业必须做好发展定位和与发展方式创新,紧紧抓住高质量发展的时代机遇,实现企业的高价值发展,谋求行业的整体转型升级。

新时代,方便面企业为在市场竞争中脱颖而出,并保持长足的增长与发展,需要不断增强自主创新能力激发创新活力;需要坚持产品结构升级和持续推进供给侧改革;需要提高产线自动化率以提升运营效率。2019年实现方便面行业与社会高质量发展共融、共享、共赢式发展。(中国经济网)