

FOOD SOURCES

塑造品牌

Brand Building

专业服务

Professional Service

食品安全

肉类工业

水产工业

冷冻冷藏食品

水果蔬菜及其加工品

食品加工设备及技术

食品冷藏链

Food Safety

Meat Industry

Aquatic Industry

Frozen & Chilled Food

Fruit & Vegetable Products

Technology & Machineries for Food Industry

Food Cold Chain



食品资源

FOOD
SOURCES

Tel: 0086-21-62775097
www.food-sources.com

E-mail: 2582340210@qq.com





2022第24届中国国际焙烤展 Bakery China 2022

服务于焙烤全产业链的亚太优选国际商贸平台

4.26-29

上海**浦东**新国际博览中心（龙阳路2345号）

230000+平米展示面积 2300+家海内外参展企业 近30万人次专业观众

2022第7届中国国际焙烤秋季展 第5届中国家庭烘焙用品展

Bakery China Autumn, China Home Baking Show

面向秋季节庆与家庭烘焙市场的B2B2C国际专业平台

9.14-16

上海**虹桥**国家会展中心（崧泽大道333号）

主办单位：
中国焙烤食品糖制品工业协会
北京贝克瑞会展服务有限责任公司

010-63430880 / 010-63430990
www.bakerychina.com
info@bakerychina.com



官方微信号



官方小程序

餐饮业的现状和发展前景

目前,全国已有餐饮网点400万个,超大规模企业开始涌现,有11家企业的营业额超过10亿元,有34家超过5亿元,其中前十强的达到337亿元,同比增长18.4%,占百强营业总额的五成。连锁餐饮企业集中在东部地区和大城市,向西部地区和中型城市快速渗透。

一、餐饮业概况

餐饮业连续15年保持两位数的增长,居民个人消费占零售额的60%左右,其余的是公务和商务消费。中国餐饮业的显著特点:品牌特色化、运营产业化、业态多样化、连锁规模化、店面小型化。餐饮投资市场从简单招商上升到商机行销,发展环境和条件更趋成熟。

商界有句名言:不满意就是商机。例如,10家餐厅只有1家让你不满意的,你就不要再做这一行了,因为这个行业很成熟,没有你的机会了;如果有5家,你成功的概率有50%;如果有8家,这是你入行的最佳时机。我国目前餐饮业远没有达到成熟水平,因此,餐饮业仍有无限的商机。

餐饮业已经基本形成了新局面:高中低档兼有;中西餐并驾齐驱,传统和时尚共存;软硬件共生。餐饮业的增长速度,高出批发零售贸易业9.8个百分点,高出制造业14.5个百分点,居各行业前列。

二、餐饮业发展前景

餐饮业容易入行,但想脱颖而出难。餐饮行业利润高,资金回流快。可以赊购原材料,定期结账,胜于其他行业。如开一间特色小吃店,投资不多,店面不大,员工也不需要很多。

中高收入国家,平均每270人就拥有一家餐馆,我国约2000人才拥有一家餐馆。这表明,中国的餐饮市场潜力巨大。

三、未来餐饮营销的五个方向:

1.快餐优质高效

大城市适宜建立快餐中心,用高效率和低成本加快家务劳动社会化的步伐。凭借这种方式,我国各地已有很多餐饮企业获得了成功。

2.强调环境的情调、氛围

消费者往往感性,从美食环境到浪漫的店名、菜名,各具特色。餐厅内部也可以有创意,比如桌号用郁金香、红玫瑰等标记;门口的告示牌,如果改用“本店上午9点开始营业,敬请稍候”,“22点打烊,明日上午9点见,敬请原谅”等,令人倍感亲切。消费者不仅要吃饱吃好、价廉物美,还要求有精神上的享受。

3.生态农业、绿色食品、环保受重视

近几年,药膳餐厅越开越多。富含高纤维的蔬菜水果,没有污染且营养丰富的野菜增多,原来的高脂肪、高蛋白的大路菜退居其次。

4.消费习惯多元化

67%的消费者是“实惠型”桶,只要饭店环境整洁、菜肴适口、价格实惠。粤菜价位最高,鲁菜多为老字号或名店,位居其次,人均消费在120元以上;自助餐、东南亚、西餐菜系人均消费在80-120元区间;地方菜、火锅、川菜价位较低,人均消费不超过50元。

消费者首选川菜和火锅;情侣多选择环境好、有特色的餐厅;商务宴请首选烤鸭店、特色中餐馆,突出中国特色。

5.网络营销受关注

企业要根据人群特点选择网站,大众消费餐厅可以选择当地的生活指南、消费的网站,适合情侣的餐厅可以选择时尚青年常常光顾的购物网站,西餐厅等商务餐厅可以选择商贸网站;很多网站推出了秒杀、组团就餐活动,餐饮企业可以充分利用这些活动。FS

来源:农村创业

食品资源

2022年 第1期

FOOD SOURCES

www.food-sources.com

目录 Contents

餐饮业的现状和发展前景.....	3
支持全国骨干农产品批发市场建设 完善农产品现代流通网络.....	4
宅经济催生3000亿预制菜市场.....	8
从我国冷链物流四大“短板”窥探商机.....	10
鸡蛋深加工:需求增长 前景广阔.....	12
展会预告.....	14

本期广告索引

食品资源.....	1
2022第24届中国国际焙烤展.....	2
2022中国国际渔业博览会.....	5
世界食品(深圳)博览会.....	7
SIAL 国际食品展(上海).....	9
第三十三届国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会.....	11
亚洲生鲜供应链博览会.....	13
第二十四届健康天然原料、食品配料中国展.....	15
上海咖啡节.....	16
上海国际食品加工与包装机械展览会联展.....	17
第三十一届上海国际酒店及餐饮业博览会.....	18

食品资源
FOOD
SOURCES



广告总代理:上海泰申文化传播有限公司

Tel: 0086-21-62775097

E-mail: 2582340210@qq.com

www.food-sources.com

ISSN 1813-5846

Postcode: 201706

地址:上海青浦工业园区一工业区7号3幢1层V区198室

Address: Room 198, V District, No7-3, Jiayi Industry Park, Qin Pu, Shanghai, China

All right reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy recording or any information storage and retrieval system, without written permission from the publisher

版权声明:未经书面许可,不得擅自摘编、使用或转载本刊的图文、图表作品。

首份五年规划发布

支持全国骨干农产品批发市场建设 完善农产品现代流通网络

2022年1月24日，国家发展改革委对外发布《“十四五”现代流通体系建设规划》(以下简称《规划》)。作为现代流通领域第一份五年规划，《规划》围绕市场、商贸、物流、交通等领域提出了50项任务举措。国家发展改革委相关负责人表示，《规划》是今后一段时期推动现代流通体系建设的统筹设计和系统指引，对于培育完整内需体系，促进形成强大国内市场，加快构建新发展格局具有重要意义。

2035年全面建成现代流通体系

《规划》提出，到2025年，现代流通体系加快建设，商品和资源要素流动更加顺畅，商贸、物流设施更加完善，国内外流通网络和服务体系更加健全，流通业态模式更加丰富多元，流通市场主体更具活力，交通承载能力和金融信用支撑能力明显增强，应急保障能力和绿色发展水平显著提升，流通成本持续下降、效率明显提高，对畅通国民经济循环的基础性、先导性、战略性作用显著提升。

展望2035年，现代流通体系全面建成，形成覆盖全球、安全可靠、高效畅通的流通网络，流通运行效率和质量达到世界先进水平，参与国际合作和竞争新优势显著增强，对现代化经济体系形成高效支撑，为满足人民美好生活需要提供坚实保障。

支持全国骨干农产品批发市场建设

《规划》指出，完善农产品现代流通网络。依托农产品主产地、主销区、集散地，支持全国骨干农产品批发市场建设，重点加快中西部及东北地区农产品主产区市场建设。加快田间地头流通设施建设，推进农产品产地市场、集配中心和低温加工处理中心改造升级，加快农产品运输、仓储设施专业化改造，提高农产品商品化处理能力。支持农产品流通企业配备冷链物流设备装备，建设服务城市消费的“中央厨房”等设施，提高农产品冷链物流能力和标准化水平。加强农产品产销对接，畅通供需渠道，保障农产品市场供应充足、价格平稳。

推动农产品批发市场冷链物流设施改造升级

《规划》提出，健全冷链物流设施体系。推进国家骨干冷链物流基地布局建设，加强与国家物流枢纽运行衔接，构建冷链物流骨干网络。加强农产品产地预冷、分拣包装、移动冷库等设施建设，补齐生鲜农产品流通“最先一公里”短板，提高商品化处理水平；加强销地高标准冷库和冷链分拨配送设施建设，推动农产品批发市场以及商超等零售网点冷链物流设施改造升级，推广新能源配送冷藏车，提高“最后一公里”冷链物流服务效率。加大冷链物流全流程监管力度，消除“断链”隐患，减少生鲜农产品流通领域损耗，保障食品安全。严格落实疫情防控要求，健全进口冷链食品检验检疫制度。

推进食品安全信息化追溯体系建设入法

《规划》提出，加强追溯体系建设。拓展追溯产品范围，加快推动相关法律修订工作，推进食品(含食用农产品)、药品等重要产品质量安全信息化追溯体系建设入法。鼓励行业协会、第三方机构等依法依规建立重要产品追溯系统，提供产品溯源等服务。督促平台企业承担商品质量、食品安全保障等责任。开展食品、中药材、药品追溯标准化工作，推进相关领域的追溯标准制修订和应用推广工作。健全重要产品追溯数据信息，完善数据信息采集指标、传输格式、接口规范及编码规则。

拓展追溯系统应用

鼓励企业通过追溯系统改善生产经营管理，充分挖掘追溯数据在产品质量提升和品牌塑造中的应用价值，增强市场竞争力。鼓励追溯体系建设主体面向社会公众提供追溯信息查询服务，增强商业化增值应用，加强追溯数据安全保障和商业秘密保护。加大可追溯产品市场推广力度，调动大型流通企业等主动选用积极性，扩大可追溯产品市场规模。

传统商贸亟待转型 农产品流通有待升级

2022年1月24日上午，国家发展改革委召开专题新闻发布会，国家发展改革委经济贸易司副司长张国华在会上介绍了“十四五”现代流通体系建设规划有关情况。

指出我国流通体系现代化程度仍然不高，仍有许多薄弱环节。

- 一、国内统一大市场尚不健全，商品和要素自由流动仍面临隐性壁垒，规则和标准体系建设相对滞后；
- 二、传统商贸亟待转型，农产品流通有待升级，外贸发展新动能还需加快培育；
- 三、交通物流基础设施还不完善、网络互联互通不够、分布不均衡，应急物流、冷链物流等还有薄弱环节；
- 四、流通领域融资难融资贵问题尚待解决，信用信息应用水平有待提升。

“十四五”时期的建设重点。将聚焦补齐现代流通体系短板，着眼现代流通体系高质量发展，加快形成现代流通统一大市场，发展现代商贸流通和现代物流两大体系，强化交通运输、金融和信用三方面支撑，形成“一市场、两体系、三支撑”总体发展框架。具体看，将从流通环境营造、流通空间优化、市场主体培育、现代化水平提升等四个方向上发力。

- 一、发展有序高效的现代流通市场，营造良好流通环境。
- 二、构建内畅外联的现代流通网络，优化流通发展空间布局。
- 三、培育优质创新现代流通企业，打造具有国际竞争力的市场主体。
- 四、加快创新绿色发展，提升流通现代化水平。

通过上述系统性谋划，到2025年，我国现代流通体系的



中国国际渔业博览会
CHINA FISHERIES & SEAFOOD EXPO
中国国际水产养殖展览会
AQUACULTURE CHINA



欢迎关注展会官方微信

世界水产人的大聚会!

青岛·红岛国际会议展览中心
Qingdao Hongdao International
Convention & Exhibition Center

2022 10.26-28



全球渔商荟

<https://www.cfse-live.com>

中国国际渔业博览会线上商务平台
助力线下实体展会



PC端+移动端

地址: 北京市朝阳区麦子店街20号楼8层(100125)

TEL: 86 10 65832663转8028/8027

FAX: 86 10 65832661

联系人: 孙先生 赵小姐

TEL: 86 10 5867 2610/20/60/80

FAX: 86 10 58672600

联系人: 张先生 陈先生

设施更加完善，网络和服务体系更加健全，业态模式更加丰富，市场主体活力更强，流通成本持续下降、效率明显提高，对畅通国民经济循环的基础性、先导性、战略性作用显著提升。

四方面重点推进现代物流发展

现代物流对于降低流通成本、提升流通效率和水平具有非常重要的作用。数据显示，“十三五”时期，社会物流总额保持稳定增长，2020年超过300万亿元，年均增长5.6%。

“十四五”时期将如何推动现代物流发展？国家发展改革委将会同有关方面重点从四个方面推进现代物流发展，为现代流通体系建设奠定坚实基础。

构建现代物流基础设施网络

要重点做好以下三项工作：

- 一、建设国家物流枢纽网络。加快国家物流枢纽布局建设，构建全国骨干物流设施网络。打造“通道+枢纽+网络”的物流运行体系。
- 二、完善区域物流服务体系。强化物流基础设施互联互通和信息共享，构建支撑现代流通的多层级物流服务体系。完善城市配送设施和县乡村快递物流配送体系，提升末端“最后一公里”网络服务能力。
- 三、健全冷链物流设施体系。推进国家骨干冷链物流基地布局建设，构建冷链物流骨干网络。补齐生鲜农产品流通“最先一公里”短板，加强销地高标准冷库和冷链分拨配送设施建设。同时加大冷链物流全流程监管力度，消除“断链”隐患。

拓展物流服务新领域新模式

要重点做好以下三项工作。

- 一、发展多种形式铁路快运。加快铁路快运基础设施网络建设，开展高铁多式、大批量快件运输试点。
- 二、推进物流与相关产业融合创新发展。加强物流基础设施与工业园区、商品交易市场等统筹布局、联动发展，支持物流企业与生产制造、商贸流通企业深度协作。
- 三、推广集约智慧绿色物流发展模式。拓展物流信息平台功能，积极应用现代信息技术和智能装备，扩大新能源运输工具应用范围，推广绿色包装技术和物流标准化器具循环共用，鼓励构建线上线下融合的废旧物资逆向物流体系。

培育充满活力现代物流企业

重点做好两项工作：

- 一、提升物流企业网络化经营能力。支持骨干物流企业加强资源整合、优化网络布局，引导龙头企业加快境内外节点设施布局。
- 二、提高物流企业专业化服务水平。提升企业对接多元化物流需求的专业物流服务能力，引导物流企业为大宗商品贸易企业提供国内国际采购、运输、仓储等协同化服务，支持大件物流企业优化跨区域运输线，培育壮大医药物流企业，推动危化品物流企业加强设施设备投入和技术改造。

提升多元化国际物流竞争力

重点做好四项工作。

- 一、加强国际航空物流能力建设。提升综合性机场货运设施

能力和服务品质，稳妥有序推进专业性货运枢纽机场建设，支持优势企业建设强大国际货运机队。

- 二、拓展内陆国际联运通道。优化中欧班列开行方案，加快集结中心示范工程建设；优化西部陆海新通道等通道运输组织，积极构建中国—东盟多式联运联盟等国际化平台；完善双多边国际道路运输协定体系，拓展国际道路运输网络。
- 三、提升国际海运服务水平。拓展沿海港口国际航线网络，加强国际枢纽海港建设，推动航运企业组建世界一流船队。
- 四、增强口岸物流服务能力。合理布局建设进出境邮件快件处理中心，完善综合保税区、保税物流中心等配套设施和服务平台；强化海南自由贸易港、边境经济合作区等国际物流设施建设。

划重点

深化金融供给侧结构性改革，完善流通领域信用治理，强化流通领域金融有效供给和信用支撑保障。

推动现代流通企业一体化发展，促进商贸物流融合，深度嵌入工农业生产各环节，打造跨界融合发展新业态。

鼓励现代流通企业生态化发展，引导大中小企业基于流通供应链、数据链、价值链开展深度对接，构建资源共享、协同发展的流通新生态。

鼓励各类金融机构、中介机构积极参与流通领域市场交易，按市场化原则提供融资、担保、保险等综合服务。

推进全国性能源、粮食、矿石等资源性产品交易平台和国际金融资产交易平台建设。

推出航运指数期货等创新产品，支持化工产品、金属材料等领域期货产品扩面。完善期货监管法律法规，积极探索期现联动。

加大商品期货对外开放力度，探索结算价授权等多元化开放路径，吸引境外实体企业和投资机构积极参与。

支持全国骨干农产品批发市场建设，重点加快中西部及东北地区农产品主产区市场建设。

加快国家物流枢纽布局建设，重点补齐中西部地区短板，构建全国骨干物流设施网络。推动枢纽干支仓配一体建设，打造“通道+枢纽+网络”物流运行体系。

支持优势企业强强联合，建设强大国际货运机队，打造一体运作的国际航空物流运营平台，增强国际航空物流组织能力。实施快递“出海”工程，加快构建多点支撑的寄递网络。

加强上海港、大连港、天津港、青岛港、连云港港、宁波舟山港、厦门港、深圳港、广州港、北部湾港、洋浦港等国际枢纽海港建设。

加快宁波舟山国家大宗商品储运基地建设，建设具有国际影响力的大宗商品交易中心。

提高航运企业供应链组织、箱货匹配能力，深化与外贸企业物流信息对接，整合国内外物流网络资源，组建世界一流船队，培育海运国际竞争优势。

推进120个左右国家物流枢纽布局建设，发挥国家物流枢纽联盟作用，促进枢纽业务协同、政策协调、运行协作。建设20个左右国家物流枢纽经济示范区。^[5]

来源：发改委

强力推动



世界食品(深圳)博览会

共话寰宇美食，重启活力市场



2022年4月20-22日
深圳国际会展中心1&3号馆(宝安新馆)



anufoodchina.cn

主办单位:



中国食品土畜进出口商会
China Chamber of Commerce of Foodstuffs
and Native Produce (CCFNP)



深圳市零售商业行业协会
大消费资源赋能生态



koelnmesse

宅经济催生3000亿预制菜市场

“四方食事，不过一碗人间烟火。”如今，越来越多讲究“好好吃饭”的年轻养生一族，让便捷的预制菜一下子打开了3000亿元的市场份额。无论是资本市场还是产品市场，预制菜都是近两年的餐饮新风口。数据显示，2020年全国预制菜肴、中央厨房等加工新业态收入已超过2万亿元。

资本趁着风口入局，预制菜仿佛一夜之间渗入消费C端。预制菜第一股味知香股价最高点达到139.8元/股，是发行价的4.9倍。在水产大省广东，农业农村部门从去年开始，已将农产品食品化工程列入广东农产品市场体系建设中，以水产企业为突破口，鼓励农业企业变水产品加工为海洋食品制造，同步打造为餐饮企业服务的水产类预制菜中央厨房。

让“干饭”成为一件有灵魂的事情

事实上，预制菜并不是什么新鲜事物，在此之前，它还被称作半成品菜，为消费者免除了洗、切、配料等初加工环节。去年疫情催生的宅家经济，让忙碌的年轻人有空走进厨房，一下子给预制菜打开了新世界的大门。迭代升级后的预制菜，除了便捷，主打美味和健康，对标长辈“少吃外卖多做菜，新鲜食材最健康”当的人生信条，也给了年轻人对外卖说再见的勇气。

盒马深度用户某小姐，就将下厨当成生活中需要的仪式感，“时间充裕的话，先在APP上看视频选菜谱，然后点击链接下单买菜，跟着食谱下厨。如果赶时间就吃预制菜，冰箱里经常备着糖醋里脊、酸菜鱼、鱼香肉丝这些孩子爱吃的，15分钟搞掂，每周至少能减少两次外卖的次数。”偏爱预制菜，懒是一部分原因，在厨房汗流浹背颠勺炒菜，如果再加上前面备菜、洗菜、切菜一整套流程，既花费了大量时间又搞得人很疲惫，也会影响后面与家人一同享受美味的幸福感，“干饭”应该成为一件有灵魂的事情。

预制菜方兴未艾 什么是预制菜？

目前，预制菜并没有标准的分类与定义，像罐头、饺子、半成品菜都属于预制菜的范畴。有人认为，预制菜指的是以农、畜、禽、水产品为原料，配以各类辅料，用现代化标准集中生产，经过分切、搅拌、腌制、成型、调味等环节预加工完成，再采用急速冷冻技术或其他保鲜技术保存的成品或半成品。按照食用方式来划分，预制菜可以分为即食食品、即热食品、即烹食品、即配食品。

我国预制菜起步相对较晚，初期受制于行业消费者认知不足、餐饮专业化分工程度低、冷链运输建设不完善等因素，发展缓慢。直到2014年外卖行业升温，外卖行业对效率的追求倒逼上游餐饮缩短制作时间，预制菜行业进入高速增长阶段。

近年来，一二线城市居民高速运转的生活节奏、“宅经济”以及冷链物流等领域技术的不断革新进步，使得预制菜迎来发展良机。分析人士认为，预制菜是当前食品加工及餐饮领域增长迅速的一颗新星，餐饮行业连锁化率、标准化率逐步提升的趋势将继续为预制菜市场提供广阔发展空间。

2020年疫情发生后的全民宅家模式，则进一步打开了创业者和资本对预制菜赛道的想象空间。星陀资本创始合伙人刘泽辉认为，疫情改变了许多人的生活习惯，回家吃饭已成为当下消费者的常规选项，尤其对有小孩的家庭而言，为了吃得营养健康，在家做饭成为刚需，但让上班族每天采买食材及做饭并不现实。因此，预制菜就成为解决简化上班族日常做饭流程的办法之一。

3000亿元市场拉动2万亿加工新业态

仿佛一夜之间，预制菜深度渗入消费C端。

全国范围内，2020年天猫数据显示，预制半成品菜销售同比增长达到了111%。

经调查以广州盒马为例，2020年春节期间，广州盒马销售的半成品菜比2019年春节期间翻了两番，广式点心增长翻了一倍之多。盐焗鸡、酱猪蹄等成为最受消费者欢迎的年菜，这些经典美味也被作为2021年盒马核心年菜被保留下来。

资本趁着风口入局，2021年4月，专注预制菜研发、生产和销售的味知香成功上市成为“预制菜第一股”，受到了资本市场的热捧，股票也一路高走，最高点达到139.8元/股，是发行价的4.9倍，动态市盈率超过120倍；海底捞推出的“开饭了”系列产品在各大官方渠道上线；每日优鲜推出“名菜名店”频道，西贝、眉州东坡等名店招牌菜强势入驻；叮咚买菜也把预制菜作为重点发力方向之一，“快手菜”分类中，小龙虾商品“拳击虾”罕上线一个半月时间，实现销售额破亿元。

根据中商产业研究院近日推出的《2021中国预制菜行业市场前景及投资研究报告》，我国目前的预制菜市场存量约为3000亿元。如果按照每年20%的复合增长速度估算，未来六七年我国预制菜市场可以成长为万亿元规模的市场。长期来看，我国预制菜行业规模有望实现3万亿元以上规模。

来自农业农村部的数据也显示，2020年全国预制菜肴、中央厨房等加工新业态收入已超过2万亿元。

资本入局 预制菜入场门槛有多高

尽管预制菜市场需求高度确定，但入场门槛也越来越高。其原因在于，预制菜对企业供应链跨地域运转的能力要求颇高，既需要企业保障食材的新鲜度，还要求企业能够提供差异化的产品供给，以满足消费者对多场景、多口味的用餐需求。

面向C端消费者，预制菜最大的挑战则是新鲜菜式。盒马工坊持续以每个星期为时间单位开发和更新半成品菜，“如果把盒马工坊当成家里的厨房，消费者也不想每天都吃一样的菜式。盒马工坊把复杂留给自己，把简单留给顾客，这是研发半成品菜的初衷。以肉酿苦瓜为例，这是一款广东人喜欢的菜式，但自己做工序相对复杂，特别是对工作忙碌的年轻人来说，洗菜、剁肉、拌调料、酿制再煎煮，估计晚饭要变成消夜了。”

但因为预制菜里通常同时有肉和菜，两者一起储存，对食品安全、包装保鲜要求更严格。去年以来，盒马工坊针对不同的菜品进行过很多次的包装调整，克服微生物超标的风险、并尽量保存食材的风味。例如，针对不同菜式要设计不同的“分隔盒”斜进行物理区隔，对菜品的物理形状和腌制方式进行调整。这种肉怎么切比较方便储存和保鲜，这款菜式里不能有生肉、熟化的肉能不能实现，等等。

预制菜给中央厨房带来成长

经济大省广东很快也发现了预制菜的市场前景。经济大省广东，也是一个水产大省。2020年广东渔业经济总产值达3840.71亿元，位居全国第二。从去年开始，广东农业农村部门就将农产品食品化工程列入广东农产品市场体系建设中，以水产企业为突破口，鼓励农业企业变水产品加工为海洋食品制造，同步打造为餐饮企业服务的水产类预制菜中央厨房。

中央厨房模式需要大量、稳定、标准统一的农产品，以满足食品生产所需，这让食品生产与农业生产的关系更加紧密。在中央厨房农产品原料供给端，广东凭借得天独厚的地理优势，拥有众多优质农产品可满足中央厨房需求。同时，工业化也是广东的强项。因而，无论在上游农产品原料供给，还是下游食品工厂化生产，广东都具备中央厨房模式发展的先天优势。

来源：羊城晚报

SIAL国际食品展(上海)

SIAL
世界三大食品展之一



上海

2022年5月18-20日

NEW INTERNATIONAL EXPO CENTRE

上海新国际博览中心

WWW.SIALCHINA.CN

参展详询

010-8579 4294

主办方

法国高美艾博展览集团

北京爱博西雅展览有限公司



扫码关注公众号



COMEXPOSIUM

从我国冷链物流四大“短板”窥探商机

(一)从地域分布看，冷链设施和企业“东多西少”

分布不均

与发达国家相比，我国的冷链硬件设施依然缺乏，设备分布不均，冷链基础设施主要集中在沿海地带和一线发达城市；然而，承担了全国大部分生鲜农产品批发交易的中西部地区却冷链资源匮乏，发展相对滞后。一是城市人均冷库容量偏小，低于发达国家水平。国际冷藏仓库协会(IARW)数据显示，2018年美国人均库容面积达到0.49立方米/人，日本为0.32立方米/人，中国仅有0.13立方米/人，人均冷库容量只占美国的1/4，反映出国内冷库建设规模仍有较大的成长空间，人均冷链资源水平还有待改善(图3)。二是冷库容量地域分布不均。2019年我国华东地区的冷库容量最大，占比全国冷库总量的41%；其次是华北地区，占比达15%；西北和东北地区作为农产品的主产地其冷库容量总和仅占全国的13%(图4)。三是冷库企业分布不均。2019年我国冷库企业数量约为1832家。华东地区的企业数量最多，达到686家，占比达37%；其次是华南地区，企业数量达296家，占比16%。

(二)从产业链布局看，配套设施少、信息化水平低或引发断链”风险

我国冷链物流前段后端设施相对而言不够完善，使得大多数生鲜商品在运输过程中得不到规范的保温、保湿、冷藏，加大了流通损耗，也加大了从农户到消费者的价格、品质不稳定因素。一是冷藏车等配套设施保有量少。冷藏车是冷链物流最主要的运输工具，中物联冷链委数据显示，2019年我国冷藏车保有量约21.47万辆，较2018年增加3.47万辆，仅达到美国、日本等先进国家2013年的水平，不仅绝对额不足，技术水平亦偏低。二是冷藏运输率低。目前，我国初级农产品冷链运输率相对发达国家而言一直偏低，发达国家已经达到80%-90%之间的水平，而我国果蔬、肉类、水产品冷藏运输率分别仅有15%、57%、69%(图6)。三是“断链”时有发生。在我国，冷链断链所导致的农产品腐损率是发达国家的1~2倍(图7)。据估算，我国每年因冷链“断链”造成约1200万吨水果、1.3亿吨蔬菜的浪费，经济损失超千亿元，加大了粮食安全的风险。四是信息化支撑力度偏弱。目前，冷链物流信息化程度较低，从产地到消费者无法及时获取到匹配的链条信息，导致供需不对等。《证券时报》称，据不完全统计，截止2020年底，仅有北京、天津、上海、浙江、福建、广东等逾十个省市可以实施冷链食品追溯，因此看来

信息化支撑冷链物流发展未来还有很大的提升空间。

(三)从冷链企业竞争力看，市场集中度不高，存在“小而散、缺专入、缺资金”等问题

相较于美国、日本等发达国家而言，中国冷链物流产业起步晚，冷链企业普遍“小而散、缺专入、缺资金”，冷链行业市场集中度不高。一是我国冷链市场集中度仅为美国的1/4。“中国冷链物流百强企业”数据显示，2019年冷链物流百强企业的冷链业务营收合计达549.76亿元，同比增长38.05%，占总行业市场规模约16.21%，同比2018年增加了2.42%，而美国前五强企业占63%的市场份额，可见我国冷链市场集中度依然不高。二是冷链企业中大型企业较少，多为中小型企业，市场竞争力较弱。企业工商注册数据显示，我国现存续的冷链企业中中小型企业数量占比高达99.28%(图8)，冷链物流行业仍面临散、小、杂的特点。三是冷链专业人才供需缺口巨大，创新研发乏力。目前全国开设“冷链物流技术与管理专业”的院校仅有10所，大数据分析显示，2019—2020年，以上10所高校冷链毕业生人数与前十强冷链物流企业冷链岗位招聘量的供需比为1:4，另据中物联冷链委调查显示，68.97%的企业反映难以招聘到合适的冷链物流人才，具备全链设计能力的专业人才更是严重匮乏，冷链相关领域的创新活力呈现回落趋势。

(四)从行业监管看，“标准不统一、各自为政、监管真空”并存

尽管规范冷链物流发展已引起有关部门的高度重视，但部门之间缺乏顶层设计，未能形成“全链条”监管体系。一是未能形成统一标准。以活水产品冷链运输为例，多个部门出台了管理标准，包括《活水产品运输技术规范》《活鱼运输技术规范》等五项，导致相关企业在操作中需参考多项标准来应付不同部门的执法检查活动，常感疲于应付、顾此失彼。二是监管未能覆盖冷链全流程。不同监管部门“各管一段”，就为个别企业偷工减料提供可乘之机，冷链“不冷”、冷链不“链”等乱象频发。如2016年“山东非法疫苗案”涉及的疫苗产品未按照标准进行冷藏和冷链运输，导致疫苗减弱或失效，损害人体健康。三是监管真空现象时有发生。在医药冷链流通领域，业内人士感叹卫生部门“不怎么管”，而药监部门“又管不好”，这些均加大了断链风险，大大增加了药品、疫苗在运输过程中变质、失效的几率。

第三十三届国际制冷、空调、供暖、通风及食品冷冻加工展览会

THE 33RD INTERNATIONAL EXHIBITION FOR REFRIGERATION, AIR-CONDITIONING, HEATING AND VENTILATION, FROZEN FOOD PROCESSING, PACKAGING AND STORAGE

专注创新品质 致力低碳健康

2022年4月11日至13日
APR 11-13, 2022

重庆国际博览中心
CHONGQING INTERNATIONAL EXPO CENTER

主办:  中国国际贸易促进委员会北京市分会

 中国制冷学会

 中国制冷空调工业协会

承办:  北京国际展览中心有限公司

协办:  重庆市制冷学会

电话: 010-64934668-611/610

传真: 010-64938558

网址: www.cr-expo.com

邮箱: xuelongyun@biec.com.cn
kanglu@biec.com.cn



官方网站



官方微信

咨询热线: 400-666-3703

鸡蛋深加工：需求增长 前景广阔

一 深加工产品产量增加

2011年以来，中国蛋粉和液蛋产品产量比以前增加较多，其中液蛋增加更明显。调研表明，在蛋液产品中，45%为蛋白液，30%为全蛋液，25%为蛋黄液；而在蛋粉产品中，50%为蛋白粉，37%为蛋黄粉，只有13%为全蛋粉。但他亦强调，中国是世界最大的壳蛋生产国，约占世界四成的产量。但中国的鸡蛋制品比例只有1%，而美国、日本的鸡蛋制品比例均超过40%。

中国壳蛋占据了80%以上的产量，蛋制品厂家约150家左右，且大多数是制作皮蛋、卤蛋产品。



在鸡蛋制品中卤蛋和皮蛋占86%，冻蛋、蛋液、蛋粉深加工产品仅占1%。蛋品深加工处于非常初级的阶段，现有蛋品深加工工厂主要分布在东部和沿海地区。

二 深加工产品的优势和应用

1、鸡蛋深加工后的优势

- (1) 不论鸡蛋品质如何，经过高温杀菌后，可以满足食品安全标准；
- (2) 延长鸡蛋的使用期限。蛋液保质期最长可达12周，蛋粉保质期达到18个月；
- (3) 提高产品附加值；
- (4) 减少蛋价波动对企业的影响；
- (5) 增加出口，扩大市场份额。

2、深加工产品的应用

液蛋、蛋粉深加工产品广泛应用在沙拉酱、烘焙食品、面条、冰淇淋、鱼糜、饼干、肉肠、甜点等食品中，并

正在向速食蒸蛋、鸡蛋豆浆、鸡蛋布丁、鸡蛋饮品、溶菌酶、干蛋膜等新型蛋制品中渗透。



三 蛋品深加工存在的问题

中国蛋品深加工市场的现状问题：

- (1) 蛋品深加工技术水平不高，少数公司愿意为了高品质产品而采购高端进口设备。
- (2) 产品多样性低。欧美、日本的蛋品深加工产品丰富多样，消费者普遍接受加工产品，并有许多的食用方法，这些都值得中国学习借鉴。近几年中国蛋品消费量增长不大还有一个原因是蛋品的替代产品多了。
- (3) 缺少技术和市场的相关经验，部分从业者有观望心态。

四 蛋品深加工市场前景广阔



尽管目前中国蛋品深加工的水平仍然很低，但卢宜柯坚定地看好中国蛋品深加工市场的未来。首先，未来食品安全的标准会逐步完善并得到落实。果政府对食品行业监管标准达到欧美市场的要求。中国至少

需要100家大型蛋品深加工工厂，来满足市场需求。其次，消费者将需要更多的鸡蛋产品。蛋液和蛋粉的市场需求在逐步增长，对于新的鸡蛋产品的研发会逐步加强。再次，蛋品深加工领域的投资越来越多。大型鸡蛋产业链的公司正在不断出现，未来深加工制品将呈现良好发展态势。^[5]

(中国禽业导刊)





生鲜物流风向盛会 引领行业数智变革



1,000
预计展商 (家)



45,000
预计观众 (名)



80,000
展示面积 (平方米)



6
展联动



∞
商机

第8届 亚洲生鲜供应链博览会

2022年6月15-17日 · 上海新国际博览中心

www.fl-a.cn



8大展示板块

覆盖生鲜供应链全产业

- » 生鲜物流运输服务及装备
- » 生鲜末端配送服务及装备
- » 生鲜物流信息化技术及装备
- » 冷库建设及仓储服务及装备
- » 生鲜食品加工与包装技术及装备
- » 生鲜智能零售技术及装备
- » 生鲜物流防疫技术及装备
- » 综合制冷技术及装备



扫码加入生鲜供应链朋友圈

咨询热线 · 上海 021-2020 5658 · 北京 010-8591 1001*1808 · 深圳 0755-2337 3556

会展预告 2022

CALENDAR OF EVENTS



三月

2022 中国国际食品添加剂和配料展览会

主办: 中国食品添加剂和配料协会
时间: 2022年3月15-17日
地点: 国家会展中心 上海青浦区崧泽大道333号
电话: 010-59795833
传真: 010-59071335
E-mail: ficchina@126.com
www.cfaa.cn

第106届全国糖酒商品交易会

单位: 中国糖业酒类集团公司
时间: 2022年3月24-26日
地点: 成都世纪城新国际会展中心
电话: 010-68360546 4000587799
www.qgtjh.org.cn

第三十一届上海国际酒店及餐饮业博览会

主办: 中国旅游饭店业协会
时间: 2022年3月28-31日
地点: 上海浦东虹桥国家会展中心
电话: 021-33392411 33392244
www.hotelex.cn

四月

2022 中国制冷展

主办: 国际贸易促进委员会北京市分会
时间: 2022年4月11-13日
地点: 重庆国际博览中心
电话: 010-64934668
传真: 010-64938558
www.cr-expo.com

世界食品(深圳)博览会

主办: 科隆展览公司
时间: 2022年4月20-22日
地点: 深圳国际会展中心(新馆)
电话: 021-63906161
www.anufoodchina.cn

2022 第二十四届中国国际焙烤展览会

主办: 中国焙烤食品糖制品工业协会
时间: 2022年4月26-29日
地点: 上海新国际博览中心(龙阳路)
电话: 010-63430880 63430990
E-mail: info@bakerychina.com
www.bakerychina.co

五月

Sial China 2022 (SIAL 国际食品展)

主办: 法国高美爱博展览集团
时间: 2022年5月18-20日
地点: 上海国际展览中心(龙阳路)
电话: 010-65886794
E-mail: exhibit@sialchina.cn
www.sialchina.cn

2022 中国(广州)酒店餐饮业博览会

主办: 广东省餐饮服务行业协会
时间: 2022年5月21-23日
地点: 广交会展馆B区
电话: 020-89637162
传真: 020-82006397
www.chcex.com

第八届北京国际优质农产品展示交易会

主办: 中国农业国际合作促进会
时间: 2022年5月21-23日
地点: 北京国际展览中心(老馆)
电话: 010-62930809
传真: 010-62957691
www.ciqaf.com/

六月

2022 亚洲生鲜供应链博览会

主办: 慕尼黑展览(上海)有限公司
时间: 2022年6月15-17日
地点: 上海新国际博览中心(龙阳路)
电话: 021-20205658
传真: 021-20205584
www.fl-a.cn

第二十四届健康天然原料、食品配料中国展

主办: 上海博华国际展览有限公司
时间: 2022年6月22-24日
地点: 上海国家会展中心
电话: 021-3339 2283
E-mail: Jessie.wu@ubmsinoexpo.com
www.fia-china.com

第二十二届上海国际食品加工与包装机械展

主办: 中国包装和食品机械有限公司
时间: 2022年6月22-24日
地点: 上海国家会展中心
电话: 010-64866828
E-mail: cpfmc805@163.com
http://packtech-foodtech.com.cn

Hi & Fi Asia-China 2022

第二十四届健康天然原料、 食品配料中国展

2022年6月22-24日 | 国家会展中心(上海)

展品范围

- 健康原料 • 天然原料 • 功能性原配料 • 食品添加剂 • 食品配料
- 绿色健康食品 • 有机食品 • 植物基原料 • 植物基食品

NH馆 同期举办

NEW

国际植物基产业博览会
2022上海国际天然与健康产品博览会



www.fia-china.com

联系方式

上海博华国际展览有限公司

马莹洁 | 13917425260 | JR.Ma@imsinoexpo.com



C A F E E X



上海咖啡展

上海新国际博览中心 - 龙阳路 2345 号

2022.3.6~8

深圳咖啡展

深圳会展中心 - 福华三路

2022.8.12~14



椰咖专用 植物椰乳



扫码关注



扫码购票

主办：菲诺展览

PROPAK
CHINA

FOODPACK
CHINA

上海国际食品加工与包装机械展览会联展

2022.6.22-24

国家会展中心(上海)
NECC, Shanghai

www.propakchina.com www.packtech-foodtech.com.cn



国内卓越加工包装行业盛会



- 食品加工机械
- 食品通用机械
- 包装机械
- 机器人与自动化
- 包装材料与制品
- 标签及软包装
- 物流包装

展品范围

关注微信公众号 了解展会新动态



ProPak China



FoodPack China

2022全新期待 多展联合 贯通产业链上下游

展示面积
170,000m²

专业买家
100,000+

参展企业
2,000+

同期举办



展位预定

梁恩姿 小姐 Vicky Leung
上海博华国际展览有限公司
T: +86 131 4389 6198
E: vicky.leung@imsinoexpo.com

林克飞 小姐 Jessica Lin
上海博华国际展览有限公司
T: +86 21 3339 2288
E: jessica.lin@imsinoexpo.com

李少华 女士
中国包装和食品机械有限公司
T: 136 9319 5406
E: cpfmc805@163.com

崔林 先生
中国食品和包装机械工业协会
T: 135 8165 4130
E: cpfmc805@163.com

主办单位: 上海博华国际展览有限公司、中国包装和食品机械有限公司、中国食品和包装机械工业协会

TOURISM PLUS
SHANGHAI
上海旅游产业博览会

HOTELEX
Shanghai
上海酒店及餐饮业博览会

第三十一届 上海国际酒店及餐饮业博览会

主办单位：中国旅游饭店业协会、上海博华国际展览有限公司

· 食饮无界 | 播种未来 ·

2022.3.28-3.31

浦西·虹桥 @ 国家会展中心

同期举办：2022 SFE上海国际连锁加盟展览会
2022 HOTELEX上海国际咖啡美食文化节

上海博华国际展览有限公司 **sinoexpo** | **informamarkets**

电话:021-3339 2244/2203 邮件:hotelex@imsinoexpo.com
www.hotelex.cn | www.sygle.com



扫码领取
获取免费门票



食饮在线
采购通小程序