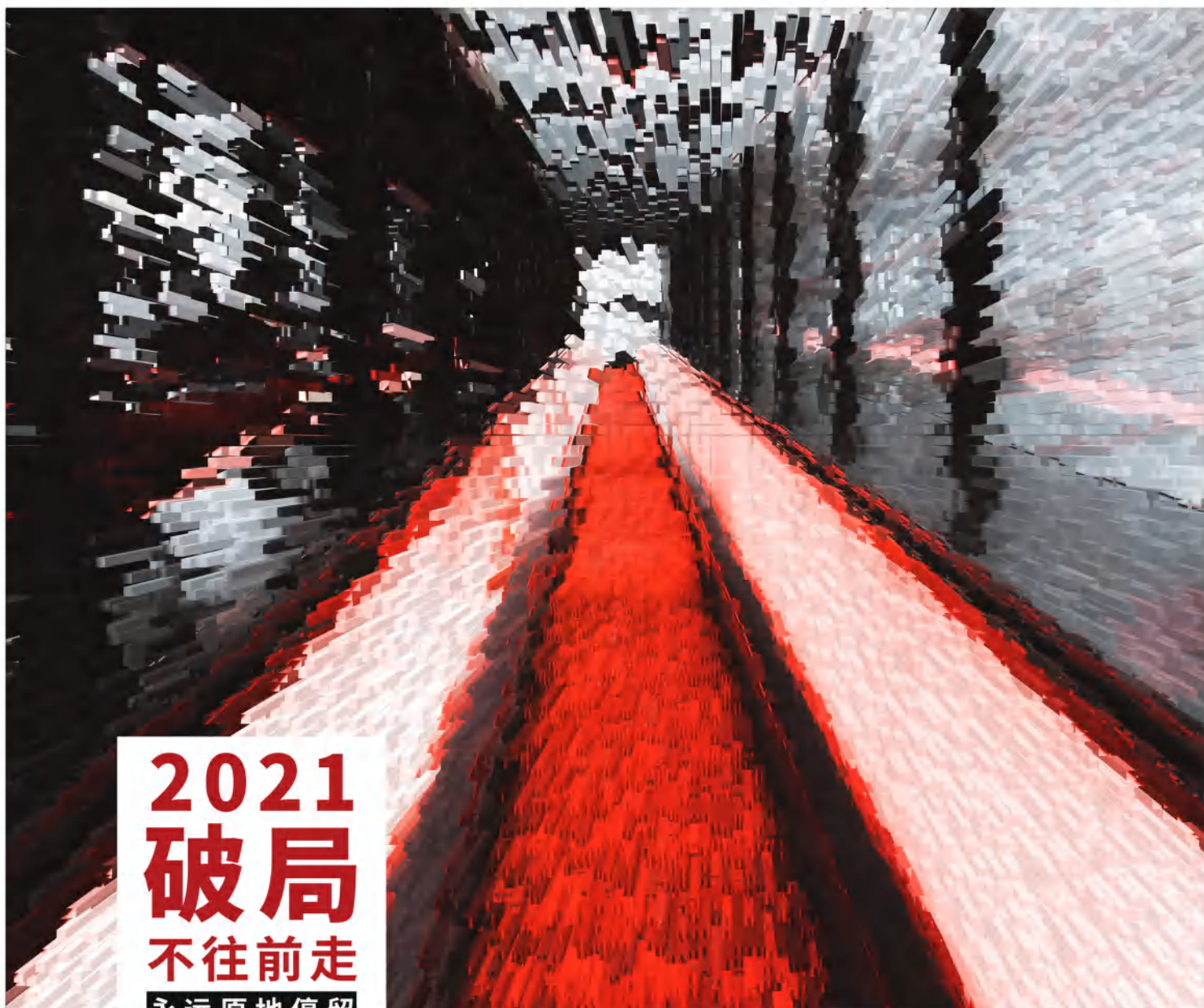


食為天下®



FOOD INDUSTRY 2021/09

坚守一个行业群体的利益与未来 <http://scspsh.com/>



2021 破局

不往前走

永远原地停留

走自己的路，何必在乎其它

差异化竞争实现增长破局

专题：企业如何通过差异化竞争实现增长破局
行业观察：BOSS面对面·百家名企见证川味



成都市食品商会



成都市食品工业协会



成都市食品生产安全协会



中国饮料产品设计整体方案创立者

院士教授领衔 产品研发无忧

28年+ 饮料行业资深经验
60人+ 专业技术团队
1000家+ 企业合作案例

先后服务了太子奶、完达山、汇源、新希望、王老吉、娃哈哈、扬子江药业、德仁堂、九芝堂、燕之屋、北大荒、天府可乐、旺仔、惠氏、初元、威门药业、华信药业、三九集团、云升、旺鹭等一大批知名品牌。

一站式提供以饮料配方研发为核心的整体方案服务



01

工业类饮品设计整体方案服务

【8大板块服务】

市场调研 产品策划
包装设计 配方研发
工艺设计 生产指导
专利申请 成果评价



02

新茶饮品牌输出及供应链服务

【3大板块服务】

品牌输出整体方案
茶饮爆品研发设计
原料供应链条服务



03

新餐饮饮品研发及供应链服务

【3大板块服务】

饮品菜单定制方案
餐饮特色饮品研发
原料供应链条服务



成都市佳味添成饮料科技研究所

四川省食品科学技术学会饮料专委会主任单位

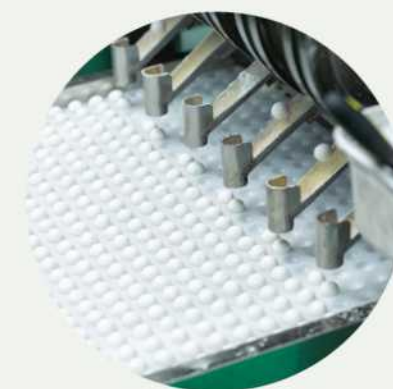
地址：中国·成都·金牛区蜀西路52号
电话：028-8181 1106 / 07 / 08 / 09

中国（西部）国际珠宝中心一栋
http://www.drinks888.com



中华老字号
China Time-honored Brand
始创于1894年

赖汤圆生产线 大数据



600颗/分钟

汤圆机每分钟能制作
出600颗汤圆



40个/分钟

熟练工人 一分钟能包
40个抄手



20个/分钟

熟练工人一分钟能包
出20个糯米烧麦



20个/分钟

熟练工人一分钟能包
出20个手工饺

四川省成都市饮食公司赖汤圆食品厂



联系电话：028-83516601

地址：成都市新都区新都镇工业大道东段1061号



四川省丹丹郫县豆瓣集团股份有限公司

地址：四川省成都市郫都区中国川菜产业化园区永安路38号

电话：028-87868160 网址：www.scdandan.com



了解更多请扫码关注

YSST 雅士科技
YSS TECHNOLOGY

专注食品行业核心需求
助力食品企业健康成长

5大
核心优势

品质保障

专注食品行业技术研发与成果转化，集中政府、学校、企业三方优势资源打造行业品质标杆。

技术保障

高校及科研院所教授、博导，行业、企业资深技术人员组成专家团队，食品相关行业硕士、博士组成科研队伍。

体系保障

从核心技术到产品，从试制到生产，从品牌到营销，多个领域的不同专家强强联手，实现复合且成体系的专业能力覆盖。

服务保障

专属服务管家，协调调动专家人才保障服务质量。

结果保障

从核心技术升级到经营结果全链条护航能力，以食品企业最终成功为服务目标。



企业地址：四川省成都市武侯区科华北路65号
四川大学国际学术交流中心桃源广场A座1702
联系电话：028-83231738

北京兆信信息技术股份有限公司

全链路数字化转型解决方案专家



北京兆信信息技术股份有限公司（股票代码430073），是国内最早研究产品数字身份管理技术与应用的国家高新技术企业。在过去的25年，兆信科技以物联网标识为载体，基于产品数字化一码通平台，整合移动互联网、区块链、大数据、AI及云计算等技术，以ID身份证为抓手和入口点为企业提供品牌防伪、品质溯源、数字化赋码、数字化渠道、数字化营销及数据洞察等多维度、全方位的产品全生命周期整体方案。

兆信科技以双线驱动的产品策略，为中小企业提供标准化的SAAS“一码通”，为大型企业提供定制化的自建“一码通”系统建设以及咨询服务，打通企业原有的IT系统和数据孤岛，实现供应链数字化、营销智能化、数据可视化，从而极大提升企业生产、经营和流通的效率，从而实现企业真正的数字化转型。

作为防伪溯源行业的开创者及企业产品数字化转型的积极推动者，兆信科技为食品饮料、酒类、母婴、药品、化妆品、宠物、润滑油、汽车配件等十多个行业提供数字化解决方案。在白酒、化妆品、宠物、润滑油领域，兆信科技已经建立了先发优势，典型的客户包含中石油、郎酒、贵州茅台、泸州老窖、同仁堂、君乐宝、特斯拉、百雀羚、3M等各行业龙头企业。

兆信科技拥有超过150亿的数字身份ID年发放量，以及1.5亿次消费互动；服务超过5000家客户，其中核心品牌客户在2000家以上。先后获得慧聰集团（02280.HK），与复星集团旗下复星元投资，为兆信科技在企业产品数字化转型领域高速发展增资助力。兆信科技凭借在数字化转型等领域的突出表现，入选北京市“专精特新”企业，北京民营中小百强企业，2020中国（软件与信息服务行业）十大好口碑品牌。

产品平台 PRODUCT DETAILS

品牌防伪

防伪服务 防伪材料
线上品牌保护 打假维权

品质溯源

全产业链追溯 配料称重管理
投料防错管理 工艺追溯

数字化赋码

制码管理 数据安全
生产赋码 质检

数字化渠道

仓储管理 渠道管控 终端管控
电子签章 稽查管理

数字化营销

一区一策 超级导购 会员营销 场景营销
扫码营销 SCRM 内容运营

数据洞察

千人千面 智能决策
数据可视化 智慧预警

服务实力 SERVICE STRENGTH

实战积累

25年经验积累
15大行业
5000+客户
500强企业信赖伙伴
国家重点项目经验

服务能力

国家重点项目经验
精英管理，专家云集
8大服务中心
48营销机构
年赋码量超150亿枚
已保护品牌价值超万亿

技术实力

100+技术团队
30+国家发明专利
40+专利及软著
6大业内独创核心技术安全体系

荣誉资质

国家高新技术企业
北京市专精特新企业
双软认证企业
百强中小民营企业
2020十大好口碑品牌

资本信任

股本7072.5万
防伪行业第一股
2014年慧聰入股
2020年复星入股
荣获2020最具商业价值SAAS产品奖

合作客户 CLIENTS IN VARIOUS INDUSTRIES



北京兆信信息技术股份有限公司
地址：北京市东城区安定门内大街3号楼5层
公司官网：www.panpass.com
咨询热线：400-815-5999



众恒印务

感动客户 幸福家人 报效祖国

我们用良心和专业为您提供完善的包装解决方案
我们竭诚为您创造价值，让您更加省心、安心、放心！

部分服务客户



成都市食品工业协会包装分会会长单位
四川塑料软包装专业委员会副会长单位
成都市印刷行业协会副会长单位
四川省川调商会常务副会长单位

通过ISO9001：2015国际质量管理体系认证
通过社会责任管理体系认证
VOCs治理工程通过环保验收

成都众恒印务有限责任公司

电话：13679050809 13550303089 13981797796 地址：四川·成都·邛崃临邛工业园



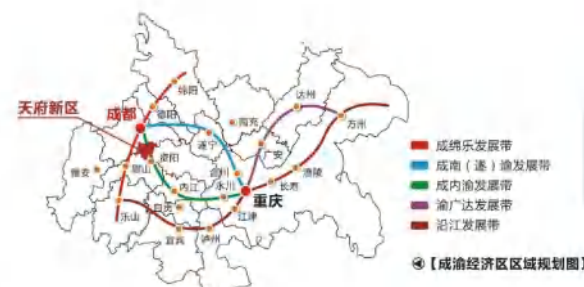
三台县食品加工园区

总体概况

GENERAL SITUATION

三台县幅员面积 2659 平方公里，全县总人口 142 万，县城建成区面积 30 余平方公里，常住人口 30 万。

2019 年实现地区生产总值 379.72 亿元、增长 8.0%；规模以上工业企业实现总产值 146.42 亿元，增长 21%，增加值增速 11.4%；全社会固定资产投资增长 30.4%；全社会消费品零售总额 197.76 亿元，增长 11.5%；公共财政预算收入 11.09 亿元，增长 8.8%；引进项目 74 个，亿元以上项目 16 个，到位国内市外资金 62.65 亿元。



发展优势

DEVELOPMENT ADVANTAGES

交通区位优势明显

三台县是川西北交通枢纽，地处“成都、西安、重庆”西三角经济圈、成德绵高新技术产业带和成渝经济圈轴点上。现有绵阳绕城、成德南、绵遂、绵西四条高速公路；正在规划建设 G5 京昆高速扩容、德遂高速两条高速。绵阳南郊机场一座，四川省已规划在三台建设通用机场。规划有绵遂铁路，在三台县城和芦溪镇将设客货站。

山水优美、配套完善

属亚热带山地湿润季风气候区，年平均气温 15-17℃，四季分明、气候温润，森林覆盖率达 52.4%。境内拥有涪江、凯江、梓江、郪江等河流，企业生产生活用水十分充裕。中石油、中石化双气源供气，能充分满足居民和企业用气需求。

人力资源丰富

有劳动力 75 万人，有国家和省市级示范职业高中 4 所，民办职业技能培训学校 23 所，开设有纺织、机械、汽车维修等 30 多个专业。学校可根据企业需要定向培养专业人才，年培训规模 1.5 万人，可以极大满足入园企业用工需求。

农副产品资源丰富

2019 年粮食总产 65.94 万吨，其中小春粮食 11.34 万吨，大春粮食 54.6 万吨，油料总产 14.87 万吨；出栏生猪 106 万头，出栏家禽 1616.22 万只；肉类总产量 9.8 万吨；水产品总产量 2.07 万吨。



芦溪污水处理厂景观方案设计

产业集聚渐成规模

2019 年规上工业企业实现营业收入 30 亿元，上海梅林、铁骑力士、神龙粮油、代代为本、圣菲伦、得恩德、潼川豆豉等为龙头的食品医药产业已初步形成。

承载空间广阔

园区总规划面积 19.67 平方公里，土地指标充足，能够满足优质项目的人驻需要。先后被授予国家农业科技园区（三台）麦冬大健康产业、国家农业产业化示范基地、绵阳市健康食品产业园，具备食品医药及麦冬大健康产业发展基础。

基础配套齐全

已累计投入基础设施建设 10 亿余元，建成区间道路 30 余公里，自来水厂 2 座，110 千伏变电站 1 座，日处理 1 万吨污水处理厂 1 座，日供气能力 20 万方，光纤、通讯等要素保障齐全。

鼓励投资项目

ENCOURAGING INVESTMENT PROJECTS

麦冬大健康产业项目：鼓励利用“涪城麦冬”优势资源，投资建设精制麦冬加工（精选出口麦冬、麦冬饮片、麦冬脯等）、麦冬固体产品加工（麦冬茶、麦冬饼干、麦冬面等）、麦冬液体产品加工（麦冬饮料等）、麦冬保健品加工（生麦饮、麦冬酒等）、麦冬提取物加工（多糖、皂甙等）、麦冬药品加工（参麦注射液、参麦饮、玄麦冲剂等）、麦冬关联产品加工（洗发原浆、洗面乳、手工皂等）等麦冬大健康产业项目。

食品加工项目：鼓励利用三台及周边地区丰富的农、林、牧、渔业产品资源，投资建设粮油制品加工、调味品加工、肉制品加工、禽蛋制品加工、水果制品加工、蔬菜制品加工、酒类加工、饮料加工、休闲食品加工等精深加工项目。

专业园区运营项目：鼓励具有资金、项目整合能力的专业园区运营商，在园区投资（或合作）建设“园中园”项目，打造产业项目集成承载平台。

生物医药项目：鼓励利用四川麦冬、川芎、川贝母、虫草、天麻、川乌与附子、杜仲、当归、牛膝、黄连等中药材资源及各类生物资源，投资建设生物技术产品研制、规模化生产以及药材深加工和药品开发、规模化生产等生物医药项目。



政策支持

POLICY SUPPORT

西部大开政策：入驻企业可按规定享受国家西部大开发优惠政策

中关村先行先试政策：享受中国科技城有关政策支持（推广中关村国家自主创新示范区税收试点政策）。

固定资产投资奖励：固定资产投资 2000 万元以上的，给予不低于投资额 2.5 - 4% 的产业发展资金支持。

土地政策：对固定资产投资 2000 万元以上，亩均投资强度在 150 万元以上，年税收达到 8 万元 / 亩的企业，按 8.2 万元 / 亩的基准地价执行。

人才补贴政策：投资规模 1 亿元以上的企业高级管理人员和专业骨干人员，给予个人所得税、住房等补贴。

行政事业性收费支持政策：固定资产投资 5000 万元以上的本级行政事业性收费本级政府所得部分全额用于支持企业发展。

“一事一议”政策：重大招商项目，按照“一事一议”原则，给予更加优惠的财政扶持。



招商电话：宋小军 15881662900

只只电脑检测

袋袋自动包装

里程服务健康

水杯系列



饮料杯系列



食品纸桶系列



豆浆杯系列



打包纸碗系列



注册商标

里程杯® 里程至品®

成都鑫里程环保科技有限公司

联系电话：87799903 13808051339

地址：成都市郫都区现代工业港北片区港东二路820号

合作伙伴



扫码了解更多信息



开小灶



中国国家地理
CHINESE NATIONAL GEOGRAPHY

探寻一方风土一碗味



好好吃饭
开小灶

山上层层桃李花，
云间烟火是人家。
银钏金钗来负水，
长刀短笠去烧畲。



快消行业连接型CRM解决方案

渠道精耕赋能业务, 打造数字营销全渠道通路

以客户为中心, 全业务一体化闭环管理, 渠道精益运营促进企业销售增长

快消行业专属特色功能

终端拜访	车销 / 引单	TPM- 营销活动管理	PMM- 促销导购管理	DMS- 经销商管理
片区制定、路线制定 拜访八步、行为激励 路线拜访、铺货 / 协访	装车 / 卸车 销 / 退 / 换 / 还 / 兑 销售日报对账	活动预算、活动方案 活动举证、活动检核 费用核销、ROI分析	促销活动管理、 导入转调离; 导购员排班、 活动数据上报	渠道订货、建议订货、 费用对账、政策下发、 门店拜访管理、 进销存管理...

行业客户的共同实践选择 (部分客户)

今麦郎	蒙牛	好丽友	加加	康师傅
王老吉	华文食品	南街村	三胖爱	德庄
冠芳	信舒特科技	海欣	中街冰点	宏利 刺力王
Hormel	Pernod Ricard China	百味安	COSTA	李子园
杜康	LESAFFRE	合味道	FISH 4 DOGS	银鹭集团
甘竹牌	四洲	简爱	祖名	福子酒集团

纷享销客 四川运营中心
更多行业解决方案, 请咨询我们。

地址: 成都 高新区环球中心W3区2105-2111
电话: 028-85358786 152-0841-3798



餐饮食材标准化供应商 火锅食材原切调理牛肉



四川欧牛食品有限公司

联系电话: 028-83811777

地址: 四川省彭州市濛阳镇兴农路西段56号2栋1号

坚守一个行业群体的利益与未来

最直接有效
免费邮寄各地经销商，搭建厂商合作有效平台

最广泛辐射
无需订购、免费赠阅，辐射城区85%的休闲场所，扩大企业宣传影响力

最专业权威
政府指导，食品行业组织主办

主办单位 成都市食品生产安全协会
成都市食品商会
成都市食品工业协会

运营单位 成都市格子文化传播有限公司

企业家顾问团

陈朝晖	刘怀伟	吕金刚
吕勤	陈贵良	官毅
王琴	陈瑞东	肖前贵
王文武	袁龙军	刘伟
范正海	胡学炯	吴奎
张忠伟	黄道刚	曾传彬
高卫红	任康	陈文
李鑫	张大成	刘东
吕元平	庄凯	王伟
陈德长	李龙	代长安
张文	罗道荣	张友伦
张伟	杨礼学	翁华军
杨晓勇	严俊	张万良
汪永清	高银江	柳凯
唐冲	邹家鸿	王斌
孙德富	朱俊松	林琳
黄燕和	李胜奎	岳勇
李国斌	温文彬	蒲军
肖永	谢凉英	李兴鹏
张晨亮	毛明鱼	蒋康
黄良军	黄兴太	袁毅
谭盼	周雨浓	李恺
于洋	宋秀丽	何刚
支朝晖	雷博	王刚
陈二豪	谭何易	罗松乔

社长 陈朝晖
统筹 任伟雄
监制 丁杨 黄莉 赵黎黎 杨爱林
主编 王晶 代丹
责任编辑 蓝慧
编辑/记者 王妮妮 陈红 杨涛 汤昌波 曾莎 张莹
刘田田 付双 何玉娟 尤锐 杨若辰 杜婷婷
杨杰 徐立 邓玉佩 毛正慧 周稀 陈蓉
曾智

设计师 周传皓
网址 <http://scspsh.com/>
刊物经营地址 锦江区东二环琉璃场8号华润广场A座408室
广告发布 成都市格子文化传播有限公司
邮编 610017
新闻采访热线 15882441455
E-mail 747794743@qq.com
广告合作热线 15882441455

特别推广 本杂志为商协会内刊，仅供行业内交流学习之用，不作为商业用途，不对外出售。杂志部分内容摘自网络，如有侵权请及时联系本刊。

直送 20000余家企业的高层、中层
20000余家来自全国的经销商

全年信息合作 每期专版为企业发布产品信息并撰写企业专题，产品专题，高端访谈企业领袖。

特别声明 本刊热忱欢迎国内外读者投稿，但请勿一稿多投，本刊对来稿有权进行修改。若因读者原稿问题引起版权纠纷，本刊不承担任何连带责任；本刊有时选用了部分国内外文字或图片，请作者与本刊联系以便及时奉上报酬；本刊为服务于成都市食品商会的公益性杂志，因部分文章、观点来源于网络，如有侵权，请来信电告知，本刊将立即改正。

本刊署名文章为个人言论，仅代表作者观点。

年度签约战略协办单位

 四川白家阿宽食品产业股份有限公司 电话 / 028 / 88431309	 四川品品食品有限公司 电话 / 028 / 87079330	 四川省雅士科技有限公司 电话 / 83231738 / 15882224056	 四川丁点儿食品开发股份有限公司 电话 / 400 / 9940666
 四川省丹丹都县豆帮集团股份有限公司 电话 / 028 / 87868160	 四川欧牛食品有限公司 电话 / 028 / 83811777	 屋头串串餐饮管理有限公司 电话 / 180 / 30466781	 四川运联通达供应链管理有限公司 电话 / 028 / 631033001 / 281 / 631963392
 四川省成都市饮食公司锦汤圆食品厂 电话 / 028 / 83516601	 成都蜀道香食品有限公司 电话 / 134 / 82188881	 四川金星包装印务股份有限公司 电话 / 0838 / 5730138	 成都圣恩生物科技有限公司 电话 / 028 / 86290446
 成都众恒印务有限责任公司 电话 / 0838 / 5503777	 成都首创包装有限公司 电话 / 18382066776	 成都雅士物流有限公司 电话 / 028 / 86950131	 成都鑫里程环保科技有限公司 电话 / 028 / 87799903 / 138 / 08051339
 成都市佳味添成饮料科技研究所 电话 / 028 / 81811106	 简阳市颜江花食品有限公司 电话 / 028 / 27282716	 四川华强包装工业有限公司 电话 / 0838 / 5402756	 成都睿播科技有限公司 电话 / 028 / 85220756
 通江米食耳记食品有限公司 电话 / 153 / 28082445	 四川皓速科技有限公司 电话 / 135 / 01500901	 四川粮之膳食品有限公司 电话 / 400 / 8227979 / 180 / 90720315	 四川美调美味食品科技有限公司 电话 / 028 / 83461918



老坛酸菜酱调味料



标准化·专业·定制
为餐饮标准化调味提供解决方案

四川丁点儿食品开发股份有限公司
SiChuan 'DingDianEr' Food Development Co.,Ltd

全国服务热线: **400-994-0666**
成都·郫都区安德镇中国川菜产业化功能区蜀香路388号



扫码了解更多产品
www.scdidir.com

CONTENT / 目录

专题：企业如何通过差异化竞争实现增长破局

- 20 2021 破局之道！用什么打造品牌差异化竞争优势？
22 恒星推出全球首款挤挤装零添加豆瓣酱！
27 蜀道香如何深耕品类，以“川味”构建零食帝国？

Boss 面对面·百家名企见证川味

- 32 运联通达：存量竞争的时代，食企为何迫切需要优秀的物流服务商？
34 蒋天骄：全球产值将达 6063 亿美元，包装企业如何赋能食品产业？

企业动态

- 50 丁点儿荣获“中国食品行业创新品牌”
52 佳味添成——餐饮线上业务，打开增长新空间

行业观察

- 60 多家食企半年报已出，这些重要信息值得关注！
64 中国方便速食产业联盟成立，将引领 2500 亿行业共创辉煌

资讯·协会在线

- 72 十亿俱乐部总裁私董会
74 百味出川·深圳极致产品打造及线下对接之旅

新会员风采

- 76 新会员企业介绍



首创包装

First Packing
CARDBOARD BOX

专业生产

瓦楞纸板，各种纸箱，不干胶标签，说明书

成都首创包装有限公司
Chengdu First Packing CO.,LTD

成都致越电子科技有限公司
Chengdu zhiyue electronic technology co., ltd.

首创包装地址：四川省成都市大邑县晋原镇兴业七路90号（工业区） 电话：028-68901733
致越电子地址：四川省成都市崇州经济开发区宏业大道北段1169号 电话：028-82233088

匠心传承成都味道 经验复刻助力成功创业

六大核心优势

体系保障

多年实体店经营经验，公司已形成一体化系统化管理，成功模式可以轻松复刻，实现复合且成体系的品质全覆盖。

开发选址

具备专业的大数据选址导师团队，通过城市消费评估、现场人流观测、商圈价值等多个方向精心挑选有利有效店址。

产品研发

特有厨政中心潜心研发时代新品，准确把握饮食市场风向，不断研发出符合当下老少皆宜的菜品。

底料直送

自有万平工厂标准化生产料包，快捷高效的物流直送服务，从源头上节约底料和物流成本。

培训扶持

免费为合作伙伴提供核心技术培训教学，0经验也能快速上手开店，定期参加总部复训提升门店业绩。

运营服务

从考察到签约到开业运作，都有专属老师和客服全程跟踪服务，前中后期全方位保姆式的运营扶持。

差异化竞争 实现增长破局

DIFFERENTIATED COMPETITION TO ACHIEVE GROWTH BREAK

引言

当下，市场竞争越来越残酷，市场份额也不断被分割和抢占，企业品牌如何分得一块蛋糕，或者把蛋糕做大，“差异化”在某种意义上来说越来越重要。

差异化，这是一个大家很熟悉的概念，也是最重要的升级概念。当品牌和产品严重过剩，导致市场上的产品开始出现积压，一些品牌积极跟风和模仿“成功案例”、“热门特色”，并且这种行为具有普遍性。

对于食品行业来说，由于准入门槛较低，同质化现象更为严重。食品企业一边嫌弃着烂大街的“差异化”，一边又面临着产品同质化日趋严重的情况。实际上，这些企业并没有真正理解什么是差异化，一味地刻意强调不同并不是差异化，找准卖点才是关键。

2021 破局之道！ 用什么打造品牌差异化竞争优势？

当下，市场竞争越来越残酷，市场份额也不断被分割和抢占，企业品牌如何分得一块蛋糕，或者把蛋糕做大，“差异化”在某种意义上来说越来越重要。

差异化，这是一个大家很熟悉的概念，也是最重要的升级概念。当品牌和产品严重过剩，导致市场上的产品开始出现积压，一些品牌积极跟风和模仿“成功案例”、“热门特色”，并且这种行为具有普遍性。

对于食品行业来说，由于准入门槛较低，同质化现象更为严重。食品企业一边嫌弃着烂大街的“差异化”，一边又面临着产品同质化日趋严重的情况。实际上，这些企业并没有真正理解什么是差异化，一味地刻意强调不同并不是差异化，找准卖点才是关键。

为什么“差异化”如此重要？

01、有利于避开与竞争对手的正面交锋

食品品牌通过实施差异化战略，创造并培育自身独特的细分市场，并在细分市场上形成相对较高的进入壁垒，取得细分市场上较高的市场占有率，获取细分市场带来的利润。

一方面避开了与竞争对手的正面交锋，尤其是避免陷入价格战的困境；另一方面充分发挥品牌自身的优势，以差异化经营求生存和发展。

02、有利于培养品牌比较竞争优势，促进品牌发展

品牌通过实施差异化战略，可以逐步培养在某一方面比较竞争优势，并利用这一优势，在竞争中不断积累实力与经验，成长为在市场上具有较大影响力的竞争对手。

对于品牌来说，“差异化”是市场竞争最有力的武器。落到终端，品牌差异化能为加盟商在细分市场创造更大的生存空间，差异化产品成为帮助圈粉的利器，赋能终端，增强竞争力。

例如，“依云水——天然矿泉水中的贵族”，迎合了注重生活品质的高收入人群的尊宠之需；海底捞一直秉承着顾客至上，服务至上的理念，与一

般餐饮店没有形成系统性、制度化的服务作对比，通过打造优越体验来吸引客源；星巴克说“我们卖的不仅仅是咖啡，而是你生活中的第三生活空间”，这一理念恰好满足了年轻一族，屏蔽繁杂与压力，追求闲暇时光的想法。



如何通过产品实现差异化打造？

例如在休闲零食领域，消费人群呈现出结构年轻化、需求多元化的特点，使得市场上休闲食品的品类变得更加丰富。其中，以坚果为代表的“健康零食”受到越来越多人的追捧，坚果炒货食品市场竞争日趋激烈。

以良品铺子、三只松鼠、洽洽食品为例，三家休闲食品公司的发展也各有侧重：

良品铺子：定位儿童 + 泛健康人群打造高端零食



“高端零食”的其中一个维度的表现便是对目标市场与目标人群的细分。围绕这一理念，2020年，良品铺子针对儿童群体与泛健身人群分别推出良品小食仙、良品飞扬两大子品牌。且良品铺子品类分布更加均衡，糖果糕点、肉类零食、坚果炒货、果干果脯、素食山珍五大类产品的收入占比分别为24%、23%、18%、11%和8%。

三只松鼠：“坚果心智 + 精选零食”



主打坚果炒货产品，营收占比为54%。三只松鼠打造了夏威夷果、碧根果、手剥巴旦木、纸皮核桃、开心果、炭烧腰果、猪肉脯、蜀香牛肉、芒果干、

手撕面包等亿级大单品，奶奶甜、白桃枣等千万级的创新新品，共同构成三只松鼠“坚果心智 + 精选零食”的全品类产品矩阵。

洽洽食品：构筑起以瓜子产品为核心的护城河

恰恰食品以瓜子业务起家，2017年起开拓炒货



坚果业务。洽洽食品目前主要生产坚果炒货类、烘烤类休闲食品，经过多年的发展，其产品线日趋丰富，成功推出了洽洽香瓜子、焦糖山核桃蓝袋系列瓜子、小黄袋每日坚果、洽洽喀吱脆、洽洽小而香、洽洽怪U味等产品。

在消费者品牌意识不断增强的今天，品牌化、人性化成为不可阻挡的发展趋势，消费者对于食品的追求已经不再是饱腹那么简单了，还需要追求健康、安全、品质，追求心理上的满足感。而食品企业在营销上的差异已不仅仅体现在产品和服务上，更体现在品牌所承载的形象和气质上。

因此，食品企业需要在基于产品打造的基础上，保持产品差异化，并全渠道针对性匹配差异化专供产品，在市场上发挥差异化优势。而基于产品优势，实现全域渠道覆盖，高效精准引流，抢占市场转型期机会，有助于经销商再度进入快速上升通道。

可以说，结合自身优势，集中兵力聚焦一个细分市场，聚焦目标客户打造解决用户痛点的解决方案，并形成产品和服务，同时培育组织能力，做到人无我有，人有我优，最终实现差异化。而接下来，我们也将分别从餐饮、调味品、休食等领域详细分析企业如何通过差异化实现增长破局。

有颜又有料， 恒星推出全球首款挤挤装零添加豆瓣酱！

古往今来，能留存下来的美好事物，都需要岁月的沉淀。

有华人的地方就有川菜，有川菜的地方就有豆瓣酱。

豆瓣酱，凭借其红褐油亮、辣味绵长、酱香浓郁的特色，在世界“发酵辣椒酱”中独一无二。

匠心做好酱

豆瓣酱作为川菜中的必备调味品，已伴随川菜脚步，从地方走向全国，从中华走向世界。

在四川，生产豆瓣酱的企业众多，而能为四川人推崇的不过尔尔，恒星食品便是其中的佼佼者。味觉是人类产生最早的记忆，而在老四川人看来“没吃过豆瓣酱，就不知川味”，恒星豆瓣酱已然成为无数人心中豆瓣的经典。

四川恒星食品有限公司成立于1997年，是一家集研发、制造、营销于一体的专业食品企业，专注于“恒星牌”调味品经营；公司以完善的质量管理体系，独有的“多椒缓酿”生产工艺生产出高标准的产品，积攒了用户的一致好评！

恒星食品以豆瓣酱为主线、同时打造即食酱、火锅底料、酱腌菜、油脂产品五大核心品类，发酵制品与复合调味品形成产品矩阵闭环。恒星食品用匠心做好酱，打造健康新“食”尚的理念，不断推动和引领豆瓣酱行业的创新与发展。



引领传统豆瓣创新

时至今日，豆瓣酱已在栉风沐雨中走过了三百余年，世事沧桑，时移俗易。不少传统的文化风俗和土特名产早已随风而逝，而豆瓣酱延续至今，并持续不断地焕发新生，生命力可谓顽强。

对于一个发展了300多年的传统行业来说，似乎已经没有了创新的余地。一个豆瓣酱，还能玩出什么新花样？

正如它的诞生本身就是陈逸仙一次神来之笔的创新一样，作为引领传统豆瓣的创新者，恒星在豆

瓣酱行业也带来了一次又一次革命性的变化。

随着消费观念的升级，消费需求愈发细分和严苛，而传统老豆瓣色泽较暗、炒菜时颜色不红润，无法满足色香味的需求；为此，恒星食品在1997年率先提出了红油豆瓣的概念。在传统经典工艺的基础上，精选原料，加入优质红油，锁鲜增色，既保障了色泽鲜红、感官诱人，又提升了豆瓣酱的鲜香味美。

随后在2015年，恒星食品研发出了多椒缓酿

制酱工艺。采取古老的复合辣味配方，按多种辣椒配比入料，使豆瓣赋予菜品的色、香、味得到总体提升。

而随着经济的发展、消费观念的升级，快节奏生活的人们也比过去更早开始健康焦虑，大众健康饮食的意识和需求都在增强。恒星食品敏锐地洞察到消费者对于低盐的健康饮食需求，并于2018年率先在业内推出薄盐酱香产品。

伴随着消费者健康饮食理念的快速成长，加之大众对食品添加剂的不了解，加剧了消费者对于食品安全的焦虑。如何打消消费者的顾虑，成为了豆瓣酱乃至整个食品行业都需要解决的问题。为此，恒星食品在2019年推出了零添加豆瓣酱。通过对

光照、气温、温差、菌种的检测和控制，提升发酵技术的，不依靠工业技术增速发酵而提升产量。让每一瓶豆瓣酱都做到了零添加，还原食材本身的风味，更健康也更美味。

恒星食品始终坚持与时俱进，不断引领传统豆瓣创新，使豆瓣酱行业时刻散发出蓬勃的活力与朝气，不断满足和引导消费者需求。



全球首款挤挤装零添加豆瓣

恒星食品作为健康饮食生活理念的先行者，在对传统豆瓣的创新之路中，逐渐找到了一条契合新消费需求环境下的发展之路。

“民以食为天”这句话在中国永远不过时，而且在很多人的观念中，经过亲手烹饪的美食，即便是再简单的步骤，也拥有不一样的灵魂。然而，或许是因为传统瓶装豆瓣酱的不易操作，或许是因为自知手艺不精，又或许是因为豆瓣酱的重油重盐而劝退，曾经让许多人选择放弃烹饪，尤其是这一届的年轻人。

在疫情冲击之下，国民健康意识的提升让人们增加了对于饮食健康的需求。益普索2020成人健康管理白皮书数据也显示，截至2020年，84%的消费者认为自己比以前更加关注健康，更倾向于选择零添加的食物。

此外，随着社会节奏的加快，人们对于方便快捷的产品依赖度越来越高，便捷式浪潮正在袭来。

正是基于对市场的调研和洞察，恒星食品开创了新的细分品类——挤挤装零添加豆瓣，其最大的亮点为0添加和立袋挤压。并在7月中旬推出了全球首款挤挤装零添加豆瓣，一时间，全民掀起了一股健康豆瓣酱的潮流。



对于2-3人小型的家庭结构或单身族群来说，平时不经常做饭，而瓶装的豆瓣酱一年也用不完。对于重视健康饮食理念的人群来说，0添加的豆瓣酱更具有吸引力。

1、口味丰富

回归到本质，消费者对于食品美味的需求是亘古不变的，丰富的口味可以覆盖更广泛的消费人群、提供更好的选择和消费体验。此次推出的挤挤装零添加豆瓣包含了酱香老豆瓣、鲜椒豆瓣、红油豆瓣三种口味，能够满足不同人群的口味需求，满足回锅肉、麻婆豆腐、豆瓣鱼、红烧肉等多种菜肴的制作。

酱香老豆瓣：365天陈酿，酱香醇厚。鲜椒豆瓣：麻辣鲜香，打破传统味。红油豆瓣：采用多椒缓酿，色香味美。

2、零添加引领健康潮流

健康的饮食理念深深地烙印在当下的年轻人心 中，无论吃什么都要讲究一个健康。作为健康饮食 生活理念的先行者，恒星食品在满足消费者的健康 需求同时，引领豆瓣酱行业健康潮流。

对于消费者而言，面对一排又一排的豆瓣酱时， “选择困难症”这一人间难题愈发突出，如何选择 心仪的健康的豆瓣酱，成为了消费者的首要难题。

“豆瓣好不好，快看配料表”。仔细观察挤挤 装零添加红油豆瓣的包装，会发现配料中除了红辣 椒、蚕豆仁、食用盐、小麦粉、菜籽油，不加任何 防腐剂、色素及香精，真正做到了零添加。

3、引领行业的包装创新

目前豆瓣酱行业里面尚未有产品应用挤挤装的 包装形式，挤挤装零添加豆瓣采用了全新的立袋挤 压装，这在豆瓣酱品类中还是首次。

包装上的创新为消费者带来了三个最直观体 验。

- ①使用上更加方便，用多少挤多少，不用担心 脏手，便于储藏，大大提高了用户体验。
- ②挤挤装开口更小，同空气接触更少，更卫生。
- ③挤挤装零添加豆瓣达到符合人体工程学的最 佳握感，更省力。

4、颜值主义

年轻一代人群购物在购物时，主要受产品外观、 口碑、品牌、时尚潮流 / 流行趋势等因素影响，冲 动性消费明显。简言之，只要你看 好，我就可以买。

传统的豆瓣酱包装统一，以桶装为主，缺乏青 春与活力，不具备辨识度。

而挤挤装零添加豆瓣在包装上，采用铝箔材质， 质感更强；流行手绘插画风格设计，1:1 还原豆瓣 古法酿造，好看也有内涵，有颜又有料。

作为新品，挤挤装零添加豆瓣虽然刚推出不久， 但也获得了广大消费者的一致好评。

近年来，新消费浪潮来势凶猛。

消费者结构的改变，消费者需求的升级，互联 网化、线上化带来的多业态分流，人群细分圈层化… 在新消费时代，消费者们对于食品的要求愈加“挑 剔”，不仅要吃饱吃好，还涉及到健康、便捷、颜 值等因素，这也给予了品牌全新的机会。

而在西华大学教授，食品工程研究所所长，四 川省川菜特色调味品工程技术研究中心主任车振明 看来：

当下，消费者正在用更高标准的要求选择豆瓣 酱乃至其他调味品。而恒星食品作为引领传统豆瓣 创新者与健康饮食生活理念的先行者，较早就在探 索豆瓣传统产品如何进行创新升级这一课题，并取 得了显著成效。而挤挤装豆瓣更是颠覆了传统豆瓣 酱，是一个更加细分的新品类，在包装、质量、口味、 品质上都有创新突破。其零添加、立袋挤压装的创 新形式，在整个行业中都具有前瞻性，走在豆瓣酱 行业发展的前沿。

回归根本，消费者需要的是一份美味、健康又 有品质的豆瓣酱。

而无论是率先提出红油豆瓣、多椒缓酿、薄盐 酱香、零添加等产品，还是推出全球首款挤挤装零 添加豆瓣，恒星食品始终坚持以消费需求为导向， 为新生代消费者提供更多高品质的产品。

对于豆瓣酱行业而言，健康已经成为未来发展的 必经趋势。而如何实现持续的创新发 展，不仅是 豆瓣酱行业所面临的难题，也是所有行业都存在的 共性问题。

从 1997 年至今，恒星食品从诞生之初便成为 了引领传统豆瓣的创新者。恒星食品始终根据消费 者反馈和市场调研，不断利用最新技术去生产、优 化产品，在技术升级、产品研发、品类创新、包装 创新等方面，恒星食品都走在了前列，不断引领豆 瓣酱品类新的消费潮流。

一路走来，恒星食品不断创新的突破之举，不 仅为企业如何实现永续经营提供了参考价值，也为 整个豆瓣酱乃至调味品行业的未来发展提供了更多 思考。



逗嘴谜汁凤爪如何引领世界风味， 让年轻人疯狂吮指？

「新消费」是近些年来各行各业最热议的话题之一，消费格局的打破、商业秩序的重构在这几年尤为突出，传统与新兴在撕裂中不断碰撞、洗牌、突围，这一点在食品行业更为明显。

消费人群受众的变化、供应链基础设施的成熟与发展、营销方式与渠道的遍地开花，改变着群体的消费观念，滋生着各式各样的消费需求。可以说，每一个品类都值得再深耕一遍，而在白热化竞争的休食行业更是如此。

凤爪，作为近年来再次走红的品类，消费者追求的不仅仅是简单的口腹之欲，更是希望借此来满足自己的精神需求、表达自我价值。不仅要好吃，更要吃得健康、美味、有品质。无独有偶，近日网上突然掀起了一股新的热议：谜汁凤爪如何如何好吃。究竟是什么魔力让年轻人对逗嘴食品的这款凤爪疯狂吮指？

在“口味”上做文章，创新差异化卖点

凤爪原是川渝地区的一种风味小吃，近些年来 颇有风靡全国的势头。无论是聚餐还是独食，凤爪 都进入到了年轻人的购物清单。据估算，中国人每 年能吃掉 200~300 亿只凤爪，其中消费量最大的就 是年轻人，为何年轻人对凤爪如此偏爱？究其原因 就是在如今零食当道的快消时代，凤爪凭借其自身 独特口感脱颖而出。

一直以来，逗嘴食品便深谙此道！区别于传统 泡椒凤爪的单一口味，近期，逗嘴食品以世界风味 为主题，推出了带有不同地域特色的谜汁凤爪。万 邦来朝，味道出挑，据悉该产品采用核心鲜香技术， 利用非辐射多菌抑制工艺保留了凤爪的鲜香，并 在此基础上网罗全球优质调味食材，将不用地区的 食材与美食文化融合碰撞，打造出差异性味觉的完 美融合，研制出了南洋满天星百香果、西洋香水百 合柠檬、东瀛本生芥末三种口味，受到一众消费者 的称赞。更值得一提的是，逗嘴食品未来将推出“口 味共创计划”，欲与消费者一同研发出更加贴合其 喜好的口味！



切入更多消费场景，高颜值做加法

年轻一代人群购物在购物时，主要受产品外观、口碑、品牌、时尚潮流 / 流行趋势等因素影响，冲动性消费明显。简言之，只要你看好看，我就可以买。

在颜值经济的驱动下，颜值即正义的年轻一代对于产品包装的美观要求也愈加挑剔，三观敌不过五官，对于产品来说，不仅是口味的创新，好的产品包装亦能让人一眼便沦陷。因此，逗嘴谜汁凤爪选用复古元素与时下现代美学相结合，繁体字与简体字互转换，既赋予了产品国风势能，又能与现代审美及认知相接轨。相较于其他凤爪产品外包装形式的不同，此次，逗嘴谜汁凤爪创造性采用盒装 + 两袋式分装的包装方式，既卫生实用，又彰显大气高端，不失是佳节赠友的不二之选！

除此之外，逗嘴谜汁凤爪系列产品因其差异化的精致包装，还适配到多种日常消费场景，如休闲独食、聚会用餐等，深受 16 ~26 岁，具有经济自由、热爱生活、追求自我价值且专注于体验和对美食哲学有自己独特见解的年轻一代所青睐。



对标国际标准，逗嘴引领品类创新

产品前行，品质取胜。作为一款备受消费者喜爱的零食，凤爪虽小，却独具制作者匠心。逗嘴食品深谙质量是品牌的基石，因此，企业自成立以来，一直专注耕耘川味肉类零食，此次推出的谜汁凤爪更是联合四川营养协会共同开发研制。

产品自上市以来，便受到了年轻消费者的一致好评，这主要源于逗嘴食品坚持客户至上、诚实守信、开拓创新和责任担当的企业精神，作为四川食品行业十亿俱乐部会员企业，身体力行严守国际生产标准，将每款产品原材品质落到实处。

据悉，逗嘴谜汁凤爪系列产品，在选择原材时，工作人员需从颜色、重量、细节三方面综合筛选，大浪淘沙，被留下的都是肉质饱满紧实的贴骨肉，后经去骨留筋工艺，产品更加弹牙 Q 爽！

值得一提的是，谜汁凤爪的颜色更加鲜亮，对视觉的冲击力更强，更能诱发人的食欲，更受消费者青睐，这是其他产品所不具备的。其秘诀便在于逗嘴采用了鸡汤原色的制作工艺，还原鸡爪美味，鲜香四溢，浓郁肉香更好吃！而这种技术在行业中属于领先地位，其他凤爪很难达到这样好的成色和

肉香。

一款好的产品需要不断的打磨，并且始终根据消费者反馈和市场调研，不断优化自身产品，不断利用最新技术去生产、优化产品，才能以满足日益变化的消费需求。

作为新品，逗嘴谜汁凤爪系列产品虽然刚推出不久，但也获得了广大消费者的一致好评。好吃、方便、味道好、鲜嫩、好看、吃得爽 ... 成为众多消费者复购和自主推荐的理由。

回归根本，新一代消费者需要的是一份美味、健康又有品质的凤爪。逗嘴谜汁凤爪便是基于消费者的诉求，在颜值、品牌、口感、差异化风味上下足功夫，强化竞争优势，进而迅速走红。正是基于在行业中不断地创新发展，逗嘴食品才能持续引领品类新的消费潮流，为新生代消费者提供更多高品质产品。

窥一斑而知全貌，从逗嘴食品这么多年的创新发展中，我们可以发现成功的品牌永远是顺势而为，抓住机会成全大众的消费诉求，从而共同推动整个行业的进步，让人类生活更美好。

蜀道香如何深耕品类，以“川味”构建零食帝国？

人来世间走一趟，就是酸甜苦辣咸，品过方知真滋味。

每个人都在寻找自己心中的那一味，走进四川，才知川味绝对不止辣！酸、甜、苦、咸、香、麻 四川人根本不需要用特定一种味道来寻找舒适，混搭味道浸润的小日子每天都优哉游哉，巴适得板儿！

川味，以辣为核心，包容万象。经过数代人的奋斗，川味早已火遍了全国各地、大江南北，火出了国门，走向了世界。这也孕育了一系列“川味”元素食品的爆红，而成都蜀道香食品有限公司便以传播川味文化为使命，通过休闲零食向世界传递四川味道。

潜心十余年，成就辣味零食领导者

辣潮流来势汹汹，各企业也竞相入局，然而这么火热的赛道从来不缺竞争者，企业在增长过程中面临比其他行业更多的不确定性：消费者品牌忠诚度低，购买决策因素复杂，市场竞争过于饱和。

那么在这场没有硝烟的辣味休食之战中应该如何把握机会，实现占位呢？窥一斑而知全貌，从辣味休闲零食领导者——蜀道香的身上，我们可以重新审视并发掘这个行业的成长秘密。

从 2008 年至今，经过 10 多年的探索，蜀道香通过研发驱动产品升级，始终结合目前市场环境和

客群变化，不断创新产品，给消费者更好的产品体验。目前蜀道香已有线上电商分销商 1000 多家，工厂占地 85 亩，总生产量高达 5 亿元，形成研、产、销一体的综合性企业，已经成为中国电商渠道最热销的休闲辣味品牌之一。

蜀道香以“成为最卓越的麻辣饮食传播者，为实现蜀道香麻辣帝国而努力奋斗”为使命。希望打造业内最优质的产品与服务，成为辣味零食领导者、卓越的肉制品辣味食品生产服务提供商。

“川味”助品牌加固优势护城河

早期，消费需求的层级性、差异性以及消费者对消费体验的不同追求促使休闲食品企业采取差异化竞争策略，趋向于朝垂直领域发展，深耕细分人群、细分品类和细分市场。

休闲零食的品类繁多，应用场景丰富。然而，当线下门店千篇一律、趋于饱和之时，休食的发展又在何处？伴随着中国互联网的兴起，又该如何推

动产品持续精细化发展？

立足于天府之国，川味本身就是最好的 IP。

早在 2006 年，蜀道香的创始人甘露就选择了牛肉干这一火热的品类。不过，牛肉干市场虽然广阔，但也面临着同质化、差异小等问题。“线下店卖的都差不多，最后顾客都不知道选谁家了。”

为此，甘总便开始主动开辟了牛肉干的线上渠

道，抓住了第一波红利，找到了一条川内食品企业还没有走过的道路，我们成为了第一家川内零食电商。2007 年，便已经成为四川淘宝食品网店第一名。

2008 年，成都蜀道香食品有限公司正式成立。这一年，蜀道香也成为了全国食品网店第一名，阿里巴巴网商 30 强。在线上电商大获成功以后，蜀道香乘胜追击从牛肉干转型到多个品类，成为一家具有全品类零食的电商。

2009 年，蜀道香以四川私人订制私房菜为定位进行转型，成立了全淘宝第一家私房定制店铺。

在发展过程中，由于自主品牌的缺失，导致经营模式被各大网店所复制。于是乎，在 2010 年蜀道香自主品牌成立。2011 年以后，蜀道香开启了品牌分销业务，开启天猫与京东及其他第三方直营平台，走上快速发展之路。

经过多年发展，现在的成都蜀道香食品有限公司已经成为一家专注于线上休闲零食品牌运营为主，集研发、生产、渠道销售、品牌营销、品牌策划为一体，并已成为中国电商渠道最热销的休闲辣味品牌之一，通过休食向世界传播川味文化。



回归产品，才是真正的品牌实力

一直以来，产品发展对于公司的战略都至关重要。通过产品可以判断当下消费的新趋势，找到新的消费者，与他们发生情感联动，是品牌新增长的关键因素。

蜀道香也始终根据消费者反馈和市场调研，不断优化自身产品，不断利用最新技术去生产、优化产品，以满足日益变化的消费需求。用好产品作为后盾留住消费者，让品牌长久立于不败之地。

在坚持自主创新，不断发展的基础下，蜀道香目前已拥有两大生产基地。在生产端口，蜀道香建立了 ISO22000 和 HACCP 体系。ISO22000 和 HACCP 是对外食品贸易必须通过的国际食品安全管理标准。食品企业必须具备超高食品安全条件，通过相关专业部门层层审核才能认证通过。这两项体系的通过，标志着蜀道香销售渠道正式跨出国门，走向世界，向其它国家展示中国的四川味道。

其中，牛肉系列作为蜀道香的爆款系列，市场表现力最为强劲。玩在天府，牛在四川。蜀道香秉承地道川味的文化传承，对产品和辣味的专

注，已经研发出川香红油系列、干香麻辣系列、风干手撕系列、烤制手撕系列。条、片、粒、丝、脯等多种形状；卤、炒、烤、风干等多种工艺。锁住牛肉原香，料足过瘾辣爽回味。

而麻辣牛肉干从上市到现在，一直是蜀道香占领市场的核心产品，也是最受消费者喜欢的产品之一。在淘宝、天猫等网络平台上占据类目销售排行



榜 TOP1 多年，累计销售可达 9000 万份。

截至目前，蜀道香可提供旗下十大系列共 100 多款产品的全品经销和加盟合作，可承接各类政企采购、特渠供应、礼包和礼盒等定制化产品需求。涵盖牛肉系列、猪肉系列、鸭肉系列、辣条系列、坚果炒货、膨化素食、豆制素食、蔬菜素食、海产鱼虾、和糖果系列等零食产品。

近年来，新消费浪潮来势凶猛。

回归根本，消费者需要的是一份美味、健康又有品质的零食。

消费者结构的改变，消费者需求的升级，互联网化、线上化带来的多业态分流，人群细分圈层化…在新消费时代，消费者们对于食品的要求愈加“挑剔”，不仅要好吃，还涉及到健康、便捷、颜值等因素，这也给予了品牌全新的机会。

无论是在川内休食企业中率先进军线上，还是独创私房菜模式，蜀道香始终坚持以消费需求为导向，为新生代消费者提供更多高品质的产品。

对于休闲零食行业而言，辣味已经成为未来发

展的重要风味。而如何实现持续的创新发展，不仅是休闲零食行业所面临的难题，也是所有行业都存在的共性问题。

一路走来，蜀道香不断创新的突破之举，不仅为企业如何实现永续经营提供了参考价值，也为整个休闲零食行业的未来发展提供了更多思考。



串串香竞争白热化， 屋头串串凭什么能够脱引而出？

民以食为天，食以安为先。

安全，是食品所需要满足的最基本的条件。但是，包括串串香在内的整个火锅界，使用回收油和老油，曾是一个公开的秘密。

为什么商家要用回收油和老油呢？很多商家有一个非常冠冕堂皇的理由：老油是传统，味道更醇厚。而事实上呢，商家就是为了压缩成本，赚取更大的利润。

如今，绝大部分商家都采用了一次性的锅底。但一次性锅底也带来新的考验：如何做得更加美味？而除了一次性锅底以外，还有什么可以措施可以进一步保证食品安全及提高美味度？为此，第一食品资讯走访了多家店铺，发现屋头串串在这一方面有自己独到的见解。

成都的味道，屋头串串

在四川，做串串香的店有很多，而能让四川人吃得放心并且推崇的不过尔尔，屋头串串便是其中的佼佼者。

的确，对于吃货来说，屋头串串绝对是难以割舍的心头爱。还记得以前闲聊时，一个资深吃货曾说过：“一开始去店里吃，是因为屋头这个名字，后来发现味道很巴适，就一直去，还要带朋友去。”

到店门口一看，感觉是很不错的。蓝底白字的“屋头串串”的招牌，简洁明了，窗明几净、清雅的环境，档次陡然提升了不少。进去后在一个靠窗的位置坐下，经典的装修风格，大气的内饰布置，



可知道其经营者确实很有想法。店内的菜品很全，很干净，摆放也很合理，是一家做生意很用心的店。

★秘制牛油锅底：三代传承，百年技艺。五时熬制，成都秘制锅底。

★每日新鲜蔬菜：新鲜看得见，放心吃得到。没有最鲜，只有更鲜。

★店里的“田园农场”：牛肉现切、鲜选、更新鲜，品尝大自然的味道。

这些，还仅仅是屋头串串众多独门秘籍中的一部分，能够叱咤串串界十几年，味道、服务、卫生缺一不可。尤其是那特制的哈儿牛肉，吃起来口感滑嫩，非常不错。



一次性更放心

一桌客人一份一次性锅底，虽然运营成本陡然增高，但的确保证了锅底的干净卫生。店内的提示标语，服务员的温馨服务，都向顾客传递这一个理念：屋头串串坚持使用一次性锅底。

而在顾客就餐后，屋头串串也会鼓励顾客将锅底打包或当面销毁，真正的言行合一，真正地让人放心。所以，随手翻开一个 APP，屋头串串全是满满的好评。干净、卫生、放心、健康，都是消费者最真实的赞扬。

而除了一次性锅底以外，屋头串串还坚持使用一次性竹签，进一步确保了菜品的卫生。据小编了解，屋头串串的一次性竹签还比较特殊。传统的一次性竹签使用后即刻销毁，再无后续，不利于环保。为此，屋头串串的一次性竹签在使用后进行回收，通过碾碎后作为竹荪养殖的基肥和基质，避免浪费，同时竹签也是采取可降解的材质制作的，不会造成环境污染，真正做到了绿色可持续发展。

为了健康，用壮士断腕之魄力压缩自己的利润；为了美味，用一丝不苟之态度改良自己的产品。怪不得能把街边小吃串串香，做到了这么大。在很多商户都用老油、回收油的大背景下，屋头串串绝对

是行内的一股清流。屋头串串准确地分析出了消费者的倾向，主动出击，用自己的利润空间赌未来的市场，见识不凡。

为了杜绝使用回收油等现象，《食品安全法》第 28 条明确禁止生产经营“用回收食品作为原料生产的食品”。在《食品安全法》的约束和政府部门严格监管下，很多商家才开始被迫地使用一次性底料。然而主动与被动的区别是极其明显的。有的串串香店环境还不错，用的也是一次性底料，可是开吃之后消费者的味蕾开始无限失望，没吃几口便草草收场。消费者也会有疑问：“一次性锅底我在屋头串串家就吃过啊，为什么味道比这家要好很多啊？”

究其原因，是这个商家仓促更换为一次性底料，仓促得连口味都没时间顾及。可见，一次性锅底并不仅仅是种形式，更关键的还是在保证卫生健康的基础上，确保锅底的绝佳口味。



让消费者吃到放心的美味

对于餐饮而已，想要留住客户，最根本的还是味道、安全和服务。消费者的需求变化快，口味区域差异化大；同时消费者对食品安全重视程度正逐步提高，使得餐饮企业对从食材到加工各个环节的要求不断提高，而中小餐饮企业采购食材溯源能力弱，价格波动大，采购流程不规范，存在一定食品安全风险。

屋头串串源起四川成都，消费者能够在味道中感悟出成都人火热的情怀，执着而又张扬的性格，豪爽的辣、心醉的麻、刻骨铭心的鲜香、说不尽锅中韵味、品不完蜀人情怀。而为了能让这份放心的美味能够更好的传承下去，屋头串串在食材的安全

和餐饮的品质以及服务方面，作出了一系列规划。

2020 年，屋头串串就推出整店输出，一方面是确保食品安全和品质，另一方面也为合作伙伴提供了便利。从开店投资—店面选址—店铺装修—员工培训—技术指导—开业活动—运营指导—产品研发—营销策划—经营管理—媒体资源—品牌打造等全权由公司支持。

经过多年的潜经营探究，屋头串串秉承古典和现代餐饮文化精髓，经百年火锅传统的改良别具匠心，融入现代时尚理念，开创饮食文化先河，创造出符合现代消费者口味和新审美标准的经典火锅系列产品。

百家名企 见证川味

BOSS 面对面 | 运联通达谭荣：存量竞争的时代，食企为何迫切需要优秀的物流服务商？

2020 年初，突如其来的新冠肺炎疫情席卷全国，全国人民开展了一场波澜壮阔的“人民战争”。物流则成为了保障医疗及生活物资供应，维护“生命线”的重要环节。2021 年，在国内疫情好转的大环境下，平台型物流企业帮助食品行业及时恢复正常经营。

在未来，食品企业迫切需要寻找能够提供高品质、全链路、有韧性的物流服务商，这将是食企迈入快速发展的重要助推力。为此，第一食品资讯特别邀请了四川运联通达供应链管理有限公司总经理谭荣，共同探讨物流如何赋能食品企业实现增长，共谋食品行业发展前景。



面对存量竞争食企如何实现突围？

可替代性、资金紧张、发展困难 ... 没有一个食品企业不想要被看见、被记住，甚至于被挂念。细节决定成本，面对竞争激烈的大环境，食品企业如何留住客户和消费者，实现销售增长，成功突围？

①保障食品运输安全

对于食品企业来说，食品安全永远是一根不可触碰的高压线。食品安全之道，贵乎严谨，重在全局。不仅要在生产端严加把控，在物流端也不能懈怠。而纵观近年来的食品安全事件，我们发现在运输环节发生问题的情况尤为突出。

对此，运联通达总经理谭荣认为：“食品安全，



在运输环节更难把控”。这首先需要物流服务商要有强烈的安全意识，其次还需要有足够的食品安全把控能力。而运联通达会对管辖下的物流服务商进行专业的安全培训，确保食品运输安全无虑。

例如，要求与食品货物直接接触的装卸、搬运、保洁等高风险岗位人员要从严做好个人防护。同时

需要强化环境清洁消毒，运输和装卸食品的车辆、工具和设备应当安全、无害，保持清洁，防止食品污染，并符合保证食品安全所需的温度等特殊要求，不得将食品与有毒、有害物品一同贮存、运输。

②赋能食品高质量提升

“其实，物流也可以为食品企业发展赋能”。谭总在交流中这样表示。

对于经销商或者是货物接收方来说，货损是他们不得不面对的一个问题。由于食品种类的不同，对于运输的要求也各不相同，这也要求物流方需要有很强的专业性。

例如油脂、饮料类产品，在运输过程中如有一个产品发生泄漏，往往会影响相邻的几箱货物；而如果遭遇恶劣的暴雨天气，加之防护措施不到位，往往损失的就是整车货物。但对于食品企业的客户来说，影响了既定的销售计划，将产生连锁反应。

而这些包装有瑕疵的产品，即使到了零售终端，消费者也是不敢购买的。而如果消费者在网上购买了破损的产品，在收货后会形成巨大的心理反差，给予差评。从而给该店铺甚至该品牌带来严重的负面影响。

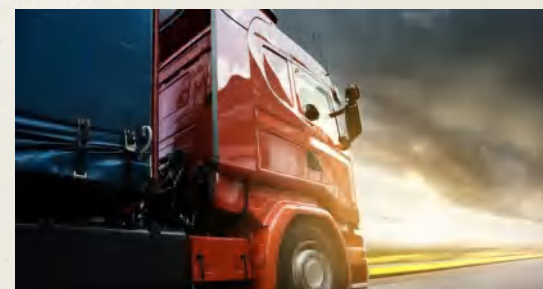
降本增效，助力企业快速增长

在和谭总的交流中，我们发现：在未来，物流方需要为企业提供一站式服务，解决一体化物流需求，帮助企业实现降本增效，助力企业快速增长。

那么如何实现降本增效？

以物流平台来说，解决了一家生产企业对接多家干线物流所导致的管控问题，同时也能解决对接成本和运作成本都高的痛点，让企业可以把更多的时间和精力放在主营业务上，集中精力做好一件事。

此外，由于物流平台整合了优质的干线资源来提供全网物流服务，能够做到规模化；同时，物流



平台通过优化解决方案及流程让运营集约化。由于有着丰富的货物资源和干线资源，能够保障生产企业随时随地都能发货，也能保障每一辆货车都是满载出发，既保障了发货效率，也降低了货车的单位成本，从而降低生产企业的运输成本。

并且，物流平台的相对规范化也为生产企业的全面规范化提供支持和配合，为生产企业提档升级、促进销售、快速稳健地发展提供强有力的物流支持！

总体来说，由于物流行业的准入门槛较低，其

火眼金睛，食企如何实现强强联手？

从业人员专业水平参差不齐，所以优秀物流供应企业一直是稀缺资源。作为食品企业，需要考虑选择的物流供应商是否为企业保障和拓展市场提供强有力的物流支持。

以往，食品企业在选择物流方时往往以价格作为唯一考量。但随着经济的不断发展，竞争环境的加剧，食品企业也逐渐以优秀的业务能力和服务水平作为衡量的标准。



因此，如何选择合适的物流服务商达到强强联手的效果，成为食品企业需要考量的问题。而在和谭总在交流中，我们也发现了一些优质物流方所需要具备的条件：

①是否能为生产企业提供成都直达全国的最稳定可靠的干线网络，为生产企业的大票零担提供一体化的综合物流解决方案。

②是否能整合到最优质、最齐备的干线物流，并实现统一管理、对接和运营，规范每个环节的操作流程，保障食品运输安全和服务。

③是否能解决一家生产企业对接多家干线物流所导致的管控问题，同时也能降低对接成本和运作成本。

百家名企 见证川味

BOSS 面对面 | 美料美味吴耀军：十年磨一剑，以匠心铸造香辛料粉料卓越品质

世间食材万千，而每一道精心烹饪的佳肴都有着摄人心魄的风味。作为风味的灵魂，香辛料粉料如同幕后英雄一般，以一己之力撑起一片天地。

独特而强烈的体验是推动食品创新的主要方式之一。体验的增强可通过许多方法，或是注重风味的正宗和丰富性，或是兼备健康光环，或者创造神秘口味邀消费者探索。风味，已然成为食品行业未来发展的重要驱动力，而香辛料粉料也正在受到越来越多的关注。

为此，第一食品资讯有幸邀请到了四川美料美味食品科技有限公司总经理吴耀军先生。作为技术出身，吴耀军先生有着三十余年的研发经验，获得十余项专利，参与了多项相关国标的修订与宣导工作，为国内食品添加剂及相关领域的发展作出了重要贡献。

我们将和吴耀军先生共同探讨食品风味的发展趋势，在香辛料粉料万千搭配中寻找找到能够跨越周期的最优配方，为行业沉淀研究价值和上下游聚合价值，帮助行业决策者洞察未来趋势并推动整个行业的发展。

四川美料美味食品科技有限公司（以下简称“美料美味”）是中国品质香辛料粉料供应商，美调隶属于四川美料美味食品科技有限公司旗下香料品牌，美料美味以先进的生产工艺及贴近市场的创新研发能力为驱动，致力于为餐饮企业、食品工业企业提供香辛料粉料产品整体解决方案。



调味品迎“黄金时代”

在采访中，吴耀军先生提到调味品行业近年来呈现稳步发展的态势。并且，随着“懒宅经济”崛起，满足了餐饮端连锁化和家庭端便捷需求的复合调味品正在迎来爆发式增长，由此在对香辛料粉料需求大幅上升的同时，也对香辛料粉料的品质提出了更高的要求。

但是，相比于国外，国内香辛料粉料行业总体而言是较为落后的，缺乏高精尖的香辛料粉料企业。而如何把中国这么好的原料、风味更好地展现出来，让世界品尝到更健康、更地道的中国风味？这成为了国内香辛料粉料行业的共同使命，美料美味，就在这样的背景和初心下诞生了。

据企查查数据，2020 年全年新注册调味品企业 90868 家，与 2019 年相比，增长 9.1%。截止到

2021 年 9 月，涉及到“调味品”的企业与个体工商户在业 / 存续为 434750 家。而调味品企业数量分布前五名的省份分别为：山东、广东、湖南、四川和安徽。

排名	企业	5月5日收盘市值 (亿元)	2020 末市值 (亿元)	市值变化
1	海天味业	379.4	649.8	降 42%
2	颐海国际	385.1 (463.8 亿港元)	101.3 (1204 亿港元)	降 62%
3	安琪酵母	372.2	420.9	降 12%
4	中炬高新	260.2	531.0	降 51%
5	涪陵榨菜	238.9	333.9	降 28%
6	梅花生物	217.2	144.5	升 50%
7	天味食品	158.6	518.5	降 69%
8	恒顺醋业	143.1	222.1	降 36%
9	千禾味业	137.2	248.8	降 45%
10	雪天盐业	73.34	51.03	升 44%
11	苏盐井神	67.91	54.83	升 24%
12	阜丰集团	60.4 (72.73 亿港元)	51.84 (73.49 亿港元)	降 2%
13	莲花健康	57.58	38.91	升 48%
14	仲景食品	55.48	78.53	降 29%
15	加加食品	54.84	78.11	降 30%
16	日辰股份	38.77	77.05	降 50%
17	佳隆股份	24.33	23.48	升 4%
18	安记食品	21.43	27.40	降 22%

2021 上半年，18 家调味品上市企业（含沪深 A 股、港股）营收总计 533.36 亿元，净利润总计 74.45 亿元。18 家企业全部实现盈利，与去年同期相比，16 家企业营收呈现正增长，8 家企业实现营收、净利润双增。

2021 年，国内新冠疫情得到有效控制，作为调味品消费主动能的餐饮市场恢复，在拉动调味品行业增长方面起到重要作用，而食品加工渠道对调味品行业增长也有贡献，香辛料粉料行业也由此被带动。

从源头到成品，用美味创造美好生活

人的味觉是长时间养成的。一家餐饮店、一份食品，如果企业所用的香辛料粉料发生了改变，消费者是很快就能知道了，“不是以前的那个味了”，“为什么没有以前好吃？”

吴耀军先生在交流中表示，香辛料粉料作为风味的灵魂，一直存在着味道变化大、品质不稳定、有效成分损失严重等行业技术难题。而美料美味就是为了解决这些行业痛点孕育而生的公司，用先进的生产工艺和创新研发能力，推动国内香辛料粉料行业不断向前发展，让风味更加稳定更加有品质，

为餐饮企业、食品工业企业提供香辛料粉料产品整体解决方案。



而香辛料粉料的稳定品质，不仅需要从原材料上下功夫，还需要在生产环节做到极致，而美料美味在这两方面都有着自己独特的体系。

01 原料直采 安全溯源

为了保障原材料的品质，依托如实香料作为战略发展伙伴，如实以深化产业合作、协同行业发展为战略布局全国，在甘肃、四川（汉源、金阳）等共建 6 大花椒种植基地，在全国打造 50 余个花椒、香料原料直采网点，建立了强大的原料供应保障体系。

目前，美料美味建立了完善的溯源体系及自主检测能力。在香辛料原材料的采购环节，美料美味坚持产地直采 + 冷库储存模式，实现了从原料采购、生产过程、储存及销售的全过程监控，确保各环节间可相互追溯。

02 国内领先的工艺

有了好的原料，还需要好的加工工艺，香辛料粉料在加工过程中的风味流失一直是行业中的技术难点。美料美味创新采用立体式厂房架构，采用自下而上投料，自上而下全自动化生产，密闭式料仓储存，最大程度减少物流运输环节、减少损耗及污染。

针对碎状香辛料粉料：采用低速常温剪切技术，



保证香辛料粉料颗粒均匀，果壳及果肉不分离，最大程度保留原料原始风味及口感。

针对碎/粉状香辛料粉料：采用控温粉碎技术，生产全程闭路循环，有效物质补集回收，最大程度保留原料有效成分。

针对粉状香辛料粉料：采用低速恒温研磨技术，使香辛料粉料破壁粉碎，有效成分完全释放，从而增强产品爆发力。

美料美味具有国内领先的蒸汽杀菌技术：

由于香料在生产加工过程中极易受到致病菌的污染，对产品质量造成严重影响。为保证产品质量，满足众多客户对健康绿色的食品产品需求，美调独具匠心，采用了高温蒸汽杀菌技术（High Temperature Steam Sterilization），通过真空辅助加速蒸汽穿透能力，大幅缩短杀菌时间，不仅可以有效杀死病菌，而且能保证香料产品风味稳定、品质安全健康。



蒸汽杀菌优势：

①杀菌用时更短：相比于普通蒸汽杀菌，真空杀菌时蒸汽可以在短时间内穿透物料，物料受热时间短，特别适用于对热较敏感的辛香料杀菌。

②杀菌产品交期有保证：拥有自己的杀菌生产线，可自主安排生产排期，可及时满足客户需求，提高交货效率。

③有效成分损失更少：杀菌工艺大幅缩短了物料受热时间，把蒸汽杀菌对物料的影响降到了最低。

④健康安全：蒸汽杀菌安全无残留，不引入新的危害。

⑤精准可控：杀菌越彻底，有效成分损失越大，熟香味越重。采用蒸汽杀菌方式可根据不同的产品特性，设置不同的理想杀菌参数，能在风味和菌落

中寻求平衡，达到理想的杀菌效果。

⑥延长保质：货架期更长。

个性化精准定制，最合适的才是最好

01 个性化精准定制

在和吴耀军先生的交流中，我们得知每一家企业的需求都是不同的。美料美味会根据不同企业的具体需求，做好专业化、个性化定制服务，提供香辛料粉料产品的整体解决方案。

以卤制来说，需要香辛料粉料保持最完整的细胞壁，在卤制过程中减少杂质，呈现较好的色泽；同时又需要香辛料粉料的味充分散发出来，保障一流的味道。又如桂皮、陈皮等，又需要做好陈化处理，增大晶体粒径，并使其粒径分布比较均匀，从而使风味更加醇和芳香。

为此，美料美味引进了德国的技术设备，并自主研发形成了系统的专利技术，拥有多条先进的生产线。在保障产能的同时，能够对企业的个性化需求做出快速反应，保障每批香辛料粉料产品的一致性，达到稳定和高品质的双要求。



每年，美料美味都会组织超过 300 组以上的客户访谈，用心倾听客户反馈及真实需求，从而为客户提供更高品质和精准定制服务。同时，与四川省食品药品监督管理局、四川农业大学、西安工业大学等机构深化合作，通过不断的应用实验与创新研发技术来保障产品应用的各种风味，针对客户对香辛料的不同使用需求、不同应用场景，提供个性化精准定制。

02 降本增效，携手共赢

美料美味通过专业的技术，在为客户提供高品质香辛料粉料的同时，还能帮助客户实现降本增效。

除了提供高品质的产品以外，美料美味也为客户的后续应用提供了强大的支持。美料美味会与客户共享资料，帮助客户在实际应用中节约时间和对接成本，掌握香辛料粉料添加的最好时机，从而提高产品品质。

正是由于美料美味专注于花椒等香辛料原料制粉、创新研发及整合营销，以科技赋能传统工艺，创造性地解决了传统香辛料粉料制粉领域风味变化大、品质不稳定、有效成分损失严重等行业技术难点。为餐饮、食品工业企业提供稳定的高品质产品及精准定制服务，满足客户对安全稳定的原料供应及产品创新的需求。

在和吴耀军先生的交流中，我们也了解到吴耀军先生其实早在十多年前就有了这样的想法，把中国这么好的原料、风味更好地展现出来，让世界尝到更加美味的中国美食。经过多年的不断探索，2015 年终于注册了四川美料美味食品科技有限公司，但又花费了 4 年的时间反复研发技术、打磨产品、完善体系，在 2020 年才开始大规模投产。



用吴耀军先生自己的话说就是“首先要做到自己满意，再给客户呈现，把最好的给客户”。

也正是这种严谨、认真、负责的态度，这种精益求精的匠心精神，让美料美味获得了 Kerry（凯爱瑞）、天味食品、白家阿宽等诸多合作伙伴。

回归到本质，消费者需要的是好吃有品质的食品，而香辛料粉料作为调味料中的灵魂角色，对于餐饮企业、食品加工企业的产品打造有着至关重要的作用。

而在调味料标准化的这条路上，美料美味也承担起自己的责任，依靠技术和服务的双轮驱动，为餐饮企业、食品工业企业提供香辛料粉料产品整体解决方案；同时也把中国的风味做得更加美味，让中国味道在世界各地飘香四溢。

虽然国内香辛料粉料行业的发展暂时落后于其他国家，但从美料美味的成立的那一刻起，这个差距就逐渐缩小。我们相信，在未来的发展中，美料美味也将成为全球先进的香辛料粉料供应商，而在美料美味的推动下，国内香辛料粉料行业也将做到世界一流水平。

关于美料美味

四川美料美味食品科技有限公司是中国品质香辛料供应商，我们以先进的生产工艺及贴近市场的创新研发能力为驱动，致力于为餐饮企业、食品工业企业提供香辛料产品整体解决方案。

公司专注于花椒等香辛料原料制粉、创新研发及整合营销，以科技赋能传统工艺，创造性地解决了传统香辛料制粉领域风味变化大、品质不稳定、有效成分损失严重等行业技术难点。公司坚持“以质量求生存、以品质求发展”的方针，以行业领先的制造和管理标准为起点，始终将食品安全保障放在首位。我们十年磨一剑，独家引进德国技术设备并自主研发形成了系统的专利技术，目前已拥有多条先进生产线，生产车间达到 10 万级空气净化标准。同时，公司拥有完善的溯源体系及自主检测能力，我们严选香辛料原料，坚持产地直采 + 冷库储存模式，可实现从原料采购、生产过程、储存及销售的全过程监控，确保各环节间可相互追溯。公司产品现已通过 ISO9001 质量管理体系认证，ISO22000 食品安全管理体系认证，及危害分析与关键控制点（HACCP）体系认证。



百家名企 见证川味

BOSS 面对面 | 蒋天骄：全球产值将达 6063 亿美元，包装企业如何赋能食品产业？

数据显示，到 2026 年全球食品包装市场规模将达到 6063 亿美元，市场蛋糕很大。与大空间对应的另一方面，却是食品包装企业处于食品产业链的中游，行业集中度和产品附加值都比较低。但即便如此，还是有一部分食品包装企业通过切入智能化工厂、开发新客户、调整产品结构等措施确保企业稳健发展，四川华强包装工业有限公司就是其中的佼佼者。



拓展客户，沉淀数据

食品包装行业作为食品行业的配套服务，一直为快速发展的食品行业保驾护航，为食品企业在激烈的市场竞争中提供动力。随着经济的迅速发展和生活质量的不断提高，我国食品工业发展迅猛，人们的生活理念和消费模式也发生了重大的变化，进而对食品包装也产生了更高的要求。

四川华强包装工业有限公司总经理蒋天骄在接受采访时表示：“包装最初是为保障食品的存储、运输安全而设，到现今食品包装已经成为食品企业向消费者树立品牌形象的重要媒介。食品企业的文

化内涵和形象可以通过食品包装得以延伸，越来越多的消费者会因为一个好的包装关注到产品，进而了解产品，产生购买欲望。”



采访当天，在蒋天骄的带领下，我们参观了华强包装的生产车间，只见先进的瓦楞纸板生产线流畅运行，在联动线的末端，配备了机械手，两者相互配合，确保整个纸箱生产流效率更高。除此之外，5 台水印机、两台胶印机、全自动裱瓦机、全自动粘箱机、订箱机、喷码机等一流的生产设备一字排开，作业井然有序。同时，还配备了全套的品质检测设备，严格把控原材料及成品的质量。

据悉，目前华强包装每天可以生产纸板 60 万平米、水印纸箱 60 万个、胶印纸箱 15 万个、胶印纸盒 20 万，产能属川内上等水平。蒋天骄表示：“通过 20 余年的努力，我们积累了一批涵盖食品、日用品化工、医疗、电子等各行业的龙头企业客户，其中新希望、喜之郎、怡宝、伊利、天味食品、维达纸业、科伦药业、海信等都与我们有良好的合作关系”。



一个包装企业想要维持良好的运转，物流也是一个相当重要的环节。华强包装目前除了自建的物流公司以外，还和其他的社会物流进行合作，确保产品安全及时送达客户。目前，自有物流公司的送货车辆 20 余辆，合作物流的车辆超过 10 余辆。“在配送方面，以成都为中心 200km 半径为主，另外在新疆、甘肃、内蒙等地区也有涉及”，蒋天骄告诉第一食品资讯。

事实上，很多企业不免会被问到“最难搞”的客户是哪一个问题。当被问到这个问题时，蒋天骄淡然地回答道：“我们没有这种困扰。试问哪一家公司会拒绝一个产品质量好、服务好、交期及时、价格合理的供应商呢？”而她的这份从容与自信，正是华强包装多年以来和客户深入了解、屡次实现最优合作方案、达成共赢，经验积累与数据

沉淀带来的底气和经验。

A 面降本、B 面增效

虽然相关数据显示，到 2026 年全球食品包装市场规模将达到 6063 亿美元，这是一块相当庞大的市场蛋糕。但是在走访市场过程当中，我们收到不少印刷包装企业的反馈却是：“营收在增长，但利润率却不断下降。”



对此，蒋天骄表示：“包装行业虽呈高速发展，但也存在着产业集中度低、产能过剩、技术含量低、竞争无序的问题。”她表示，近年来包装行业日趋微利，加之疫情带来的市场萎缩，加剧了原本已经显现的行业困境，同时也推动了包装行业的整合升级。

“大企业的规模优势不断强化，中小包装企业份额逐渐减少，管理落后及设备落后的企业甚至被淘汰”，蒋天骄坦言：“在这个过程中，我们必须持续推动管理信息化，生产智能化，不断优化服务水平、提升技术能力，为下游产业提供更为优质的产品和服务。”

此外，目前国内从事包装行业的企业数量众多，整个行业的集中度比较低，处于市场化程度较高的充分竞争阶段，包装产业产能过剩也是近年来摆在行业面前的拦路虎。蒋天骄直言：“就四川地区的包装行业而言，实际的需求大概是实际产能的三分之一。”想要在这种严峻的竞争中脱颖而出，技术、人员、设备、数字化、物流等一一不可。

据悉，受疫情的影响，四川华强包装工业有限公司客户销量大幅萎缩，最严重的时候同比萎缩达 50%。为此，该公司在调整产品结构的同时，优化服务，不断参与到客户产品的设计制造、材料研发、

物流等各个环节，深入了解客户，以成本最低的方案满足客户对包装的需求。另一方面，公司在设备升级改造上加大投入，提高自动化程度，减少人力，降低生产成本。



通过一系列的降本增效改进措施，四川华强包装工业有限公司的业绩逐步得到恢复，据蒋天骄透露：“各项改进措施下来，去年我们公司的业绩最终和 2019 年持平，今年预计将会有 10% 的增长。”

“绿色”包装，追求环保

众所周知，商品包装具有保护商品、美化产品、引导消费、提高商品附加值等作用。但是，目前市场上部分食品和化妆品企业还存在包装过度、不环保、不节约的情况，表现为包装层数过多、空隙率过大、成本过高，超出了包装本身的基本功能。

为此，9 月 2 日，市场监管总局发布了《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》GB23350-2021 国家标准。新标准将于 2023 年 9 月 1 日正式实施，对包装空隙率、包装层数和包装成本要求，以及相应的计算、检测和判定方法均有规定。

对于华强包装，新的标准会带来哪些影响呢？蒋天骄告诉我们：“就实际情况来看，这个新的标准对我们的影响不是很大。因为一直以来，我们都坚持以绿色环保为发展方向，反对过度包装，且通过不断改善生产制造工艺，以适应轻量化、低克重、高强度的纸品包装发展需求。”

俗话说“只有变化才是永恒的”，在食品行业飞速发展的今天，食品包装行业势必也会随之进行升级与变迁。在华强包装看来：第一，绿色包装是未来包装行业发展的必然趋势。首先，追求食品及食品包装的双向安全。其次，“绿色”指资源再生，

包装废弃物的综合利用，未来可降解、可回收再生的材料会是主流。第二，个性的包装视觉设计已成为一大突破点，同时消费者对方便化的包装需求将日益增加。第三，生活节奏的加快，将倒逼食品包装衍生出更多便捷化的产品。



在接受第一食品资讯采访的时候，蒋天骄表示：“在未来，华强人将继续不忘初心，以绿色环保为发展方向，以卓越的品质不断为广大客户提供完善的服务。”

关于华强

四川华强包装工业有限公司是一家集瓦楞纸板、纸箱、彩箱、彩盒、手提袋等为一体的纸品包装生产企业。

公司全面引进专业的“ERP”现代化管理方法，推行“6S”现场管理制度，为用户提供热情、优质、快捷的服务，与各地用户也保持着良好的业务及合作伙伴关系，是西南三省包装行业的领军企业。

公司自成立以来，本着“以品质成就品牌，以诚信铸就未来”的发展理念，始终坚持“责任、尊重、团结、实干、成长”的企业核心价值观，以“为客户创造价值、为员工创建平台、共创共赢共享”的企业使命，致力于成为一流的包装一体化解决方案服务商。



百家名企 见证川味

BOSS 面对面 | 马仁平：米仓耳记线上“冲浪”，看食用菌深加工产业如何玩转新营销

以银耳为主的食用菌品类，素来给外界传递出“传统”的形象。不过，通江米仓耳记食品有限公司打破了这一僵局，将新鲜银耳结合锁鲜技术，搭配合适比例纯净水直接灌装成即食鲜炖银耳羹，推出了“江小耳”这一中式健康饮品，在渠道和终端引发了关注。

从目前公开的信息来看，线上新营销将会是米仓耳记品牌传播和内容的重要承载渠道。那么，米仓耳记的产品有何亮点？品牌打造的逻辑是什么？企业营销又有哪些诀窍？为此，我们采访了米仓耳记 CEO 马仁平，请他为大家进行解答。



“药补不如食补”拓宽银耳制品食用场景

据尼尔森数据显示，在中国市场上，75% 的消费者开始注重健康，愿意花更多的钱在健康产品上。其中，天然、高品质的原材料、营养丰富等卖点备受消费者关注。

另一方面，现在的消费者也被称之为“新消费人群”，该心目中品牌理念的核心出现越发明显的差异化，品质和价位也同样重要。在满足“优质”的前提下，新消费人群对品牌的选择保持较高弹性和灵活性。

米仓耳记区别于传统银耳为主的食用菌深加工企业，以零添加、零防腐的优质通江银耳深加工产



品为主线，既能满足新消费人群对产品品质差异化需求，又能以迎合消费者客单价的需求。



并且，有需求才会有供给，而供给的持续增长，从一定程度上也反映出市场的巨大潜力。通江是中国银耳之乡，通江银耳既满足了中国人对“舌尖上的美味”的味觉追求，也迎合了中国人“药补不如食补”的养生理念。

马仁平在接受采访时表示：“为了满足了消费者对健康即食饮品的需求，公司坚持0添加、0防腐、0脂肪，只用通江段木银耳、冰糖、水等基本原料，做出更加营养健康的产品，男女老少都能可以正常饮用。”

据了解，目前米仓耳记围绕通江银耳为主的食用菌产品延伸出了：耳坊（礼盒+汤料包+干货）；江小耳（饮料）；轻颜耳语（即食代餐）；雨露菌占（食用菌延伸产品）四大板块。

“以江小耳为主的饮料产品作为公司的流量产品，配合现在主流消费品拌饭酱和香菇面，吸引流量与消费者体验，迅速提高品牌美誉度与知名度。轻颜耳语通江银耳羹和食用菌礼盒作为核心产品，在核心消费者群体主力推广”，对于每个产品板块的各自“分工”，马仁平也为我们做出了解答。

研究竞品、精耕渠道，不打“无准备的仗”

从上述四大板块，我们能够窥见米仓耳记助力于通江银耳为主食用菌产业链的升级转型，发展通江食用菌产业，做高性价比营养产品，全力满足人们对食用菌的需求的市场决心。而从它线上、线下渠道共同发力的举动，我们能够感受到，这个年

轻的品牌想要推动国内食用菌产业链升级的真诚。

通江是中国银耳之乡，从盛唐至今已有一千多年。用青冈段木作为培育原料，在野外自然生长，一根段木只产40~50克的银耳。正因如此，通江银耳市价及营养远高于普通银耳，其滋养效果是普通银耳不能企及的。但是，就市面上的通江银耳乃至食用菌而言，现在出现了有品类无品牌的尴尬，没有孕育出一个真正意义上的标杆品牌。而这也与米仓耳记的企业愿景不谋而合，通过系列运营，在所在品类里亮出自己的“招牌”。



首先，就是研究竞争对手，做到心中有数。

在采访时，马仁平透露公司通过走访、调研、数据参考等，对市面上的同类产品进行了细致的研究：“干货银耳，现在以金燕耳为主的本草冻干银耳收割头部市场，销售额已有一定体量，以本草培育概念对消费者进行教育；鲜炖银耳饮料以猫干岁为主，但因为消费习惯和市场恶性竞争使得表现不温不火，且过多前端产业链重资产投入，后端销售受限；传统干货受到传统批发市场影响很大，较难迎合新消费需求。”

另外一方面，好的产品力是产品成功的基础，而卓有成效的市场运营模式才是成就爆品的关键。尤其是在当下的大消费环境下，对于健康食品的消费需求正在与日俱增。

费需求正在与日俱增。

在线下渠道精耕方面，米仓耳记按照区域发力，围绕巴中、成都等地重点打造。现代渠道方面，选取了伊藤等KA系统做品牌背书，WOWO、711等



便利店系统走销量。此外，公司还选取了10到20家头部餐饮企业做产品销售展示背书。

多点布局，精准营销，线上发力，构建私域流量

“目前线下渠道主要以企业团购和经销商作为主”，马仁平告诉第一食品资讯：“我们还将授权一级经销商开设品牌直营店，拉动品牌的形象宣传与展示。前期从巴中开始，而后向成都、重庆、上海等地区进行辐射，预计今年将开设10到12家直营店，拉高品牌调性，让产品和品牌的形象更加立体”。

目前，电商新渠道正高速发展，米仓耳记的业务也在电商全面铺开，以顺应潮流趋势、抓住机遇促进相关业务的持续快速发展。天猫，京东作为传统电商发力品牌标杆和销量风向标。拼多多，第三方作为补充渠道，销量为主。

在米仓耳记京东旗舰店里，我们看到销量第一的江小耳即食银耳羹了礼盒的好评率达到了98%，“便捷”、“口感好”、“有营养”等成为评价里的高频词汇。在拼多多的米仓耳记企业店铺里，首

页显示该店的产品已拼2.8万件。而在米仓耳记天猫旗舰店里，江小耳银耳羹显示月销量为1000+，对于上市不久的新品而言，这样的成绩显示了其强大的产品力。

“我们有做过数据统计，轻颜耳语礼盒的复购率达到了45%，这是一个鼓舞人心的数据”，马仁平还表示：“我们的规划是，传统电商作为品牌和价格标杆引流，同时内容电商部分与私域共同发力，内容电商、直播、短视频、小红书等着力品牌与引流。私域收割流量标签用户，分级管理，从而形成闭环。”

目前，在直播方面，米仓耳记已经和多位中腰部主播达成了合作，比如朱丹、吉杰等，通过明星的影响力带货，提升产品的购买率，同时做好消费者教育。“就目前来看，效果还是不错。直播方面，我们的产出比能达到1比3到1比4”，马仁平透露，对于接下来的双十一，公司也已经在人、货、场各方面做准备：“我们已经在联系一些头部主播，发力双十一”。

但是，对于线上销量占比达60%的米仓耳记，仅仅局限在KOL带货是远远不够的。对于一个品牌来说，积极创建直播体系、用自播加速用户沉淀，才是日后的重要方向。在这方面，米仓耳记也已将计划提上日程，马仁平告诉第一食品资讯：“我们后期也会逐步涉足自播领域。前期通过明星、KOL的流量打响知名度，而后通过社群营销，将这些流量转化成企业的私域流量，通过新的营销手段，让更多的消费者知道米仓耳记，并成为品牌的忠实粉丝”。



200 亿市场规模，牛油赛道不断创新，牛油龙头如何赋能行业发展？

基于我国饮食文化差异，消费者对于动物油脂的食用习惯存在比较明显的地域特色，比如猪油被广泛应用于烘焙油脂领域，在川菜的应用中也非常广泛，鸡油作为一种风味油脂在复合调味品领域非常流行。牛油是我国食用动物油脂领域的第二大品类，仅次于猪油，在川渝地区被集中应用于火锅产业。

得益于川渝火锅的发展态势，一次性火锅底料用油普及以及全民食品安全意识的觉醒，火锅牛油产业蒸蒸日上，曾一度出现供不应求的现象。上游养殖和屠宰的零散分布制约了牛油加工产业的规模化发展，但同时消费场景和应用领域的集中化又为牛油行业带来了前所未有的新机遇。

牛油市场巨大，直击牛油痛点

据美团点评发布的《2020 中国餐饮报告》显示，在诸多餐饮品类之中，火锅餐饮营业额位列第一，全国餐饮总营收中的 22% 由火锅贡献，是唯一占到两成以上的品类；全国拥有 470000 + 家火锅餐饮门店，火锅商户总数比例达 7.3%，远高于江浙菜、川菜、粤菜、西餐等其他热门菜系的占比。

牛油作为川渝牛油火锅的灵魂原料，其市场需求量巨大，发展牛油产业具有重要意义。2020 年我国牛肉产量达 784 万吨，根据平均屠宰率、体脂率等参数推算，全国市场牛油年产量为 94 万吨~141 万吨左右；据不完全统计，全国牛油加工企业有 370 多家，以小微企业居多。其中，建立规划管理、标准化生产线、专业质控的企业更是凤毛麟角。

川渝地区人民对牛油火锅尤其热爱热爱，因此牛油在川渝地区消耗量巨大，早些年间川渝地区的牛油提炼非常简陋而且卫生堪忧，一口大锅人工炼油，就直供给火锅餐饮店面。这样炼制的牛油存在着严重的食品卫生安全隐患。由于牛油粗加工行业技术壁垒较低，科技含量不突出，导致了行业竞争力以及创新力不足，同行企业间规模差异较小，在大环境下，牛油粗放加工的状态屡见不鲜。



牛油市场巨大，直击牛油痛点

牛油作为一种食品原料，很多时候创新空间是很小的，如何不断在牛油这一品类中去进行创新呢？很多人都有这样的疑惑。

森态牛油的研发部的负责人王美丽认为：牛油作为一种原料，要实现颠覆性的创新是极其困难的。但是微创新还是有非常多的进步空间。就好比在矿泉水那么简单的一个领域，也可以有很多的创新。在这个过程中我们必须寻求食品科学与技术对牛油

产业赋能，激发更多的创新灵感。

首先基于市场的需求，寻找创新的源头，主要有风味、口感、硬度等功能性需求，比如牛肉香味的牛油、比如有滋味的牛油、比如硬度更高的牛油；其次是食品科学领域前沿技术的跨界应用：比如微波技术、精准氧化、定向酶解技术，这些可以转嫁到新产品设计当中。

再次，在研发的宽度受限的情况下，可以做纵

深研究，这就涉及一些深入的理论研究，机理性的研究，这些是更持久更层次的创新力。

总的来说，牛油创新，大有可为。目前森态牛油做的就是牛油本身纵向去延伸。森态牛油工厂有三条生产线，每条生产线负责不同的风格牛油产品的产出。森态牛油在牛油的气味、口感、颜色方面做了不同的技术突破。

牛不同部位的脂肪，牛油的味道、口感、颜色都不一样，森态牛油利用最新的研发成果和技术，把不同风格的牛油制作出不同的产品。比如是川渝地区喜欢吃老火锅，那么这类牛油就相对更加香浓，口感厚重。江浙淮扬一带口味清淡，牛油产品就相对牛油味更淡一些。

不仅如此，在餐饮火爆的今天，消费升级之后，对餐饮的要求不仅是好吃，更多的消费者追求的是一张餐饮的附加值。在火锅方面除了国潮的营销、食材的创新，在火锅底料牛油也没有放过创新点，森态推出的——锅锅香（打锅牛油），用不同的形

行业龙头如何引领行业发展？

在任何一个领域，良莠不齐都是存在的。在牛油行业中也不例外。

森态牛油通过强大的仪器分析做为支撑、用科学的数据分析手段去保障油脂的生产稳定、质量安全；用最先进和高效的自动化生产线系列装备去保证供应的稳定。森态牛油现已基本建成了牛油质量指标数据库、牛油风味图谱库、竞品牛油数据库。这些数据涉及方方面面：比如安全性指标、应用性能、风味特性等等。在数据库的支持下，建立了数据分析模型和产品质量风险预测模型。

森态牛油将以上数据分析模型作用于供应链端，可以区分什么样标准的牛油原料是可以采购的？作用于生产端，可区分什么样的原料通过什么工艺做出来的产品是客户定制要求的？作用于质量管控端，可以通过大数据分析，建立属于自己的更加科学的内控标准体系。此技术在行业内都占据着领先的地位。

状也营造了不同的火锅氛围。这是基于牛油的可塑性方面做得一些微创新。

牛油除了广泛运用与麻辣火锅之外，在其他食品工业领域，也有广阔的发展空间。牛油具有优秀的起酥性和耐煎炸性，可广泛用于煎炸工业；牛油也是人造奶油中不可或缺的一味原料，在烧菜和复合调味品领域，牛油会作为一种调味油，赋予产品独特的风味和口感，甚至在在牛乳制品中也会用到，主要用于补充乳脂含量的不足。这是牛油创新在广度的一个拓展。

我们坚信，牛油在未来将有更多的使用场景，适用范围将会进一步扩大，带给牛油更大的市场。



森态牛油在行业内耕耘了 17 年，不断地改革创新、精研技术，为牛油行业树立了标杆，默默无闻的推动着川渝火锅产业的发展。森态牛油研发经理王美丽说到：在供应链端的严格原材料把控；在生产端，不断革新生产技术、严格生产管理、严肃过程产品质控；在研发创新端，不断应用新技术手段开发新产品、不断用数据分析手段反哺生产管理。我们用心做好森态牛油，客户放心使用森态牛油。一如我们的初心一样。

从行业内第一条物理精炼线到第一条全自动化智控生产线，从第一辆液态牛油罐装车到第一个精密仪器实验室，森态一直用实际行动践行着让火锅更美好的使命！

不断创新和发展的森态牛油，其品牌已经在全国市场范围内拥有了较高的知名度和业界美誉度。在未来，森态牛油将继续赋能火锅产业，只为让火锅更美好！

产品创新，“阿宽红油面皮” 开创方便速食赛道新品类

成立于 2015 年的阿宽，是一个提供新一代方便速食解决方案的品牌。在互联网浪潮下，拥抱年轻人的阿宽，可谓发展迅速，创建了包括非油炸方便面、煮面、方便粉丝、方便米线、自热食品五大产品系列。通过 6 年时光的不懈努力，阿宽已经得到了年轻消费的认可，荣获了 2021 中国方便速食·天猫年度风味品牌 TOP5 的荣誉。

由四川白家阿宽食品产业股份有限公司独家冠名的 2021 年第二届方便速食产业大会取得了业内火热好评，让我们走进白家阿宽，看看这家成都本土企业是如何俘获年轻消费者的“味蕾”，如何成为成都本土速食企业中的“标杆”。

1 年狂卖 1.2 亿袋，白家阿宽和 Z 世代擦出火花

在随着中国经济的发展，人们的收入以肉眼可见的水平在提高，随之而来的就是对生活品质的高要求。作为一家方便速食企业，四川白家阿宽食品产业股份有限公司的（以下简称“白家阿宽”）高层以敏锐的观察力，提出了新型方便食品的概念，顺势推出了“阿宽”品牌。

经过 6 年的发展，阿宽红油面皮从销量不足千万成长为了销售额破亿的“明星单品”。2019 年销量同比增长 120%，2020 年销量达到了 1.2 亿袋（桶），同比增长 130%。从最初的迷茫到脱颖而出，白家阿宽在竞争激烈的方便速食产业中，用差异化的产品创新开创出了一个新品类。

站在 2021，回望当初，把目光聚焦在高校人群上的白家阿宽，在刚刚推出“阿宽红油面皮”之际，

并没有在市场上迅速走红。传统的便利店和阿宽红油面皮之间并没有擦出火花，但俗话说得好：“东边不亮，西边亮”。转战线上渠道的“阿宽红油面皮”，仿佛找到了和“Z 世代”之间最好的“链接点”，一路高歌猛进的销售数据就是最好的证明。同时，也给其他同行企业竖立了榜样，一款新产品想要“爆红”，找准赛道，摸清消费者是多么的重要。



差异化占领市场，白家阿宽开创全新品类—阿宽红油面皮

在 Z 世代逐渐成为主流消费群体，且消费群体的诉求朝着品质、好吃、健康方面发展时，白家阿宽敏锐地嗅到了市场变化，采取了用创新驱动增长，从品牌、产品、差异化等方面着手，推出了“阿宽红油面皮”，成为了“红油面皮”的开创者。

作为一个善于把握商机的企业，它对品牌、产品和差异化的理解十分到位。先说品牌，面对 Z 世代，如果还继续沿用老品牌来推出新产品，显然是不合适的。年轻人尤其是大学生族群，对于新鲜事物相当饥渴，只有创新的品牌，以及创新的产品才

能真正打动他们。而传统的方便面企业的产品在 Z 世代看来相当传统，仅仅是基础的饱腹产品，已经不能满足 Z 世代多元化的需求。同时，由于它们的体量太过庞大，新兴企业想在方便面这个赛道打败它们过于困难，所以开发新赛道势在必行。

从人群来看，在 Z 世代心目中，方便速食产品不再被定位于只是饱腹的廉价食品，而是新生活方式的代名词，于是对方便速食产品的定位和品质有了更高的要求。随着定位发生改变，方便食品的应用场景也随之发生了改变，延伸到了熬夜、宅家、加班、一人食等多个场景，于是一款能吃饱且健康，还能满足消费者口味诉求的速食产品成为了“Z 世代”追捧的对象。

在充斥着“方便面”的市场中，消费者太需要充满新鲜感的产品来刺激他们的味蕾，而阿宽红油面皮作为一个创新产品，从出生之日起，就带给人耳目一新的感觉，拥有了成为“爆款”的潜质。

经过数年的研发的阿宽红油面皮，首先在原材

构建全渠道触点，在年轻群体中持续发声

从白家阿宽创立之初，管理层就始终将目光聚焦在高校人群上，不断的与用户做沟通，了解他们的诉求，来倒推产品的优化。白家阿宽希望陪伴着消费者一起成长，也许第一批喜阿宽红油面皮的消费者，已经步入职场，开始工作，但还会有新的消费者不断地爱上白家阿宽和阿宽红油面皮。

为了巩固消费者的粘性，白家阿宽一直坚持从品牌层面和消费者做沟通，了解不同消费者喜欢的 IP，喜欢的玩法，采用跨界营销来提升白家阿宽的曝光率和声量。

2018 年 8 月，阿宽 x 世界桶球星推出主题活动 # 阿宽辣燃世界桶 # 以球星资源为主开展线上系列整合营销活动，包括站外综艺植入、社交媒体圈种草、站内挑战赛 H5 小游戏、线下高校辣燃主题活动等，品牌曝光达 4800 万 + 次。

2019 年 6 月，阿宽联手斯外戈推出 # 有猛料找阿宽 # 主题活动，从 5 月 27 日持续到 6 月 23 日，线下 6 城联动，6 所高校应用“有料情爆亭”进行

料上下足了功夫，以面皮作为主食，果腹感较强；同时，采用创新技术以 200℃ 高温熟化非油炸技术制成面饼，并制作成 2CM 的规格，吃起来更健康，也更劲道。另外，为了凸显成都本地化，满足消费者对胃口的诉求，阿宽红油面皮的调味包完美诠释了四川特色，那浓郁的辣油香味，让人欲罢不能。鲜香的辣油之下，藏着 Q 弹柔软的面皮，沸腾的不止是味觉，还有记忆里家乡的味道。不得不说，白家阿宽可谓是陕西面皮与四川红油风味的完美结合。

在打开市场过后，白家阿宽并没有止步不前，而是对产品进行不断打磨，推出更多的口味。目前，阿宽红油面皮拥有酸辣、麻辣、麻酱、椒麻四种口味，可以满足不同消费者的口味需求；同时有袋装和桶装两种包装，以满足不同消费场景需求，并且始终根据消费者反馈和市场调研，不断优化自身产品，不断利用最新技术去生产、优化产品，以满足日益变化的消费需求。

消费者互动，从活动形式和话题内容传播阿宽“速食潮牌”概念。

2020 年 6 月，联手当红顶流小生黄明昊推出 # 阿宽宠粉季 # 主题活动，活动携手顶级流量艺人黄明昊，以微博为主阵地，配以饭圈、抖音、小红书、公众号等三方资源联合发声，扩大活动声量及品牌曝光度，攻入饭圈经济。

通过交流不难发现，一个拥有传统“白家陈记”和新锐“阿宽”的老牌企业，通过拥抱互联网，拥抱 Z 世代，依托稳定的团队，利用互联网搭建线上渠道提升销量，成功推出了始终和年轻人站在一起的美食潮牌。

对于这么一家始终以用户中心的企业，我们有理由相信，白家阿宽在未来的道路会越走越宽，甚至有挑战传统速食产业巨头的的能力。而作为第二届方便速食产业大会的独家冠名品牌，白家阿宽在扩大自身影响力的同时，也会助力速食产业更上一层楼。

推动建设贡椒全产业链，助力实施乡村振兴战略

近日来，正是汉源贡椒的采收时节，记者来到汉源县清溪镇、三交乡、唐家镇等贡椒的优势产区，看到一片一片的贡椒红满枝头，远远望去就像是铺满的红地毯，美不胜收，闭上眼睛深呼吸，带有浓郁椒香的空气沁人心脾。通过向正在忙碌采摘花椒的乡亲询问了解到，原来这周围的近万亩贡椒是由四川川麻人家食品开发有限公司与当地农户、专合社、家庭农场共建的优质贡椒基地。

椒香四溢，千年贡椒喜迎丰收

这是汉源贡椒成熟的季节，椒香四溢是对这个时节最好的形容。汉源是“中国花椒之乡”，汉源花椒是中国地理标志产品、中国驰名商标，同时也被列为中欧地理标志合作和保护协定产品保护名录，2020年品牌价值高达49.65亿元。得天独厚的地理条件，让汉源花椒采日月之精华，聚山水之灵气，孕育出油重粒大、色泽丹红、芳香浓郁、香麻可口、风味独特千年贡椒！

汉源花椒的栽培历史悠久，据史料记载，从公元716年至1903年，汉源花椒被选作皇室宫廷贡品，创造了中国历史上进贡物品时间最长记录，故又名

“贡椒”。今年，汉源又迎来了一个丰收年，20.4万亩花椒产量约4000万公斤，产值达9.8亿元。



乡村振兴，贡椒产业大有可为

2021年是全面推进乡村振兴的开局之年，乡村振兴关键是产业振兴，产业发展始终是促进乡村发展的第一驱动力。近年来，汉源县将花椒产业作为农业产业中的支柱型产业，专门成立花椒产业推进领导小组和花椒发展中心，多次召开花椒营销工作座谈会，深入分析花椒采摘销售过程中存在的问题，研究稳定汉源花椒销售价格的举措，保障椒农收益，打响“汉源花椒”金字招牌，促进汉源花椒产业持续健康发展。在深入实践的基础上，汉源探索出了“三步走保障汉源花椒生产销售路”，有效提高了花椒种植管理水平，进一步拓展了花椒合作营销渠

道，切实实现了助农增收的根本目的。

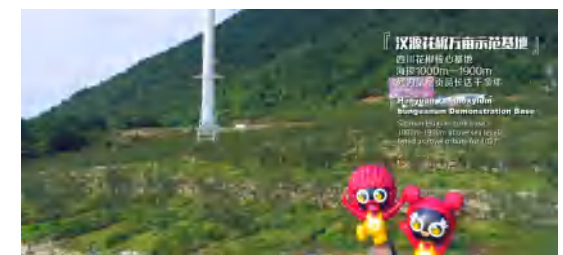
汉源县以贡椒产业为引领走产业振兴之路，厚植发展新优势。据四川川麻人家食品开发有限公司



贡椒基地现场的负责人介绍，川麻人家积极响应政府号召，在汉源县委县政府的支持下采用公司+合作社、公司+农户等合作模式在清溪镇、三交乡、唐家镇等乡镇共建汉源贡椒基地6500亩，通过建园标准化、整形修枝标准化、轻简式栽培提高花椒质量和产量，不断提升花椒基地管理水平建设优质汉源贡椒种植示范基地。

川麻人家创新贡椒大型基地的经营模式，因地制宜，在助农增收的实践中探索建立了与群众的紧密利益联结机制，在决战决胜脱贫攻坚全面建成小康社会发挥了重要作用。在将巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的新要求下，川麻人家贡椒

基地坚持“提品质创品牌增效益”的发展理念，统筹做好贡椒文化、贡椒产业、贡椒科技这篇大文章，坚持绿色发展方向，强化品牌意识，优化营销流通环境，打牢乡村振兴的产业基础，努力争取在全面推进乡村振兴中再立新功。



创新科技，助力贡椒产业腾飞

记者来到位于汉源县甘溪坝工业园区的四川川麻人家食品开发有限公司，看到工作人员正在操作全自动设备将收购来的鲜花椒进行分拣、烘干、鲜榨等加工。



四川川麻人家食品开发有限公司由四川丁点儿食品开发股份有限公司全额出资成立，目前累计投资超一亿元。丁点儿股份从优质鲜花椒种植、采摘、运输、贮存、加工等全产业链建设出发，围绕汉源花椒及其制品开展深入研究与开发，突破鲜花椒采摘、运输、储存、加工等多项技术瓶颈，掌握国内领先的“优质鲜花椒油生产关键技术”，拥有鲜花椒除水除杂除梗脱粒、鲜花椒提升分料、低成本的花椒油精炼分离、香酥花椒及其生产工艺和香酥花椒调味料及其生产工艺、椒麻风味调味料、麻辣风味鸡肉提取物及其制作方法和花椒去苦等自动化专利设备及核心技术。

在丁点儿股份的技术支持下，川麻人家创新研

发椒麻鸡汁、麻辣鸡鲜、花椒汁藿香汁及美味拌饭酱系列等花椒新产品，在行业内具有较高的影响力和竞争力。中国烹饪大师、中国川菜十大名厨邱克洪说：“椒麻鸡汁是一款非常经典的产品，除了凉拌椒麻鸡我还用它做了很多受欢迎的高端菜品，如藤椒鸡枞炒鲜鲍、椒香新式海参等。”

新技术的发明与新产品的开发有效提高了汉源花椒附加值，促进产业规模不断扩大，推动贡椒全产业链建设不断完善。川麻人家围绕贡椒以“做强一产、提升二产、拓展三产”为发展思路，不断提升花椒的生产技术和管理水平，创新发展花椒精深加工技术，挖掘呈现花椒历史文化，助力汉源县擦亮“中国花椒之乡”金字招牌，建设“全国花椒第一县”。



创新是产品向品牌转变的源动力 ——丁点儿荣获“中国食品行业创新品牌”

川味配料，丁点儿创造！创新是引领发展的第一动力——要突破发展瓶颈、解决深层次矛盾和问题，根本出路在于创新，关键要靠科技力量。丁点儿股份秉承“诚信务实，创新进取”的企业价值观引领丁点儿品牌不断提升风味，创造特色。

川味配料，丁点儿创造！创新是引领发展的第一动力——要突破发展瓶颈、解决深层次矛盾和问题，根本出路在于创新，关键要靠科技力量。丁点儿股份秉承“诚信务实，创新进取”的企业价值观引领丁点儿品牌不断提升风味，创造特色。



近日，由中国食品工业协会与东莞市人民政府共同举办的“2021 中国食品品牌创新发展大会”在广东省东莞市隆重举行。会上，四川丁点儿食品开发股份有限公司“丁点儿”品牌荣获“中国食品行业创新品牌”荣誉称号。

大会以“传承百年品牌，创新赢取未来”为主题，聚焦“十四五”时期食品工业高质量发展、食品产业创新路径、大湾区食品工业发展特色、食品品牌的升级、食品品质文化建设、数字时代食品质量管控、食品品牌的数字化营销通路、“老字号”品牌的发展与传承等议题，全方位展现了全国食品产业的传承与创新，与会领导、专家和来宾们展开了深度对话交流，对行业发展新方向进行探讨与分享。

作为川味标准化复合调味料行业引领者，丁点

儿股份深入实施创新驱动发展战略，不断提升创新能力和效率，积极构建以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系，持续强化创新人才队伍建设，搭建创新服务平台，不断在优势领域、共性技术、关键技术方面进行突破，实现了“丁点儿产品”向“丁点儿品牌”的转变。丁点儿品牌在本次食品品牌创新发展大会上斩获创新品牌荣誉，充分肯定了丁点儿股份在创新驱动发展和技术创新体系建设方面取得的突出成果，同时也进一步彰显了丁点儿品牌的行业影响力。

二十多年来，丁点儿股份打造了以川味复合调味料、川味特色花椒油为主导的产品体系，自主研发并推出了丁点儿品牌干锅酱、麻辣鸡鲜、酸辣粉酱、椒麻鸡汁、青花椒汁、藿香汁等近千种川味复合调味料，诸多产品属于行业首创。丁点儿以创新科技为引领，聚焦川菜调味领域，坚持“味料同源，简约烹饪，安全健康”的理念，在深入挖掘和传承川菜文化的基础上守正创新，努力为推动川菜产业化和全球化贡献力量。



雅士物流—— 物流如何助力企业降本增效，实现精细化管理？

物流行业还是一个发展中的行业，企业对于物流的理解各自不同。但随着近年来企业竞争的加剧，越来越多的企业认识到物流是企业降本增效的核心，纷纷开始选择优秀的物流供应商。

降本增效并不是局限于降低物流成本费用，而是利用物流互联互通的链接与流转功能，提出以“咨询 + 方案 + 运营”创新模式，整合物流流通渠道，为客户提供一站式定制化物流解决方案。

降低综合成本，提高综合效能

随着社会和科技的变化，销售渠道多元化已成为主要的发展方向，平台 B2B、电商 B2C、直播带货等占比已超过总量的 30%。这意味着，越来越多的食品企业迫切需要优秀的物流供应商，拼凑好企业发展最后一块拼图。

在食品行业，物流过程中的包装、装卸搬运、储存保管、报关、运输、配送等的环节，必须相互协调，必须有一个物流系统统一规划和服务标准，必须要求物流供应商有着极强的业务能力和服务水平。

专业的物流服务商由于拥有强大的资源整合能力，能够在第一时间调集车辆和货物，降低货车的单位成本，从而帮助企业减少运输成本。此外，从物流供应的角度，产品进入仓库，由物流服务商进行统一管理和监控，可以降低企业单独设立仓库、管理、运输的成本，缓解资金压力。

一体化物流解决方案的优势到底在哪里？在企业发展壮大过程中，一个难以调和的矛盾出现：企业做强做大的同时，物流链条越长，所占比的成本也越高。因此，企业选择实行物流整体外包后，可以把更多的精力放在企业发展的核心工作上，实现更大价值。

闻道有先后，术业有专攻。食品物流在每个环节都有着极高的要求，由于食品品类的不同，其仓储、堆放、运输、装卸等都有着不同的要求，以保障食品安全。

专业的物流服务商实现了渠道库存透明化，并且提供标准化、专业化的终端配送服务，降低物流环节对产品品质的影响，提升渠道物流整体效率。专业的服务也让食品企业的客户在收货时有着良好的体验，帮助食品企业维护客情，留住市场。

可见，专业的物流企业在未来的发展中是极其稀缺和抢手的。而以专业从事食品物流 19 年的雅士物流为例，其提供的一体化物流解决方案助力了 200 多家川内知名食品企业的快速发展。

雅士物流提供的干线运输、电商云仓、城市配送服务，以专业角度从食品企业的物流作业流程中优化，解决了一家企业对接多家物流公司所导致的管控问题、效率问题、沟通及运作成本问题，规避仓储和运输过程中的潜在风险及物流成本问题。

在如今社会突飞猛进的时代，食品企业不仅要思考如何减少投资风险、如何降低物流运输成本，还要考虑如何在物流环节提高消费者购买体验感，更重要的是思考如何保持现有市场并进入新的市场。而这些，都需要有一家优质的物流服务商来提供强大的保障。



佳味添成—— 餐饮线上业务，打开增长新空间

随着社会经济的持续发展和人们生活水平的不断提高，互联网+和数字化经济正在改写着传统的餐饮业，不论是头部企业，还是中小餐企品牌，纷纷开始摸索数字化升级之道；同时，近两年的突发疫情，餐饮堂食停摆，使得众多餐饮品牌被迫转移线上。因此，2020年开始，我国餐饮行业进入“餐饮+新零售”模式，即以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品生产、流通及销售过程进行升级改造，进而重塑新的业态结构和生态圈，并对线上业务及线下体验进行深度融合的零售模式。线上业务主要包括外卖模式，以及品牌自建的订单平台。缩短排队时间和无接触是消费者选择线上业务的主要原因。

关于外卖

成都市佳味添成饮料科技研究所收集了相关数据，根据美团统计，2020年5月以后，餐饮整体线上订单量迅速恢复到上一年同期水平，并持续爆发式增长，2020年较2019年同比增长107.9%。易观数据显示，截至2020年底，全国外卖用户规模近5亿人，总订单量达171.2亿单；交易规模8352亿，同比增长14.8%。显然，外卖市场的回血能力以及巨大的市场潜力被严重低估。外卖餐饮商户中，中小商户占比超8成，30元以下的低价单占比约64%；年交易额在20万以下的中小商户是餐饮外卖生态的主要构成部分，约为81.41%。

2016-2020年在线外卖市场规模及预测
(规模：亿元)



佳味添成的饮料工程师介绍到，除了外卖下午茶主要涉及饮品外，为了吸引顾客，外卖的午餐、晚餐、夜宵等，商家也逐渐趋向于以套餐的形式，即餐+饮的模式售卖。过去，点外卖送饮料，往往是非常廉价的罐装饮料，既不好喝也不健康；如今，随着消费者消费意识的转变及健康观念的加强，对于外卖的饮料也有了更多的诉求，希望能够更加好喝、健康和好看。由于外卖对于产品的出品速度有一定的要求，因此这就需要具备出品简便快捷、安全卫生、具有可复制的标准操作等特点；倘若产品



以料包形式呈现，通过便捷、规范、标准的操作快速复制，30秒内速成，保证每一杯饮品，即使在不同人的操作下也能保持出品一致且安全卫生。

关于品牌自建的订单平台

品牌自建的订单平台能够使品牌初步形成自己的数字化生态。星巴克2020年财报显示，星巴克中国数字业务（包括专星送服务、啡快手机点餐服务）的营收占比超过26%，并呈持续增长态势。奈雪的茶招股书公布的数据表明，2020年前九个月，其小程序收入8.163亿元，第三方线上点单平台收入5.806亿元；二者收入占比达80%。

可见，数字化生态及线上业务使餐饮品牌的发展模式进一步打开，也深刻改变了餐饮行业的经营方式。因此，拥抱最新趋势、提升自身竞争力是餐饮品牌实现可持续发展的必由路径。

一方面，数字化进程的加快，使线上业务成为餐饮品牌的必备能力。新消费形势下，运用数字化和互联网能为消费者带来更好的消费体验；餐饮品牌也能通过数字化平台，掌握进货、订单、库存、流转、人员等一系列有效的动态信息，实现精细化运营。另一方面，线上业务是中小商户的发展新路径；通过线上线下一体化经营，可大大提升餐饮品牌的辐射范围。同时，线上业务能使用餐体验升级；随着消费者更加注重就餐的环境、口味、品质、特色、健康、安全、服务等综合体验，线上业务正在从传统的餐品配送，转为向消费者提供舒适差异化用餐体验的发展趋势。再者，线上业务在提升店铺影响力和覆盖范围的同时，也丰富了店铺的竞争主体和细分品类；通过个性化的菜品体验满足新兴市场的

需求。

对于各餐饮品牌来说，借助数字化升级，在改变之中坚守餐饮行业“味道”第一的原则，同时最大限度的去探索这种趋势带来的各种可能。未来，更多的餐饮品牌能够以线上数据和信息如出餐时间快慢、顾客口味的反馈等为依据，有效评估线上运营效果，准确识别自身差异化优势，以差异化的品类作为竞争卖点，精准定位细分赛道，打造专属的餐饮品牌视觉，实现企业价值。作为国内专业饮料研发机构的成都市佳味添成饮料科技研究所，能够提供以饮料配方研发为核心的整体方案服务，专业定制茶饮尖刀产品、餐饮菜单定制等产品；以专业、品质、创新的态度，助力餐企的线上业务模式，开发出让消费者满意的产品。



丹丹郫县豆瓣—— 郫县豆瓣产业绿色制造升级与示范

川菜以味见长，是中国四大菜系之一，以味见长，令人垂涎欲滴。对于大多数川菜而言，其独特的辣香来源于四川独有的郫县豆瓣，它是川菜制作中不可缺少的调味品。郫县豆瓣色泽红亮、麻辣鲜香，能够赋予川菜特有的色泽与风味，因此郫县豆瓣于众多调味品中脱颖而出，被誉为“川菜之魂”。

总部位于中国川菜产业城的四川省丹丹郫县豆瓣集团股份有限公司（以下简称“丹丹郫县豆瓣”）就以创新作为驱动力，以“绿色”为发展宗旨，走出了一条专业、高效、绿色的现代化发展之路，是郫县豆瓣产业绿色制造升级与示范。

“郫都造”，豆瓣翘楚

经过 37 年的奋斗，丹丹郫县豆瓣已从一家郫县豆瓣传统酿造作坊，发展成一家集原料种植、“郫县豆瓣”及川菜调味料研发、专业生产，品牌营销为一体的农业产业化国家重点龙头企业。

集团主力产品郫县豆瓣，被誉为“川菜之魂”，拥有 300 多年传承历史，其酿造技艺被列入国家级非物质文化遗产保护目录，是代表川菜文化、承载川式调味精髓的经典产品。

目前，丹丹郫县豆瓣不但畅销国内市场，还出口美国、英国、韩国、加拿大、俄罗斯、澳大利亚、

马来西亚等多个国家和地区。

在国内市场，KA 卖场、BC 门店、餐饮、批发等各个渠道，随处可见丹丹郫县豆瓣的身影。香味醇厚、色泽油润、回味香甜的丹丹郫县豆瓣，深受消费者喜爱。

据公开报道，丹丹郫县豆瓣 2019 年销售额高达 6.35 亿元，连续 15 年稳坐“头把交椅”，成为“郫都造”翘楚。2020 年，尽管受疫情影响，但是仍然保持了稳健的经营态势，继续领跑。



创新，驱动发展

民以食为天，吃得饱也要吃得好。对于食品企业来说，光满足消费者吃得好的需求是远远不够的。只有不断创新，才能够为企业提供源源不断的动力，制造出更多更好的产品出来。



9 月 10 日，由中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主办的“2021 健康食品产业创新研讨会”在北京召开。中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建表示：“大量的新技术不断运用到食品领域中，不仅表现在改变着食品产业的外部环境，而且正在影响着食品产业的内部结构。”

事实上，若仔细审视丹丹郫县豆瓣这几年在生产、研发、营销方面花费的人力和物力，我们不难发现，以丹丹为代表的不少食品企业正以智能制造赋能绿色发展，走出了一条传统产业转型升级的健康发展之路。

红辣椒是制作郫县豆瓣的主要原料之一。近年来，丹丹郫县豆瓣在原料生产方面，加大了科技投入，运用科技的力量，将创造出更优质的豆瓣红：其与著名高校、科研机构的育种与栽培创新团队合



作，已经有丹丹一号、丹丹二号等更适合郫县豆瓣酿造而优化的品种，应用投放到丹丹集团的辣椒种植基地。

如今的丹丹郫县豆瓣拥有“国家豆瓣酱加工技术研发专业中心”、“国家企业技术中心”、“国家地方联合工程研究中心”（调味品行业首家）等三大国家级技术创新平台，确保企业可以通过产品和技术创新进一步巩固自身的品牌地位，并进行源源不断的新产品输出。

不仅如此，丹丹郫县豆瓣还在团队方面有自己独特的创新模式：研究创新——加工特性研究创新团队、发酵控制——发酵过程控制团队、调味研发——新型调味品研发团队、质量安全——质量安全控制团队、发酵菌——发酵菌种选育团队、育种栽培——育种与栽培创新团队。

企业的付出总有回报，除了收获市场份额与产品独有竞争力以外，丹丹郫县豆瓣在创新方面更是载誉而归：国家科技部重点研发计划；国家科技支撑计划；国家科技部农业成果转化资金项目；四川省重大科技成果转化项目；四川省科技支撑计划项目；成都市重点新产品计划……

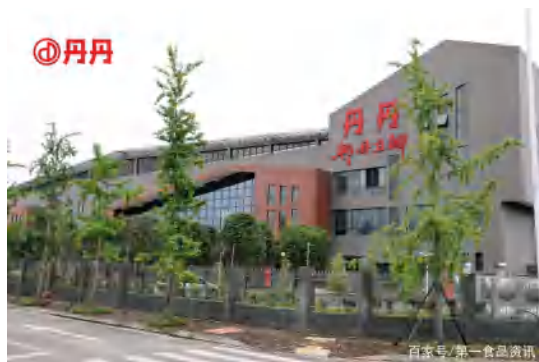
中国轻工业联合会，对丹丹“郫县豆瓣绿色制造关键技术应用”和“郫县豆瓣调味品高效生产工艺与装备研制及产业化”技术成果进行了鉴定，认为整体技术达到国际领先水平。

每一项荣誉，既是肯定，又是赞许，更是鼓励更多的食品企业像丹丹郫县豆瓣学习，时刻保持创新的热情与动力。



智造，赋能生产

除了不断创新，丹丹郫县豆瓣正在用智造赋能生产，打造“绿色”的产业升级与发展之路。2021年7月，丹丹郫县豆瓣新工厂迎来正式投产，作为一家传统制造企业，丹丹郫县豆瓣在新工厂投入了大量的自动化、智能化设备。



据丹丹集团介绍，新基地建设规划总占地面积100亩，总投资达5.06亿元，总建筑面积规模为80800平方米，豆瓣精深加工生产线2条，精品川菜复合调味品生产线1条。大跨度、全调控、自动化和智能化的生产基地已形成，一期工程落地，7月正式投入使用，二期正在筹备中。

丹丹集团的相关介绍中显示，川菜产业园川菜路的“绿色工厂”，采用了智能化翻晒、成品自动包装、AGV机器人叉车、MES生产管理系统、WMS仓储管理系统，实现绿色智能生产，引领郫县豆瓣生产制造进入“工业4.0”时代，同时建立了电子信息技术实时系统，形成分布式多自主智能系统实时信息系统平台。

在新生产基地的智能发酵晒场，我们看到一派新景——有序的智能设备。这些智能化翻晒机在发酵池里来回翻搅，充分保证了物料翻搅均匀的同时，让微生物充分混合，达到最好的发酵效果。

新生产基地还打造了全自动生产线，管道连接的自上而下多层结构，代替了传统平铺型生产线，全程加快生产进度和效率。四川省丹丹郫县豆瓣集团股份有限公司总经理岳鹏表示：“通过这种智能设备、通过中控系统来管控生产过程，更加标准化，通过封闭式管道的输送减少转运过程中一些不可控

因素。8吨原料运送不超过10分钟，大大缩短时间提升效率。”

而这项“绿色”的生产基地，也为丹丹郫县豆瓣带来了多项收益：

首先，经济效益。产值、纳税额增加。一期竣工，新增4万吨产能，产值增加3.5亿元，新增纳税3000w+。

其次，社会效益。节能、环保，降低能耗。严控耗能、节能技术改造、节能技术产业化，推动全社会树立绿色、低碳的消费理念，是郫县豆瓣绿色制造产业升级与示范。

第三，推动郫县豆瓣产业升级。通过对郫县豆瓣生产技术研发，增加了产品附加值，优化了郫县豆瓣资源供给结构、技术结构、需求结构，从而推动郫县豆瓣产业升级。

在小编看来，如果把所有的调味品企业都放在一幅画里面，金龙鱼、海天等就是鲜亮的红色、饱和的蓝色，而丹丹郫县豆瓣就是温柔的绿色，但就是这样低调的丹丹，却总能在不经意间发出惊人的能量：不断提速、驶向川调的加速赛道，就像是企业的那句口号：“让有人类的地方就有郫县豆瓣”。传承国家级非物质文化遗产，弘扬郫县豆瓣和川菜文化，让更多家庭享受美味的欢愉，感受生活的美满，丹丹郫县豆瓣一直在努力，在前行。



顺合泰电子科技、致越电子科技召开全员职工大会

2021年8月28日，初秋在淅淅沥沥的雨水来临，我们的热情却在增加！成都市顺合泰电子科技有限公司工会委员会、成都致越电子科技有限公司工会委员会，召开全员职工大会，对优秀员工进行表彰，对传帮带中的师傅进行奖励，对推荐加盟公司的员工与“媒人”分别进行奖励。

推进优秀员工入职并考评合格，公司分别对“媒人”和入职的优秀员工进行表彰！

成都市顺合泰电子科技有限公司工会主席、成都致越电子科技有限公司工会主席王永忠，给全员讲解职工普惠安装的方法和用途，以及创建五星工会组织的动员。



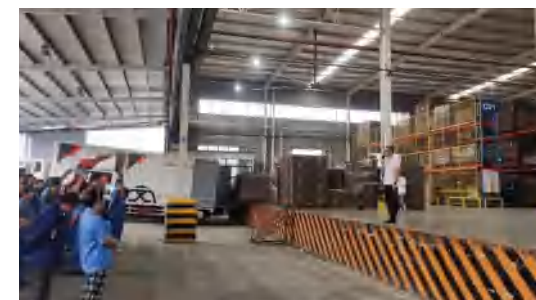
优秀员工获奖



推荐优秀员工入职并考评合格，公司分别对“媒人”和入职的优秀员工进行表彰！

成都市顺合泰电子科技有限公司工会主席、成都致越电子科技有限公司工会主席王永忠，给全员讲解职工普惠安装的方法和用途，以及创建五星工会组织的动员。

重点给全员讲解工作中，如何做好环保分类及环保设施的使用，以及交通安全、生产安全操作等系列知识。

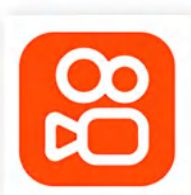




第一食品资讯 融媒体矩阵

用专业拥抱行业，做食品行业的引路人

精准覆盖**10万+**行业精英
辐射**100万+**关注人群



联系人: 蓝慧 15882441455

抖音、快手短视频运营服务
全网累计播放量**1亿+**
可探厂、品牌宣传、官方权威背书



扫码关注食品工业协会
查看更多精彩内容



多家食企半年报已出，这些重要信息值得关注！

在 2020 年疫情之后，食品企业确实承受着很大的增长压力，并对 2021 年充满希冀。7 月，部分上市的食品企业已陆续发布了 2021 年半年报，从数据来看，大家都取得了不错的“中考成绩”。

此外，7 月也发生一系列重大事件，并对下半年乃至明年食品行业的发展产生了深远的影响。

位列 390 名！新希望首次进入世界 500 强

8 月 2 日，2021 年《财富》世界 500 强排行榜正式发布。新希望控股集团首次进入该榜单，以 316.057 亿美元的营业收入位列榜单第 390 位，标志着新希望在成为具有全球竞争力农牧食品企业的道路上迈进了重要一步。这也是归类于“食品生产”类企业中唯一的中国上榜企业。

第一食品资讯观点：

在新格局、新形势下，新希望更要不忘初心、迎难而上，以勤勉踏实的作风和锐意创新的精神，为打造具有世界竞争力的卓越企业而努力奋斗，为行业发展、国家发展、社会发展作出自己应有的贡献。

此外，在食品饮料及相关领域，华润、中粮、

新希望、万洲国际 4 家中国企业登榜，其营业收入、利润和排名如下：

排名	公司名称	营业收入 (亿美元)	利润 (亿美元)
69	中国华润有限公司	294.37	43.3
112	中粮集团有限公司	768.556	13.776
390	新希望控股集团	316.057	5.154
474	万洲国际	255.89	8.28

营收超 13 亿元！涪陵榨菜公布 2021 半年报！

7 月 31 日，涪陵榨菜公布了 2021 半年报，上半年实现营收 13.47 亿元，同比增长 12.46%；归属于上市公司股东的净利润 3.76 亿元，同比下降 6.97%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 3.73 亿元，同比下降 5.42%。

第一食品资讯观点：

实际上不仅仅是涪陵榨菜，很多消费股去年都因疫情原因导致业绩大涨，现如今业绩开始出现下滑也在情理之中。涪陵榨菜历史上已实现价格红利、渠道红利，目前正在挖掘品牌红利，虽短期业绩承压，中长期成长路径清晰。

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	1,346,737,417.09	1,197,573,701.63	12.46%
归属于上市公司股东的净利润（元）	376,173,763.47	404,357,038.26	-6.97%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	373,046,945.66	394,441,751.75	-5.42%
经营活动产生的现金流量净额（元）	257,490,980.14	465,710,618.09	-44.71%
基本每股收益（元/股）	0.47	0.51	-7.84%
稀释每股收益（元/股）	0.47	0.51	-7.84%
加权平均净资产收益率	10.45%	13.16%	-2.71%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年末增减
总资产（元）	7,670,441,435.84	3,969,611,504.85	93.23%
归属于上市公司股东的所有者权益（元）	7,070,180,824.71	3,411,459,905.45	107.23%

安琪酵母：全年百亿目标有望达成

7 月 22 日，安琪酵母公布了 2021 半年报，1 ~ 6 月实现营收 52.34 亿元，同比增长 20.55%。2021 上半年，安琪酵母紧盯“跨越一百亿，启航十四五”的年度任务，烘焙面食、YE 食品、微生物营养等 8 个业务单元超额完成“双过半”目标，OEM 及贸易实现 40% 的高增长。

第一食品资讯观点：

在披露半年报的同时，安琪酵母还公布了 2021 年度非公开发行 A 股股票预案，拟募资不超过 20 亿元，用于项目建设，这也是近十年来安琪酵母首次发起定向增发。

安琪酵母作为民族老牌企业至今仍能不断焕发光彩，持续稳定增长的原因还在于能够始终匠心坚持科研投入，不断填补市场缺口。用现代发酵技术

改造传统酿酒工艺，使这一具有千年历史的传统产业更具活力。



梅花生物：上半年营收 110.27 亿元

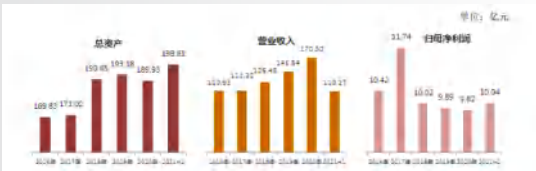
近日，梅花生物发布了 2021 半年报，今年上半年实现营业收入 110.27 亿元，同比增长 35.51%。其中，梅花味精销售额 40.36 亿，同比增长 37.43%。据了解，这是梅花生物首次半年度营收突破百亿，且归属于上市公司股东的净利润超过 2020 全年（2020 年度为 9.82 亿元）。

第一食品资讯观点：

进入 2021 年，随着新冠肺炎疫情影响的边际减弱，餐饮需求恢复提振公司味精产品需求。此外，公司吉林梅花年产 25 万吨味精产能正在逐步释放，味精产能规模已达百万吨级，行业地位进一步巩固。

寡头竞争格局下，头部企业拥有定价权，在需求环比改善的背景下，味精产品提价预期较足，有

望增厚公司利润空间。



市场监管总局关于征求，预包装食品备案有关事项的公告

2021 年 7 月 28 日，市场监管总局起草了《市场监管总局关于仅销售预包装食品备案有关事项的公告（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见。欢迎各有关单位和个人提出修改意见，并于 2021 年 8 月 6 日前将《公开征求意见反馈表》反馈市场监管总局。

第一食品资讯观点：

《征求意见稿》明确，各省级市场监管部门务必于 2022 年 7 月底前实现仅销售预包装食品备案全程网上办理。同时，引导网络食品交易第三方平台做好仅销售预包装食品的人网食品经营者备案有

关信息的审查。网络食品交易第三方平台不得再要求仅销售预包装食品的食品经营者提供食品经营许可证。

中炬高新再造“四个厨邦”

7月25日，主打“厨邦”、“美味鲜”等品牌的调味品龙头公司中炬高新发布公告称，拟向控股股东中山润田发行股票2.39亿股，发行价格为每股32.6元。本次发行募集资金总额（含发行费用）不超过人民币77.9亿元。其中70亿用于阳西美味鲜300万吨调味品扩产项目。此外，财报显示，中炬高新2020年调味品板块实现营业收入49.81亿元。而定增预案显示，前述调味品扩产项目建成并全部达产后，将实现年均销售收入204.09亿元，年均净利润51.57亿元。

第一食品资讯观点：

虽然当下调味品行业快速发展，但已经过了快速增长的阶段，进入供给侧改革的阶段，导致头部企业间的竞争日趋激烈。

在调味品行业竞争加剧的背景下，此次定增募集资金或将助力中炬高新与竞争对手、甚至行业龙头海天味业之间的竞争。

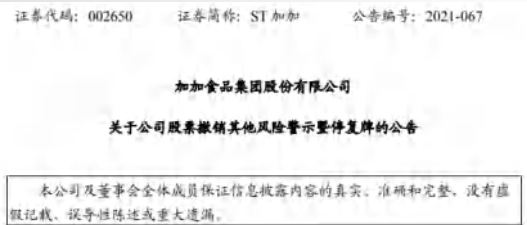


历时400多天，加加食品成功“摘帽”

日前，加加食品发布公告，公司自7月28日开市起撤销其他风险警示，公司股票简称由“ST加加”变更为“加加食品”，股票代码仍为“002650”，股票交易的日涨跌幅限制由5%变更为10%。自2020年6月15日至2021年7月27日，历时400多天，“酱油第一股”加加食品终于成功“摘帽”。

第一食品资讯观点：

加加食品想回一线仍然困难重重，它的产品单一、品类单一、渠道单一、市场单一、客户单一，这个几个单一已经决定了它未来没有太可持续发展的核心竞争力。



朱老六：腐乳产品实现营收1.06亿元

7月26日，新三板挂牌企业朱老六（公司全称：长春市朱老六食品股份有限公司）披露了2021半年报，上半年实现营收1.26亿元，同比增长10.07%。分产品来看，腐乳产品仍是公司的主打产品，实现营收1.06亿元，同比增长6.92%；酸菜实现营收0.16亿元，同比增长29.02%，增幅最快；料酒实现营收0.03亿元，同比增长26.86%，也比较亮眼。

第一食品资讯观点：

朱老六主营腐乳、料酒和酸菜，多品类运营东北特色调味品。且公司多品类运营路线逐步生效，正从腐乳产品拓展至料酒、酸菜，地域范围上从东北延伸至华北、华东等地，且酸菜和料酒营收增速明显，后续有望成为重要增长动力。



中小学小卖部或成历史

最近几天，#中小学不得在校内设置小卖部超市#这个话题悄然冲上热搜。话题背后，是教育部联合国家卫生健康委等四部门印发了《营养与健康学校建设指南》（以下简称“《指南》”）。其中提到，不得在校内设置小卖部、超市等食品经营场所，不得售卖高盐、高糖及高脂的食品和酒精饮料。不得对含糖饮料、调味面制品等零食进行广告宣传。

第一食品资讯观点：

该指南虽是针对中小学的建设指南，但对于食品行业来说则释放出了一个重要信息：健康。近年来，虽然国民观念的不断转变，轻盐、轻卡、0糖等健康的食品理念不断深入人心，食品饮料行业也掀起了一波健康潮流。

此外，对于侧重于校园渠道的辣条、休食、饮料等品类来说，无疑是一个重大的打击。对于企业来说，要做的不仅仅是拓展其他渠道这么简单，更重要的是从产品出发，生产和销售符合当下消费潮流的产品。



娃哈哈快销网上线，定位全行业营销

7月30日，娃哈哈正式发布旗下电商平台快销网。快销网是专门针对快消品行业开发的一款面向全行业开放的营销平台，厂家可免费入驻，截至目前平台已有89万家终端注册入网，去年4月试运行以来，平台商品交易总额达45亿元。

第一食品资讯观点：

娃哈哈快销网作为S2B2C模式，把娃哈哈销售体系内的经销商、批发商、零售终端都收录到平台里，依托于娃哈哈强大的销售网络及配送能力，可以实现线上下单、就近配送、线下交付的闭环，帮助中小企业解决了渠道下沉、集采配货分销等一系列问题，实现了高效产品流通及交付。



上半年随着疫情管控常态化，疫苗接种开展顺利，餐饮消费场景有所恢复，加之经济持续复苏，居民消费能力及意愿提升。

近期食品饮料企业陆续发布半年报业绩预告或半年报，营收及利润基本均录得正向增长，第一食品资讯认为餐饮行业中报季业绩有望稳健上行。

此外，不少餐饮企业也已逐步完善下半年的经营规划，在保障2021年发展的基础上，2022年的春季糖酒会也被提上了日程，以期实现2022年的开门红。为此，第一食品资讯率先开启2022年春季糖酒会酒店展招商，帮助企业先人一步预定好展位，实现开门红！

中国方便速食产业联盟成立 将引领 2500 亿行业共创辉煌

近年来，方便速食产业以蓬勃之姿展现在世人的面前。无论是传统品类还是新锐品类都在这个赛道上加码前行。

2020 年的新冠疫情，客观上带动了速食产业的突飞猛进向前冲，即便来到了 2021 年，依然保持着高昂的前进势头。

2021 年 9 月 3 日 -4 日，由四川白家阿宽食品产业股份有限公司独家冠名，江西渣渣灰网络科技有限公司、自贡市果然食品有限公司协办的第二届方便速食产业大会”在成都圆满举行。

为此，第一食品资讯联合搜狐成都特别采访了成都市食品工业协会执行会长兼秘书长任伟维，共同探讨中国方便速食产业的发展前景。

稳步发展的速食产业

任伟维秘书长表示，如果说曾经的方便速食产业，是方便面一家独大的话，那么随着 Z 世代的崛起，年轻消费者对于方便速食的认知发生的改变，促使了方便速食行业呈现出“百花齐放”的局面。

方便速食产业能呈现出如此繁荣的景象是和政策、经济、社会与技术等客观环境的持续改变有着密切关系。以产品来举例，如今的方便速食产业并不在是狭义上的自热食品、方便食品，还涵盖了方便面 / 面皮、方便粥饭、速冻面点、煎饼冷面、粉丝米线、火腿肠 / 午餐肉、罐头、快手菜等。

新兴的细分赛道的诞生，更是催生了各式各样

的新锐速食产品。

细分赛道的扩张带动了产业的蓬勃发展，而新冠疫情成了速食产业更上一层楼的“助推剂”。截止 2020 年底，中国速食产业规模超过了 2500 亿元。在各种品类中，方便粉丝、米线、螺丝粉等新型速食品类的增长尤为迅速。

随着后疫情时代的到来，疫情这个“特殊的红利”所带来的助推效用将会减弱，如何在后疫情时代，生产出符合消费者诉求的产品，做到长期可持续发展，是方便速食行业从业者所需要思考的问题。



重视“产品”才是企业发展的“王道”

对于一个企业来说，外部环境固然会影响到企业的发展，但是企业自身的实力才是致胜关键之所在。以螺蛳粉这个大品类为例，虽然在消费者购买的细分品类中，占比最大的还属老牌品类方便面（占据 30% 以上销售额），但是螺蛳粉以超过 25 倍的增速成为第二大细分品类。

在受到疫情影响的 2020 年，仅 2 月 5 日到 3 月 6 日一个月内，螺蛳粉就上了十次微博热搜，6000 万人在微博呼唤螺蛳粉自由，讨论买的螺蛳粉什么时候到货。螺蛳粉能进入寻常百姓家，首先是工艺的进步。螺蛳粉的“出圈”离不开预包装技术的成熟。

如今看来稀松平常的预包装技术，在 2014 年被真正用到螺蛳粉身上的时候，才算真正打通了螺蛳粉规模化销售的任督二脉，使得螺蛳粉从此摆脱了对实体门店的依赖，其次是外卖补贴减少，空出了 10-20 元的价格空白带，这对于方便食品来说是好事。十几块钱一袋的螺蛳粉在这个价格段上可谓是鲜有敌手，和方便面比，能加入更多货真价实的原料包，例如酱料、蔬菜、肉等等，和外卖比，又能在口感相似的基础上价格更低。

再者，人们对于地域美食总有猎奇心理，何况是“臭”名远扬的螺蛳粉，让无数人闻风丧胆又跃跃欲试，最终的结果往往是，对于螺蛳粉的购买只有 0 次和无数次的区别。

此外，疫情助推下的“宅经济”，也让螺蛳粉逐渐完成了从网红爆款食品向日常居家消费品的转变。

螺蛳粉这样新锐品类的兴起，相信给了很多速食企业很多启发，新锐企业在本次方便速食产业大会上的分享，成为大会的亮点之一。



方便速食产业大会将成为业内最大“平台”

9 月 3-4 日，由四川白家阿宽食品产业股份有限公司独家冠名，江西渣渣灰网络科技有限公司、自贡市果然食品有限公司协办的第二届方便速食产业大会在成都圆满举行。

任伟维秘书长表示道，方便速食产业大会并不是一场以“产业升级、寻求新发展”为主题的简单会议，而是一个促进行业全面发展的“平台”。

在为期两天的展会中，举行了三场高峰论坛。包括霸蛮联合创始人宋硕，谷绿科技 CEO 姜章，白家阿宽方便食品事业部副总经理代贵春，渣渣灰品牌负责人陈敏茹，天猫美食等 30+ 行业明星嘉宾亲临现场。

嘉宾们从产业、品类、营销、渠道、资本、大数据、供应链等不同维度分享案例和趋势，为与会观众带来新启发、新思路。

同时，本次大会将致力于寻找能跨越周期的方便速食品牌，为行业沉淀研究价值和上下游聚合价

值，为供应链企业提供更多的渠道资源整合，更为品牌提供可持续增长的核心方法论，帮助行业决策者洞察未来趋势并推动整个行业的发展。

在此基础上，也让更多的外地品牌认识成都，了解成都，为外地企业在本地创造良好的营商环境，同时也为地方经济助力。



任伟维秘书长在大会上发言

中国方便速食产业联盟成立

如果说第二届方便速食产业大会是一个交流的“平台”，那么在这次大会上成立的“中国方便速食产业联盟”，无疑将是这个“平台”结出的硕果之一。

中国方便速食产业联盟是由全国多个省市行业协会组织共同成立，旨在加强各省市食品协会、企业间的交流与合作，共同推动和促进中国方便速食产业发展协同的合作性组织。

在任伟维秘书长看来，中国方便速食产业联盟的成立，就是要联合全国各省市相关行业组织、企业，让各品牌、各层次的企业都够在这个平台上进行切磋交流，协会也将整合资源对中小企业的发展给予帮助，只有当中小企业也发展起来，整个行业才能更好的发展。当企业的不断发展壮大，才会有更多人想要了解这个行业，投身于这个行业，进而推动行业影响力的扩大，让更多的企业、资本、人才进入到这个行业中。

对于中国方便速食产业联盟本身来说，行业的

不断做大做强，也会提升联盟自身的辐射力，而在联盟的发展过程中，也会不断修正，以便找到更优、更好的路径，助推行业的快速发展。

放眼中国方便速食产业，虽然行业发展迅速，食品企业众多，但多为中小微企业，头部及品牌企业的数量屈指可数。究其核心问题，在于企业的经营理念相对落后。



方便速食产业的未来前景可期

第二届方便速食产业大会的顺利召开以及中国方便速食产业联盟的成立，说明了大家对于未来方便速食产业十分关注，也说明这是一个前景可期的产业。

虽然疫情助推了自热食品从网红爆款到日常消费品的属性转变，但是方便速食产业的兴起并不是因为疫情的到来。以自热火锅为例，早期，通过娱乐圈明星、影视剧植入以及小红书推荐等方式，抓住消费者对新奇产品的探索，短时间内打开品牌和品类知名度，随着消费习惯进一步养成，自热火锅完成了从小众到普惠的蜕变。

当然，方便速食产业未来能发展到什么程度，除了速食产业自身的努力外，外部环境的影响同样不可忽视。近年来生活节奏的加快，促使消费习惯也在发生悄然的变化，有部分消费者不愿意花费过长时间等待外卖，而是选择更为健康方便的速食食品，这也是促使消费群体不断壮大的原因之一。

相信随着方便速食企业自身的努力，这个市场势必将不断扩大，而市场的扩大，也会影响企业规

模的增长。而中国方便速食产业联盟也将联合更多的品牌企业和供应链企业，整合更多优质资源，持续为中国的方便速食产业优质、快速发展全面赋能。相信在未来，中国方便速食产业将会更上一层楼。

随着第二届方便速食产业大会的圆满落幕，2022年第三届方便速食产业大会也备受多方关注。为此，大会组委会特别开启了第三届方便速食产业大会的报名通道，快人一步，解锁2022财富密码。



第二届方便速食产业大会精品考察团走进杨国福、丁点儿工厂

9月4日，成都市食品工业协会携40余位企业代表组成的第二届方便速食产业大会精品考察团，到达成都市郫都区安德镇中国川菜产业化园区，走进四川杨国福、丁点儿工厂，旨在深度学习工厂管理、取长补短，交流合作、共谋发展。

探访工厂第一站：四川杨国福食品有限公司

杨国福工厂面积5.7万㎡，是目前国内食品调味品设备最先进的研发生产基地之一，在国内首家拥有超现代化全系进口设备的智能型工厂整厂，引进德国、日本、瑞士等国家先进设备和管理技术。整厂进口设备占65%，并按照欧盟标准工厂食品生产设备！

工厂现场，东道主杨国福食品热情迎接来宾进入探访区域观察车间设备及生产情况，工作人员详细讲解了车间的运作流程及管理情况，代表们观察到工厂全自动现代化管理，工厂所需工人数量极少，设备情况在观察室即可掌握。参观过程中，孙总分享了建设工厂及细节设计的心得，企业代表们

纷纷称赞工厂的先进技术，学习到了优秀经验，并希望孙总能在自家企业工厂建设时能莅临现场进行指导。



探访工厂第二站：四川丁点儿食品开发股份有限公司

丁点儿从事川味特色调味料的研发、生产和销售，打造以川味复合调味料、川味特色花椒油为主导的产品体系，先后被授予“四川省农业产业化重点龙头企业”、“四川省企业技术中心”、“中国国际调味品及食品配料博览会金奖”等40余项荣誉称号，打造了“丁点儿”、“麻得倒”两个品牌，并荣获了多项荣誉。

丁点儿负责人带领各位企业参观新工厂的生产基地，目前正在修建中，负责人向大家描绘了企业蓝图，共同交流食品行业未来的发展趋势。

随后，丁点儿邀请大家到老生产基地，为来宾详细介绍了公司的发展史、原料种植地、企业自有品牌“丁点儿”、“麻得倒”产品和调味品制造技术。

在丁点儿领导人董事长任康、总经理张静的邀请下，大家深度了解了丁点儿的调味工艺魅力，并让厨师烹饪出美食提供大家品鉴，讲解了不同味道

的产品的应用场景，企业代表纷纷称赞丁点儿对味道的把控非常到位，感受到了调味品魅力的魅力，并场提出各自产品目前所需要的味道改良需求，总经理张静及生产研发总监xx对企业问题现场答疑，不少企业现场即刻开展了合作洽谈。

截止于此，本次工厂探访活动圆满结束，第二届方便速食产业大会精品考察团的企业代表们在工厂进行合影留念，企业代表们表示获得了一次难得的深入沟通和交流的机会。



助力方便速食产业营销渠道数字化， 纷享销客“四位一体”揭奥秘

中国消费市场正在经历一场史无前例的大变革。根据 CBNDData《报告》显示，方便速食行业近年来稳健增长，产品价格上升明显，国内市场规模超过 2500 亿元。而线上市场近一年的增长率更是超过 7 成，成为行业增长核心驱动渠道。

在新冠疫情、地缘政治多重宏观因素的叠加之下，消费市场的变革更加波诡云谲。全新的环境下，产业增量、企业增量从何而来？

近日在成都召开的第二届方便速食产业大会，从方便速食产业迭代、发展趋势、产品创新、品牌力打造、全供应链发展等多维度深入探讨了行业现状及趋势。

大会形成的一个共识是，消费市场的变革给企业带来增长的往往并非是单一因素，新的环境、新的增长诉求下，除了大单品和渠道为王等策略，快消、速食企业面临着更加复杂多元化的立体需求，不仅要在传统通路去寻求新的增长空间，同时也要在创新通路上去思考如何利用新的科技手段、营销手段、运营手段实现有机增长。

且这样的科技手段发挥应有价值的关键是：营销人员觉得好用，并爱用。

正如纷享销客经营副总裁张睿在论坛演讲中所说，速食产业销售渠道数字化的关键一环即“顺应人性、为人所用”。

快消行业数字化落地的关键是什么？

以连接型 CRM 营销管理系统为主，纷享销客已为国内外多家快消企业提供给了集销售管理、营销管理及服务管理为一体的移动化客户全生命周期管理。

在数字经济时代，已有越来越多的企业认同了移动化客户全生命周期管理的价值，但具体该如何落地，让管理者觉得好用，也让营销人员爱用？

这也是纷享销客立足于客户角度、客户的客户角度，持续探索并完善的问题。

“其实有很多营销人员不愿意努力的原因，是其价值体现的周期太长，做一份工作回报太长，难度太大，就会从人性本身抵抗对这份工作的投入。”

张睿称，很多企业都在实施数字化改造，但如何让新技术、新方法更近业务本身，更顺应人性，

就看这套技术方案是否真的能帮助营销人员解决周期长、回报难的问题。

在连接型 CRM 方案中，纷享销客特别优化了“即时激励”这个功能。



纷享销客经营副总裁张睿在论坛演讲

张睿举例说，某知名品牌方便面企业采用了纷享销客为其搭建的一套“及时激励的积分贯穿访销场景”方案后，其业务员从早晨开始拜访门店，每拜访一家门店就能实时得到一个积分；在门店里面做对应的业务行为、业务动作能实时得到积分；并且在门店下单之后，企业能根据他的单子直接算出提成，转化成积分。在这一天工作结束之后，这位业务员就能即时看到这一天得到了多少奖励和积分。通过这种方式，这家企业的数字化系统很快得以落地并得到更多业务员的认可。

在该应用中，正向激励被应用和贯穿于消费品所有线下的作业场景当中。“如果一个产品或者一个解决方案规划的再好，但没有被有效使用，也是无法体现数字化价值的。”

张睿称，为了让这套 CRM 变得更好用，纷享销客内部也提出了“多一步都不行”的口号，使其

在线下被大规模使用时，界面简单易懂，不用让营销人员过多思考即可流畅使用，也能清晰看到每天努力工作后的即时激励和回报。

同时这套 CRM 还以开放式平台在前端入口融入了更多产品级合作，无论是微信公众号体系、小程序还是企业微信、钉钉等，都可以作为 CRM 场景入口，帮助企业在高频应用下解决复杂的业务问题，降低部署成本和提高部署效率。



“四位一体”的隐形奥秘

因好用、易用，这套即时激励方案开始被越来越多的快消品企业采用。有的企业选择用激励下单，有的企业用于激励门店库存上报，有的企业用于人员的培训管理、培训学习，有的企业用于绩效奖励等。

但同时张睿也提到，一套 CRM 平台并不会一蹴而就解决数字化营销中的所有问题，所以纷享销客也重点考虑了企业部署该平台时如何做到“顺”且“快”，并保证未来业务的伸缩性。

而纷享销客提出的“四位一体”——SaaS、PaaS、BaaS 平台和 BI，恰恰可以覆盖这些需求。

四位一体之一 SaaS（软件即服务）的最大特点是可实现云端部署、开箱即用：利用该平台，企业可实现所有业务在云端部署，通过直接批量注册账号，客户拜访、下单、活动管理、DMS、临促管理等，都可实现“开箱即用”。

PaaS 平台，可实现 APP 自定义以及业务、逻辑、流程的定制。过去 6 年间，纷享销客每年投入 1.5 亿元用于优化四位一体的核心能力，例如一个前端可视化的自定义配置，可以把业务员客户拜访工作通过进店签到、门店信息、铺货检查、促销管理、竞品信息、费用执行、库存盘点、补货订单、离店签到等环节的定制化设置，明确业务员的访销过程。同时，一套基于规则引擎的自定义配置可以让企业根据情况设置积分激励办法；一套基于函数

的自定义配置也可以让企业把复杂的促销规则变得个性化，也可以放低门槛让更多人参与业务设计。

对于 BaaS 商业服务平台的意义，张睿称：“我们不仅提供数字化支撑体系，同时也提供基于数字化的运营体系，无论是灵活用工、薪酬金融，还是供应链金融，都可以通过 BaaS 能力解决传统渠道的老大难问题。

而一套垂直一体化的 BI 分析平台，则是企业所有业务落地的关键：所有前端的全量业务，都可以以即时的图表或报表方式展现给各个层级的管理层，可以给快消品企业定制“开箱即用”的业务报表，让营销管理一目了然。

张睿最后总结，如果说贴近业务、顺应人性本质上是解决数字化价值落地的问题，那么四位一体的意义就是为数字化价值落地保驾护航，助力快消类企业真正在新消费时代获得持续增长。

纷享销客 四川运营中心

地址：成都 高新区环球中心 W3 区 2105-2111

电话：028-85358786 152-0841-3798



阿宽
Hi A'KUAN

阿宽红油面皮 开创者

Akuan is
growing upwards



扫码关注公众号
领取更多福利



A'KUAN | 四川白家阿宽食品产业股份有限公司
SICHUAN BAIJIA A KUAN FOOD INDUSTRIAL CO., LTD.

白家
陈记®
记忆中的
成都味道
始于2001年



A'KUAN | 四川白家阿宽食品产业股份有限公司
SICHUAN BAIJIA A KUAN FOOD INDUSTRIAL CO., LTD.

十亿俱乐部“决战双11”闭门特训

9月23日，十亿俱乐部“决战双11”闭门特训开启。作为每年底的收官大战，双十一对于每个品牌来说都是不可错过的，企业里的各个部门尤其是电商部都不敢有丝毫懈怠。

今年双11和去年一样，依旧保持“双节棍”的节奏，分两个阶段售卖，售卖时间分别是11月1日—3日和11月11日。与此对应，今年预售的时间也分两波进行，两波预售时间都提前到了晚上20点进行。

为此，我们特别组织了十亿俱乐部“决战双

11”闭门特训，帮助企业在双十一到来前了解规则、剖析玩法、完善“人货场”等，助力企业能够在双十一期间实现新的突破。



十亿俱乐部问诊交流沟通会

8月13日，十亿俱乐部成员企业在沈师傅食品开展了问诊交流沟通会。本次交流沟通会着重分析了在当前的经济环境下食品企业未来的发展之路，围绕发展过程中遇到的增长乏力、品类创新、产品研发、事件营销等关键点进行讨论，帮助企业快速、精准地寻找到企业发展的第二增长曲线。

交流沟通会上，沈师傅食品阐述了目前发展中遇见的问题，和未来隐藏的发展困境。随着用户消费观念的升级，视频号、B站、小红书、抖音等新媒体平台活跃在消费者面前，食品产业在市场竞争中早已离不开品牌营销的力量。企业在做好新媒体

营销的同时，也必须回归产品本身，不能盲目追逐流量，要做好长久经营。



十亿俱乐部总裁私董会

8月11日，十亿俱乐部成员企业进行了“传统食品企业如何塑品牌 & 做营销”的主题研讨会。强化品牌的最佳做法是开创并引领新品类，因此技术的创新必须和营，结合起来，从而创建独特的价值定位，帮助企业找到可以成为品类第一的路径。十亿俱乐部成员企业也围绕这一主题发表了各自的看法，相互解疑答惑。

品牌想要得到年轻消费群体的认可，就必须击中年轻人的喜好和痛点，要先对目标消费人群进行定位和分析，比如年龄段、比如喜欢什么、追求什么、甚至于年轻人追求的二次元都要进行分析研

究。通过分析消费人群来确定品牌的调性，产品的打造。人群定位精准，品牌重新定位精准，后续的营销动作才会更精准和高效。



十亿俱乐部电商走访精品交流会

8月31日：十亿俱乐部开展了电商走访精品交流会，学习邹三和电商运营之道，交流探讨企业抖音自播以及短视频运营经验。

除了直播以外，短视频也是企业需要重要布局的方向。而在初期，团队建议人员可以精简化，只需要演员、编导、后期三个岗位即可。原震惊文化抖音内容负责人何项俊提到，现在很多账号，出镜人也同时担任编导剪辑等工作，尽量将人员充分利用。对于食品企业而言，也一定要做到垂直，视频内容需要和食品强相关，同时需要优质的内容。优质的内容可以确保较好的播放量、停留时长、完播

率、复播率、评论率和点赞率，这些都是抖音对于视频流行度预测的维度。



企业家眉山走访交流活动

9月8日，成都市食品工业协会组织了40余家食品企业，赴眉山走访学习交流。走进吉香居、千禾味业，并与80余家眉山企业家共同参与了“成·眉食品产业联盟分享沙龙及对接会”，携手发展，共创共享。

此次走访交流活动极大促进了成眉两地食品企业的相互了解，相互学习，相互借鉴。未来，成都市食品工业协会将持续加强与各地协会、企业的合作，走进更多优秀的食品饮料企业，不断进行交流和分享，携手从业者挖掘食品饮料行业潜藏价值，

促进行业发展。



线上公开课·快消行业如何通过深度分销实现销售增长

9月15日，第一食品资讯开展了快消行业如何通过深度分销实现销售增长线上公开课，获得了参与企业的一致认可。

在公开课上，分享嘉宾剖析了正确的深度分销打开方式：从管理者视角洞察管理核心，同时结合业务角色的执行力，有效推动深度分销的成功落地。同时也总结出了渠道精耕三步骤，助力食品企业快速打开深度分销。①渠道布局，注重新开客户数量、客户拜访数量、条码进店；②精耕布局，在行销方

案的市场维护管理阶段，核心思想是构建一家店工程——做成一家店，复制千万遍；③全渠道精耕，全员打造极致店。



食品行业数字化智造升级研讨会

9月16日，第一食品资讯举办了食品行业数字化智造升级研讨会，以用户为中心的数字化智造升级对传统食品企业带来新的机遇，在竞争的红海中帮助企业先看到未来。

打造数字化是企业未来发展的必由之路，用智能资产和流程，重塑生产模式，让业务流程完全自动化，主动分析新的数据并反馈结果，最终实现整个企业的互联网化。

研讨会上，分享嘉宾与现场企业共同深入探讨食品行业的数字化应用路径，利用新技术新方式助力企业加速实现数字化转型，推动企业探索新模式。



渠道发展高峰论坛暨爆品选品对接会

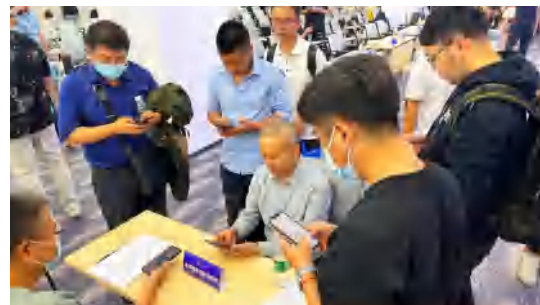
8月26日，第一食品资讯组织开展了《渠道发展高峰论坛暨爆品选品对接会》。

来自川内的50余家知名食品企业来到现场，倾听了社区社群团供平台未来的发展趋势，如何把握隐藏的商机？

同时，50余家知名食品企业各自带着自家的产品与9家平台现场对接，交流产品心得，针对不同渠道的产品应该从包装、规格、价格等方面如何优化，现场

对接火热、人气爆棚，不少企业与平台在现场

即刻达成了合作意向。本次活动极大程度上帮助了食品企业拓展销售新渠道，实现增长破局。



从存量到增量——如何提升品牌竞争力和形像力

8月26日，由成都食品工业协会联合包装分会组织的《从存量到增量——如何提升品牌形像力和竞争力》顺利举行。

当消费者还不了解一个品牌或一个产品的时候，包装往往能第一个吸引消费者。包装同样是决定消费者购买产品的重要因素。调查中，58%的消费者十分关注食品饮料的包装设计，62%的消费者表示包装设计上的创新能让他们更愿意购买这一产

品。本次活动帮助食品企业重新审视其视觉设计，助力企业提升品牌竞争力和形像力。



线上公开课·食品企业知识产权法律风险防控及保护

8月26日，第一食品资讯组织的《食品企业知识产权布局与维权培训——线上公开课》成功举办。来自领航高智和琴台律师事务所两位大咖同台分享，助力食品企业知识产权布局 and 维权，提升企业知识产权风险防控和应对能力。

在公开课上，两位嘉宾针对食品企业所关心的知识产权法律风险防控及保护措施进行了深入分析，并分享了诸多真实案例，极大树立了食品企业的安全防控意识。在企业内部建立法律风险防范体系后，企业权力机关和经营管理层就可以在安全的环境下，集中精力、一心一意地谋划企业的发展大

计，而不会因解决法律纠纷而牵扯企业高层领导的精力，同时会大大减少企业因为陷入无休止的诉讼之中而支付的巨额费用。



如何管理职场“新人类”——食品行业人力资源精品沙龙

8月27日，成都市食品商会组织开展了《如何管理职场“新人类”——食品行业人力资源精品沙龙》。

随着越来越多的年轻人步入职场，95甚至00后的个性也不断在职场中释放，一方面为企业发展注入了新鲜血液，另一方面也为企业的人力资源管理提出更高的要求。年轻一代个性强，对热爱的事愿意花更多的时间和精力，反而如果对公司和职业不够认可，则会留不住年轻人。

对于企业管理层而言，更重要的是要平等地对

待职场新人，引导他们释放才能，而非用过多的、苛刻的条款去约束。一个良好的工作环境和氛围，不仅可以很好地留住人才，更能激发员工的积极性，促进企业更好更快地发展。



食品饮料行业抖音官方政策规则解读会

9月14日，成都市食品工业协会联合成都食品抖音电商直播基地共同开展了食品饮料行业抖音官方政策规则解读会。本次解读会针对抖音基地政策、标识标签规范和千川打法全攻略进行了深入分享和答疑互动，帮助企业全面系统地了解抖音电商规则和玩法，为食品饮料企业拓展销售渠道、进军抖音电商提供支持。

在抖音上，企业越发地感觉到，只有好的内容才能去撬动流量。向外扩圈，再带来转化和沉淀。这个流量沉淀到品牌身上，甚至能溢出到其他平台。

未来，协会也将联合更多的企业和平台，整合更多优质资源，搭建更大的产业服务平台，持续为四川食品行业优质、快速发展全面赋能。



食品企业财税精品沙龙

9月16日,由成都市食品工业协会主办,成都海华财务有限公司协办的《直面“金四税”——食品企业财税精品沙龙》成功举行。

会上,嘉宾针对参会企业关心的即将上线的金税四期系统有哪些变化,企业在今后的经营中如何做好财务规范管理,以及企业如何做好财务内控等方面做了详细分析与介绍,以提高企业对税务管理的认识,加强企业管理人员对财税规范性的重视,助力企业财务规范、合理、合规、合法。



品牌电商的进阶之路

9月17日,成都市食品商会开展了《品牌电商的进阶之路》企业家私享会。10余位企业家共同探讨交流分享,围绕如何利用新流量平台打造产品和品牌这一话题展开讨论与交流。作为企业,需要弄明白买点与卖点,从消费者的角度出发打造产品,推广品牌,以消费者为核心,而不是以企业自身意愿为主。

品牌需要运营。在开始运营之前,品牌需要明确自己的定位。一个好的定位胜过品牌投入千万的营销,一个好的定位会在消费者的心智中占有一个地位,可以提高消费者的留存量。而本次私享会也

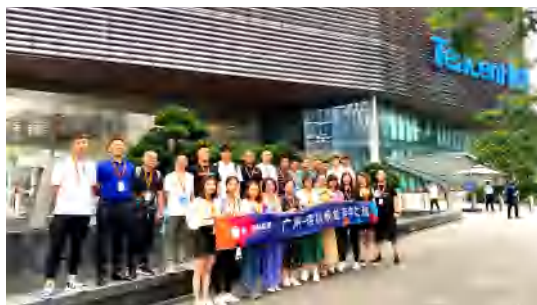
为企业在产品与品牌的打造上提供了新的思路和方法,帮助企业快速、精准地找准定位和玩法,实现增长破局。



百味出川·深圳极致产品打造及线下对接之旅

9月27-28日,百味出川·深圳极致产品打造及线下对接之旅走进腾讯、李锦记。二十余家企业走进腾讯总部,深度学习产品创新之道,认识产品思维,了解产品打造方法论;参访李锦记新工厂,学习先进的生产管理知识;同时与广州市食品企业协会会员单位一同交流分享。

参加此次对接之旅的企业收获满满,此次活动也促进了两地企业之间的交流与合作。





天然 创新原料是现代食品的源泉

成都食品商会配料分会副会长单位



宜瑞安洁洁标签淀粉

NOVATION Prima 303

- ★增稠保水耐加工
- ★消费者喜爱的清洁标签



成分	含量
羟丙基	156.55g
淀粉	76.75g
蔗糖	76.25g
白醋	39.14g
食盐	39.14g
水	39.14g
NOVATION Prima 303	38.10g
生油	13.05g
肉桂油	10.44g
食用盐	3.22g
水	2.41g

四川怪味酱



复配防腐剂 (SW03)

食品添加剂 Food Additive

净含量 Net Weight: 1kg

广东广益科技实业有限公司



成都恒怡源

四川最早本土风味
香料香精创新研发应用

烧椒味料





致力于安全和创新的食品解决方案

TEL: 135-5028-0139 杨业 (总经理)

ADD: 成都市武侯区人民南路四段27号南鼎国际1栋1单元606室



四川省侨光食品技术开发有限公司

食品应用技术·食品添加剂



经典产品

- 1. 乳酸链球菌素
- 2. 纳他霉素乳糖制剂
- 3. 聚赖氨酸盐酸盐



浙江新银象生物工程有限公司

浙江新银象生物工程有限公司是一家采用现代生物技术专业生产生物食品保鲜剂的国家高新技术企业,公司是国内最早从事生物保鲜剂生产的企业之一,也是国内为数不多的能够同时具备乳酸链球菌素、纳他霉素、ε-聚赖氨酸及其盐酸盐三个系列产品产业化生产能力的企业。公司系2005年度“国家科学技术进步奖二等奖”获奖企业。



经典产品

- 1. 山梨酸钾
- 2. 冰醋酸



山东泓达生物(集团)科技有限公司

山东泓达生物(集团)科技有限公司创立于2004年,是以薯干、玉米等为原料生产乙醇及下游产品的国家级高新技术企业,历经十多年快速发展,逐步成长为集生物能源、精细化工、酒业、环保、房地产、贸易等多个业务板块为一体的现代化大型企业。企业先后被授予中国食品添加剂和配料行业十强企业、中国轻工业食品行业五十强企业。

成都食品商会配料分会副会长单位

地址: 成都市金牛区花照壁西顺街399号西宸国际A座2301号

联系电话: 028-83182108 邢德智: 18628162586



南台月食品有限公司

副会长单位 联系电话：400 886 1815



关于南台月

南台月，位于成都，中国知名食品品牌，以手工酥皮月饼闻名。经过27年，现已发展成为除了手工月饼等节庆喜礼外，还专注于中式传统小食、手信礼盒等多项产品的研制、开发、生产及销售于一体的多元化大型企业。

严控食材品质，坚持手工之道，南台月用机器无法复刻的传统工艺，让每一颗酥皮月饼以其独特口感，在人们心中留下深刻记忆。



品牌历史

1994年，于成都武侯祠大街248号，张涛先生创办大酒楼，取唐代诗人贾岛诗作《上谷送客游江湖》中“南台月”三字命名。

南台月大酒楼创立伊始，以川、粤经典菜系誉满成都，随后凭着一款改良型酥皮月饼而家喻户晓。

27年努力，几经变革，南台月从大酒楼转型成为享誉四海的食品知名品牌，专注于手工酥皮月饼、香粽和传统小食，并且在弘扬中华传统习俗的理念下，致力打造具有地方特色的手信礼盒、节日祝礼等文化产品。



所获荣誉

2005年5月，中国商业联合会与全国工商联烘焙业公会，联合授予南台月“优质放心月饼奖”

2005年9月，中国天府食品博览会和中国（四川）月饼节组委会，联合授予南台月“金奖”、“消费者最喜爱产品奖”

2012年12月，中国商业联合会授予南台月成为修订《月饼》国家标准的起草单位，董事长张柯成为标准起草人之一

2016年3月，成都市食品工业协会授予南台月“十强企业”称号

2019年1月，成都市食品工业协会授予南台月“最四川·特色产品”荣誉证书

2020年8月，中国焙烤食品糖制品工业协会授予南台月《2020年（第二十六届）中国月饼文化节》中国名饼“《》”称号

2020年1月，中国食品报社糕饼研究院授予南台月“粉蒸肉粽”《2020年中华名粽》证书

2020年9月，中国食品报社糕饼研究院授予南台月“蛋黄莲蓉酥皮月饼”《2020中华好月饼》证书

四川家和原味香料有限公司

副会长单位 联系电话：0838-5651929



关于如实

【如实】始于1989年，是中国品质花椒、香辛料专业供应商。如实深耕花椒、香辛料行业30余年，始终坚持“品质于心，匠心于行”的发展理念，致力于打造集绿色种植、净选加工、精准定制、整合营销为一体的全产业链服务体系。发展至今，如实投资数亿元建立了位于四川广汉、彭州的两大加工生产基地，香辛料净选和制粉车间总面积超过2万平方米，并创新性打造数多条智能生产线，年产能超过1.6万吨，具备冷藏保质库容约2.5万立方米。多年来，如实已与上千家企业达成稳定合作，始终坚守“食品安全、源头做起”的底线，持续稳定地为食品、调味品及餐饮行业提供优质的花椒、香辛料产品。

【以麻载道，匠心如实】

·**原料臻采：**好产品源自好原料，如实以深化产业合作、协同行业发展为战略布局全国，在甘肃、四川（汉源、金阳）等共建6大花椒种植基地，在全国打造50余个花椒、香料原料直采网点，建立了强大的原料供应保障体系。

·**技术革新：**如实坚持以技术创新为企业发展核心驱动力，自主研发9道净选工艺（形选-比重选-风选-磁选-色选-X光选-智能匀堆-自动包装-金检）+27层过滤技术，为花椒、香辛料净选行业提供突破性解决方案。

·**品质坚守：**目前，如实已构建从原料直采到产品销售全链条质量追踪管理体系，可实现从原料采购、生产过程、储存及销售的全过程记录追溯，严苛保障从原料到成品、从田间到餐桌的产品安全。

·**标准制定：**为推动花椒、香辛料行业健康发展，如实携手各专业机构、专家学者、相关企业，共同推进《花椒》、《花椒及花椒制品中麻味物质的检测方法》及多项相关团体标准制定，积极促进行业规范化、标准化运行，促进中国调味品行业健康



如实30多年来，以匠心致初心，得益于行业领先的技术与经验积累，公司全线产品已畅销全国30多个省市，与康师傅、海底捞、天味食品等头部品牌达成长期战略合作关系。未来，如实将进一步发扬工匠精神，坚守品质，传承麻道，为打造中国一线香辛料生产加工企业砥砺前行。

四川新雅轩食品有限公司

副会长单位 服务电话：400-7878-678



关于新雅轩

新雅轩集团创立于2010年，总注册资本1亿人民币，成都市农业产业化龙头企业，作为中国餐饮标准化订制（ODM）模式的开创者，致力于为大型餐饮、连锁餐饮、特色餐饮、特色小吃等提供标准化订制服务以及整体解决方案。

新雅轩“川调文化产业园”落成于四川金堂县竹篙镇，占地106亩，依山傍水，自然气候条件优越，为食品的研发制作提供了得天独厚的优势。园区总体设计面积超过12万平方米，已建6万余平方。生产区4万余平方，办公区1.5万平方，总投资3亿，以数字化、智能化发展为目标，园区打造60余条现代化生产线，年产值可达50亿元，日均产能500余吨。

新雅轩将始终秉持“以客户为中心，以奋斗者为本”的核心价值观，以产品和服务作为公司发展和客户满意的源动力，致力于给餐饮人带来更美味、更安全、更优质的产品。助推中国餐饮标准化行业的蓬勃发展，将中国味带向世界！



捞蜀旺食品：集牛油研发、生产、销售于一体的知名企业

四川捞蜀旺食品加工有限公司成立于2020年4月15日，公司位于成都市郫都区安德镇安德川菜产业园，注册资本贰仟万元人民币，总建筑面积（厂房、办公、寝室、以及公共区域）13000平方米，是集牛油研发、生产、销售于一体的知名企业。

经营范围涉及：生物制品研发、生产、销售；动物油脂（牛脂肪、羊脂肪、家禽脂肪）、食用植物油，公司是创先进入餐饮行业的原料定制供应商和创先采用全鲜脂牛油炼制的企业，同时也是创先成立动物油脂研发中心的企业，采用行业最领先的全自动化数控设备，日产能可达到150吨，最先进的生产技术与最标准化的生产流程，实现了牛油的品质与稳定性。创立至今，在董事长杜宏凯的带领下，始终致力于生产纯天然绿色高品质食用牛油。已迅速发展成为四川地区较具规模的火锅牛油生产企业之一，在川渝地区和消费者心中树立了良好的品牌形象。

一，在川渝地区和消费者心中树立了良好的品牌形象。



常务理事——蜀缘绿洲：看得见的绿色生态，吃在嘴里的健康食材

四川蜀缘绿洲食品有限公司位于“天府之国”成都，是一家源头基地食材集采、研发、生产、销售为一体的现代化供应链公司，服务于餐饮连锁企业、生产企业、OEM贴牌、经销商、线上及社区团购、团餐等全渠道。我们将把“蜀国文化”和最天然的蜀国食材，传递到全球每个角落，从基地到餐桌，让每个食客都吃上健康、绿色的好食材；看得见的绿色生态，吃在嘴里的健康食材。——特别的菜给

特别的你。公司旗下品牌：蜀魅、粉魅、深山寻珍、蜀魅椒蒺藜。

主营产品：全国黑白木耳、贡菜、冰笋等干制蔬菜；菌类全系列、火锅创意食材；复合烧烤撒料、蘸料及辣椒制品等原料。

蜀魅本着对天然农产品，绿色好食材的敬畏；我们的使命是：传递健康，做绿色农产品的守护者。

联系人：李婷婷：13438122230



万年红食品集团：专注于火锅牛油产业

万年红食品集团，专注于火锅牛油产业，总部坐落于成都市大邑县沙渠工业园区内，专门从事火锅牛油生产和销售的现代化企业，企业配备专业的全自动化牛油灌装生产线。可生产和罐装不同规格的小包装牛油产品，年产量四万余吨，企业秉承初心，用料扎实，原材料均采用海拔超过 3000 米以上的原生态牛脂肪，从源头上确保原油的纯天然无公害。旗下有：珍品牛油、老火锅牛油、精制牛油、火锅牛油、刘伟伟定制牛油等多种产品。

1998 年至今，20 多年，我们一直坚持原油的“纯正”是保证品质纯正和风味纯正的前提。统一、严格的产品把控，让刘伟伟牛油熬制出的锅底香味纯正，融化后清澈、不浑汤、不起泡，深受业内人士

和消费者好评。为客户提供稳定的高品质”纯正“牛油，是我们品牌的核心。

企业联系电话：400-028-5586



毕加展览：为您提供全国各地的展览设计

毕加展览有限公司成都分公司为您提供全国各地的展览设计，专职服务茶博会，糖酒会，美博会，教育展等全国各大展会，以专业化、集团化、国际化为标准，为提升客户品牌而不懈努力。公司以品牌经营为导向，以客服部、策划部、设计部、广告部、项目部等五大运作系统为依托，以工程部、物料仓储部为基础，并拥有一批高素质的专业人才、立志

成为国内及国际最专业的展览装饰服务企业！

公司以服务求信誉、以管理求效益、以创新发展、以质量求市场，顺应市场的变化，尽最大努力满足客户的需求为己任。

工作 QQ：2355580566

网址：www.bijiacd.com

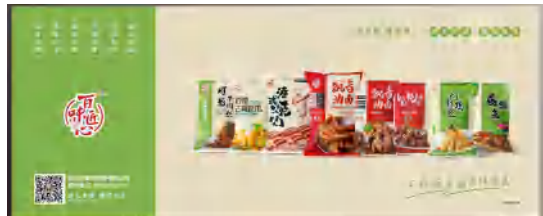
联系人：陈惠容 微信同号：15982260312



四川兴食尚科技：从事肉制品、速冻食品、水产加工品、调味品及其他方便食品生产、销售和贴牌加工业务

四川兴食尚科技有限公司成立于 2014 年 3 月，占地 40 亩，位于四川省苍溪县紫云工业园，主要从事肉制品、速冻食品、水产加工品、调味品及其他方便食品生产、销售和贴牌加工业务。主要产品有自热小火锅荤菜包（牛肉包、牛肚肉包、鸡肉包、猪肉包等）系列、风味鱼肉（烤鱼、酸菜鱼、麻辣鱼等）系列和川菜工业化方便菜肴（鱼香肉丝、红烧牛肉、黄焖鸡肉等）系列产品，共计 30 多个单品。

联系人：余洋 138880463535



昆明云品乐食品：专注 3 味，增鲜、增香、增口感

昆明云品乐食品有限公司成立于 2007 年，是专业从事调味品研发，生产，销售为一体现代化企业，公司秉承“以科技求发展，以质量求生存”的企业发展理念，运用现代高科技成果，不断的产品创新，以良好的信誉和热诚的服务致力为消费者提供各种优质产品。主要生产和销售“云品乐”和“茵籽”牌调味料、鲜香王、飘香粉、茵籽粉、腌肉料、卤料等，品种达 30 多个，产品的生产工艺和质量

要求均按国家标准执行。

联系方式：陈志华 18083848088



顶寅食品：专注于方便湿米粉保质保鲜技术研发、生产及销售的现代化技术创新型食品企业

桂林市顶寅食品有限责任公司成立于 2017 年 10 月(技术研发始于 04 年)，地处山水甲天下的桂林，是一家在健康快消食品领域内，专注方便湿米粉保质保鲜技术研发及生产，拥有国内领先的自主知识产权核心技术，集研发、生产、销售、服务为一体的现代化食品企业，产线规模为月产量 100 万包。公司以“健康、美味、方便、营养”为食品概念，主营方便湿米粉系列产品（含预包装），产品品质优良、食用方便、口感软弹爽滑、健康安全、老少皆宜。

地址：桂林市临桂区鲁山工业园鲁兴路 8 号
销售电话：0773-3975733 17307833688



青海生态源物流服务有限公司：业务范围包括电子商务、冷链物流配送、油菜、青稞产品精深加工等

青海生态源物流服务有限公司于 2015 年 12 月在青海省门源回族自治县海北生物园区成立。公司主要加工产品有小菜籽油、青稞炒面、青稞面粉、青稞方便面、青稞速食面等系列产品。产品商标“大美亶源”被海北州政府评为“知名商标”。多次参加青洽会、北京农博会等，曾获得产品展示奖、农

产品金奖等荣誉。

业务范围包括以电子商务、冷链物流配送、油菜、青稞产品精深加工等。新上青稞系列产品加工项目，主要加工青稞面、青稞炒面、青稞方便面、青稞挂面等系列产品。

联系人：张海龙 13897308987

亿客餐饮集团：一家集多业态发展的连锁餐饮集团

亿客餐饮集团：成立于 2007 年，是一家集多业态发展的连锁餐饮集团，全国拥有大型生产工厂、物流配送中心。旗下共有二十多个品牌，包含了中、韩、泰、日、西式料理及饮品等多种不同业态，目前亿客餐饮集团旗下品牌门店全国共计五百多家，亿客餐饮集团目前旗下涵盖：成都蓉李记名小吃、韩悦风尚韩国烤肉店、银鲨国际美食百汇自助餐厅、欧加果木牛排、雅粤港式茶餐厅、真熙家韩式年糕火锅、锦蝶壹品粥道、和来日式料理、锅集、川巷、辛迪果饮以及帕提亚泰国餐厅等品牌。全国 500 余家直营店，在职员工数万人以上。



卓优元：拥有全面的运营管理体系和优质的广告服务

成都卓优元广告有限公司拥有全面的运营管理体系和资深的广告设计专业人员，以及独特创新的广告创意，拥有业务及生产能力强且团结拼搏的高素质员工队伍。

公司位于成都市双流区蛟龙工业园水口路 30 号，占地面积 3000 平米。拥有 UV 平板机，UV 卷材机，高速打印机，户内外写真机、雕刻机、激光

雕刻机、裁切机、自动覆膜机等进口设备。长期服务的客户有：法国领事馆，平安集团，三星电子，天府国际机场，凯德集团，VIVO 电子，哪吒汽车，奥迪，JEEP 等，我们相信，通过自身的不断努力和追求，服务好每一位客户，实现价值，互利共赢是我们莫大的荣誉。

联系电话：雷总 1868255535

沪上八禧：深耕食品供应链行业 20 余年

湖南沪上八禧食品销售有限公司，深耕食品供应链行业 20 余年，主营产品：大宗贸易，猪肉，羊肉，牛肉，海鲜，速食，卤味熟食等产品，公司通过国外厂家合作，为国内企业嫁接桥梁，集采分销、委托采购、异地配送、供应链服务等业务模式，帮助终端客户实现定制化，规模化集采，提高其效力，降低采购成本，以实现客户价值最大化和企业收益最大化为目标。联系电话：张总 17621530399



为康生物：为企业提供稳定的高品质产品与应用解决方案

陕西为康生物科技股份有限公司坐落于著名的“大红袍花椒之乡”——陕西省韩城市，注册资本一亿元，总占地面积 500 亩，是国家级林业重点龙头企业，高新技术企业。公司定位于麻味方案解决专家，在全国各大花椒主产区建立合作基地，拥有行业内首例 5000 吨智能立体式充氮冷库，配备食品级花椒原料精选车间、二氧化碳超临界萃取车间、超低温粉碎车间、辣椒深加工车间、调味品车间等，从而形成了天然香辛料原料—粉料—提取物三种不同应用状态下的花椒原料、花椒粉、辣椒粉、花椒

油树脂、藤椒酱、鲜萃大红袍精油等产品，为方便食品、调味品、复合调味料、肉制品、香精香料、餐饮标准化定制等下游企业提供稳定的高品质产品与应用解决方案。

联系电话：刘总 13892571111



重庆市美通食品：集生产研发销售为一体的综合型公司

重庆市美通食品有限公司成立于 2014 年，前身是富学食品加工厂，目前是一家集生产研发销售为一体的综合型公司，主要生产苕皮、土豆粉、豆干、年糕和川粉等产品，合作单位有重百、新世纪、永辉等，希望与诸多优秀企业一起合作发展。

联系电话：汪总 13608352316



青海倍力甘草科技：为食品行业提供安全健康的食品类添加剂

青海倍力甘草科技发展有限公司为青海湖药业旗下子公司，总部在青海，国内设有上海、广州、成都等营销中心，生产基地国内外均有。



公司主营：甘草食品添加剂、甘草香料的生产销售，专注于高质量甘草相关产品的生产销

售，依托青海湖药业在国内甘草行业的知名度，打造成为国内甘草行业的知名企业。产品主要功效为：增甜、增香、低糖、低卡、改善口感。

应用场景为：饮料类、糖水罐头、糖果果冻、冰淇淋、烘焙、调味品、炒货类、配制酒、以及根据需求进行个性化定制，为食品行业提供安全健康的食品类添加剂。

成都销售部：刘静波经理 18982089478

公司销售部：胡建彪 18194789565

美料美味：中国品质香辛粉料供应商

四川美料美味食品科技有限公司以先进的生产工艺及贴近市场的创新研发能力为驱动，致力于为餐饮企业、食品工业企业提供香辛粉料产品整体解决方案。

公司专注于花椒等香辛料原料制粉、创新研发及整合营销，以科技赋能传统工艺，创造性地解决了传统香辛料制粉领域风味变化大、品质不稳定、有效成分损失严重等行业技术难点。

同时，公司拥有完善的溯源体系及自主检测能力，坚持产地直采 + 冷库储存模式，可实现从原料

采购、生产过程、储存及销售的全过程监控，确保各环节间可相互追溯。

联系电话：028-83461918



蜀味佳肴：匠心锻造，一家专门做毛肚研发和生产的公司

四川蜀味佳肴食品有限公司位于四川省德阳市广汉市，公司于 2019 年成立，注册资金 500 万，占地面积 5000 平米。公司一直致力于火锅食材研发生产与销售，经过 2 年多时间的创新与发展，已经发展成一家具有规模的自建火锅食材研发中心和生产工厂，而且我们更引进自助包装机和蒸煮锅流水线一体化的仪器；并且现在服务全国超 50000 家终端餐饮，在之后我们也会增加一些（比如鸭肠、鹅肠、麻辣牛肉、火锅牛排等）食材的研发生产与

销售，把蜀味佳肴打造成高端火锅食材的高端品牌。

咨询热线：0838-5887977



河北面乡：致力成为一家标杆型食品制造企业

河北面乡食品有限公司是一家集生产、销售于一体的食品制造企业，位于河北省邢台市东方食品城，年产 7200 吨高温半膨化优质面饼。用于完整、先进的生产线，可生产多种规格产品。

我公司主要生产方便面皮，产品均采用北方地

区的优质小麦为原料，再结合现代制面的新技术、新工艺，使产品具有筋道却不失柔软，色泽明亮自然，浸泡不浑汤，口感爽滑有弹性的特点，不含任何食用胶，是新一代方便、快捷、安全、健康的面制食品。

我们将不断创新，提升市场竞争力，更好的满足客户需求，致力成为一家标杆型食品制造企业。

联系电话：13513199691 13933719098

大重九食品：致力于川味复合调味料的研发、生产和销售

成都大重九食品有限公司隶属于宁夏草原阿妈食品有限公司，是草原阿妈公司于 2020 年投资 1500 万元在成都市郫都区中国川菜产业园新建的川味复合调味料生产企业。公司主要生产手工全型火锅底料系列产品，目前设计产能 1 个亿。

公司自主研发的“大重九”品牌手工全型火锅底料系列产品、畅销全国，在东三省、京津冀、河南、山西、山东、新疆、甘肃、宁夏等全国 20 多个省

市县地区销售，享有较高的市场美誉度，用优质的产品服务于广大消费者！



四川春之源食品：打造具有名族文化底蕴的四川特色美食产品

四川春之源食品有限公司成立于 2016 年，拥有多间大型生产车间、冷冻车间，新科技设备 80 余台，技术力量雄厚。公司是一家从事盐帮菜研发及销售的企业，公司以传承弘扬盐帮菜为己任，坚持“勤查狠抓严把关，食品安全重如山”的企业宗旨，严格选择原材料、不添加任何添加剂，以顾客追求的天然安全、健康和休闲的绿色产品为标准，最大程度的满足不同消费者的需求。

公司将进一步加大与科研院校合作力度，不断提升科技创新实力，为企业发展插上科技的翅膀。严把原材料购进关，严把生产质量关，严把食品安

全关，生产出消费者满意的产品，下一步，公司还将增加生产线，不断扩大生产规模和产品种类，加快公司产品迈向国际市场。

联系电话：游总 18123088898



2021食品产业发展蓝皮书

四川食品产业发展报告

名优企业征集

一、简介

由成都市食品商会、成都市食品工业协会、成都市食品生产安全协会指导，《食为天下》杂志、行业媒体“第一食品资讯”主编的一本食品行业产业蓝皮书+名企推荐全书。推广四川本土食品，提升四川食品企业及食品品牌的影响力，提高四川食品行业的整体竞争力，推动四川食品企业走出四川，走向全国，走进世界。

二、优势

●高度权威

定位精准，是四川唯一关于四川省食品产业的蓝皮书，编委会成员为业内知名专家、学者等，引用企业及完整的市场数据极具权威。

●精准受众

蓝皮书采用免费派发、快递、直邮方式发行，发行覆盖政府机构、食品企业上下游产业及相关专业机构，辐射全国各地，使用者目标精准。

●高使用率

本蓝皮书为业内专业工具书籍，是政府部门制定行业规划与政策、科研机构进行学术研究与技术探索、营养保健食品行业企业制定发展计划的重要参考工具。

●宣传面广

我们将结合新浪、搜狐、腾讯、网易、四川电视台、四川新闻网、西南媒体网等多家媒体全方位宣传，宣传面广，宣传周期长。

三、发行

届时将收藏于四川省各级政府档案室
发放到行业相关展会现场，发放到行业相关活动现场
快递给食品行业专家、媒体、网站、电商/经销商、协会等
上传成都市食品商会官方网站，可在网站对蓝皮书内容永久性搜索
发行给食品行业经销商、大型电商、新零售平台手中，成为渠道方寻找四川名优产品的产品手册

让每一本都投递精准，首发20000本

四、内容 六大重要板块：

1 产业篇

调味品、白酒、饮料、茶叶、肉制品、方便速食、休闲食品、粮油、烘焙等细分品类进行行业分析

2 消费篇

消费者对于食品消费、食品品牌、食品安全的认知与分析

3 营销篇

传统商业渠道中营销模式及分析
新零售、社交电商及其他复合营销的模式及分析

4 监管篇

食品监管部门对于食品安全的监管核心
食品监管部门对于绿色食品未来发展趋势

5 大数据篇

淘宝、天猫、头条、抖音、百度、西瓜等平台大数据呈现及分析

6 附录

四川食品行业名录
四川食品行业上下游服务

五、报名资格

您的企业具有合法资质，您的产品获得了市场及消费者认同并获得了较好的销售成绩，在2019-2021年间，没有重大质量安全事故，没有政府查处及媒体负面报道，均可报名。

最后由组委会在全川2000多家规模以上食品企业中优选100家重点推荐。

所有收录企业均可获得：

- 1、获《蓝皮书》特殊版面强势传播，覆盖全食品行业、政府部门、附带蓝皮书的收藏、宣传价值
- 2、每一家收录的企业，组委会将授予奖牌一块

联系人：蓝慧 15882441455



在途场景传播领航者

THE FRONT RUNNER OF THE TRAVELLING SCENE

【一级广告企业】

永达传媒自 1992 年成立以来，致力于引领大交通媒体行业的发展，建立了涵盖高铁、高速、城市商圈、景区和 12306 的 5 大媒体平台，在途场景传播理念开辟了户外广告传播的新纪元。在专注于交通媒体开拓和运营的同时，永达始终在尝试为不同领域的客户提供具有传播价值的整合营销方案，深度探索高铁网与互联网“双网融合”的新模式。未来，永达将持续以专业、专注、专家的经营理念，以在价值中不断创造新价值的企业精神，引领大交通媒体行业发展的同时，构建数字化大交通媒体营销的新生态。



HIGH-SPEED RAIL
高铁



EXPRESSWAY
高速



CITY
城市



TOURISM CIRCLE
旅游圈



12306 CHINA RAILWAY
中国铁路12306



博泰金星
30 年的专业生产经验



赚再多的钱
都要口袋来装



四川金星包装印务股份有限公司

Sichuan Jinxing Packaging Printing Co., LTD.

电话: 0838+5730138

地址: 四川省广汉市小汉镇严石村

总经理: 吴星 13890235956

传真: 0838+5730138

网址: www.scjxcy.com

销售总监: 谢禄长 13909023150



永达传媒订阅号 永达传媒微服务号



合 作 共 赢

主营业务

纸箱 彩箱 彩盒 纸板等



我们期待与您合作
0838-5402756

四川华强包装工业有限公司
SICHUAN HUAQIANG PACKING INDUSTRY CO.,LTD
四川省德阳市广汉市玉溪路四段80号

华强合作伙伴
COOPERATIVE
PARTNER



产品如人品
质量如生命

公司简介

简阳市颜江花食品有限公司（原简阳市黎红花食品有限公司）是一家专注生产、销售花椒油、藤椒油等调味油的企业。我司坚信“好品质源于好原料”的理念，为从源头上控制好原料质量，在云南昭通炎山、四川凉山州德昌县等地建有花椒基地及初加工厂。在生产工艺上，我司坚持五原特效原则，暨原种、原榨、原色、原香、原味，严格按照食品安全管理体系管理，确保产品质量，产品远销美国、俄罗斯等地。



简阳市颜江花食品有限公司
JIAN YANG SHI YAN JIANG HUA FOOD CO.,LTD

地址 (Add)：四川省简阳市石桥镇回龙寺村七社（大地工业园区内）
电话 (Tel)：(+86) 028-2751 8059



食品企业财税服务专家
诚信 专业 高效 合作共赢

成都海华财务咨询有限公司

主营业务

食品经营许可

企业税收筹划

财务体系建设

企业代理记账

商标验资审计

专利高企上市

核心优势

专业团队精心服务

资深老师严格把关

精英团队同心协作

丰富经验铸就品质

地址：成都市高新区天益街38号理想中心1栋16楼1601室
联系人：赖老师 18011581508

运联通达

物流解决方案提供者

用心，做有温度的物流

专业 / 高效 / 精准 / 集约



物流总包
全国网络
优质干线
城市配送

四川运联通达供应链管理有限公司

地址：四川省成都市新都物流中心顺运路9号宝湾物流办公室5楼

☎ 028-61033001 / 18181961392



本源 BEN YUAN 中医药研究院

专注药食同源领域的研究和开发



01 原创 药食同源产品的研究和开发

02 创新 食品综合方案支持
四川佳谷食品科技有限公司
独立机构专业化解决

TOP 1 1000+ 服务企业
累计服务了上千家食品企业

TOP 2 1000+ 成果储备
储备了上千个研究成果及项目

TOP 3 突破传统防腐
领先于行业的先进防腐解决方案

FOCUS ON IMMUNITY
后疫情时代
专注免疫力



03 免疫力解决方案支持

蜀辣食品 川味肉制品定制专家

产品推荐



牛肉干系列



冷吃系列



肉脯系列



兔肉系列



鸭肉系列



牛板筋系列

部分合作品牌



合作赋能

为合作商提供产品研发、生产、销售、品牌运营等全系列服务。建立ISO9000认证体系、ISO22000和HACCP体系；从源头到流通，再到终端建立完整的质量管理体系。

食品研发

肉制品休闲零食研发、食品研发人才搭配、食品研发专业设备。专注四川地域麻辣肉类休闲零食代工和研发，货源供应链条成熟完善，代加工、产品定制化业务成熟，能够承接多方面产品经销加工需求。

生产体量

工厂体量扩大，未来可期。建立浦江蜀辣食品和简阳蜀辣食品两大生产基地，总占地约85亩；两大生产基地年产量大于5亿元。

质量保证

蜀辣食品从生产、经营、流通等环节全程把控，针对肉源进行检测并提供质检报告，用放心品质为您的经营保驾护航。科学规划的生产车间流水线运作，食材干净，质量保证。

蜀道香 × 蜀辣食品

联系电话：13882188881

成都蜀道香食品有限公司
联系地址：四川省成都市新世纪环球中心W5区13F/14F

四川蜀辣食品有限公司
工厂地址：四川省成都市蒲江县鹤山镇工业北路98号8栋1层1号

成都市新都区新繁街青桥村11社96号 19102649319



轻颜耳语

· 正宗通江银耳羹 ·

| 通江银耳 御用贡品 | 健康美味 养颜圣品 |

| 单碗蒸煮 锁住营养 | 开盖即享 随时滋养 |



详情咨询 133 4891 8777 (田先生) 135 6880 3693 (胡先生)

通江米仓耳记食品有限公司 电话:028-85109212 地址:成都市武侯区东方希望天祥广场B座1903



上味智蓉

成都蓉播科技有限公司

成都蓉播科技有限公司主要是以经营大宗食品原料及辅料、添加剂为主。

公司创始于1989年，有着30多年的销售经验，经过多年的努力在食品原料行业树立诚信标杆，并且取得多家国内名优上市企业在四川代理权。公司自组建成立以来，秉承“以诚信经营、以创新求发展”的企业精神，实行“用户至上”的经营理念，实现经济效益与社会效益的双重提高为目标。



主营产品

淀粉类：玉米淀粉、木薯淀粉、马铃薯淀粉、小麦淀粉、变性淀粉、药用淀粉、谷朊粉、植脂末、红薯淀粉等；

糊精类：麦芽黄糊精、白糊精等；

葡萄糖类：口服葡萄糖；

糖浆类：果葡糖浆、麦芽糖浆等；

其他类：味精、酵母、苏打、食用碱、明矾、泡打粉、进口奶粉等上百种国内名优上市企业的产品。



PHONE 028-8522 0756
电话

地址：成都市双流区西航港大道中三段2635号



河南·漯河经济技术开发区

生态之城 | 投资热土 | 四海同心 | 携手共赢

投资优势

INVESTMENT
ADVANTAGES

区位优势

国家漯河经济技术开发区，位于“中国食品名城”漯河市区的东南部，创建于1992年，1994年被省政府批准为省级高新区，2007年更名为河南漯河经济开发区，2010年经国务院批准升级为国家级经济技术开发区，2019年河南省29家省级以上经开区综合发展水平考核评价第二名。开发区地处中原腹地，区位优势突出，交通四通八达，具有连南贯北、承东启西的区位优势。距郑州新郑国际机场不足一小时车程，西临京港高铁、京广铁路、107国道，东依京港澳高速，漯阜铁路、宁洛高速贯穿全区。拥有漯河铁路东站这一大型货运站、枢纽站、编组站，众多大型物流企业聚集于此，复航运营的年设计吞吐能力500万吨的漯河港，北接郑州航空港区经济综合实验区、中国（河南）自由贸易试验区，南连长江三角洲，将成为中原便捷的“出海口”。

以双汇集团、可口可乐、美国嘉吉、中粮集团、台湾旺旺、统一企业、深圳百岁山、湖南盐津铺子、山东宏途为代表的420家食品产业集群，食品产业增加值占全区工业增加值比重达到75%以上。

完善的基础设施



供水：水资源丰富，沙澧两河年过境水径流量达27亿 m^3 ，浅层地下水年均总补给5.2亿 m^3 ，全年水资源总量5.86亿 m^3 ，水质为国家二级标准。

供电：豫南地区最大的供电枢纽，不存在拉闸限电现象。

供气：国家两气东输豫南支线穿境而过，充足的天然气资源，有效降低企业成本，实现节能降耗。

供热：天阳供热项目实现开发区供热全覆盖，最大供热能力可达260t/h，完全能满足区域内用热需求。

电信：具备先进的通讯手段，是豫中南重要的通信枢纽城市。

道路：开发区道路架构完备，已建成“八纵九横”的路网体系。现有规划区域实现了“九通一平”，已全部实现雨污分流，污水处理空间盈余。

污水处理：日处理污水能力达19万吨。



充足的生产资源

农业资源：农业生产条件良好，农产品资源储备丰富，盛产小麦、玉米、大豆等农作物。

人力资源：开发区周边150公里区域内聚集了近6千万人口，每年可提供劳动力800万人，现有食品加工类熟练工人20万人，机械制造熟练工人8万人以及各类专业人才资源。

土地资源：经济技术开发区开发空间巨大，土地储备丰富，重大项目用地指标可在全市优先安排，优先申报，随时可供地。

原料资源：生产原料资源充足，年可供3万吨大豆蛋白，10万吨食用改性淀粉，30万吨优质果糖，83万吨畜肉原料，330万吨小麦粉。

优惠政策

FAVOURED
POLICY

一、实行财政扶持。

对入驻企业，市财政每年2000万元专项扶持资金，奖励企业发展和重大建设项目。

二、帮助企业融资。

企业需要融资时，市贷款担保公司予以提供担保；高科技、高成长性企业市财政每年予以贷款贴息；企业上市融资培育期给予企业30万元的补贴，新上市企业，一次性奖励200万元，上市过程费用市财政给予补贴奖励。

三、实行税收优惠。

企业所得税分别实行“免三减三”的税收优惠，前3年地方财政受益部分全部奖励企业，后3年50%奖励企业。

四、实行价格优惠。

工业企业用电一律执行直供目录电价，供水、供气、供暖、劳动用工价格全省最优。

五、实行收费减免。

漯河辖区内的所有行政事业性收费全部免除，实行“零收费”。

六、实行土地优惠。

对投资强度大、科技含量高的项目，实行全省最优的地价；对达到投资条件的新入驻企业，需要租用标准厂房

的，由政府全额补贴，连补3年。

七、鼓励企业自主创新。

企业新建一个博士后工作站或省级以上重点实验室、国家级企业技术中心、工程（技术）中心均进行资金奖励。企业新引进正高以上专业技术人才，每人每年补贴10万元，连续补贴3年。凡其他城市认定为高新技术企业的，漯河市予以认可，并享受高新技术企业相关扶持政策。

八、鼓励企业开拓国际市场。

市政府安排专项资金，专门用于外向型企业出口创汇及开拓国际市场的奖励。

九、帮助企业争创名牌。

入驻企业优先申报河南省名牌产品和国家名牌产品；对新获得中国名牌、中国驰名商标的企业或省名牌、省著名商标的企业，分别奖励50万元和20万元；对获得中国世界名牌的企业，奖励500万元。

十、实行全程代理服务。

对入驻项目实行全程“保姆式”代理服务，简化审批环节，实行联审联批，所有手续保证在规定的时间内让投资者坐等办结。

入驻的知名食品企业

FAMOUS FOOD
ENTERPRISES



☎ 联系电话：400-6666-6666

🌐 网站：<http://www.lhjk.gov.cn/>

公司简介

成都雅士物流有限公司定位于为客户提供“干仓配”一体化解决方案的供应链物流企业。特别是在食品、日用百货领域，为众多知名食品企业提供优质、贴心的管家式供应链物流服务。

雅士物流拥有一支专业的客户服务队伍，以高标准的服务标准让客户享有贴心、简便、高效的服务。雅士物流立志于扎根食品物流领域，以食品物流安全、服务质量为己任做到业界第一！



服务项目

干线运输

全网覆盖

成都始发全国全部省会、地县级市完整运输网络

在途可视

所有货物在途全程信息监控

零担整合

集成公司所有客户的同一到达城市货量，集成发运

分类配载

按产品质量、安全要求分类装载

城市仓配

食品级仓库

无尘、温湿度监控、防虫害设施等专业仓库

系统化管理

订单、仓储、运输管理全程信息化

全渠道覆盖

所有商超、电商平台、批发商、零售小店全覆盖

24小时到达

接订单后 24小时内完成配送

电商云仓

云仓布局

成都区域内匹配最适客户需求的仓库

智能仓管

分析订单及货位等数据，自动规划最优库内作业方式

柔性生产

通过资源调配，最大化满足客户爆单作业

专属客服

一对一专业客服，及时高效为客户服务



谜汁凤爪

CHINESE SURPRISE CHICKEN FEET



中国爪·世界味

焕新上线以来全渠道销量
突破100000盒



四川品品食品有限公司

地址：四川省成都市郫都区
安德川菜产业园蜀雅路272号
电话：028-87079332



自吸式冰袋

吸水蓄冷保鲜



* 以实物为准

四川皓速科技有限公司

地址:四川省广安市武胜县街子工业园工业一路8号 电话:+86 826 8335955



皓速网站



微信公众号