

速冻食品供不应求 “宅家”食品谁是赢家

近日走访各大超市发现,部分速冻产品出现“空柜”现象。随着产品热销,各大厂商出现缺货、断货现象。为缓解供需矛盾,政府、企业与行业都在积极想办法保产稳供。事实上,除了速冻产品供不应求,方便面、自热食品、螺蛳粉等“宅家”食品都备受追捧。业内人士表示,疫情下,快消食品赛道中的各大选手纷纷发力,但谁能延续疫情期间的火热,还有待观察。

偶尔有断货

“春节之后,速冻食品特别是速冻饺子经常会有顾客大批量抢购的情况。”北京市物美超市蒲黄榆店销售人员表示。事实上,疫情暴发以来,速冻食品销量陡增,据思念食品统计,其销量增长超过往年同期20倍之多,甚至连大卖场的需求量也较往年同期增加了80%。

由于居家隔离使得消费模式改变,进而刺激了速冻食品市场需求增长,部分超市偶尔出现断货现象。记者走访几家大型超市后发现,这些大型超市基本可保证供应速冻

食品,但速冻食品种类不够齐全,有时会出现断货现象。部分商品在上午时段基本供应充足,下午或晚上时段又会出现断货现象。

除了线下超市供货紧张,线上电商也出现速冻食品供应不足。在天猫、京东、苏宁等平台搜索速冻食品时显示货源充足,但当选择目的地为北京时,则显示部分产品已售罄。此外,记者在盒马、每日优鲜等生鲜平台下单时发现,部分速冻食品显示“今日售完”。截至目前,三全食品天猫官方旗舰店,多款水饺产品出现部分地区售罄的现象;安井食品天猫官方旗舰店在卷米面速冻产品也纷纷打出了“预售”标记。

“速冻食品的最大优势在于其烹饪上的方便性。疫情期间,居家消费旺盛,在烹饪食材相对比较贫乏的情况下,速冻食品自然成了刚需性品类,由此推动该产品整体的销售火爆,无论线上到线下,都是一包难求。”中国食品产品分析师朱丹蓬称,这也只是特殊时期一个阶段性的表现,疫情过后情况将有所好转。

产能在恢复

“由于疫情期间存在员工返岗难、上游原材料工厂生产不足、物流配送不畅、防疫物资短缺等问题,使企业的产能恢复受到影响,进而加剧了产品供应失衡的局面。”经济学家宋清辉表示。

据了解,目前思念食品全国五大生产基地已有21条生产线开工,日产能1100吨左右,但仅为往常的40%,无法满足节后突然爆发的市场需求。安井食品各地工厂自2月15日起陆续复工,目前产能仅恢复2/3左右,工人也未100%返岗。

朱丹蓬表示,因为复产复工是一个链条式的,单独某个企业复产复工不够,需要产业链上下游复产复工,整个供应链才能得到有效保障。

为缓解速冻食品行业供需矛盾,相关政府部门和企业都在设法解决问题,积极推动复工复产,增加产能。之前,河南省商务厅向思念食品、万邦物流等17家河南商贸流通企业、食品企业发放首批共计2000张B级通行证,用于10大类生活必需品

运输,持证企业的车辆在河南省内“不停车、不检查、不收费,绿色通道通行”,解决了当前的运输难题。

海欣食品方面表示,截至目前所有生产基地均已复工,成品产能恢复率超过80%。安井食品曾表示,2月中旬公司旗下工厂陆续复工生产,目前公司六大基地已经同时在生产。

谁赢到最后

在宋清辉看来,因疫情影响,到家业务、社区生鲜等为速冻行业带来新的购买渠道,也扩大了新消费群体的增长。凭借产品本身的便利性与美味度,将进一步提升用户教育程度,提高家庭渗透率。

除了速冻食品,新冠肺炎疫情发生以来,无论是线下商超还是电商平台,方便面、螺蛳粉、自热火锅、即食煲仔饭等半成品速食也受到“宅家”消费者的广泛追捧。“速食行业在偏好提升情况下,有望迎来赛道扩张的红利期。”宋清辉表示。

那么,速食行业下面诸多细分赛道上的选手,谁会

跑出最佳战绩? 淘宝数据显示,1月20日-2月2日期间,自热方便食品在热销产品中排名第二,自热米饭的销售同比增长高达257.09%,甚至超过方便面平均133.34%的增长。突然迎来销量爆增,除了线下商超、便利店等出现供不应求现象以外,淘宝、京东等线上渠道也都出现断货的现象。

业内人士指出,自热方便食品需求爆发带来的不仅是短期效益,更是品类长期增长的契机。这轮爆发扩大了自热方便食品的受众规模,迅速打开了全国消费者对自热方便食品的认知;同时,自热方便食品更深入地渗透到了消费者生活之中,助推其从网红爆款到日常消费品的属性转变。

朱丹蓬认为,这些疫情期间的“舌尖美味明星”,谁能借助疫情积攒的好口碑、高人气,疫后继续在食品食材、口味特色、消费场景延伸上做精做优,实现研发成本、商品价格、特色口味融合统一,谁就能触达更大众的消费群体、提高消费频次,有望成为终极赢家。

(北京商报网)

猪肉基础产能恢复效果开始显现

4月1日,农业农村部畜牧兽医局发布了3月份第4周畜产品市场价格情况。据农业农村部对全国500个县集贸市场的定点监测,3月份第4周(采集日为3月25日)猪肉、牛羊肉、禽肉产品价格下降。

一直以来,猪肉价格备受关注。数据显示,3月份第4周全国活猪平均价格为每公斤35.44元,比前一周下降2.0%。其中,河北、辽宁、福建、广西、陕西等27个省份活猪价格下降,内蒙古持平,云南、甘肃有所上涨。全国猪肉平均价格为每公斤55.77元,比前一周下降2.0%。北京、黑龙江、湖北、四川、陕西等27个省份猪肉价格下降,内蒙古、海南、甘肃上涨。

猪肉价格之所以环比下降,主要是因为生猪生产形势持续好转。“自去年10月份以来,全国能繁母猪存栏量持续回升。养殖场户前期补栏的后备母猪陆续产仔,新生仔猪数量增加,基础产

能恢复效果开始显现。”农业农村部畜牧兽医局局长杨振海表示,据对全国400个定点县监测,2月份能繁母猪存栏环比增长1.7%,连续5个月环比增长,比去年9月份增长10.0%。全国有27个省份能繁母猪存栏环比增长,比1月份增加5个省份。

新发地市场统计部门负责人刘通认为,生猪产能自去年9月份以来,进入逐渐恢复进程。不过,从产能恢复到毛猪出栏量恢复,还有一个滞后期。这集中表现在了价格变化上,虽然猪肉价格环比下降,但比去年同期依然涨幅很大。但产能恢复是不争的事实,出栏量恢复也指日可待。尽管近期内价还会继续高位运行,但波动下行是大势所趋。

数据显示,家禽产品价格也呈现下跌态势。河北、辽宁等10个主产省份鸡蛋平均价格为每公斤6.81元,比前一周下降0.9%,同比下降5.5%。全国活鸡平均价格为每公斤19.98元,比前一周下降

0.8%,同比上涨2.0%;白条鸡平均价格为每公斤22.67元,比前一周下降0.5%,同比上涨13.1%。

中国农业大学经济管理学院教授柯炳生表示,鸡肉饲料回报率高,价格比猪肉低,且生产周期短。因此,去年猪肉价格大涨以来,家禽行业进入黄金期,鸡肉消费量和存栏量快速增长。虽然鸡肉价格涨幅并不高,但肉鸡企业竞争激烈,价格上涨部分基本上全是利润,这也极大刺激了肉鸡生产增长,从而抑制了价格进一步升高。

长期看,鸡肉对猪肉的替代将会持续下去。”柯炳生认为,同猪肉相比,鸡肉蛋白质含量更高,饲料效率高,生产成本更低,因此消费价格更低。事实上,过去30多年来,猪肉在肉类消费中的比重一直在下降,从高于90%下降到目前的62%。禽肉消费比重则从上世纪80年代初不到10%,上升至22%。

牛羊肉价格方面,全国牛肉平均

价格为每公斤83.65元,比前一周下降0.7%。河北、辽宁、吉林、山东和河南等主产省份比前一周下降0.9%;上海、浙江、福建、广东和江苏等省份比前一周下降0.5%。全国羊肉平均价格为每公斤80.45元,比前一周下降0.6%。河北、内蒙古、山东、河南和新疆等主产省份比前一周下降0.8%;上海、浙江、福建、江西和广东等省份比前一周下降0.6%。

与猪肉相比,牛羊肉属于高价产品,即便在猪肉涨价后,牛羊肉价格仍高于猪肉。近期,农业农村部多次部署,加强对养殖、流通等各环节管理,统筹抓好牛羊肉等替代品生产,确保畜产品供应。刘通说,牛羊肉价格已经开始回落,这与牛羊肉产能增加有一定关系。其价格的回落不仅会制约猪肉价格出现反弹的力度,也会迫使猪肉价格逐渐进入下降区间。

(中国经济网)