

预制菜赛道看晋企如何耍“花”招

本报记者 刘宁 蔡明宣 董严军

首次被写入中央一号文件,多地政府、协会、企业积极根据本土特色规划预制菜产业,全国性的产业大会召开……开年以来,上到政府部门产业规划,下至企业或跨界或创业布局,预制菜的热潮可谓再上一个新的高度。

面对这条万亿级的产业赛道,本土食品企业也不落后。前两年只是以复合调味品“擦边”的调味品企业,如今也逐步引入真正的预制菜产线;本土特色餐饮、小吃进一步深化与预制菜加工企业的合作,推出地方特色预制菜产品;而以休闲食品为主导的部分企业,则通过代工等方式“试水”预制菜……看似平静的本土预制菜产业,底下早已“暗流涌动”,大家以各自的方式切入该赛道,逐步加码,加速产业布局,力争分得一杯羹。

01 预制菜产业迎更多本土入局者

上周,在晋江市商务局的带领下,晋江市深沪小吃协会组织20多家会员企业前往福州,深入参观福州奇新食品、宏升兄弟食品、原丰味、海文铭海洋科技公司这4家预制菜生产企业,向同行取经并了解当前预制菜整体的发展现状与趋势。

“此次参展真的收获太大了,同样具有地理优势,靠海吃海,别人的企业可以把传统做成产业,而深沪的海产品还停留在小吃、区域售卖。”晋江市深沪小吃同业公会会长黄清海指了指从福州带过来的样品,给记者介绍起来,这些是即食佛跳墙、鱼丸、鱼肠,还有各种鱼制冻品,现在连江那边的企业已经把新鲜的鱼进行各种处理,推出了各种形式的鱼制品预制菜。

对于本土小吃与预制菜产业的碰撞,多年来积极探索深沪小吃产业化的黄清海表示,目前整个小吃公会的产值已经近2亿元,如果能够借助预制菜的东风,将深沪小吃产业化,整个行业产值初步估算将达到20亿元。

本土预制菜除了新增“组团打怪”的行业公会,更迎来了本土食企的“加码”。

乐隆隆食品总经理蔡庆泰告诉记者,预制菜产业发展的良好势头是可以预见的,无论是TO B还是TO C都有市场空间。现在预制菜产业更考验的是企业的研发能力、技术水平、渠道匹配度等综合素质。他透露,上半年,企业有意入局预制菜产业。他分析,餐饮渠道是企业原有产品的主要渠道之一,与预制菜的渠道高度吻合,进入该赛道并不会过多增加企业成本,反而是企业探索新增量的机会。

无独有偶,在位于晋江内坑镇的泉州市福厂家食品有限责任公司数字车间内,技术工人正忙着调试机台设备,遍布全国的业务员则边拓展业务边收集前端的反馈。“我们看好预制菜这个赛道,但却不敢轻易下水。”让福厂家总经理曾华青苦恼的是,预制菜太火了,各方企业蜂拥而至,而消费者对于预制菜本身的了解并不多。

目前,曾华青正带领团队从前端市场调研、消费者需求反馈、渠道端的布局、供应链的流转效率、技术层面的壁垒及政府相关政策进行全方位的收集与整理。在他看来,进入预制菜赛道就是在打一场硬仗,为此,他准备了两年多。

在万亿级产业赛道风口之前,中小企业的态度明显是坚定又谨慎,而龙头企业早已提前迈开了步子“探路”。

去年9月,盼盼食品在其“盼盼官方小程序”推出三款预制菜新品:分别为川式风味辣子鸡、经典风味鱼香肉丝、南洋风味咖喱鸡肉三种口味。随着预制菜新品的推出,盼盼试图把品牌从“小面包”向“零食”甚至“食品”拓展的意图依稀可见。好彩头食品方面也透露,企业将从已有的方便食品板块中进行拓展,开发更多具有地方特色的预制菜产品。



02 花式入场 摆脱无序竞争

预制菜作为食品行业的一个全新风口,其机会早已不言而喻。然而,预制菜产业的鱼龙混杂仍然阻碍其健康发展。随着各方面资源的涌入,低价竞争和产品质量让市场更加混乱。在加速消费者教育的同时,也有部分消费者对品类产品有了情绪反扑。对于本土企业而言,这是一条需要“摸着石头过河”的路,如何走进、走稳、走深成为大家在加码该赛道时无法回避的话题。

作为新入局者之一,黄清海时刻关注着预制菜行业的相关政策与市场动态。他坦言,一个产业的风口,市场需求是一个主因,而来自政府层面的助力亦十分重要。

去年底,福建省推出预制菜产业发展政策,发挥产业基础优势,建设预制菜创新平台、预制菜产业园,壮大预制菜产业集群,发挥产业链企业作用,培育示范企业等一系列措施,支持当地预制菜产业发展。

随后,泉州也推出《泉州关于加快推进预制菜企业发展的若干措施》,全面助力预制菜产业的发展。

“预制菜行业现在真的有点乱,注重概念包装与风口,却忽略了口感方面的提升。”斥资千万入局的曾华青,有激情也有顾虑。在他看来,保鲜和保味是预制菜行业发展的主要门槛。在保味、保鲜的情况下,减少对添加剂的依赖,对产品创新与生产技术提出了很高的要求,也倒逼着预制菜厂家不得不裹挟着先搞定产品。

除了市场对真正好产品的渴望,还有销售问题。曾华青认为,当前预制菜市场,小众菜品难卖,大众菜品难赚。大家都试图分得预制菜产业的“一杯羹”,但当所有产品都被“包装”成预制菜概念时,销售端并没有因为这个新的概念而降低成本,反而迎来了更为激烈的竞争。

对此,有部分本土新入局者告诉记者,企业规划预制菜产业发展,多数是在已有基础上的一次“试水”。如调味品企业,其渠道和销售团队都是现成的,这类企业往往会以代工产品的方式进入该市场,待形成一定规模后才会引入生产线进行投产。

此外,记者走访发现,有部分食品企业已经布局预制菜产业的上游供应链。他们企图挣脱该品类的竞争,利用已有产业优势“入局”该产业链。例如,有海洋休闲食品加工企业投资了鱼类养殖,除了降低企业产品的供应成本,还与预制菜加工企业进行合作洽谈。

“晋江食品产业丰富,各种配套的供应链和生产企业众多,且不少企业原本就是在做熟食产品,这些基础都让晋江在预制菜领域拥有得天独厚的优势。”黄清海建议,晋江食品企业不要扎堆内部斗,反而应该走出来,借助行业平台,抱团发展,打造区域的产品优势。

03 小步快跑 打通上下游链条

“慢即是快”是“年轻”的本土预制菜品牌“三里街”的理念,该企业与本土知名餐饮企业合作开发了多款具有闽南特色风味的预制菜品。

三里街预制菜创始人陈招升告诉记者,预制菜虽然火爆,但毕竟是一个新领域,对企业选品、供应链、服务等各方面都提出了较大的考验,不能贸然砸钱进去做,而是要“小步快跑”,找到适合品牌调性的产品和供应链,在实践中不断修整,跑通整个盈利模式。

而在三年前便涉足预制菜酱料包的晋江鲜之惠食品有限公司总经理李永钟则表示,目前企业场地与机台设备都已经准备就绪了。下一步,他们将整合晋江周边的其他供应链资源,逐渐深入预制菜成品菜领域,把更多心思花在市场调研、产品研发、供应链整合与渠道搭建上。

同样,盼盼食品也加深了对预制菜的探索。据品牌内部透露,今年盼盼食品将重点聚焦预制菜板块,借助技术创新、数字化工厂等集团资源,来打造属于盼盼预制菜的行业门槛。

实际上,比起以往热门赛道流行的“以快打快”,快速扩张市场,部分本土企业选择在选品、供应商选择等方面加大投入,跑通整个供应链。在这部分企业看来,与其没有目标、不断开发新客户,他们更注重找到、圈住自己的目标消费群体,提高复购率,深耕行业。

此外,资本手段也是预制菜产业发展无法避开的话题。

据红餐产业研究院的不完全统计,2022年全年预制菜领域共发生了31起融资项目,融资金额大多集中在千万级别,共13起,占比约42%;百万级和亿级融资项目各5起,共占比32%。

对本土预制菜产业发展而言,资本助力亦是必不可少的。“别小看我们深沪的这些小吃,如果可以通过预制菜的方式销售到全国甚至全球,那体量可是很大的。”黄清海透露,鉴于深沪拳头母等各种小吃的知名度,目前已经有资本方前来洽谈合作,打算把深沪小吃系列进行市场化包装,进行全国渠道的推广与布局。当前,“拳头母”这个单品已经在试运营了。他认为,深沪小吃要借助预制菜实现产业化,不仅要解决产品问题,还要在渠道与融资市场上做更多创新。

我在晋江我能创 我是鞋服供应王

2023年中国品牌之都鞋服产业王牌供应商推介 系列报道 ①②

茂泰鞋材:再扩新产品线 发力GPU市场

本报记者 柯雅雅 董严军

企业简介

茂泰(福建)新材料科技有限公司(以下简称“茂泰”)经过36年的发展,成为行业内最专业的鞋底制造商。公司长期以来致力于高新技术产品、科技型产品的研发和生产,在国际制鞋行业中享有很高声誉,公司连续多年销售额突破4亿元。目前主要生产RB鞋底、EVA鞋底、MD鞋底、TPR鞋底、ETPU鞋底、TPU鞋底、GRS环保鞋底、飞织鞋面、花园鞋、凉鞋鞋,年生产量约6000万双,生产规模及品质均处于同行业领先地位。

自主研发GPU替代了橡胶材质,厚度从3.5mm下降为1.5mm,一双鞋下降了40g, DIN耐磨达到了40立方毫米以下……茂泰研发的新产品量产便获得了多家品牌企业的订单。

“去年我们又进行了技术升级,用覆布工艺替代喷漆转印工艺,丰富了产品色彩。”茂泰技术经理卢鑫告诉记者,虽然是一个看似简单的小改变,但其中涉及的技术与工艺并不少,需要解决色迁移、色彩纹路清晰度、黏着力等问题。

GPU的成功量产为茂泰打开内销市场增加了不少筹码。在业内,大家都知道茂泰一直以外贸作为业务重心,“从2019年年底开始,我们借由TPU注塑鞋底转向内销市场,打开茂泰另外一条发展路线。与此同时,我们也在不断发掘国内市场需求,研究更多高附加值产品。”卢鑫表示。

近年来,除了GPU,一系列功能型、环保型鞋底新材料、新工艺的开发与研究仍是茂泰的重心,产品包括防水透气



产品推介 GPU

GPU是热固性浇注型聚氨酯弹性体,轻薄、耐磨,减少材料消耗,降低能耗,可实现100%生物降解,减少环境污染。其覆布工艺替代喷漆转印工艺,减少化学品使用,加工温度低,减少加工过程的VOC排放,可以实现模压成型工艺,减少胶水使用。产品透明度高,具有无限的设计空间。

鞋底、减震透气鞋底、防静电鞋底、耐油防滑鞋底、高性能跑鞋鞋底等一系列高性能鞋底产品,以及节能环保的模内一体成型工艺。

36年的耕耘不仅让茂泰的生产规模及品质均处于同行业领先地位,还让茂泰更加重视科技创新能力的培养。至今,茂泰共申请国家专利454件,授权并保持有效的国内发明专利130件,实用新型专利35件,外观设计专利15件,专利成果转化能力超过90%。与此同时,茂泰还参与起草、修订23项国家标准和行业标准,参与和主持国家省市级科技项目11项。

“核心技术掌握在手中才会创造更多可能。”卢鑫指出,茂泰更加注重基础性研究的深入和突破,“基础研究起到了最初的源头活水的作用,基础研究的能力也决定了我们茂泰创新能力的底蕴和后劲。”为此,近年来,茂泰和众多高校、科技机构加强了产学研合作,“希望借由双方资源,给企业发展带来新的突破口。”

富乐鞋材:捕捉市场需求 打造新品太空棉

本报记者 柯雅雅 陈巧玲

企业简介

晋江富乐鞋材有限公司(以下简称“富乐”)是一家合资企业,拥有完整的再生回收技术及开发能力,生产高品质且具有防臭、高回弹、高透气、吸汗等特性的再生材料,已成为众多知名品牌的供应商之一,并与其他厂商建立长期的合作关系。其中,海波利、记忆棉、大力棉、PU棉等产品,是富乐的拳头产品。

昨日,记者来到富乐去年刚刚投入使用的新厂房,宽敞明亮、整洁无尘的生产车间,自动化生产设备高速运转,工人们有序地忙碌,加紧生产即将交付的产品。厂房另一边,新增的生产线正在抓紧调试,为了即将上市的新产品做量产前的准备。

富乐总经理曾维民告诉记者,这几年以来,富乐的产品围绕海波利、记忆棉、大力棉及PU棉这四类产品不断创新,做精做专,随着产品科技含量不断提高,高端产品的比重不断提升,产品不仅备受国内中高端客户青睐,在欧美等市场也收获了许多新订单。

“作为上游供应商,只有不断加大创新研发力度,才能持续创造出差异化、高附加值的产品,以满足品牌客户的需求,迎接日益激烈的市场竞争。”富乐即将上市的太空棉正是基于这样的想法研发出的新产品。曾维民介绍,此次研发出的太空棉具有超强拉力、持续减震、透气、不受气温影响等特性,除了适用于鞋垫等,还适用于健身器材行业、康复医疗等新领域,“我们很看好这款产品的市场竞争力,也将在今年的鞋体博会上推出它。”



产品推介 太空棉

发现市场需求,富乐研发出新品太空棉,该产品是利用先进设备和技术,使用特殊工艺聚合而成,具有超强拉力、持续减震、透气、不受气温影响等特性,除了适用于鞋垫等,还适用于健身器材行业、康复医疗等新领域。

对新产品的市场预期如此有底气,来自于富乐对行业的深耕。“我们这么多年就主打几款产品,产能呈现逐年递增的趋势,即使在比较特殊的这两三年也有不错的成绩。”曾维民表示。

早先时候,当本土企业还在使用EVA切片时,富乐就带头开始使用泡棉;随后,又融合MDI材料,研制出PU棉;此外,富乐还与国际知名材料商万华建立战略合作关系,研制出新一代高端鞋材“大力棉”……

值得一提的是,富乐研发生产的大力棉投入市场后,很快就取得了较好的市场反馈,至今仍热度不减。在功能方面,和传统鞋垫材料相比,大力棉的最大特点是高弹性、透气、耐磨、不易变形,因此,大力棉做成的鞋垫比普通鞋垫弹性更强、舒适性更好,还同时具备透气、吸湿、除臭等性能,广泛适用于运动鞋、时装鞋、休闲鞋、童鞋等。

这样受市场欢迎的产品后来也被众多鞋企纷纷跟进生产。对此,曾维民显得十分淡定:“好的产品就是要大家一起生产,让广大消费者受益。只要不断进行研发创新,就能拥有源源不断的动力,始终发现机会,引领市场。”