

国民菜“酸菜鱼”市场格局显现：

欠缺全国品牌 口味转向清淡

从川渝地区的一道家常菜到各大餐馆里点单率最高的国民菜，再到近两年最火爆的单品爆品之一，酸菜鱼凭一己之力撬动了上亿级的餐饮市场，成为行业又一大风口。进入2019年，仍然处于高速增长的爆发期。

美团点评3月发布的《2018中国酸菜鱼发展报告》显示，2016年全国酸菜鱼门店数为1.3万家，到2018年已达近3万家，2018年全年增长率高达63.6%。

酸菜鱼市场究竟有多大潜力？“2019中国餐饮(品类)十大品牌”于7月2日在北京召开的

“2019中国餐饮营销力峰会暨中国餐饮(品类)十大品牌颁奖盛典”上揭晓。

5月20日至6月13日，红餐品牌研究院、餐饮行业专家、资深从业人员组成的专业评审团——2019中国餐饮营销力峰会组委会对这300多个品牌进行了公开投票，获得了近100万投票数。组委会结合线上投票结果以及品牌建设、品牌规模、品牌影响力等多个维度进行综合评估，最终评选出了“2019中国酸菜鱼十大品牌”。

排名第一的是近两年话题度最高的太二酸菜鱼，酸菜鱼快餐品牌鱼你在一起、主打“能喝

汤的酸菜鱼”九锅一堂紧随其后。此外，“2019中国酸菜鱼十大品牌”获奖品牌还包括渝是乎、有家酸菜鱼、姚酸菜鱼、望蓉城、江渔儿、严厨老坛酸菜鱼、禄鼎记。

从入围榜单分析来看，本次上榜的“2019中国酸菜鱼十大品牌”，只有高速发展的太二酸菜鱼和鱼你在一起，称得上全国性品牌。相比之下，渝是乎、江渔儿、禄鼎记、姚酸菜鱼、望蓉城、有家酸菜鱼、严厨老坛酸菜鱼、九锅一堂8个品牌的区域性特征则更为明显。

虽然目前市场上的品牌仍以传统的正餐酸菜鱼为主，但经

量化、快餐化、单品化、小份化的酸菜鱼门店不断出现，成为市场新的发力方向。其中，快餐化被称为酸菜鱼品类新风口，潜力最为业内看好。

酸菜鱼快餐，伴随小而美、小而精和快时尚餐饮的崛起开始风靡，投入资产较小，门店面积在60~200平米，主打“小份制、标准化、平民化”，强调出餐效率，重点满足单人、双人的日常高频用餐需求。

近两年，酸菜鱼快餐开始迅猛发展。《2018中国酸菜鱼发展报告》显示，全国走中低端价格路线、主打酸菜鱼快餐的门店数量占比巨大。此外，酸菜鱼快餐

的消费市场正在不断渗透，从一二线城市逐渐向三四五线城市下沉，在全国各级别城市都有广阔的市场。

对于未来的酸菜鱼市场发展，红餐网分析指出，随着消费者健康养生观念的增强，酸菜鱼需要慢慢完成从“重油”到“少油”的改变，对酸菜鱼的口味进行延伸，丰富酸菜鱼的添加物、回归原味。未来，酸菜鱼赛道仍将集中在高端精品和实惠快餐两个方向上。在各项成本的挤压以及消费升级的推动下，传统的正餐会快餐化，门店面积变小、经营菜品变精、上菜速度加快。 (中国经济网)

正大集团打造绿色健康生态链 正大甜心桃开园

本报讯 记者冯文亮 近日，正大果业暨“正大甜心桃2019年开园启动仪式”在平谷正大桃园举行。正大集团农牧食品企业中国区资深副董事长谢毅出席开园仪式并发表致辞。他表示，正大集团始终坚持“利国、利民、利企业”的三利原则，秉承“做世界的厨房，人类能源的供应者”的愿景，以高标准、高品质的正大食品保障广大消费者的食品安全和健康。

据介绍，成立于2014年的正大果业，目前的种植基地主要分布于北京平谷、浙江慈溪、新疆、西安周至等地，水果主要有桃、葡萄、火龙果、蜜瓜、猕猴桃等。其平谷基地现已建设现代化高效果园2063亩，以5种先进栽培模式栽植桃品种，其中油桃品种14个，毛桃品种18个，蟠桃品种4个，并已完成30亩品种园，保存新、奇、特品种18个。园区现已植入起垄栽培、果园生草、生物防控、水肥一体等多种现代技术手段，示范效应凸显。2019年，预计产量可达2000吨。

通过在全国建设高标准、高品质、高效益的正大“自有果园”示范园，打造正大果业旗舰园，与当地农民专业合作社、种植能手等进行合作，提供产前、产中、产后系列化



正大甜心桃开园启动仪式现场

服务，构建现代农业产业社会化服务体系，为周边农民提供了专业化服务，突出了正大果业在种植产业的示范、带动效应。

正大甜心桃秉持安全、营养、美味的种植理念，通过起垄栽培、果园生草、生物防控、水肥一体等多种现代技术手段，致力于打造国家级正大生态谷循环经济示范区。桃园基地引进德国先进技术，选用平谷生态项目300万只蛋鸡场的有机肥，通过生物防治、天然源植保产品和技术实现桃园无病虫害管控，以保证消费者吃得安心、放心，严格的筛选种植标准才有了独一无二的正大甜心桃。

正大甜心桃地处中国桃乡平谷，所在产区三面环山，独立水系，水质优良，日照充分，昼夜温差大，土质独特，营养丰富，荣获平谷区“最佳优质果品奖”，是中国名牌农产品、欧盟地理标志保护产品，具备新鲜、树熟的两大特点，富含天然丰富蔗糖、葡萄糖、果糖、维生素C等多种营养成分。

仪式现场，正大果业同京东及九曳供应链分别签署合作协议意向，借助各大电商平台及九曳供应链，正大果业未来将在打通水果供应链体系、完成线上线下消费场景融合方向持续发力，在新型零售模式下无缝对接产地与消费者餐桌，未来消费者不仅可以品尝到来自平谷的正大有机甜心桃，还可以品尝到来自正大果业基地的更多新鲜水果。

据悉，正大集团在北京平谷区峪口镇打造的“一镇三品”项目，一品项目，平谷300万只现代化蛋鸡养殖业，二品项目致力于打造“国家级正大生态谷循环经济示范区”，三品项目建设正大生态小镇。旨在践行习近平总书记的“创新、协调、绿色、开放、共享”的五大发展理念，创新三大循环发展，种养结合发展循环农业，变废为宝发展循环生态，三产融合发展循环经济。



本报讯 “2019中国餐饮(品类)十大品牌”于7月2日在北京召开的“2019中国餐饮营销力峰会暨中国餐饮(品类)十大品牌颁奖盛典”上揭晓。好利来、鲍师傅、元祖等品牌从200多家烘焙品牌中脱颖而出入围2019中国烘焙甜点十大品牌榜。“2019中国餐饮营销力峰会暨中国餐饮(品类)十大品牌颁奖盛典”由世界餐饮业联合会、红餐网联合主办。

从上世纪80年代开始，中国的烘焙市场历经近40年的发展，从初始阶段到现在进入了快速发展期。数据显示，2011~2017年，我国烘焙食品消费额的年复合增长率11.9%，远高于烘焙市场已然成熟的美国(2.2%)和日本(0.11%)；2018年，全国规模以上烘焙企业1800家，主营业务收入3800亿元，同比增长9%，利润360亿元。

此次上榜的品牌，以“前店后厂”的连锁品牌为主，既有上世纪八九十年代起家的老品牌元祖、好利来、味多美、米旗，也有近几年起家的年轻品牌西树泡芙、原麦山丘、熊猫不走蛋糕，以及成立了15年的年轻网红鲍师傅。

对于烘焙市场未来发展，红餐网发布预测信息认为：未来一线城市会出现单体超大型体验店+供应链平台+新零售一体的烘焙品牌；只服务于专一社群的单体门店或者连锁品牌，在一个私域流量里做好极致的产品服务。简单来说，是服务于小区、学校、写字楼等不同人群，会是目前微商、DIY学堂的升级版；拥有超大型智能自动化工厂企业，专注供应链平台，服务于有烘焙刚需的中小企业、酒店、茶饮品牌等单一烘焙成品、半成品、冷冻品类产业链供应；从产品功能上，要考虑健康性，烘焙将会往低糖、低脂、低热量方面发展；烘焙独具美学的属性，将在烹饪行业的美学革命中充当引领者。未来，好吃健康且好看的烘焙产品会不断涌现；烘焙更加注重个性化、差异化发展。不管是模式上还是产品上，烘焙的差异化、个性化发展，都是产品的重要支柱。

中国烘焙甜点十大品牌榜发布

行业未来将向更个性化发展