

252家畜牧行业企业联合倡议

千方百计保障肉蛋奶生产供应

本报讯 据农业农村部网站消息 日前,中国畜牧业协会252家会员企业代表联合发出倡议,提出畜牧行业企业家要提高政治站位、增强爱国情怀、坚持锐意创新、坚持诚信守法、勇于承担社会责任、不断拓展国际视野,为扎实做好“六稳”工作、全面落实“六保”任务作出应有的贡献。

倡议书表示,新冠肺炎疫

情发生以来,在党中央、国务院坚强领导下,各级政府及畜牧兽医主管部门出实招帮助畜牧企业纾困解难,为畜牧业复工复产提供有力保障。当前,我国疫情防控取得重大战略成果,畜牧生产经营秩序回归正常。但生猪市场供应仍未恢复到正常水平,非洲猪瘟疫情尚未得到完全控制,蛋鸡养殖出现亏损,牛羊肉生产还

跟不上消费快速增长的需求,畜牧业总体竞争力与发达国家还有差距,推动高质量发展任重道远。

倡议书提出,畜牧行业企业家要提高政治站位,坚持把满足国内需求作为发展的出发点和落脚点,毫不松懈地抓好生猪生产恢复和非洲猪瘟常态化防控,稳家禽、促牛羊,千方百计保障肉蛋奶市场供

应。要增强爱国情怀,带领企业奋力拼搏,办好一流企业,实现质量更高、效益更高、竞争力更强、影响力更大的发展。要坚持锐意创新,培育、形成更多新的增长点,逐步形成以国内大循环为主体,国内国际双循环相互促进的新发展格局。要坚持诚信守法,严格行业自律,与同行公平竞争,遵守市场秩序规范,提高

产品质量和服务能力。要勇于承担社会责任,以企业健康的发展稳定就业岗位,同员工携手渡过难关,落实党中央、国务院关于猪肉保供稳价的一系列部署,满足市场需求。要不断拓展国际视野,善于利用国内国际两个市场、两种资源,在竞争中不断提升行业综合实力,在开放中持续增强国际影响力。



7月23日,美团点评联合餐饮老板内参共同发布《中国餐饮大数据2020》(以下简称“报告”)。报告指出,当前我国餐饮市场规模已突破4.6万亿。

据悉,该系列报告已经连续发布了四年。此次发布的报告基于美团4.5亿交易用户、610万活跃商家的交易数据和餐饮老板内参8年的行业深耕,对餐饮业进行了调研与深度分析。全书分三章,大盘基本面、品类篇、消费者报告,分别从餐饮业整体情况、热门单品分析、消费者画像等角度入手,在展现过去一年餐饮业发展图景的同时,对未来的趋势进行洞察。此外,今年增加疫情篇,解读餐饮复苏期的行业表现,让疫情期的思考更加有数可依。

餐饮企业走向“未来形态”

报告指出,尽管疫情给餐饮行业造成了一定程度上的波动,但当前我国餐饮行业的巨大潜力依然存在,并有望成为拉动消费增长的新引擎。在此背景下,能够有平衡质量与效率的餐饮企业将迎来窗口期。

与此同时,我国餐饮企业的模式也在不断迭代,正在向“未来形态”进化。一些显而易见的现象正在发生,例如线下的门店更注重效

率与消费者的深度链接,连锁加盟成为重要的增长极,传统品牌正在向用户品牌转变。而对于大型的餐饮企业来说,上市、融资、并购等一系列行为正成为集团壮大与发展的常规操作。

火锅仍占C位 烧烤极速蹿红

在对品类的分析中,报告显示,当前餐饮行业中火锅仍牢牢占据头部位置,其中川味火锅重回“快车道”,人均消费金额在120元以上区间的订单开始大幅上涨。值得注意的是,烧烤正在急速蹿红,并逐步成为“开店王”。在全国各大城市内,烧烤店分布愈发均匀化,这也意味着烧烤已经步入了发展的“黄金年代”,而在此其中,以东北人民对烧烤的喜爱最为突出。

此外,传统川菜“酸菜鱼”正逐渐成为新的国民美食。报告显示,在美团点评平台中,酸菜鱼的搜索量已经全面超越黄焖鸡。而从全国范围内来看,覆盖酸菜鱼的门店数量也正在高速增长中。根据报告解读,酸菜鱼的走红一方面得益于其原材料巴沙鱼的稳定供应,另一方面也在于菜品的定价优势。据了解,在人均30元以上至人均90元以上多个价格带内,酸菜鱼均位

居头部。

“她”经济效应显著 下沉市场崛起

数据显示,在4.67万亿的餐饮消费市场中,女性消费者占比60%,充分彰显了“她”经济效应。根据报告测算,中国女性消费市场规模可达10万亿以上,值得全行业商家重点关注。

不容忽视的是,在消费者“花钱吃饭”背后,隐藏的是丰富的场景、行为、花费等多元需求的全面满足。报告指出,一二线城市人均年消费频次在最近三年内增长接近80%。在餐饮消费中,“好吃”是基础,门店周边的“好玩的”“好逛的”对消费者们同样具有强吸引力。对此,报告建议门店商户选择“对路”的营销手法,通过更有效的促销方式吸引用户消费。

在餐饮业人士看来,数据报告对于餐饮行业未来的发展趋势、消费者的洞察、餐饮商家的运营等具有重要的借鉴意义。比格比萨创始人赵志强表示:“科学的数据分析能协助餐饮企业更加科学地选址、合理地安排人员、备货和制定营销策略。《中国餐饮大数据》包含最全面的餐饮行业大数据,每年我都会认真阅读学习。”

(中新网)

第102届全国糖酒会云展开幕

两千九百多家企业线上参展

本报讯 7月28日,第102届全国糖酒商品交易会(以下简称“全国糖酒会”)在线上隆重开幕。本届全国糖酒会展期三天,通过云展展位、云端活动、线上对接、直播互动等形式,为行业人士带来全新的参展体验。

据介绍,本届全国糖酒会,首次设立了“云扶贫”专区,共有来自国资委、中粮集团等单位定点帮扶的32个贫困县以及成都农业农村局帮扶的20余家企业参展。同时,组委会还专门组织了扶贫助农专场推介活动,邀请乌什、隆安、甘孜、石渠、绥滨、修水、墨玉、安化、兰坪等县,通过推介演示、试品互动、商务洽谈等,深入推进精准扶贫,为贫困地区企业脱贫赋能,进一步探索发展了“产业扶贫带动脱贫攻坚”为核心的扶贫脱贫工作体系。

本届全国糖酒会设立中粮食品专区,中粮集团旗下产品和品牌参展。中粮粮谷、中粮可口可乐、中茶、蒙牛、中粮营养研究院,以及中粮糖业携旗下中粮番茄、中糖公司、辽宁糖业,中粮酒业携旗下酒鬼酒、长城葡萄酒、孔乙己酒、名庄荟等集体亮相。通过产品展示、商务洽谈、市场发布、现场直播等方式,全面展现了中粮集团品牌形象、产品及服务,赢得了广大消费者的青睐。

据了解,本届糖酒会吸引了2922家食品、酒类、调味品及相关行业技术和服务企业参展。北京、重庆、成都、宁夏等以政府组团形式参展,法国、德国、西班牙、美国、澳大利亚、阿根廷、以色列等国家展馆携知名企业入驻。

另外,本届糖酒会组委会还组织了“全国糖酒会主论坛——建设小康社会的产业责任与实践”“中国酒类食品营销创新论坛”“中国营养健康食品论坛”“VIP采购商对接会”等50多场线上官方论坛活动。

自1955年创办以来,全国糖酒会服务于不同历史时期的食品和酒类行业,见证并促进了众多业内企业从小到大的发展历程。作为具有百届展会历史的全国糖酒会,被誉为食品和酒类行业的“风向标”和“晴雨表”、业内展会的“国家队”,连续多年被国家商务部列为引导支持的展会,为我国食品和酒类行业健康发展作出积极贡献。