



蜀海供应链  
SHUHAI SUPPLY CHAIN SOLUTIONS



# 2023中国餐饮供应链白皮书

中国烹饪协会  
蜀海供应链·百川研究院

[www.shuhaisc.com](http://www.shuhaisc.com)

## 餐饮行业快速恢复，产业链上下游日渐完善，餐饮行业发展呈现新趋势

餐饮规模较大幅度的恢复提高，餐饮从业人员以及相关产业迅速发展，开店数、连锁率、客单价等均有大幅提高；产业链上中下游企业关联性强且节点分散，带动产业多；餐饮业态呈现出规模集中化、零售化、线上运营化、运营细分化的特点。

## 餐饮供应链进入扩容增速期，发展进入多元化时期，核心板块加速发力

宏观环境明朗，餐饮供应链经历短暂波折后迅速扩容，相关配套产业整体化规模同步提高；餐饮供应链参与者基于本身优势，推动供应链发展的多元化；核心板块囊括食材、复合调味品、预制菜、设备、冷链、数字化工具以及投融资等板块，各板块加速发展。

## 挑战与机遇并存，数字化趋势明显，共享共生模式诞生，绿色化供应链建设加快

食品安全与溯源体系，需要的多样化与资源的共享协同，整合运营与增值服务等挑战与机遇并存；数智化与绿色化餐饮供应链呼声渐高，数智化供应链推动了共享共生的上下游模式诞生。

## 《2023中国餐饮供应链白皮书》

2023年，中国餐饮进入快速恢复期，带动餐饮供应链发展进入新阶段。伴随餐饮总规模有望突破5万亿大关，连锁率不断提高，餐饮供应链上下游企业以围绕餐饮产业集中化、零售化、线上运营化、细分化的趋势迅速进行适配调整。

中国经济快速发展，餐饮市场不断增量，中国餐饮供应链自2019年进入扩容增速时代。围绕餐饮供应链的各个板块，相关企业以专业之姿，发挥本身优势为中国餐饮业发展助力。

中国餐饮行业业态本身复杂发展多样，经历三年疫情后，以食品安全溯源体系为首，数智化绿色化建设为主要方向的餐饮供应链建设，是中国餐饮上下游企业的共同发展机遇。



1

宏观发展  
环境分析

2

餐饮行业  
发展概览

3

餐饮供应链行  
业发展概览

4

夯实冷链物  
流新基建

5

全程溯源保  
障食品安全

6

餐饮供应链产  
业数智重塑

7

聚合共创多  
元产业生态

8

绿色变革牵引  
可持续发展

9

餐饮供应链  
案例分享



宏观发展环境积极复苏

复苏向暖  
奋楫争先

政策牵引  
规范化、标准化、现代化

经济产业  
大粮食战略稳中有进

社会消费  
健康生鲜多元化

技术赋能  
产业数智化规模应用

餐饮行业发展整体回暖

长风破浪 韧则行远

产业形态连锁化  
餐饮零售创新化  
线上运营精细化  
商业模式细分化

餐饮供应链重点板块全面提速

千帆竞发 勇进者胜

速冻食品 设备用品  
速冻烘焙 冷链物流  
复合调味 数字化工具  
食材 投融资  
预制菜

餐饮供应链行业领先实践

餐饮供应链发展核心趋势

育新机 开新局

冷链物流创新基建强基固本  
食品安全全程溯源任重道远  
数智赋能产业重塑提档升级  
聚合共创产业生态攥指成拳  
可持续绿色化发展势在必行

他山之石  
可以攻玉

盒马

家家悦

奈雪的茶

万纬

蜀海供应链



# 01

## 宏观发展环境分析

- 政策环境
- 经济环境
- 社会环境
- 技术环境



# 餐饮供应链宏观发展环境分析

## 政策环境

### 加强食品安全机制建设，餐饮供应链现代化趋势明显

时间	政策名称	政策解读
2023年8月	《集中用餐单位 <b>食品安全问题</b> 专项治理行动工作方案》	进一步规范学校（含托幼机构，下同）、医院、养老院、机关等集中用餐单位食堂经营管理，防范化解风险隐患，全面提升集中用餐单位食品安全水平
2022年1月	《‘十四五’ <b>现代流通体系</b> 建设规划》	提高供应链精细化管理水平，深耕本地市场，拓展辐射范围，提高供应链资源整合能力
2021年6月	《 <b>餐饮业供应链管理指南</b> 》	为餐饮行业实施供应链管理提供指导和建议，引导企业树立供应链的协同管理理念，指导餐饮业供应链的集约化、高效化和节约化运行
2019年5月	《关于推动农商互联 <b>完善农产品供应链</b> 的通知》	加强产后商品化处理设施建设，发展农产品冷链物流，各地中央财政资金支持农产品产后商品化处理设施和冷链物流的比例不得低于70%
2017年9月	《国务院办公厅关于加快发展 <b>冷链物流</b> 保障食品全促进消费升级的意见》	要求构建符合我国国情的“全链条、网络化、严标准、可追溯、新模式、高效率”的现代化冷链物流体系，满足居民消费升级需要

发展现代供应链结合政府加强食品安全机制建设，餐饮供应链行业发展规范化、标准化、现代化趋势明显。



# 餐饮供应链宏观发展环境分析

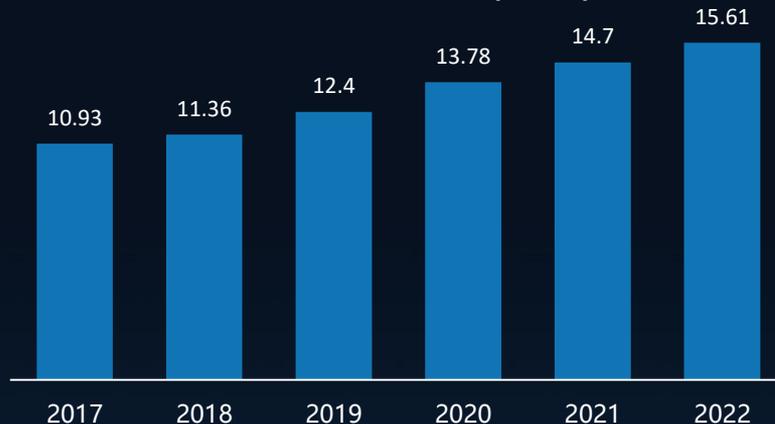
## 经济环境

### 产业结构调整，农业经济稳中有进

中国三大产业增加值 (亿元)



中国农林牧渔业总产值 (万亿元)



三大产业结构不断调整，第一产业比重逐渐缩小，农产品总产值持续增长，农业经济稳中有进。

# 餐饮供应链宏观发展环境分析

## 社会环境

### 生鲜消费需求变化，进入大健康时代

#### 国内历史各阶段食物消费内容变化

#### 历史各阶段恩格尔系数变化



#### 温饱时代

改革开放前夕，生活化水平较低，处于贫困级别，温饱为第一需求，食物消费主要以口粮为主。



#### 经济时代

千禧年间，随着改革开放和农业技术大爆发，基础生产力大帆上涨，达到小康水平食物消费开始有多种选择。



#### 健康时代

信息技术革命浪潮后，国民经济飞越式发展，食品消费丰富程度极高，非口粮的生鲜消费成为最大需求。



人均年生鲜消费量将达到  
**299公斤**

较2010年消费标准提升34%生  
鲜消费总量将达到**4.2亿吨**

人口消费结构化转型成为生鲜需求变革的底层动力，经济高速发展的今天，个体消费者对于食物尤其是生鲜食物的观念产生了巨大的改变，生鲜从最早只属于少数人群的奢侈品逐渐成为今天茶前饭后的消费必需品。



# 餐饮供应链宏观发展环境分析

## 技术环境

### 冷链与数智化技术日趋成熟

中国冷库容量与冷藏车保有量



### 农业科技化与冷链溯源技术体系

现代农业基于智械设备进行规模化生产，底层生产流通数据逐渐完善同时在流通中的监控手段和监控技术越发安全多样，这便给了生鲜供应链流通更多的空间

### 基于IOT的物流服务体系

生鲜对于在加工、存储以及运输环节中涉及的冷链物流技术要求较高信息化网络和物联网为物流服务体系提供了革新化的能力升级



# 02

## 餐饮行业发展概览

### □ 餐饮行业现状

- 市场现状
- 产业链图谱

### □ 餐饮行业发展趋势

- 规模集中化
- 产品零售化
- 运营线上化
- 商业模式细分化

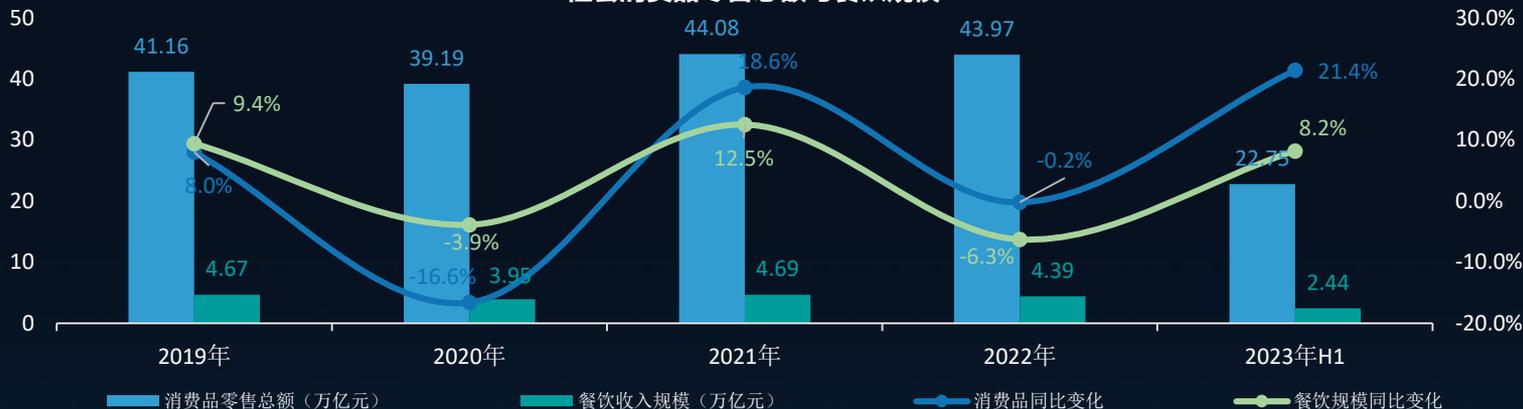


# 中国餐饮行业现状

## 大环境与餐饮规模

### 整体环境回暖，餐饮提速恢复

社会消费品零售总额与餐饮规模



20年伴随整体消费总额降低，餐饮总收入规模跌破4万亿大关，21年短暂恢复至19年同期水平。22年全国餐饮收入下滑6.3%，仅为4.39万亿元。进入23年上半年，整体回暖趋势明显，餐饮同比增长明显加快，有望赶超19年水平。



# 中国餐饮行业现状

## 大环境与餐饮规模

同比增长受困于大环境，民生业态占比稳定



餐饮业收入从19年底虽有较大幅度的波动，同比增长率有较大范围的波动。但整体消费占比波动幅度不大，餐饮业态作为民生基础业态的稳定性较强，保持在10%以上。



# 中国餐饮行业现状

## 企业与品牌发展

### 餐企“活下来”信念增强，品牌经营韧性凸显

餐饮相关企业注册、吊销、注销与品牌走势



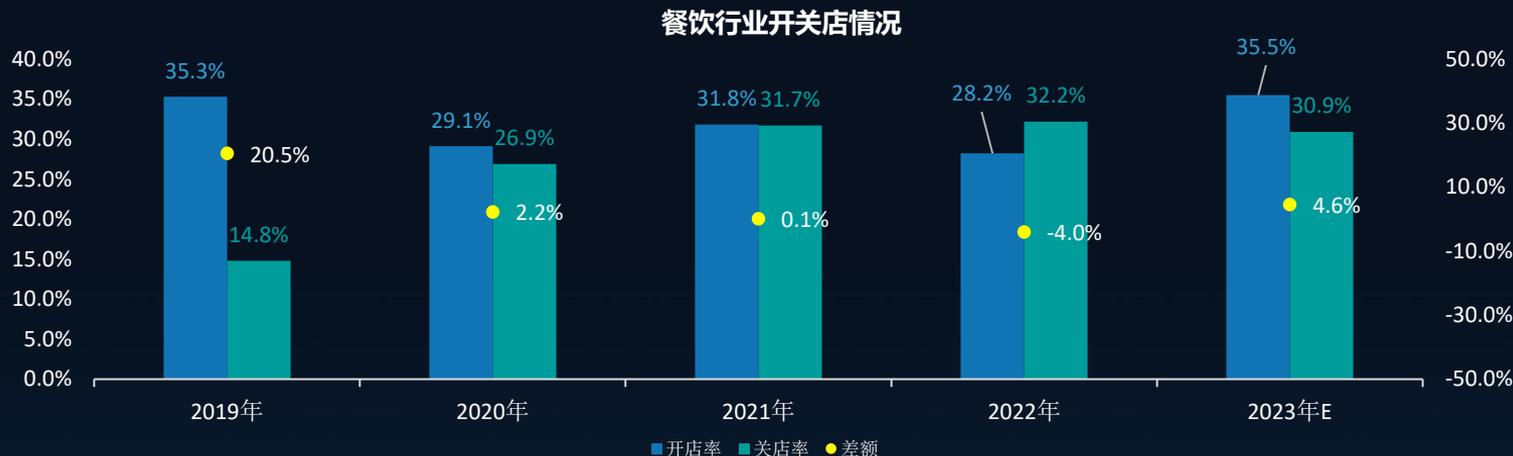
经历了19年到22年较为严重的外部不确定因素影响后，整体23年上半年相对比22年同期减少约9万家，品牌数量在22年开始强势反弹，整体餐饮相关企业经营韧性有所增强。



# 中国餐饮行业现状

## 开关店情况

开店率恢复至同期，关店率居高不下



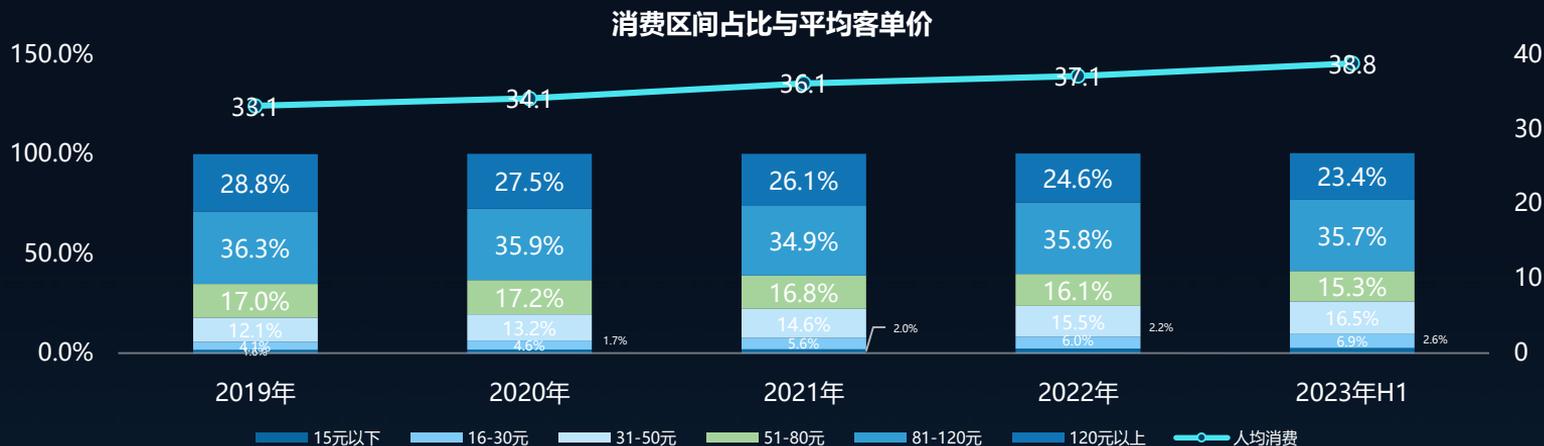
市场复苏迹象明显，预测2023全年餐饮开店率35.5%，关店率30.9%。2023年许多餐饮企业都有加速开店的规划，经常出现一个品类在某个区域中“加密开店”的画面，同类型餐饮“短兵相接”的概率增大



# 中国餐饮行业现状

## 消费区间与客单价

大众消费为主流，人均消费得益于中高价位消费提高



目前整体餐饮门店超50%以上的门店低于50元，近5年均低于40元，大众消费仍占主流。得益于消费者对经济形式的乐观态度，客单价整体走势趋于稳步上升，而人均消费区间在中高层明显占比提高。



# 中国餐饮行业现状

## 连锁率情况

“小而散”的竞争格局，创新品类仍需验证



截止2023上半年中国餐饮连锁品牌数约10万，仅占全国餐饮总体企业/品牌数的2.2%，市场呈现“小而散”的竞争格局，行业集中度低。

上半年，中式汉堡、淄博烧烤、冒烤鸭、现制酸奶等品类凭借社交平台的广泛传播而走红，这些网红现象说明在新的细分赛道里，藏着巨大的机会，而新品类要想摆脱网红光环，还需要时间和市场验证。



# 中国餐饮行业现状

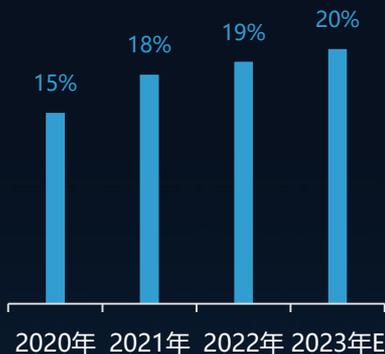
## 连锁率情况

### 数智化与自我创新并进，整体连锁率提升

不同业态连锁率走势



整体连锁率



无论是预制菜的兴起，还是“堂食+外卖+新零售（外带）”新商业模式的探索，亦或是新消费场景的开拓，都显示出餐饮企业正在进入新的高质量发展阶段，中国餐饮行业正在迎来一个变革时代。从各品类连锁化率的变化情况来看，饮品店、小吃快餐、八大菜系、烧烤均有明显提升，本土餐饮品牌在数智化工具加持和自我创新下的持续升级和高质量发展。整体连锁率也有望在23年突破20%。



# 02

## 餐饮行业发展概览

### □ 餐饮行业现状

- 市场现状
- 产业链图谱

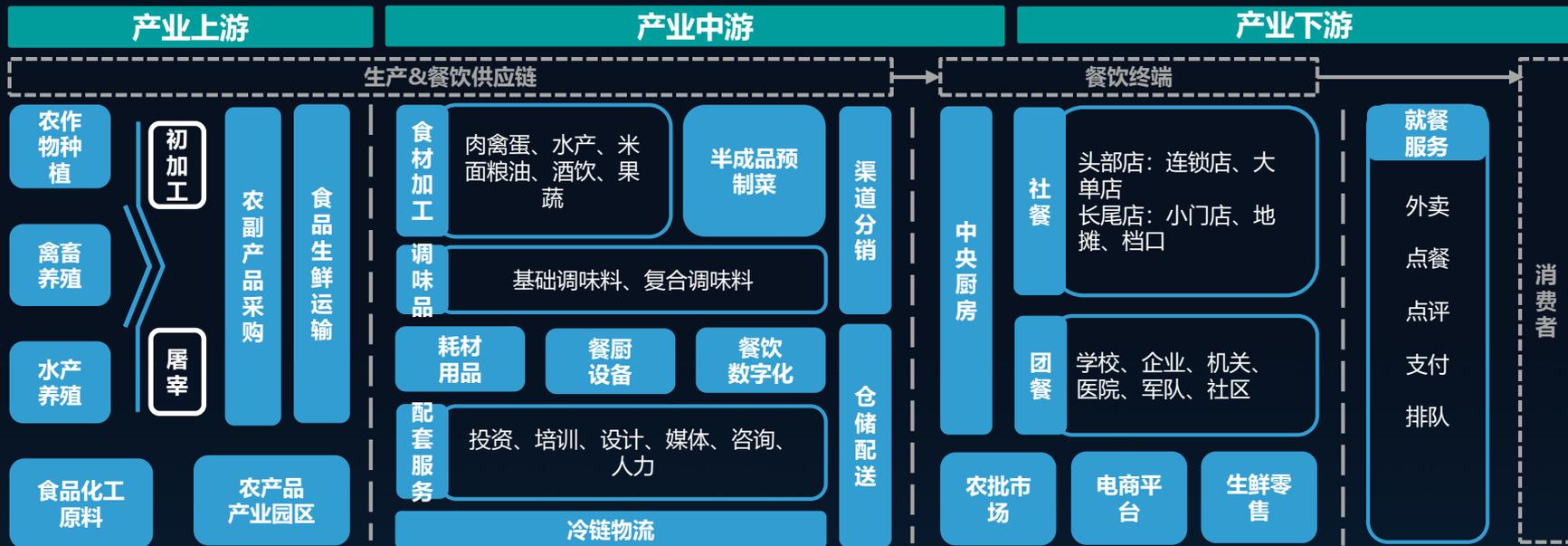
### □ 餐饮行业发展趋势

- 规模集中化
- 产品零售化
- 运营线上化
- 商业模式细分化



# 中国餐饮行业现状

## 餐饮上中下游图谱



以一般经济活动划分，餐饮业包括上游农业种植/养殖，中游供应链流通，下游餐饮终端。行业关联性强，产业链具有显著的纵向延伸和横向拓展能力，融合带动了农业、制造业、服务业的多个产业部门。



# 中国餐饮行业现状

## 餐饮上中下游图谱

### 餐饮产业链条冗长、节点分散

#### 产业上游

- 上游生产端包括农业、食品初加工企业;
- 规模庞大, 产地分散, 标准化程度低, 质量层次不齐;
- 我国集约化程度不及发达国家, 导致中下游标准化压力较大。

#### 产业中游

- 中游供应链主要是利用规模效应的力量降本增效, 赋能产业链;
- 原料到餐饮终端的流通仍以传统批发、分销为主, 近年来我国农产品冷链物流的规模快速增长, 果蔬、肉类、水产冷链流通率已大幅提升。

#### 产业下游

- 餐饮门店连锁化带来的长尾品类连锁化、食材半成品需求增加, 餐饮业态终端菜品呈现的标准化是连锁化提升的关键, 连锁餐饮去厨师化特征明显。预制半成品有助于餐饮菜品的自动化加工、出品口味的标准统一;
- 消费端需求总量大, 偏好变化快, 区域口味差异大;
- 消费者对餐饮安全重视程度逐渐提升, 餐企对食材加工各环节的要求不断提升。



# 02

## 餐饮行业发展概览

### □ 餐饮行业现状

- 市场现状
- 产业链图谱

### □ 餐饮行业发展趋势

- **规模集中化**
- 产品零售化
- 运营线上化
- 商业模式细分化

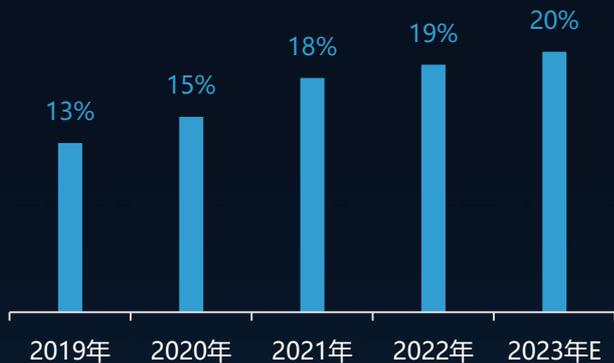


# 中国餐饮行业发展趋势

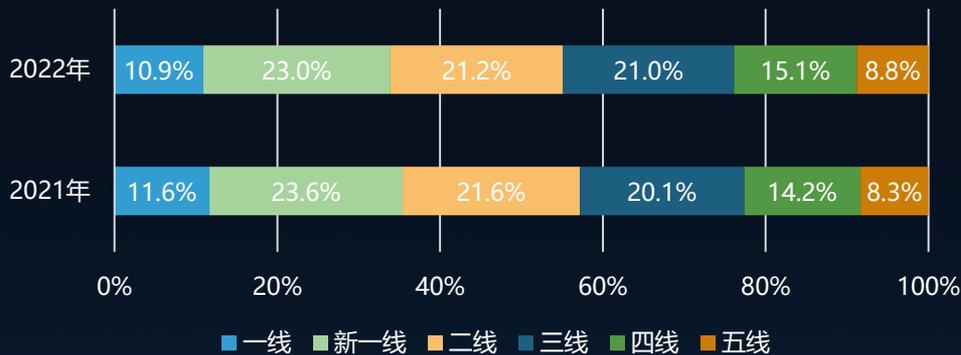
## 规模集中化

规模化、连锁化进程加快，新蓝海提供更广阔空间

餐饮业态整体连锁率



连锁品牌线级城市分布



餐饮行业整体规模化、连锁化进程加快。连锁化率逐年提高，22年底相比19年提高了6%，达到了19%，预测23年整体连锁率可突破20%关口。数据表明，餐饮行业内连锁品牌、规模化企业越来越多。

二级及以下市场正在成为品牌餐饮的新蓝海。很多受访餐饮企业都表示，2023年将把工作重心放在三四线城市的市场拓展上。我国整体三线以下城市众多，伴随着市场下沉，整体规模化将进一步提高。



# 中国餐饮行业发展趋势

## 规模集中化

### “小店大连锁”，“小前台大后台”

#### 万店品牌

蜜雪冰城、华莱士、绝味鸭脖、正新鸡排、瑞幸咖啡、肯德基

#### 超大规模 (5000-8000家)

古茗茶饮、星巴克、茶百道、紫燕百味鸡、书亦烧仙草、麦当劳、沪上阿姨、张亮麻辣烫、杨国福麻辣烫等

#### 巨大规模 (1000-5000家)

杨铭宇黄焖鸡米饭、喜姐炸串、鱼你在一起、桥头排骨、三米粥铺、吉祥馄饨、如意馄饨、海底捞火锅、半天妖烤鱼等

#### 较大规模 (500-1000家)

米村拌饭、长青麦香园、花小小新疆炒粉、百基拉、阿香米线、小龙坎、香他她、马路边边、大米先生等

#### 大规模 (500家以下)

胖哥俩、串意十足、永和大王、草本汤、老娘舅、五芳斋、韩宫宴、江鱼儿、姐弟俩、肥叔锅贴等



门店数达 1,000 家门店以上的餐饮品牌这些大连锁主要来自“小吃小喝”赛道，以中小型门店为主，构建了连得起、锁得住的运营体系，培育了强大的供应链。

“小店大连锁” “小前店大后台”的发展模型日趋成熟。



# 中国餐饮行业发展趋势

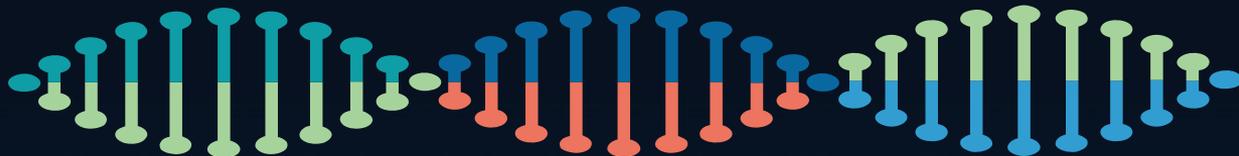
## 规模集中化

数字化软实力，供应链硬实力，强化规模化复制能力

供应链支撑

内部管控

消费者



数字化运营加持，强供应链硬实力

餐饮品牌的管理在数字化运营之前环节较难量化，整个产业链条无法全部实现可视化。因此大部分餐饮品牌的营运效率较低，结果反馈相对滞后，导致规模化复制能力相对弱。在供应链端，前期产品不标准品质不稳定、体验不统一，导致加盟店的存活率低。伴随数字化发展与餐饮标准化、供应链发展的日趋完善，餐饮规模化连锁化双向加持，快速发展。

# 中国餐饮行业发展趋势

## 规模集中化

### 模式转变，开放加盟，加速规模化

## 直营

门店运营成本较高、管理成本较高、资金压力较大，门店规模瓶颈



## 加盟

协作面相对大、资金成本压力相对小、发展速度相对快



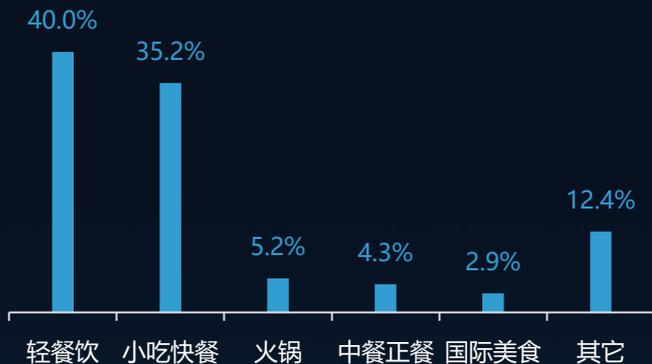
餐饮品牌以加盟形式快速扩张、提高品牌影响力也是造成规模集中化的重要原因。因外部因素的冲击，餐饮品牌连锁直营门店运营成本较高、管理成本较高、资金压力较大，前店规模瓶颈限制供应链效能发挥等发展痛点逐渐显现。因此，协作面相对大、资金成本压力相对小、发展速度相对快的加盟模式受到青睐。此前坚持直营发展的餐饮品牌，如老乡鸡、喜茶、木屋烧烤乐乐茶等陆续开放加盟。

# 中国餐饮行业发展趋势

## 规模集中化

### 资本助力，加速规模集中化

2021-2022投融资品类餐厅事件占比



2021-2022年获得融资的轻餐饮品牌(部分统计)

品牌名称	品类/领域	融资轮次	投资金额
书亦烧仙草	特色茶饮	战略融资	超6亿元
喜茶	柠檬茶	D	5亿美元
柠季	柠檬茶	A/At	数千万/数亿元
椿风	养生茶饮	Pre-A	数千万元
霸王茶姬	国风茶饮	B	超3亿元
Manner	咖啡	4	数亿美元
M Stand	咖啡	AB	超1亿元/超5亿元
Tims	咖啡	额外融资	1.945亿美元
祥禾饽饽铺	烘焙	战略融资	超亿元
盟菜点心局	烘焙	5轮	累计数亿元

资本化助力也是推动餐饮规模集中化的重要因素。餐饮被视为现金流相对充足的行业，但是近年来受到外部因素的影响一些餐饮企业的经营遭受冲击。这时候餐饮企业纷纷开始重视现金流的价值，很多企业表示要“拥抱”资本。与此同时随着市场上的优质投资标的减少，资本亦把目光重新投向刚需、高频的餐饮赛道。



# 02

## 餐饮行业发展概览

### □ 餐饮行业现状

- 市场现状
- 产业链图谱

### □ 餐饮行业发展趋势

- 规模集中化
- **产品零售化**
- 运营线上化
- 商业模式细分化



# 中国餐饮行业发展趋势

## 产品零售化

### 供需端诉求催生餐饮零售化赛道



#### 需求端

##### 消费者饮食习惯变化

消费者行为从线下到线上的路径迁移且对餐食要求越来越高



#### 供给端

##### 餐饮零售化与零售餐饮化双向奔赴

头部餐饮企业积极响应需求，抓住痛点开辟零售化新赛道



#### 加速器

##### 政府政策大力支撑与技术不断成熟

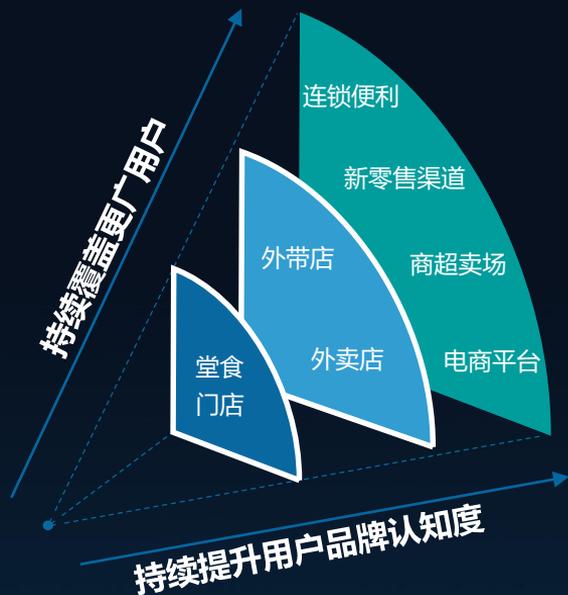
政府政策的支持为零售化创造了良好的环境，资本为品牌发展提供助力，保鲜技术、物流体系、中央厨房标准化等技术为零售化提供基础



# 中国餐饮行业发展趋势

## 产品零售化

‘零售化’打破时空界限，将成为连锁餐饮企业的‘第三增长曲线’



当连锁达到一定水平以后，进一步的寻求增长，高投入长周期的开店或许无法高效满足当今消费者的核心诉求以及企业自身高速增长的需求；



除了O2O外卖，通过把餐厅更本质的加工工艺、口味、食品安全、品牌主张，以零售的方式拓展出去，成许能更好突破餐饮时空及物理边界，实现线上线下完美融合，打道企业第三增长曲线。



# 中国餐饮行业发展趋势

## 产品零售化

从传统餐饮的关键要素出发，解锁餐饮零售化方向

### 品牌认同

- 品牌营销
- 品牌形象

### 餐厅服务

- 就餐环境
- 堂食服务
- 出餐速度

### 口味

- 配方工艺
- 厨师手艺

### 原材料保障

- 安全
- 新鲜
- 供应链

### 零售化方向

- 品牌文化

- 零售产品的用餐体验

- 餐品、调料配方演绎

- 品牌特色材料

# 中国餐饮行业发展趋势

## 产品零售化

### 从传统餐饮的关键要素出发，解锁餐饮零售化方向

#### 品牌文化



咖啡杯、咖啡机、衣帽包、钥匙扣、毛绒玩具



咖啡杯、帆布包、纸巾、钥匙扣



大二杯子、雨伞、帽子、地毯、公仔

对于消费者忠诚度比较高的品牌，推出零售文化衍生品，进一步输出品牌文化

#### 服务体验



海底捞‘有热水就能吃的’冲泡米饭



肯德基不开火‘微波三分半’



空气炸锅，餐厅级复原董到家烤鸭口感

通过创新、便捷的商品设计体验，降低消费者使用成本、提升口感，进行用餐服务体验的优化

#### 口味演绎



海底捞推出多种口味火锅底料



必胜优选布局牛排、意面、美味小食等



太二天猫旗舰店上线，主打酸菜系列的佐餐配菜

将核心配料、主要配菜零售化，帮助消费者在家复制与门店堂食相同的口味

#### 品牌特色原材料



西贝售卖多种西北特产肉类、香肠、小米、粉丝等原材料产品



云海肴推出‘自然食材全年订阅卡’，按照季节供应松茸、牛肝菌、苞谷等食材

利用规模优势和供应链能力，将自产自采食材面向消费者售卖，让消费者真正全面享受‘在家吃大餐’



# 02

## 餐饮行业发展概览

### □ 餐饮行业现状

- 市场现状
- 产业链图谱

### □ 餐饮行业发展趋势

- 规模集中化
- 产品零售化
- **运营线上化**
- 商业模式细分化



# 中国餐饮行业发展趋势

## 运营线上化

### 用户加速线上化，餐饮本质重构

网民规模与普及率



餐饮时间空间重构



我国互联网网民规模与互联网普及率逐年递增，用户对互联网的重度使用倒逼餐饮从业者以互联网方向进行业态运营。用户高度线上化要求餐饮从业者需要加强对线上主场的重视。餐饮本质上做的是空间+时间的生意，在空间上，堂食消费场景被外卖、在家做饭、半成品、零售化等场景切割；在时间上，餐饮消费时段从午餐和晚餐为主向早餐、下午茶、夜宵等多时段蔓延。



# 中国餐饮行业发展趋势

运营线上化

用户加速线上化，餐饮本质重构



运营线上化不同发展阶段本质上是不同的需求驱动了不同的供给，也催生出了不同的商业模式，并进而满足不同的需求。第一拨玩家是以黄焖鸡米饭、沙县小吃、兰州拉面、麻辣烫为代表的夫妻小店，只是把店内的产品搬到线上，我们称之为新玩家做老供给。随着平台发展，开始有了专业的卖家入场，并只做平台生意，如外卖平台上出现了如曼玲粥、牦牛道、花小小这类只做线上生意的外卖品牌，我们称之为新玩家做新供给。



# 中国餐饮行业发展趋势

运营线上化

餐饮格局变化，“双主场”成共识

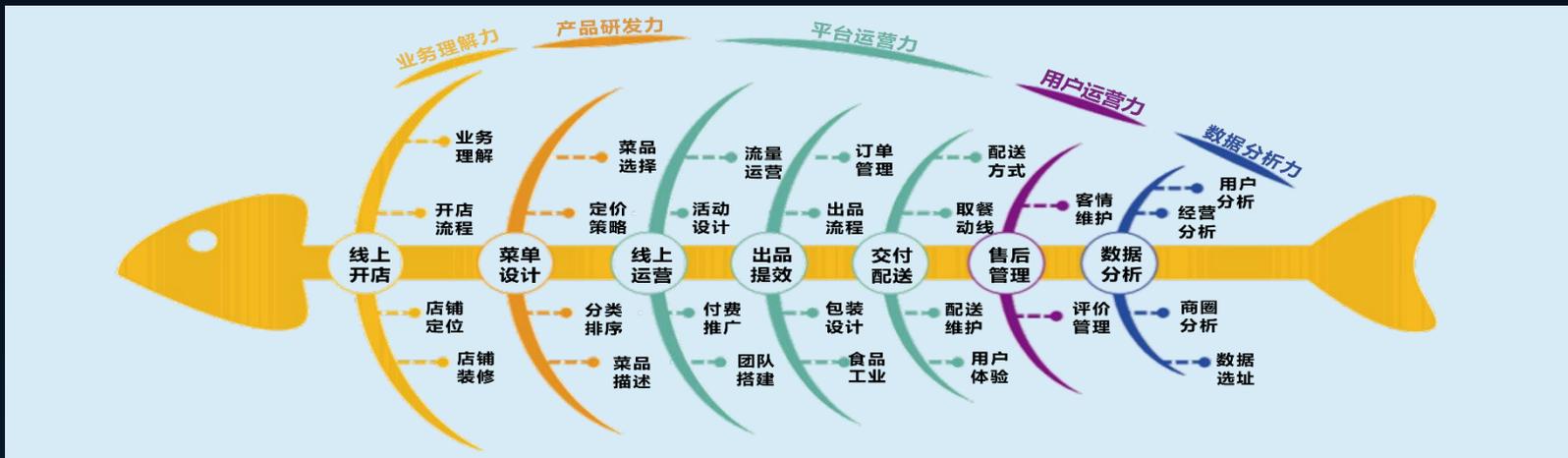


运营线上化和电商平台发展历程近似，餐饮经过线上客场期、线上主场期、双主场起始期三个阶段，已进入双主场深化期，催生了不同的商业模式。经历了小商家上线期、纯外卖店发展期、传统堂食上线期、传统堂食精细化运营期，分别对应为线上客场期、线上主场期、双主场起始期、双主场深化期。带货、探店、打卡、团购等层出不穷的运营模式也使得商家越来越重视线上运营。

# 中国餐饮行业发展趋势

## 运营线上化

### 线上运营模块化，精细化进程加速



线上运营主要以业务理解力、产品研发力、平台运营力、用户运营力、数据分析力为主要能力框架，搭建从线上开店—菜单设计—线上运营—出品提效—交付配送—售后管理—数据分析等运营模块细分拆解。同样，运营线上化离不开强大的供应链以及门店线下运营支持支撑。



# 02

## 餐饮行业发展概览

### □ 餐饮行业现状

- 市场现状
- 产业链图谱

### □ 餐饮行业发展趋势

- 规模集中化
- 产品零售化
- 运营线上化
- **商业模式细分化**

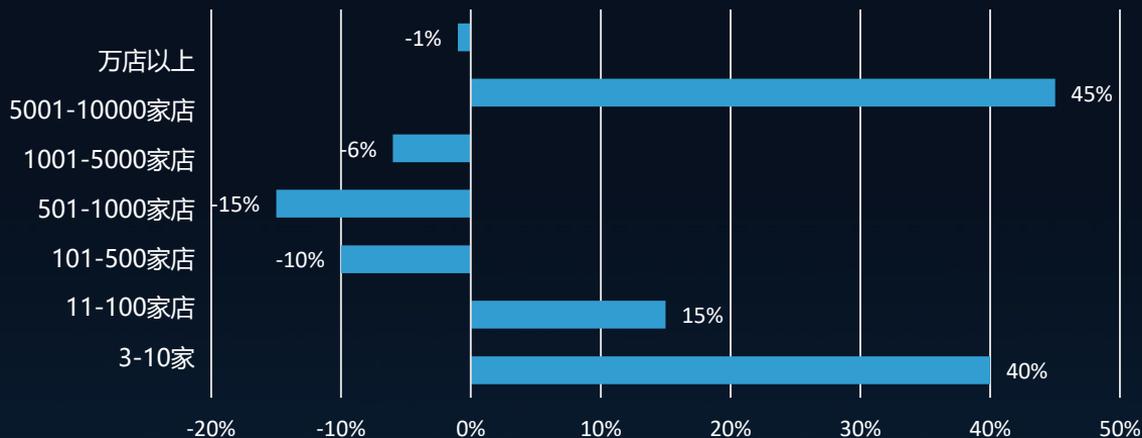


# 中国餐饮行业发展趋势

## 商业模式细分化-规模分级化

大连锁发挥优势持续拓店，小品牌增长活跃

22年不同规模门店数同比变化



头部企业持续拓店，22年规模在5000-10000家(基本以加盟模式为主，经营卤味熟食或快餐小吃、茶饮等模型较轻门店)的连锁餐饮门店数同比增长了45%，11-100家和3-10家规模的餐饮店门店数分别同比增长15%和40%，而其他规模餐饮门店数都呈现出收缩趋势。

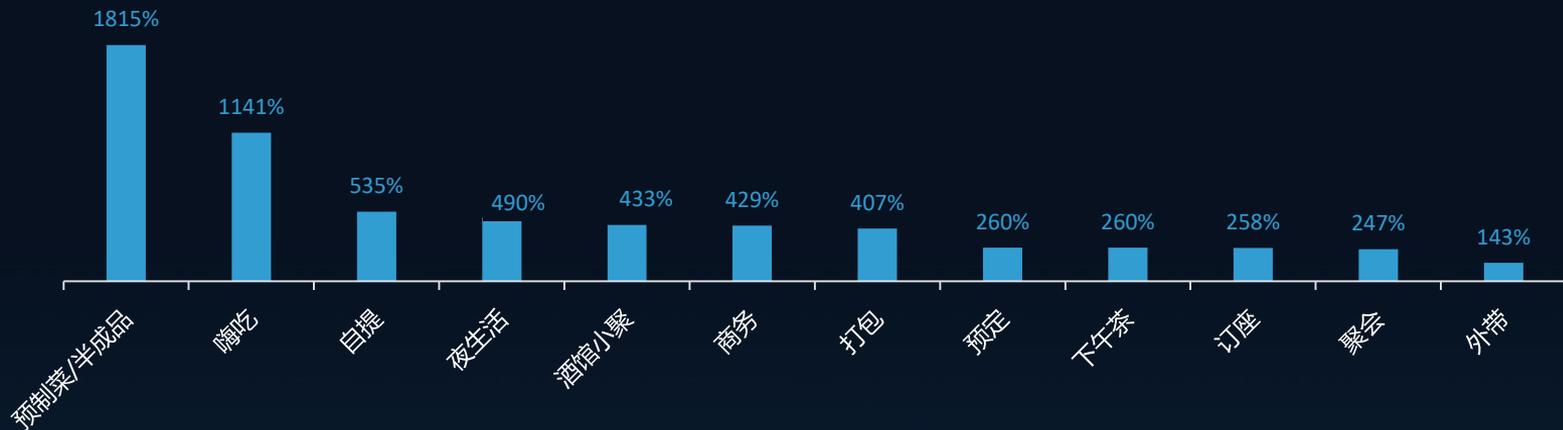


# 中国餐饮行业发展趋势

## 商业模式细分化-场景细分化

### 餐饮企业场景细分多元化发展趋势日益显著

热门评价关键词提速 (2023年1-3月VS2018年同期)



伴随消费升级，在对就餐多场景的需求下，消费者对餐饮消费除了功能诉求，情感和体验诉求比重增加。在 2023 年 1-3 月的热门评价关键词中，与今年热点相关以及餐饮经营场景和功能相关的词汇，相比 2018 年同期增长显著。其中预制菜/半成品，在去年火热的“露营”新场景中打开了新的增长空间，加速了该品类的关注热度，能给消费者带来“嗨吃”、“夜生活”体验的评论也分别增长了 1141% 和 490%，与场景服务相关的“自提”和“打包”分别增长了 535% 和 407%。



# 餐饮供应链行业发展概览

## 03

### □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

### □ 餐饮供应链核心板块

- 速冻食品
- 速冻烘焙
- 复合调味品
- 食材
- 预制菜
- 设备用品
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资

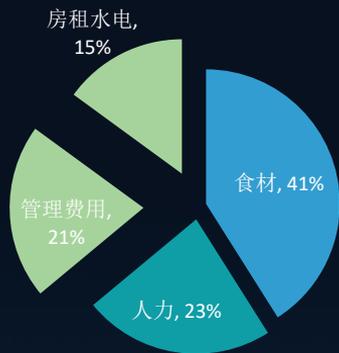


# 中国餐饮供应链发展现状

## 成本与供应商选择

餐饮供应链规模同步提高，食安为首要考虑因素

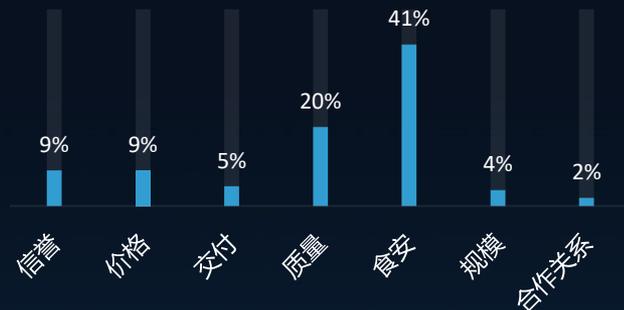
餐饮成本构成以及供应商选择：



41%

食材成本占比为餐饮整体成本的41%，餐饮规模越大，食材供应链规模同比上升。

供应商选择看重因素



餐饮门店的成本构成有超四成被食材占据，餐饮企业对供应链的整体重视程度日趋渐强，仅次于品牌发展建设。而在供应商选择因素方面食品安全与产品质量为首要选择，价格与信誉在第二梯队，其次为交付与规模，而供应商的上下游合作也是重要参考。

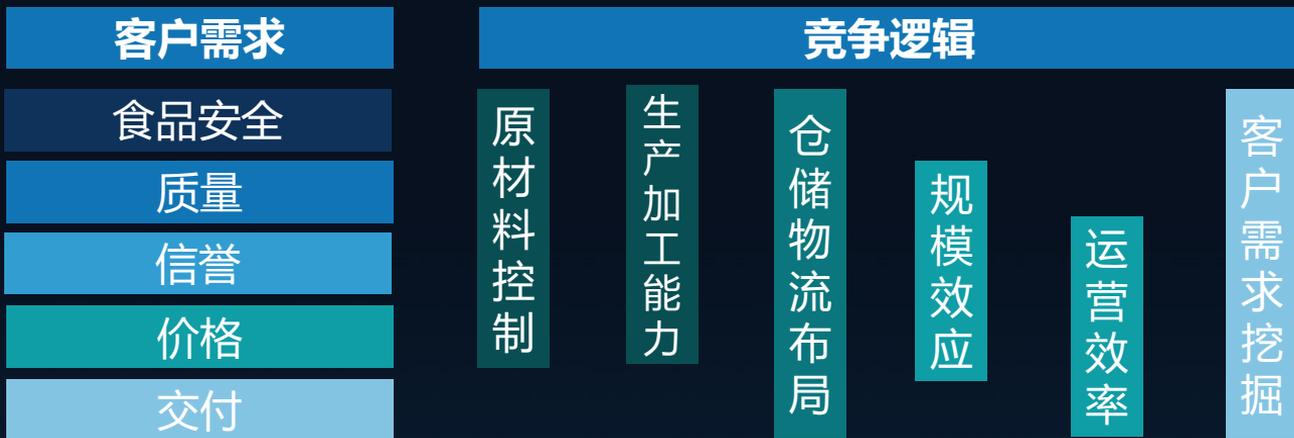


# 中国餐饮供应链发展现状

## 竞争逻辑

餐饮供应链竞争、发展逻辑是对客户需求的挖掘

餐饮供应链行业的竞争逻辑：



餐饮供应链具备成长性客户诉求和竞争逻辑，生产能力、仓储和物流能力以及客户的需求挖掘能力是当前餐饮供应链行业的重要竞争维度。未来餐饮供应链的整体发展逻辑也将基于对客户的需求挖掘以及服务。

# 中国餐饮供应链发展现状

## 参与者

### 基于自身优势，入局餐饮供应链

餐饮供应链行业的主要参与者：



#### 第一类参与者

大型餐企关联公司，从服务关联公司向服务全市场



#### 第二类参与者

独立生鲜电商平台，自建仓储物流配送，F2B模式



快驴进货

#### 第三类参与者

互联网公司关联企业，凭借关联公司粘性切入



#### 第四类参与者

食品饮料企业，优势产品建立餐饮分销，进一步产品多元化



#### 第五类参与者

以品类食材门店切入细分品类，以门店供需品牌化产品

餐饮供应链市场主要参与者包括四类：1) 餐饮企业的关联公司，以服务关联企业逐步面向全市场的蜀海为代表；2) 独立生鲜电商平台，在生鲜品类供应较强的美菜网为代表等；3) 互联网企业的关联公司，凭借互联网平台粘性切入餐饮供应链的快驴进货等；4) 预制品、半成品及冻品类食品加工企业，以安井食品、三全食品等为代表；5) 以细分品类食材门店切入细分品类，以门店供需为主，代表品牌为锅圈。



# 餐饮供应链行业发展概览

03

## □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

## □ 餐饮供应链核心板块

- 速冻食品
- 速冻烘焙
- 复合调味品
- 食材
- 预制菜
- 设备用品
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资



# 中国餐饮供应链发展现状

## 餐饮供应链发展周期

### 迭代发展，政策加速



早期快餐连锁品牌尝试自建中央厨房，这时期大部分央厨以加初加工、工半成品/成品加工为主，代表是眉州东坡、真功夫、丰收日等品牌。其中，眉州东坡也是北京最早自建物流配送中心的中餐企业。供应链可以分为三种类型，前两代供应链主要以冻品供应链、中央厨房的形式出现，第三代供应链则开始追求更新鲜、短保的产品。

# 中国餐饮供应链发展现状

## 餐饮供应链产业链图谱

### 餐饮供应链产业图谱

上游

生产  
商

农户

合作  
社

农资/  
农科  
支持



种植/  
养殖  
企业



中国生鲜产地分散且分布不均，机械化水平差距较大，生产源头以分散的小规模经营户为主，规模化的“菜篮子”生产基地占比较低。2019年农民专业合作社数量超200万个，可覆盖50%以上农户，其农业托管等服务将提升生产专业化、集约化程度

中游

流通与  
加工

B2B供  
应链  
平台



B2B供  
应链  
平台



产地  
批发  
市场



初加工/  
中央  
厨房



传统生鲜农产品经多级批发市场，冷链覆盖率低，呈现出损耗率、加价率高的特征，因此诞生了B2B供应链服务平台，与加工和冷链业务相配套

下游

餐饮零  
售端

生鲜电  
商

店仓一  
体

商超模  
式

前置仓



生鲜超  
市

农贸商  
场

水果连  
锁



餐饮企  
业

连锁餐  
饮

中小餐  
饮



当前C端渠道以农贸市场为主，占比过半。随着农超对接模式的优化、冷链物流的建设，新生代消费群体的增加，电商与超市的渗透率将逐渐上升



# 餐饮供应链行业现状

03

## □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

## □ 餐饮供应链核心板块

- 速冻食品
- 速冻烘焙
- 复合调味品
- 食材
- 预制菜
- 设备用品
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资

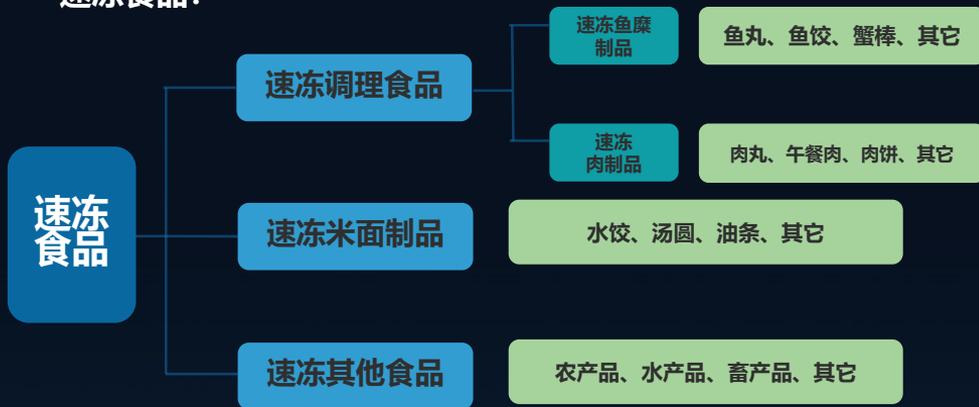


# 中国餐饮供应链核心板块

## 速冻食品

### 速冻食品细分加快，市场规模不断扩大

速冻食品：



速冻食品市场规模及预测（亿元）



速冻食品行业产业链的上游主要由农业、初加工业等行业构成，以三全食品、安井食品等为代表的速冻食品行业处于产业链的中游位置，中游的速冻食品公司将商品通过冷链物流运输给渠道商，最终产品通过线上与线下渠道流向终端消费市场。随着我国人口年龄结构和收入结构的不断变化及生活节奏的加快，消费者对便利性和营养性的速冻食品的消费需求稳步上升，并推动国内速冻食品市场规模快速增长。

数据来源：中国烹饪协会、蜀海供应链、百川研究院、公开资料整理

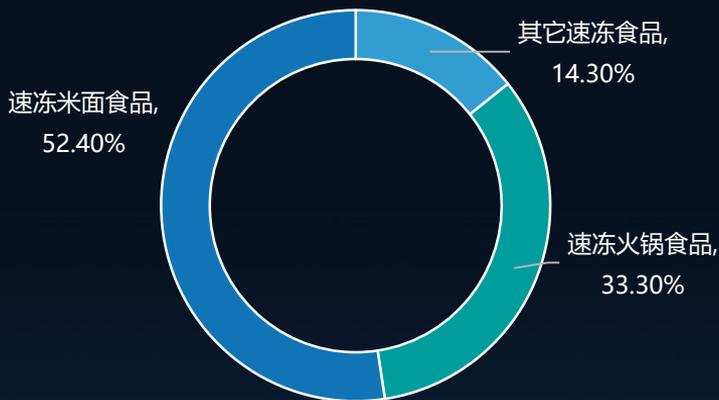


# 中国餐饮供应链核心板块

## 速冻食品

市场规模可期，品类扩充潜力大

2022年速冻行业格局



人均消费速冻食品量 (千克)



社会效率的不断升级有望带来速冻行业的快速生长，也将持续拉动行业创新与增长。进一步提升催生了中央厨房需求，加速了预制菜行业的发展，近年实现快速崛起。2021年我国共有超过 6.9 万家企业名称或经营范围包含“速冻、预制菜、预制食品、半成品食品、即食、净菜”的企业，速冻半成品有望成为速冻行业的新增长点及未来发展的新趋势。



# 中国餐饮供应链核心板块

## 速冻食品

市场规模值得想象，餐饮渠道仍是重点

### 2B餐饮渠道

产品性价比  
标准化  
供应效率

### 2C家庭渠道

品牌力  
饮食习惯  
口味

公司	简介
苏州味之香食品股份有限公司	半成品菜肴行业龙头，目前全国半成品研发、制造规模较大的企业之一，全国各地开设味之香门店 1000 余家
山东龙大肉食品股份有限公司	肉食品屠宰与深加工行业的龙头企业，业务涵盖：生猪养殖、屠宰分割熟食制品、食品安全检测、国际贸易等肉食品产业链上下游。
郑州千味央厨食品股份有限公司	国内知名的餐饮渠道速冻米面制品提供商，致力于为餐饮企业提供定制化、标准化的速冻食品以及相关餐饮后厨解决方案。
苏州市好得睐食品科技有限责任公司	全国半成品菜行业早期进入者，在江浙沪等大中型城市开设近1000 家专卖店。
锅圈食汇	一站式火锅烧烤食材超市连锁品牌。产品涵盖火锅、烧烤、中餐预制菜等多个品类。

随着经济发展、消费升级、生活节奏加快、外卖团餐兴起、冷链运输、大数据等多因素叠加发展，我国预制菜行业供需增长，市场迅速扩容未来存有较大发展空间。餐饮渠道客户看重产品性价比、标准化以及厂商的供应效率，而家庭渠道客户更在乎品牌力、在乎产品是否能满足饮食习惯上的需要。由于餐饮行业的社交属性，我们认为餐饮行业的消耗量会超过家庭的消耗量，速冻食品龙头企业未来或将目光更多的聚焦在餐饮渠道。



# 餐饮供应链行业发展概览

03

## □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

## □ 餐饮供应链核心板块

- 速冻食品
- **速冻烘焙**
- 复合调味品
- 食材
- 预制菜
- 设备用品
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资



# 中国餐饮供应链核心板块

## 速冻烘焙

饮食西化，冷冻烘焙市场潜力大



### 2025年冷冻烘焙食品市场规模预测

2025冷冻烘焙食品市场规模预测

1372

2025烘焙市场规模预测

3518

烘焙市场快速增长，冷冻烘焙潜力较大。冷冻烘焙具有显著优势，在我国市场空间大，消费升级背景下，年轻人饮食习惯逐渐西化，新兴烘焙市场出现。冷冻烘焙食品较预包装食品和现烤产品具有显著优势。冷冻烘焙食品的出现综合了预包装食品和现烤产品的优点，并弥补了其不足。

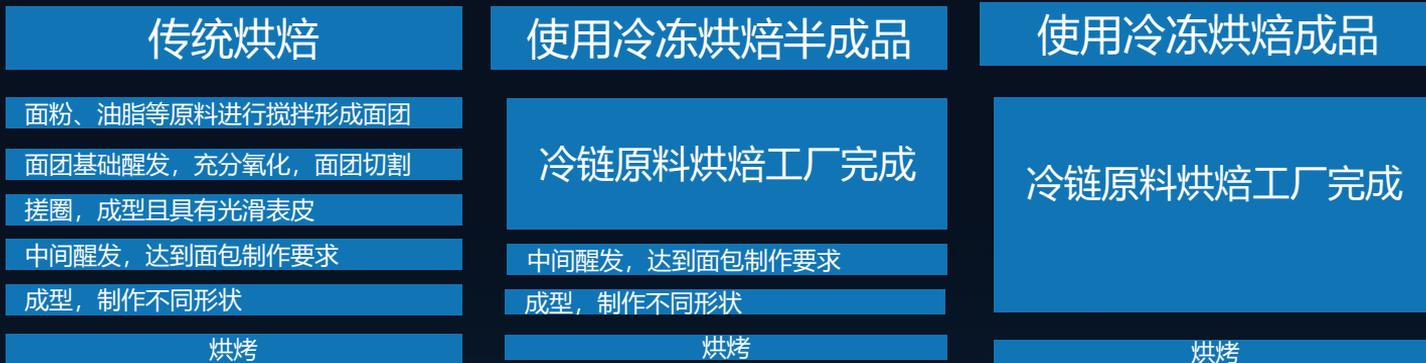


# 中国餐饮供应链核心板块

## 速冻烘焙

### 美味与效率的有效平衡点

传统烘焙以及冷链烘焙生产环节：



冷冻烘焙技术并非新物种，欧美及日本等国家应用已较为成熟。冷冻烘焙技术出现，将产品使用周期大幅度延长，大大缩减下游门店工序。冷冻烘焙食品较预包装产品和现烤产品具有显著优势。冷冻烘焙食品的出现综合了预包装产品和现烤产品的优点，并弥补了其不足。



# 中国餐饮供应链核心板块

## 速冻烘焙

冷冻烘焙渗透率提高，有助于打破壁垒，市场可期

22年及25年冷冻烘焙市场规模测算



烘焙行业壁垒

食安与准入壁垒

技术壁垒

资金壁垒

营销与服务壁垒

烘焙行业市场规模预测前景可期，冷冻烘焙市场渗透率提高幅度较大，但整体手工烘焙的占比较高，冷冻烘焙的整体规模相绝对值较低。烘焙行业在整体餐饮市场有四大壁垒，阻碍了整个烘焙行业的市场规模进一步扩大，冷冻烘焙的日趋成熟则有助于在食安与技术方面打破壁垒限制。



# 餐饮供应链行业发展概览

## 03

### □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

### □ 餐饮供应链核心板块

- 速冻食品
- 速冻烘焙
- 复合调味品
- 食材
- 预制菜
- 设备用品
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资

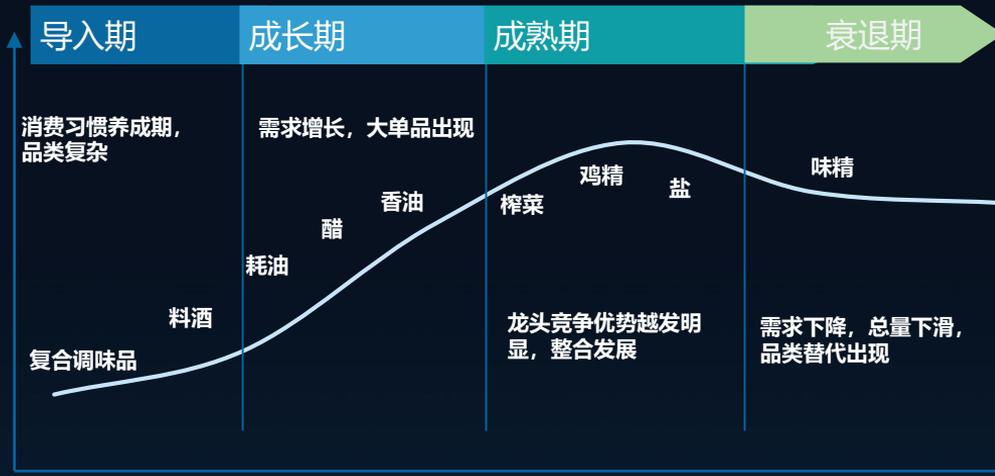


# 中国餐饮供应链核心板块

## 复合调味品

复合调味品位于市场初期，前景看好

调味品发展阶段：



综合来看，我国复合调味品行业目前处于高速增长，且渗透率处于低位，短期来行业加速扩容、渗透率稳步提升拉动复调市场的持续增长，复合调味品行业竞争格局较为分散，未来集中度或将提升。长期来看，复合调味品的市场前景广阔，B端C端可共促行业快增。

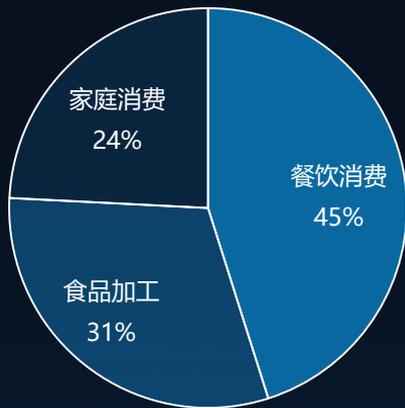


# 中国餐饮供应链核心板块

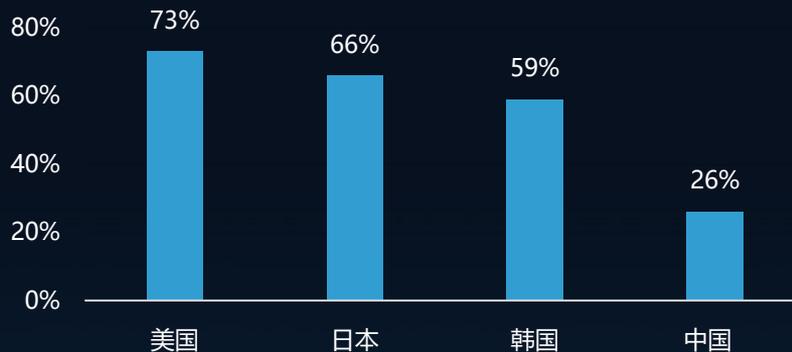
## 复合调味品

食品加工与餐饮端占比大，渗透率空间大

复合调味品消费占比



复合调味品渗透率



短期来看，餐饮、食品加工短期内可以保证复合调味品的长期稳定，家庭消费端的未来渗透空间足够，可以加速复合调味品的整体发展。整体上，复合调味品在迎合市场对烟火气、快速出餐、口味标准化等要求上可以给到较为全面的解决方案。

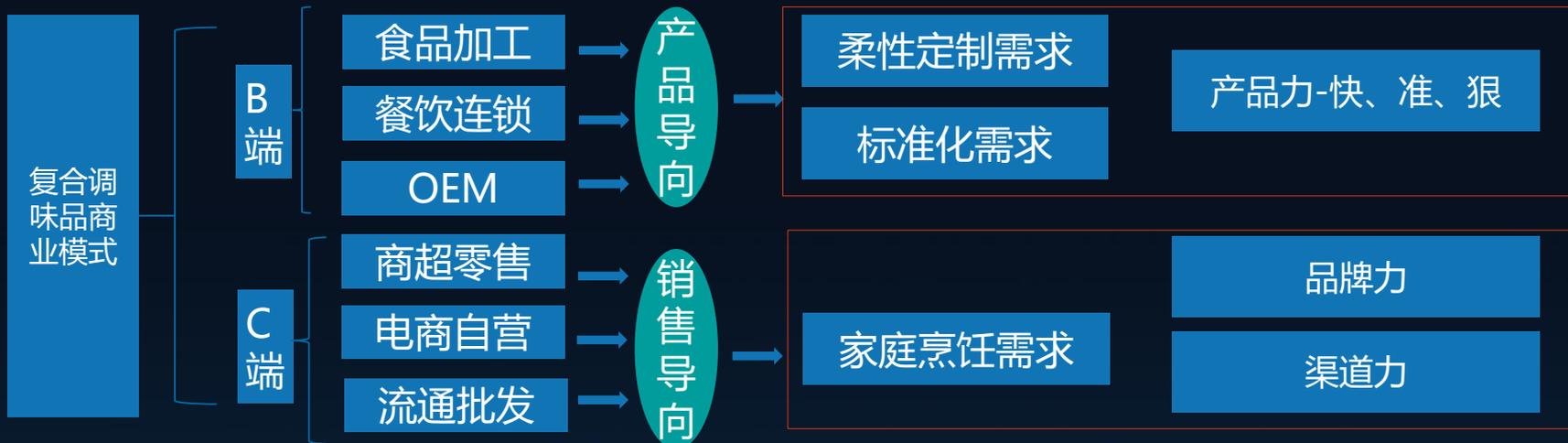


# 中国餐饮供应链核心板块

## 复合调味品

### 产品导向与销售导向推动复合调味品发展

复合调味品商业模式图谱：



复合调味品以产品导向的B端讲究“快、准、狠”的策略，注重产品的研发服务能力，定制化标准化是主要的要求；以品牌和渠道为C端则以销售为导向，在品牌、渠道方面要求较高。



# 餐饮供应链行业发展概览

03

## □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

## □ 餐饮供应链核心板块

- 速冻食品
- 速冻烘焙
- 复合调味品
- **食材**
- 预制菜
- 设备用品
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资

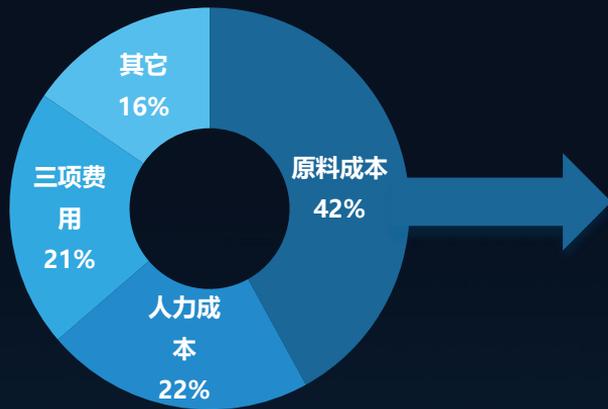


# 餐饮供应链核心板块

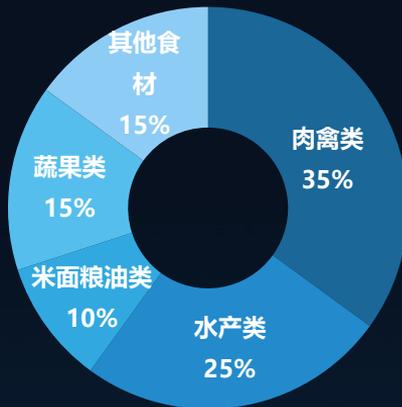
## 食材

餐饮食材市场规模大、影响深，完善的食材供应链体系亟需建设

2022年餐饮企业各项成本比例



餐饮食材原料成本占比

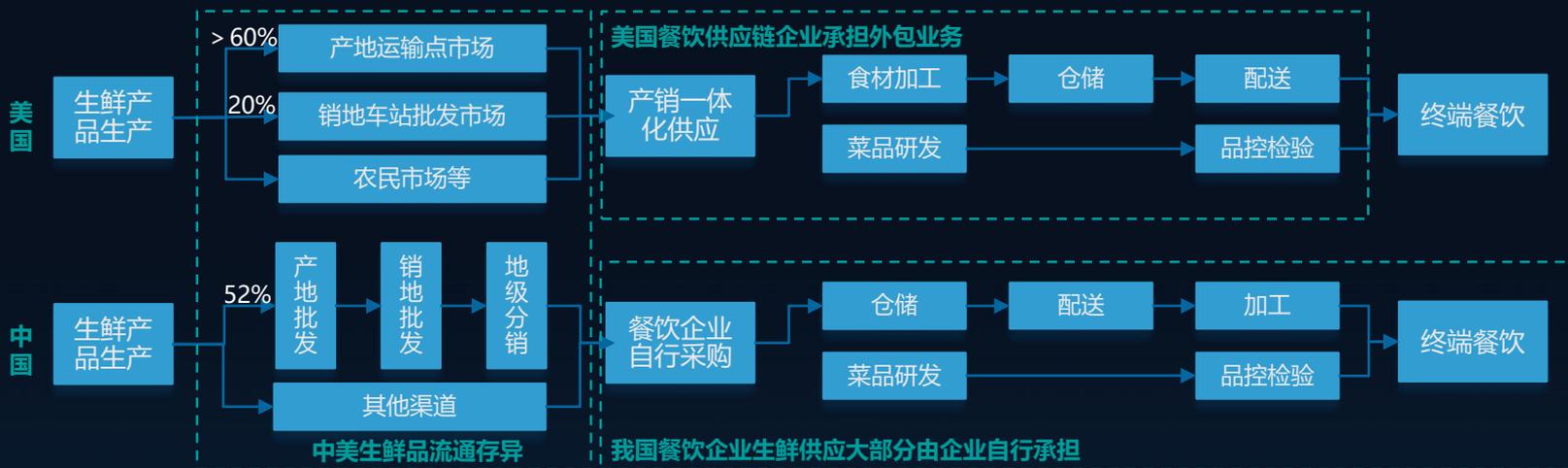


食材是餐饮企业的成本占比最大的，占到餐饮经营成本的42%。国家统计局数据显示，2022年我国餐饮收入累计4.96万亿元，按照原材料成本占比42%测算，餐饮食材市场规模约为1.5-2万亿元。食材受政治、经济、自然等各种因素影响较大，价格波动非常普遍，直接影响到企业营收。故建立完善的食材采购供应链体系，可以让餐饮企业在一定程度上缓冲价格上涨带来的成本压力。而中国食材原料以生鲜（肉禽、水产、蔬果类）为主，占到总食材75%。

# 餐饮供应链核心板块

## 食材

### 传统生鲜流通渠道分散、层级多、加工环节后置



与美国相比，中国餐饮生鲜农产品流通渠道独立于餐企之外且分散于各个渠道，依赖多层级分销到达餐饮企业，配送、研发主要由餐企承担，生产加工环节也由餐饮门店执行。



# 餐饮供应链核心板块

## 食材

### 传统生鲜流通效率低、成本高

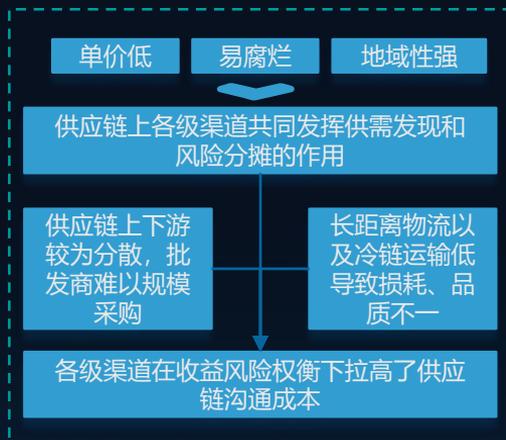
生鲜农产品供应链各环节平均加价率以及损耗



国内外三类生鲜农产品冷藏运输率对比



生鲜农产品特性



各地域渠道之间的信息不对称与生鲜农产品的特性使得各级渠道发挥着供需发现功能，冗长的供应链大大降低了流通效率，且因为中国生鲜农产品冷藏运输率距发达国家仍然有一定差距，生鲜农产品损耗严重，增加了流通成本。



# 餐饮供应链行业发展概览

03

## □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

## □ 餐饮供应链核心板块

- 速冻食品
- 速冻烘焙
- 复合调味品
- 食材
- 预制菜
- 设备用品
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资



# 餐饮供应链核心板块

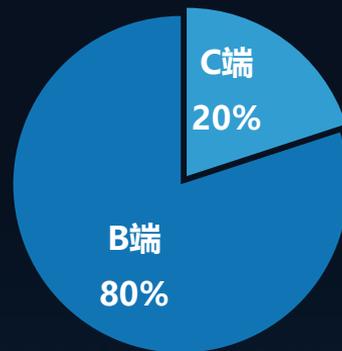
## 预制菜

预制菜行业市场规模持续增加，主要以B端市场为主

预制菜行业市场规模和增速



预制菜市场分布

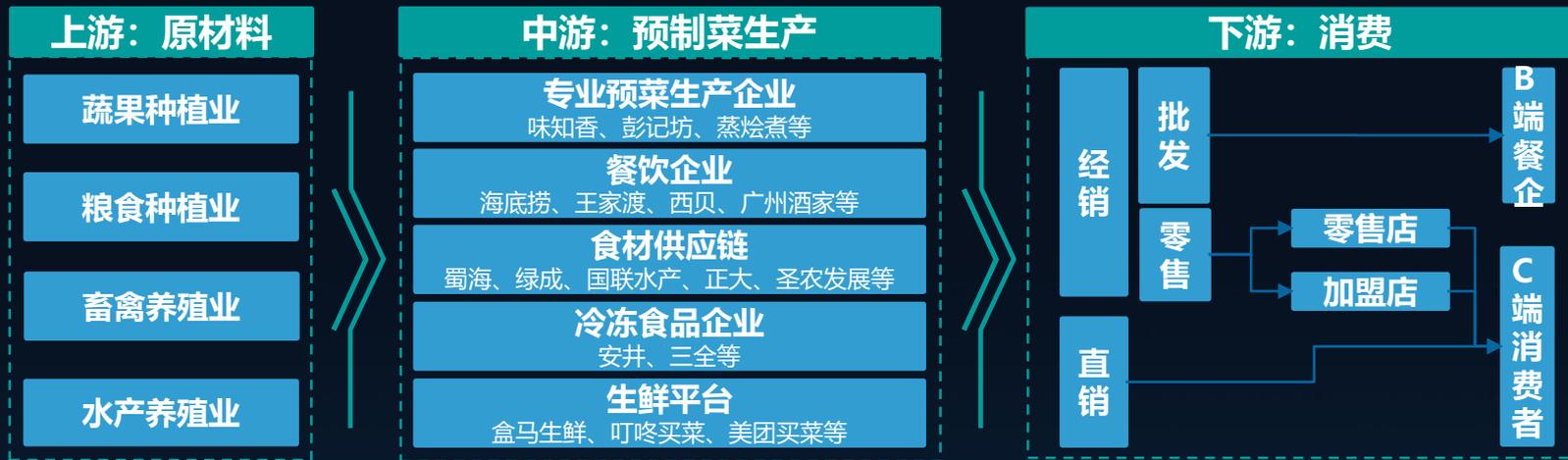


2022年我国预制菜市场规模达到4196亿元，同比增长21.3%，市场规模持续扩大，有望成为下一个万亿市场。目前预制菜行业呈现出B、C端兼顾发展的态势，B端为预制菜的主要发展市场，预制菜已成为餐饮企业降本增效的关键工具。

# 餐饮供应链核心板块

## 预制菜

预制菜行业整体竞争格局分散，蓝海市场尚待开拓

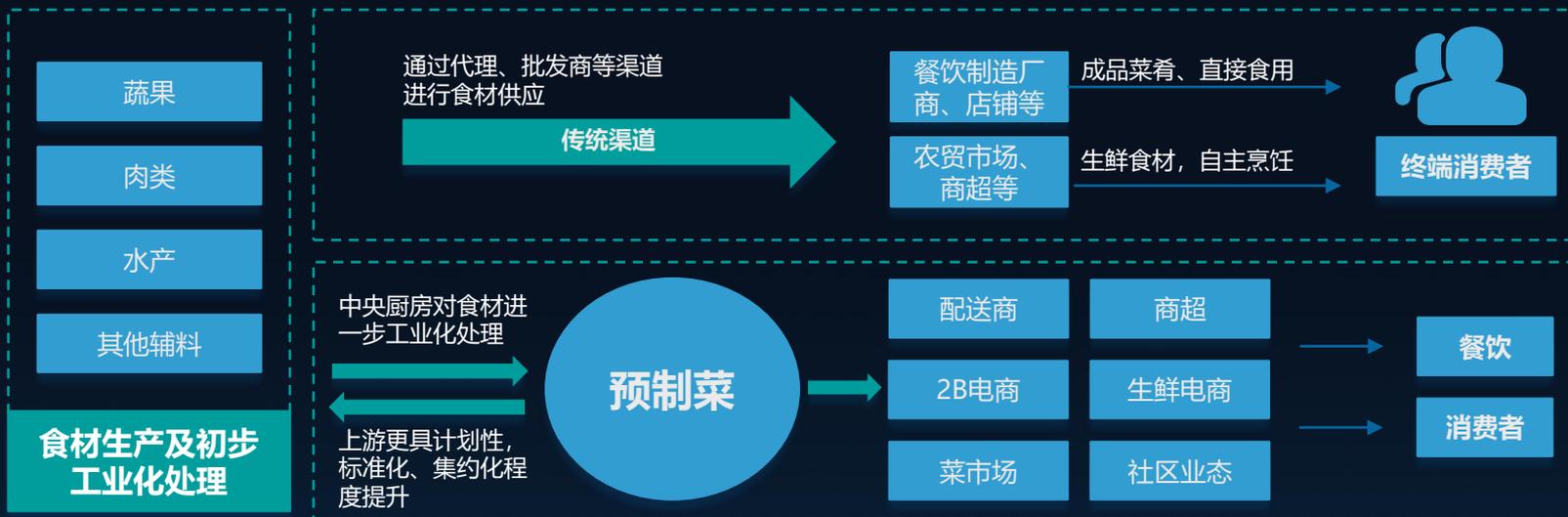


目前多派系企业争相切入预制菜行业：1) 以味知香为代表的专业预知菜生产商，研发能力较强，品类丰富，主营产品为较复杂的即烹类菜品；2) 以广州酒家、西贝为代表的餐饮派，借助原有供应链和客户基础实现发展，开发预制菜主要为提升自身出餐效率；3) 以找食材、蜀海供应链为代表的食材供应链派，产品属性更偏向即配食品，与所服务企业合作，协助开发半成品菜；4) 以安井为代表的冷冻食品企业、以盒生鲜为代表的生鲜平台依靠自身品牌、渠道优势进行预制菜业务拓展。

# 餐饮供应链核心板块

## 预制菜

### 预制菜产业对餐饮供应链的积极影响



预制菜行业三大核心竞争力体现在：渠道、研发和供应链，行业的规模化加速上升将会积极带动三大板块的产业发展。



# 餐饮供应链行业发展概览

03

## □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

## □ 餐饮供应链核心板块

- 速冻食品
- 速冻烘焙
- 复合调味品
- 食材
- 预制菜
- **设备用品**
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资



# 餐饮供应链核心板块

## 设备用品-中央厨房

### 中央厨房渗透率逐年提升，市场规模不断增长

中国中央厨房设备市场规模和增长率



中国餐饮连锁化率和中央厨房渗透率



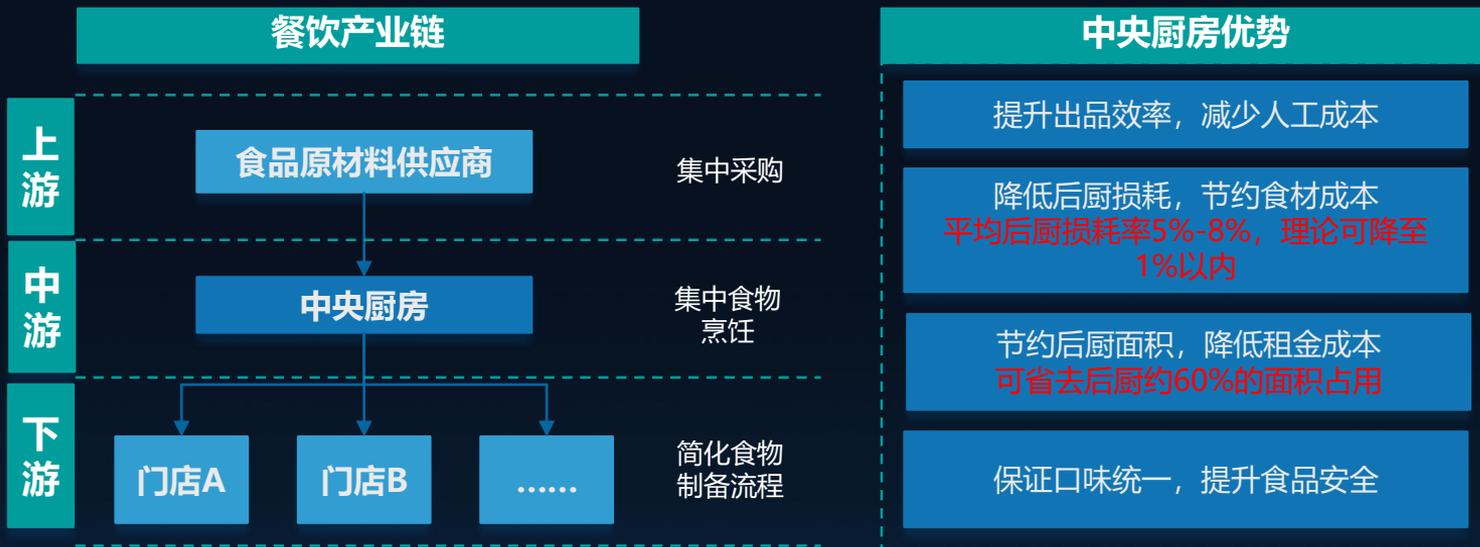
中央厨房渗透率在连锁餐饮企业中逐年提高，2021年约达到81.2%，连锁餐企自建中央厨房成为主流，鉴于连锁化和标准化的提升，未来规模较小的餐企对中央厨房的需求也会增加，中央厨房建设数量还会不断提升，市场规模呈不断增长的态势。



# 餐饮供应链核心板块

## 设备用品-中央厨房

中央厨房为餐饮快速扩张，连锁化提供关键保障



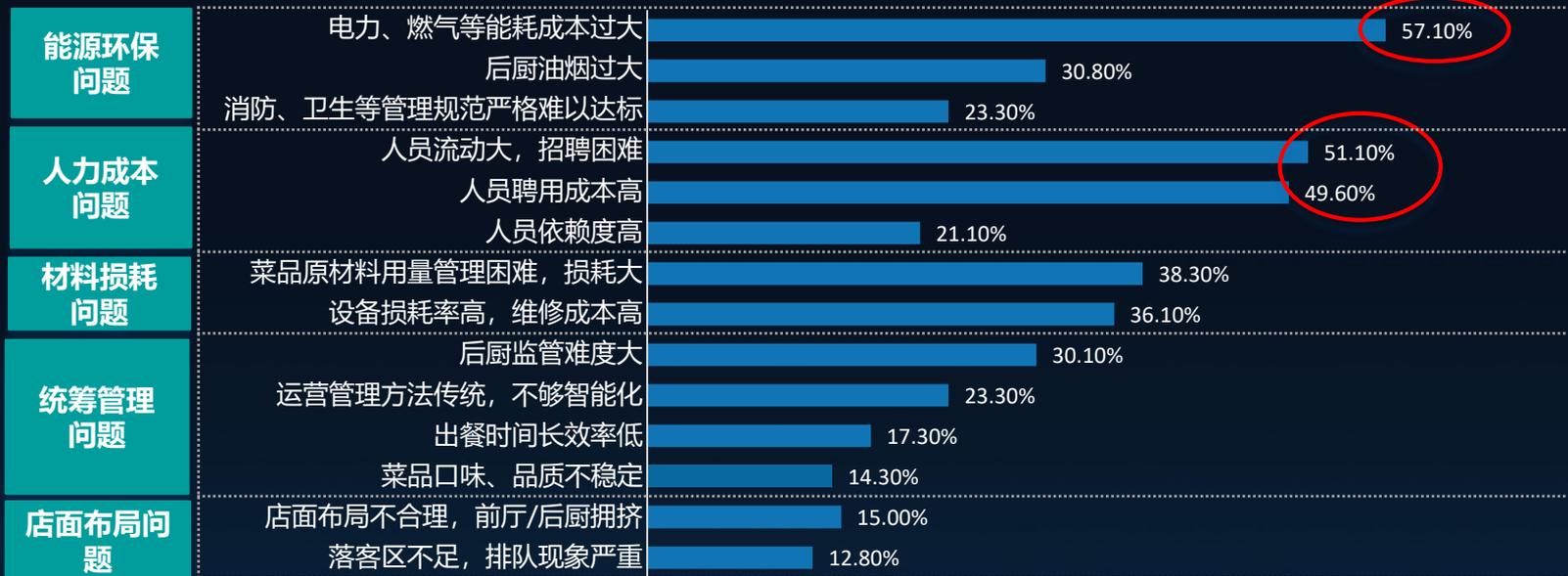


# 餐饮供应链核心板块

## 设备用品-厨电设备

### 能源和人力带来的成本问题是餐饮企业核心经营痛点

餐饮企业日常经营痛点





# 餐饮供应链核心板块

## 设备用品-厨电设备

设备机械化、标准化、智能化、环保化、系统化升级将成餐饮企业未来的经营重心

餐饮企业经营优化方向



人效



货效



时效



能效



坪效

目的

- 提高人员工作能力
- 提升工作准确率
- 提升工作效率

- 降低原材料损耗率
- 提升厨电单位产值
- 减少浪费，充分利用资源

- 提升服务效率
- 提升管理效率
- 提升单位时间营收

- 降低电/气消耗量
- 提升能源单位产值
- 减少排放量，环保达标

- 合理规划前厅后厨
- 避免拥挤、排队现象
- 提升单位面积营收

解决方案

- 人员集中招聘培训
- 人员奖惩激励制度
- 机器代替人力服务

机械化/自动化

- 规范菜品制作流程
- 机器处理原材料
- 循环利用原材料

标准化&系统化

- 设定厨电工作流程
- 智能前厅后厨设备
- 厨电多功能整合

智能化&系统化

- 天然气改电能
- 引入大功率油烟净化电器
- 更换节能环保厨电

智能化&环保化

- 引进多功能一体化厨电
- 合理规划前厅后厨布局
- 智能设备节约空间

智能化&多功能化

针对餐饮企业的运营难点问题，机械化、标准化、智能化、环保化、系统化发展方向将成餐饮企业未来的经营重心，也就是通过引入电器设备取代人力、整合设备功能、设定标准流程、升级智能管理等提升餐饮运营效率、扩大餐饮运营收入。

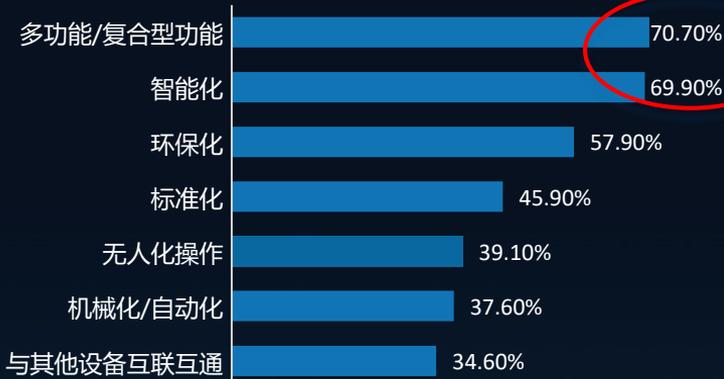


# 餐饮供应链核心板块

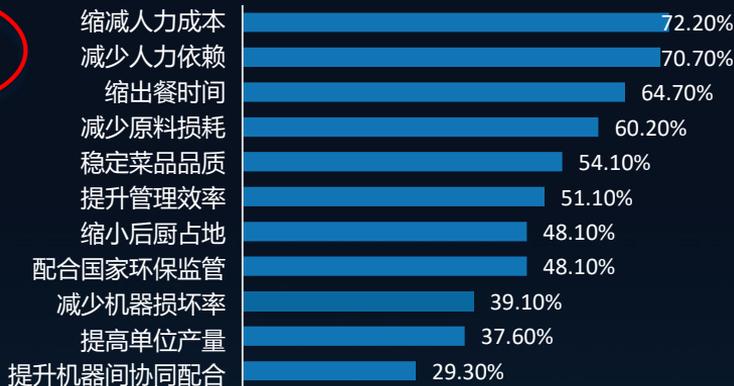
## 设备用品-厨电设备

### 多功能、智能设备是餐企未来主要采购方向

未来选购厨电设备类型



未来选购厨电设备目的



未来餐饮企业希望购进更多的覆盖多种烹饪方式的多功能复合型厨电，以解决菜品制作慢、需要大量人员多次操作的问题。目前多功能渗透率仅为21%，仍有较大的缺口。餐饮企业还计划购进去人力操作的智能化设备，以减少企业对于人力的依赖，提升效率的同时降低犯错的可能性。

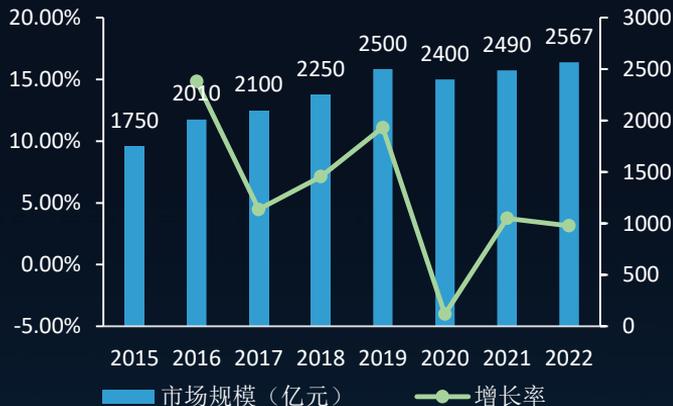


# 餐饮供应链核心板块

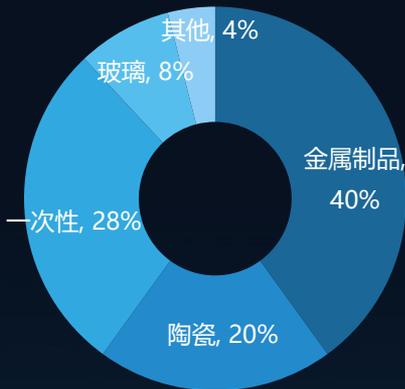
## 设备用品-餐具

餐具整体市场趋于稳定，提升品牌价值是未来增长方向

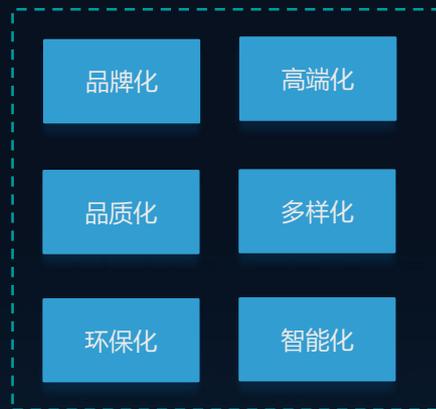
中国餐具市场规模和增速



中国餐具类型分布



中国餐具发展趋势



我国餐具市场上的产品种类繁多，包括陶瓷、玻璃、金属、木制、塑料等多种材质的餐具。2022年我国餐具市场规模达到2567.1亿元，同比增长3.15%，市场发展趋于稳定，通过品牌化、高端化、环保化等增加餐具附加价值是未来市场增长方向。



# 餐饮供应链行业发展概览

03

## □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

## □ 餐饮供应链核心板块

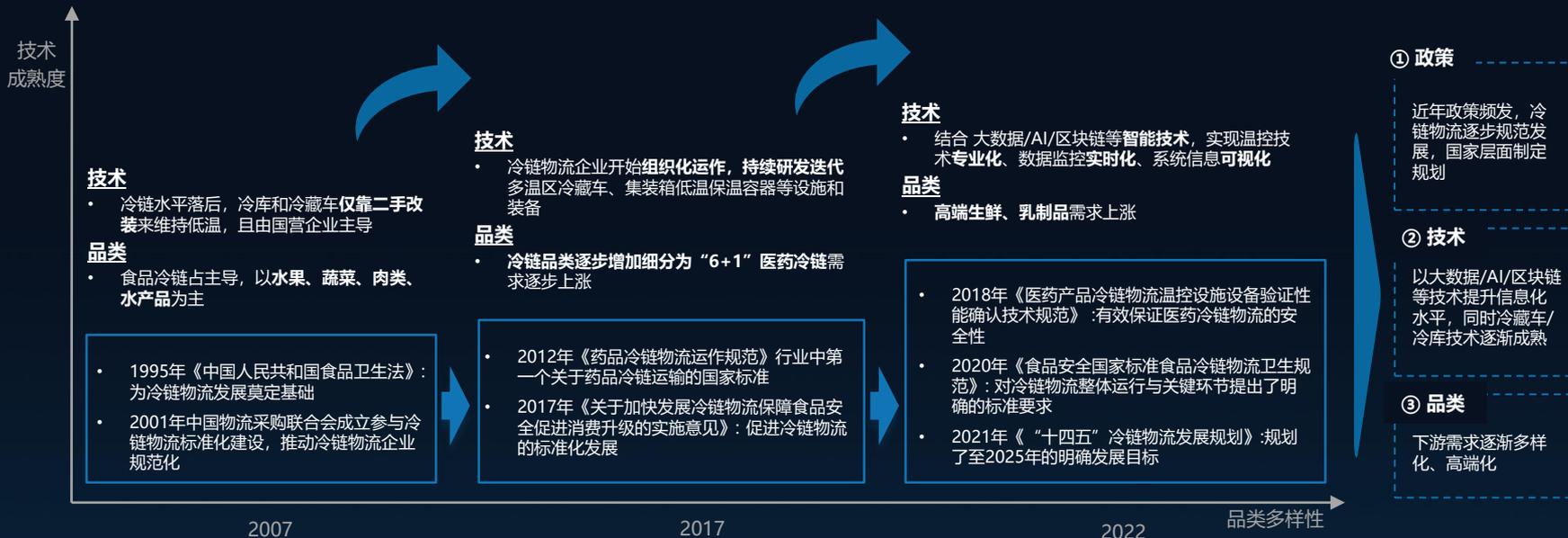
- 速冻食品
- 速冻烘焙
- 复合调味品
- 食材
- 预制菜
- 设备用品
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资



# 餐饮供应链核心板块

## 冷链物流

### 供需两端加持，中国冷链物流有望迎来发展黄金期



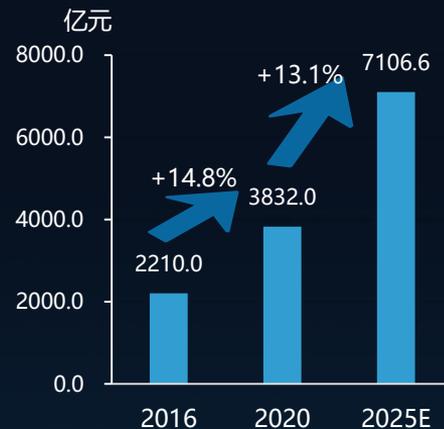


# 餐饮供应链核心板块

## 冷链物流

食品冷链需求旺盛，冷链物流未来市场可观

中国食品冷链物流需求总量 × 食品吨价 = 中国食品冷链物流总额 × 物流费率 = 中国食品冷链物流费用



从需求端看，中国食品冷链物流行业需求量整体呈增长态势，其中一半来自蔬菜和水果，预计2025年需求总量将增长达4.7亿吨，物流总额达11.8万亿元，物流费用达7106.6亿元，市场规模可观。



# 餐饮供应链行业发展概览

03

## □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

## □ 餐饮供应链核心板块

- 速冻食品
- 速冻烘焙
- 复合调味品
- 食材
- 预制菜
- 设备用品
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资



# 中国餐饮供应链核心板块

## 数字化工具

### 数字化工具加速餐饮迭代发展

数字化工具发展图谱：



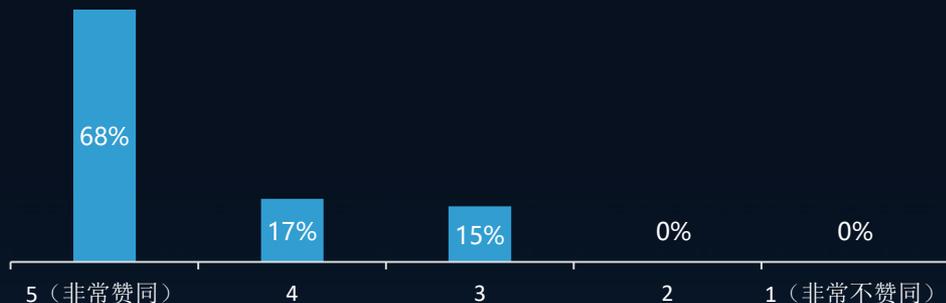


# 中国餐饮供应链核心板块

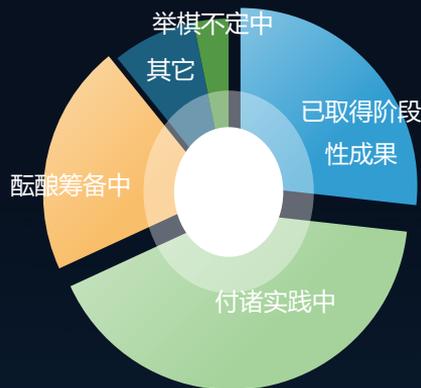
## 数字化工具

餐饮数字化必要性愈发突出，餐企重视程度渐强

餐企数字化转型的必要性



餐企数字化推进阶段



无论是外卖，还是供应链，想要快速地响应、快速进入市场、满足消费者，背后必然需要数字化的支撑。这就催生了餐企数字化转型的意识，同时也激发了商户对数字化转型认知的高度与深度，使得数字变现与运营变现成为餐企关注的焦点。

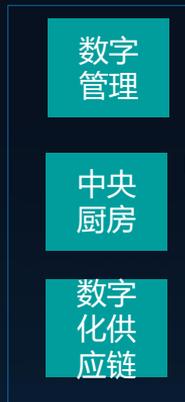


# 中国餐饮供应链核心板块

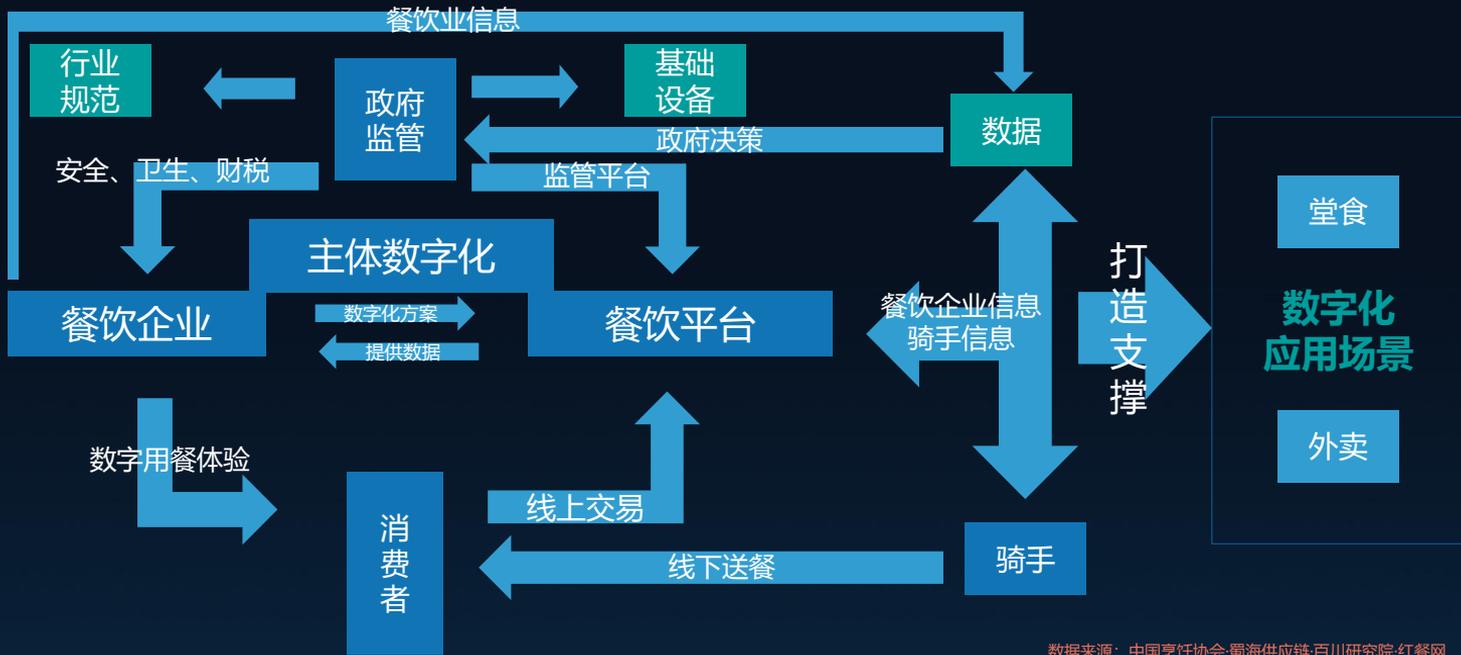
## 数字化工具

### 餐饮数字化图谱

#### 生态数字化



依托SaaS系统进行点餐  
容易, 人  
标准化配菜  
集中采购





# 餐饮供应链行业发展概览

03

## □ 餐饮供应链行业现状

- 市场现状
- 发展周期

## □ 餐饮供应链核心板块

- 速冻食品
- 速冻烘焙
- 复合调味品
- 食材
- 预制菜
- 设备用品
- 冷链物流
- 数字化工具
- 投融资

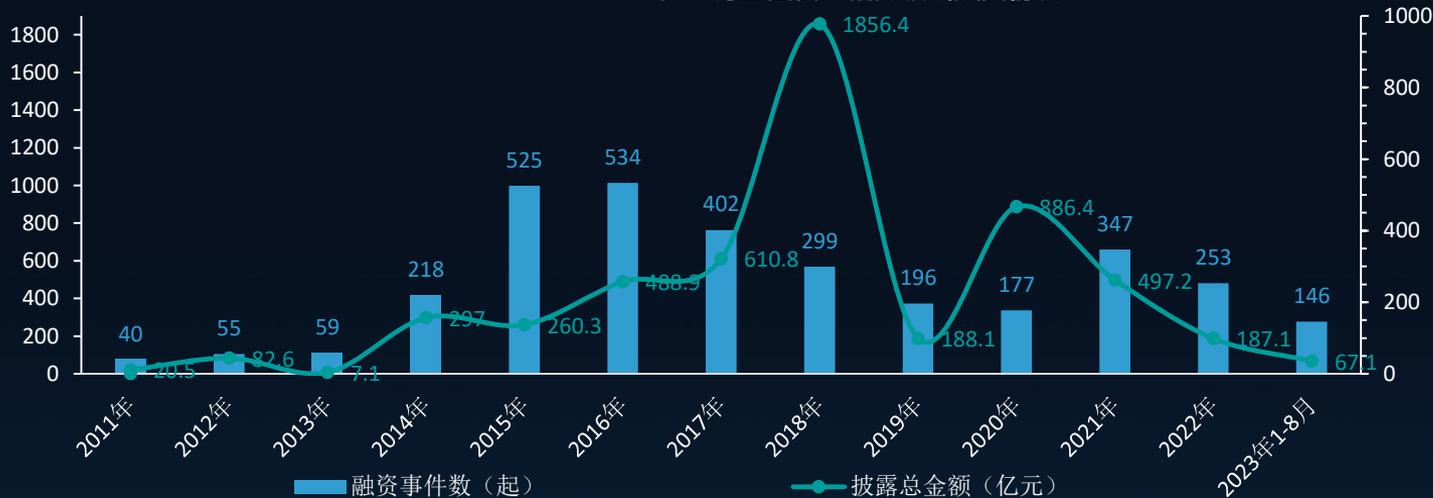


# 餐饮供应链核心板块

## 投融资

### 餐饮投融资趋于理性

2011-2023年1-8月全国餐饮相关领域融资情况



整体经济下行，近几年餐饮业投融资收紧，持续处于低位。



# 餐饮供应链核心板块

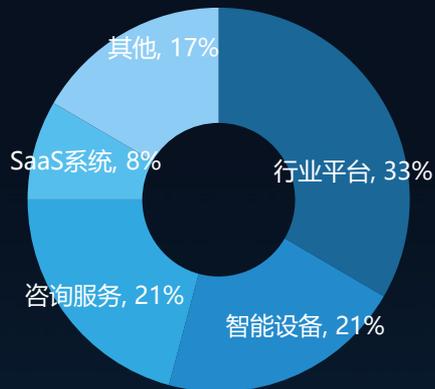
## 投融资

### 投资关注点向餐饮服务商转移

2023年1-8月餐饮相关领域融资分布情况



2023年1-8月各类型餐饮服务商融资分布



#### 餐饮行业平台

供应链平台、商用厨具B2B电商平台、预定餐平台、私厨服务平台、餐饮行业信息平台等

#### 智能设备

饮品自动化设备、咖啡自助设备、送餐机器人、智能炒菜机等

#### 咨询服务

餐饮经营管理咨询、餐饮人才管理咨询等

细分领域中，除餐饮企业外，在降本增效的背景下，以餐饮SaaS、餐饮机器人、餐饮信息平台为主营业务的餐饮服务商收到资本关注，有望带动行业发展。



# 04

## 夯实冷链物流新基建

- 增长空间广阔
- 行业标准待完善
- 数字化赋能



# 夯实冷链物流新基建

增长空间广阔

## 相比发达国家，中国冷链物流任重道远

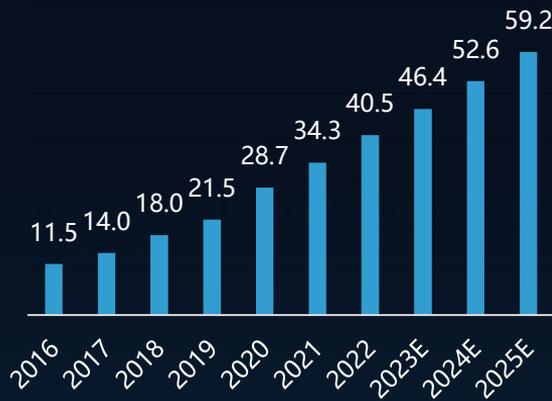
中国VS发达国家冷链运输率对比



中国VS发达国家冷链腐损率对比



中国冷藏车保有量 (万辆)



我国冷链运输率仍远低于发达国家，冷链腐损率也较高，冷链物流能力还有较大提升空间。在政策支持和技术进步下，冷链物流体系正逐步建设完善。



# 夯实冷链物流新基建

行业标准待完善

## 标准不完善、重复、制定难度大

我国已有的冷链行业标准存在不完善、重复、制定难度大等六大问题

### 各级冷链物流规划滞后

冷链物流标准体系有待完善，强制性标准少，推荐性标准多，标准间衔接不够紧密，部分领域标准缺失，标准统筹协调和实施力度有待加强。

### 标准制修订难度大，标准体系不完善

基本术语、定义和同一关键性指标参数不一致，缺乏统一性，甚至存在矛盾。缺少关于农产品电子商务、预制菜加工流通、冷链央厨等新兴领域方面的标准。

### 涉及部门多，标准制修订工作机制不健全

冷链物流行业具有交叉性、复合型等特点，涉及发改、农村、商务、交通、铁路、民航、邮政、工信、市场监管等诸多部门，但标准制修订工作机制不健全，成为冷链物流标准体系建设的巨大障碍。

### 标准交叉重复、不衔接等现象突出

现行的冷链物流相关标准文本涉及的作业环节、流程和操作工艺存在重复与交叉，这些问题会导致行业秩序混乱，也间接导致标准的使用率低，贯标效果不明显。

### 标准宣贯与评估工作有待加强

我国冷链物流标准工作重制定、轻应用，将更多精力投入标准制修订中，对标准宣贯和衔接工作重视程度不够，宣贯力度小且机制不灵活

### 需要重视参与国际标准制定

随着经济全球化的发展，尤其是“一带一路”倡议的推广我国与世界农业发展更为紧密，生鲜农产品的进出口越来越频繁，农产品冷链物流也面临着全球化的进程。

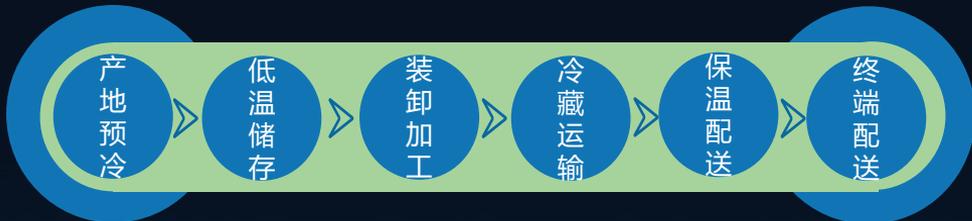


# 夯实冷链物流新基建

## 数字化赋能

### 冷链物流数字化趋势日渐明显

### 冷链物流数字化涉及环节



指农产品从田间地头采摘以后进入冷链，全程都由一个运营主体进行冷链物流，直至消费者终端。

一段式冷链

即干线+城市冷链配送公司和宅配进行组合。是依托城市间干线冷链运输，以城市冷库为节点，配合“最后一公里”的落地配完成配送

二段式冷链

与“二段式”冷链物流基本类似，农产品在交易和交付上发生了更多的主体变化，涉及到的第三方物流主体单位更多，各自的技术能力和管理水平都有很大的不同。

多段式冷链

我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，产业升级不断加快，人民对于高品质、精细化、安全性和透明化的冷链物流服务需求日益增长。针对冷链运营的主体单位的不同，全程冷链分为一段式、两段式和多段式冷链。具体而言是指在冷链运行的环节中，是由一家还是多家运营主体对冷链运营的效率和质量负责。所谓冷链的断链是指在冷链过程中，部分环节完全失去了温湿度的控制，尤其在运输及装卸环节容易出现。



05

# 全程溯源保障食品安全

- 食品安全任重道远
- 全程溯源保障食安



# 全程溯源保障食品安全

食品安全任重道远

食安问题取得阶段性成果，食品安全任重道远

上海市2019年食品安全状况

98.1%

上海市主要食品食品安全  
总体检测合格率

83.9分

公众对食品安全满意度评分

86.2分

公众对食品安全知识  
知晓度评分

上海市2019年食品安全状况

0.27例/10万人  
食物中毒事件数

34850张  
企业证照食安问题注销或吊销

8177起  
食品安全违法案件

数据显示部分城市消费者对食品安全情况有较高的关注度，但在满意度与知晓度上仍有较大的可提高空间。数据显示往年食品安全引发的食物中毒以及案件都有较高的数字，食品安全任重道远。

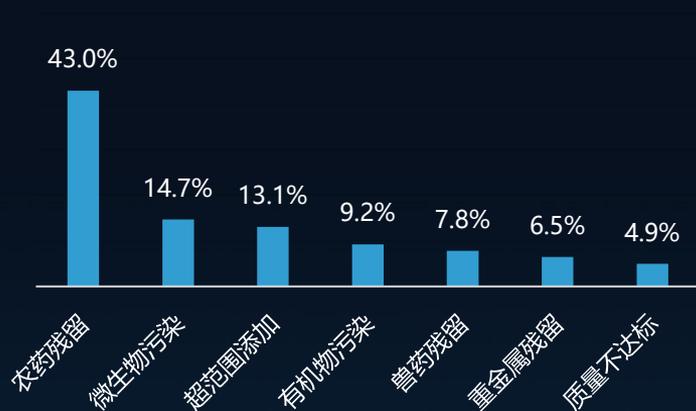


# 全程溯源保障食品安全

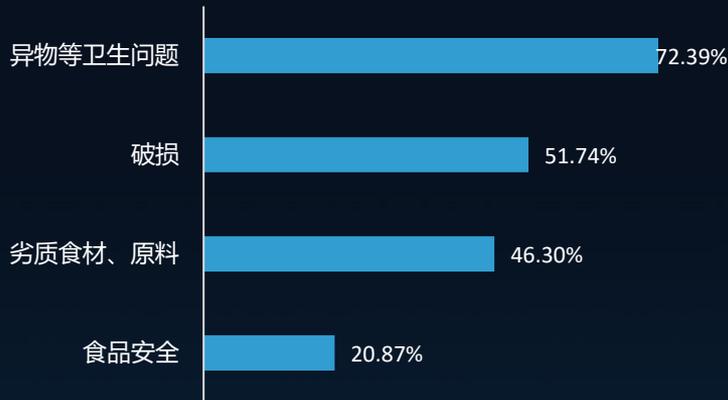
食品安全任重道远

农残、异物为主要表现，食材与添加是餐企的社会责任

食品安全抽检不合格占比



2023年消费者预制菜食品安全问题



食药监等机构在抽检餐饮食品安全问题以农药残留为主，微生物污染与超范围添加添加剂占比较高。而消费者在时下热门的预制菜板块发现有异物的占比超70%，劣质食材原料方面的问题也不容小觑，消费者对食品安全的问题也是越来越重视。

数据来源：中国烹饪协会·蜀海供应链·百川研究院·公开资料整理



# 全程溯源保障食品安全

食品安全任重道远

## 食品安全挑战覆盖整个链条

### 原料

原料品质参差不齐，质量不合格、农药残留超标等问题

### 过程

生产过程控制难度大，从原料进厂到成品出厂的整个过程存在许多不确定性

### 添加剂

食品添加剂使用难以监管，非法生产企业可能偷补食品添加剂、使用非法添加剂

### 设备

设备老化、维护不足等都可能导致设备性能下降，影响产品质量。

## 食 安

### 从业者

部分行业人员食品安全意识淡薄、操作规范性差，进而导致食品安全事故。

### 意识

部分消费者购买和食用不安全食品的行为也助长了安全问题的发生。

### 环境

社会市场竞争加剧，从业者偷工减料、以次充好等频现

食品工业主题从农产品原料餐桌到全产业链条，还包括相关的服务支撑系统，是国民经济的重要组成部分和民生工业基础。从原料到过程，人员到大环境，包括设备等都会对食品安全造成较大的影响。



05

## 全程溯源保障食品安全

- 食品安全任重道远
- 全程溯源保障食安



# 全程溯源保障食品安全

## 全程溯源保障食安

### PDCA循环管理模式，科学化与数字化结合管控



食品安全放在餐饮供应链的首位，可打造PDCA循环管理模式，结合线上食品安全溯源平台数据和线下品保部门食品安全管理规范执行，实现早发现、早处理、早改进，达成对全供应链链条科学化与数字化食品安全管控。



# 全程溯源保障食品安全

## 全程溯源保障食安

### 产、采、仓、运各环节管理降低溯源困难

#### 采 (供应商管

- 理)
- 供应商审核
- 供应商飞检
- 货物验收

客户需求



QUALITY SVSTEM

客户满意

#### 运 (物流管

- 理)
- 操作规范
- 温度控制
- 承运管理

#### 仓 (仓库管

- 理)
- 效期检查
- 资质复审
- 虫害检查
- 温度控制
- 临期预警
- 风险预警

#### 厂 (生产管

- 理)
- 生产资质
- 人员卫生
- 操作规范
- 环境检测
- 食品检测
- 微生物检测
- 理化检测

餐饮的溯源体系应覆盖仓、运、厂、基地等整个供应链链条涉及的所有场所和点位，结合客户投诉和反馈，对管理进行改进和升级，形成管理闭环。在任何一个环节保障前端问题0问题，降低溯源问题的复杂与困难。



# 全程溯源保障食品安全

全程溯源保障食安

源头到用户全过程，数据化沉淀与呈现



可溯源的餐饮供应链应覆盖从源头到流通到用户的全过程，以数据化形式通过多媒体、设备等信息进行呈现展示。建立食品溯源数据中心，通过各个环节设备、传感器等的监控录入，确保溯源环节不出纰漏。



# 06

## 餐饮供应链产业数智重塑

- 技术驱动
- 产业数字化
- “四流合一”
- 全场景赋能



# 餐饮供应链产业数智重塑

## 技术驱动

### 新兴技术驱动供应链数智化加速

#### 01 物联网

智能供应链的关键要素之一。可远程监控车队的状态和位置，可通过监测温度或湿度等参数来跟踪货物的状况。

#### 02 人工智能

管理人员可以应用基于人工智能的软件来自动处理数据，并且快速做出相关的资源规划决策。

#### 03 区块链

当区块链技术集成到智能供应链时，可以提供“一个不可变账本”，该账本里储存的是各种来源的供应链数据，如此显著提高供应链的透明度。

#### 04 云计算

管理人员可以应用基于人工智能的软件来自动处理数据，并且快速做出相关的资源规划决策。



#### 05 供应链控制塔

进一步简化数据管理和交换，加速整个供应链转型过程，提高其可见性。

#### 06 可视化技术

可视化成像技术是通过用技术设备将产品加工成图片、视频、数字等形式，实现对产品的视觉控制。

#### 07 感知技术

通过技术设备对产品进行智能感知，通过面部识别、眼球手势确定特定地身份，条码信息确定一物一码等，用于对质量控制、货物识别等。

#### 08 数字孪生

管理者可查看相关实体的实时状态(例如，库存、采购和销售)，并在虚拟供应链中充分预演后再执行决策，从而提高运作效率。

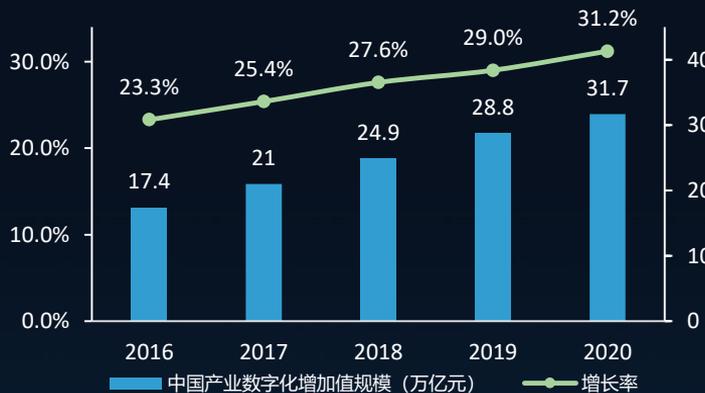


# 餐饮供应链产业数智重塑

## 产业数字化

### 数字经济蓬勃发展驱动供应链数智化升级

2016-2020年中国产业数字化规模（万亿元）



2017-2026年中国供应链数字化服务收入规模结构（万亿元）



近年来我国数字经济增速保持高位运行，其中产业数字化是我国数字经济发展的主阵地。2020年我国产业数字化增加值为31.7万亿元，占数字经济的80.9%，占GDP比重为31.2%。其中供应链数字化服务可划分为信息流、物流和资金流三部分，物流环节供应链数字化服务占比最高，信息流和资金流的供应链数字化服务具备较强的增长性。

# 餐饮供应链产业数智重塑

“四流合一”

数智化供应链的核心是实现“四流合一”

## 数智化供应链

指运用人工智能和数字化技术赋能供应链业务，解决供应链中的成本高、信息不对称、环节不透明、流程不标准、管理不高效等痛点问题，通过提供解决方案和应用场景的创新，实现整个供应链的可见、可控、可信。



### 商流

考虑如何从终端向上拉动，引导经销商如何操作产品协助经销商建立分销渠道、作为厂商的桥梁便于两者间的沟通顺畅、控制经销商操作行为等。

### 信息流

整个供应链上信息的流动，包括了供应链上的供需信息和管理信息，它伴随着物流的运作而不断产生。

### 物流

从供应商的供应商到客户的客户这一过程中的实物的流动。包括了运输、库存、装卸、搬运、包装等活动商品在不同的场所之间进行流动。

### 资金流

传统的资金流是指用户在购买商品过程中具体资金的流动，随着互联网的发展，大数据的应用，资金流是指用户在确认购买商品后，将自己的资金转移到商家账户上的过程。



# 餐饮供应链产业数智重塑

## 全场景赋能

### 供应链数智化转型应用场景广泛



供应链管理系统包含了采购、管理、物流等供应链全环节，能够将供应链中的管理工具、管理对象以及供应链管理决策数字化，在行业中具有广泛应用场景。



07

## 聚合共创多元产业生态

- 一站式综合解决方案创新
- 聚合资源、打造产业生态



# 聚合共创多元产业生态

需求多样化、碎片化

## 上游农业集约化程度低，下游品类需求高度分散



### 上游农业特征

- 丘陵、山区面积大，地块小，**农户分散**
- **中小农户精耕细作**
- 地形广阔平坦，**农户集中**
- **集约化农业**
- 地形与农户形态与**中国类似**
- **中小农户精耕细作+农协集中流通**

### 上游农业集中化程度

- **90+**%的农场面积**<1公顷**
- **~90%**的农场面积**>5公顷**
- **~70%**的农场面积**<1公顷**

### 下游品类需求属性

- 中式餐饮菜系林立，食材以**生鲜为主**，需求多种多样，涉及品类众多而分散
- 菜系较为单一，食材以**冻品为主**
- 菜系较为单一，食材以**生鲜与冻品为主**

相比发达国家，我国上游农业缺乏集中化机制，流通较难成规模，下游餐饮需求种类多且分散，对餐饮供应链的供需整合匹配能力是巨大的挑战。



# 聚合共创多元产业生态

需求多样化、碎片化

## 上下游脱节

### 上游农产品及食品加工企业

#### 种植型

以产定销 履约能力差

#### 养殖型

以产定销

#### 生产型

以产定销 品类单一

### 下游餐饮企业

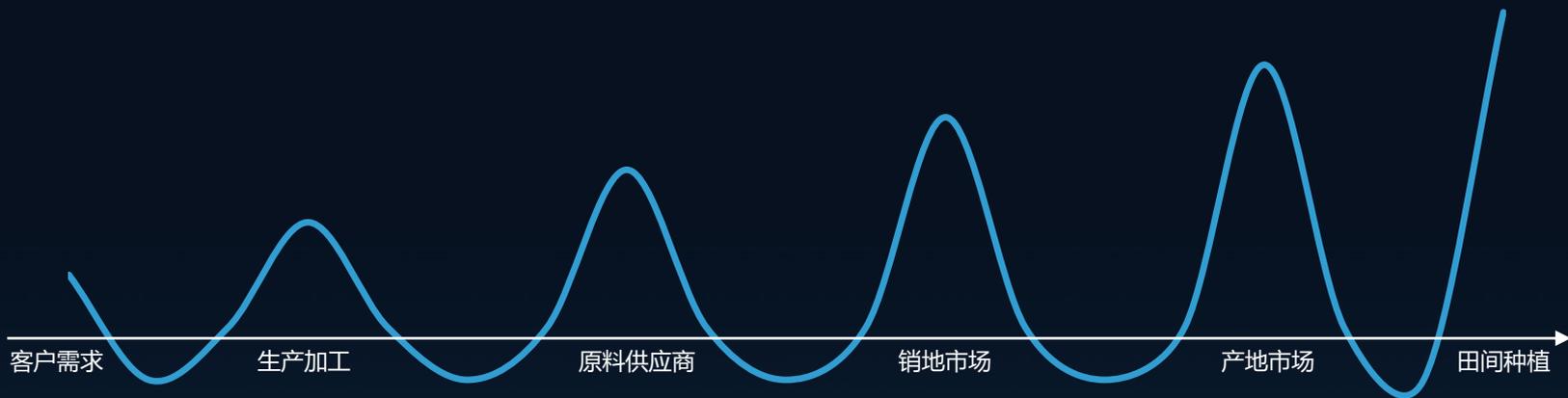
原材料需求不明确，无法同上游建立紧密供需伙伴关系；  
多温层产品需求，产品种类及加工方式多样，单品采购规模小；  
需要个性化、柔性化的供应。



# 聚合共创多元产业生态

需求多样化、碎片化

需求信息在传递过程中逐级失真、扩大



餐饮供应链上下游过长，‘牛尾效应’更加突出，从客户发出一个需求，到供应点间可能会出现无限曲解和放大，造成需求失真，这些不确定因素阻碍着供应链发展。



# 聚合共创多元产业生态

一站式综合解决方案创新满足客户多元化需求

**全品类共配**  
(vs 单品类集配)

**专业品类供应商**  
(vs 供应商打包组合供应)

**稳定可靠供应**  
(vs 缺货/延迟/品质不一)



**一站式全托管服务**  
(vs 零散管理多个供应商)

**全流程质控&冷链**  
(vs 常温配送)

综合解决方案可为客户提供稳定的供需匹配平台，大量可靠的供应商资源与独家折扣、批量特价，来自专业产品专家团队的个性化专属服务，为客户减少沟通、库存、物流成本及供应链复杂度，从而有效提高运营效率



# 聚合共创多元产业生态

一站式综合解决方案的多元服务增值

## 供应链服务的四层价值



### 01 基础物流服务

发挥集约效应，整合传统物流服务。包括国际物流、货运中转、仓储分拨、进出口通关、国内物流、保税物流、仓库增值服务等。



### 02 商品供应服务

在基础物流服务基础上叠加商流的供应链服务，更利于驱动物流和资金流。



### 03 供应链金融服务

供应链公司作为二把手，凭借在供应商和客户之间的紧密联系和信息优势，做成一种通过贸易融资的方式进行了金融自营模式。



### 04 B2B平台化服务

在垂直领域供应链服务与供应链金融的深耕，延伸了B2B供应链平台服务。未来是供应链金融服务平台化，供应链服务平台上的企业方与银行方可以基于在平台的交易信息以及平台提供的供应链服务的数据，交易结构，风控技术等实现产融一体化平滑对接。



# 聚合共创多元产业生态

一站式综合解决方案的多元服务增值

## 餐饮供应链的增值服务潜力——“四流”



### 商品流



### 物流



### 信息流



### 资金流

#### 基础增值服务

- 在线下单平台
- 食材加工
- ...

- 配送实时追踪和到货预告
- AI智能冷链温控
- 库存监控
- ...

- 全流程信息追溯
- 行业趋势和生态报告
- 行业生态伙伴对接

- 供应链金融
- ①基础垫资

#### 高级增值服务

- 采购组合优化
- 新品研发支持
- 菜单设计/烹饪解决方案
- ...

- 自动补货
- 存货新鲜度监控和预警
- ...

- 门店运营系统工具
- ①自助点单
- ②人员调配
- ③库存管理
- ④人员培训
- 品牌营销方案
- 成本优化方案

- 供应链金融
- ①高级融资
- 门店POS系统
- 税务处理系统

从客户整体需求出发，系统规划客户的基础和增值服务需求，提供主动的、顾问式的增值服务，向上下游延申提供一体化服务方案，拔高供应链服务价值。



07

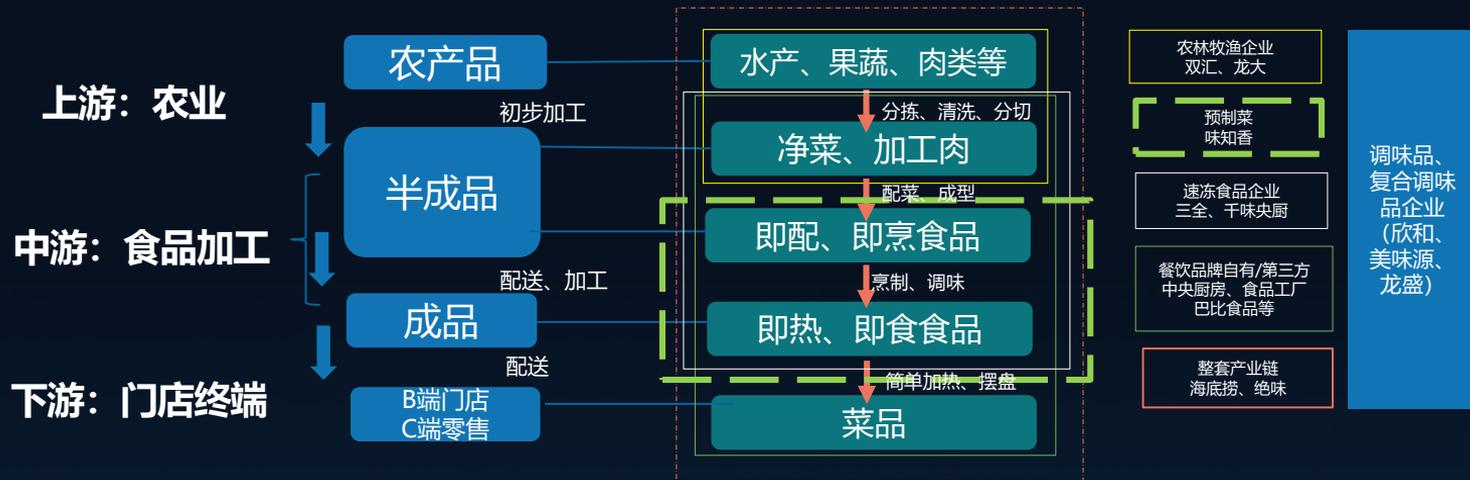
## 聚合共创多元产业生态

- 一站式综合解决方案创新
- 聚合资源、打造产业生态

# 聚合共创多元产业生态

餐饮供应链呈现多元密集的特点

## 餐饮供应链价值链传导



餐饮供应链链接上下游企业，带动了三个产业的整体发展。2010年前餐饮供应链主要集中在中下游（即从餐饮企业、餐饮门店至消费者的过程），而在2015年后，针对供应链上游提供服务的企业开始快速发展，主要服务涉及生鲜品、半成品、冻品等。



# 聚合共创多元产业生态

餐饮供应链通路长、管理难

餐饮供应链流通链条长，标准化程度低，管理复杂





# 聚合共创多元产业生态

## 餐饮供应链整合运营难度大

餐饮供应链资产密集，链路复杂，整合管理困难

### 链路层级和环节构成复杂

餐饮供应链业务流程复杂、多产品线共存，存在流程长、效率低的问题，导致整体运营管理效率低

01

02

餐饮  
供应链

04

03

### 物资管理难度大

物资种类繁多、保管要求温层等环境不一，导致管理要求较高；物资采办受生产计划影响，对不同库龄的物资进行妥善保管和进出库管理难

### 基础设施设备建设成本高

中餐产业链复杂程度、标准化程度高，从上游源头采购到中游物流运输，再到下游产品生产，假设一条完整的供应链需要投入的时间和成本极高，属于资产密集型产业

### 信息化管理程度不足

目前供应链各环节业场景化支撑不足，大多数一线人员难以体会到信息化系统带来的直接价值，因此信息化工具的使用积极性不高

标准化规格，透明化定价

供需信息不对称、时间差问题，食材损耗、浪费20%

难以及时准确交付，优质服务体验差，大量人工干预

供应商审厂、资质信息不共享，食品安全难以追溯



# 聚合共创多元产业生态

聚合资源、打造全行业覆盖的产业生态是“难而正确”的事

## 资源共享·价值共创·发展共生

Resource

资源  
**共享**

- 线下空间共享
- 客商资源共享
- 行业知识共享

**共创**  
价值  
value

- 产品共研共创
- 客户方案共创
- 行业创新共创

development

发展  
**共生**

- 业务链共生
- 生态圈共生
- 产业链共生

以“共享、共创、共生”为宗旨，打造产业服务平台，从而打通行业信息壁垒、促进行业交流合作、洞察消费趋势、共研共创新品、发布潮流爆品、进行行业人才培养等，联合产业上下游同心协力，推动行业健康良性发展。



# 聚合共创多元产业生态

资源整合·业务协同

上下游打通，全链条接入，完整型平台建设



打通上下游，围绕餐饮供应链所需产品品类，以食品安全与数智化通过整体品类业态解决方案进行整合输出，匹配相应终端类型客户，以全链条接入模式完整型平台方式为客户提供整套供应链、产品产品解决方案。如何打造完整上下游是中国餐饮供应链的发展机遇。



# 聚合共创多元产业生态

资源共享·全场景服务

## 面向全场景，服务全业态



**连锁餐饮品牌**

各类餐饮连锁企业食材采购及仓配供应链



**零售终端**

大型商超、生鲜便利店商品供应和仓配管理



**餐饮外卖  
生鲜电商平台**

食材销售电商、社区电商商品物流配送



**酒店  
团膳领域**

连锁酒店、企业食堂、学校/社区食堂食材采购及仓配供应链管理



**食材生产厂商  
供货商  
渠道商  
承运商**

供应链管理

中国餐饮供应链的发展，在服务全场景业态方面仍然是一个机遇。目前国内国内供应链企业多以擅长领域为主进行供应链建设，围绕舒适区进行同业态的服务。打通全场景业态是中国餐饮供应链在资源整合方面需要进一步发展的方向，也是面向更大市场的机遇。



# 聚合共创多元产业生态

资源共享·产业生态

## 线上线下双中心，增值服务促发展

蜀海百川

### 创新体验中心

一站式餐饮行业解决方案  
创新空间

体验、创新、发布、人才

孵化、资源  
等6大功能为一体

创新体验中心

蜀海百川

### APP+小程序

餐饮产业创新互联网平台

10余项功能：臻选采购、仓储物流、产品研发、课程培训、品牌营销、招商加盟、餐饮创投、人力资源、数字化升级等

6000家供应商线上试运营

上万餐饮商户参与行业线上信息交流推广

以线上线下结合的模式，开放资源与业务推进形式创新，形成餐饮供应链双中心，去餐饮供应链的信息壁垒，以开放态度与共同发展的大局进行业务促进促成，为供应链上下游提供共享协同平台是餐饮供应链行业发展的大趋势。



# 08

## 绿色变革牵引可持续发展

- 绿色变革迫在眉睫
- 可持续发展助推企业高质量发展



# 绿色变革牵引可持续发展

绿色变革迫在眉睫

## 绿色供应链成为供应链转型目标之一

根据世界经济论坛的数据显示，食品、建筑、时尚、快速消费品、电子产品、汽车、专业服务和货运八条供应链的碳排放占全球排放量的50%以上。

绿色供应链是一种在整个供应链中综合考虑环境影响和资源效率的现代管理模式，其目的是使得产品从物料获取、加工、包装、仓储、运输、使用到报废处理的整个过程中，把对环境的负面影响降到最低，资源效率最高。当前绿色供应链成为各企业供应链转型的目标之一。

### 成本管理

- 减少资源消耗，降低原材料浪费，减少有害物质排放

### 产品管理

- 建立绿色供应链体系，丰富产品组合，提高市场竞争力

### 品牌形象

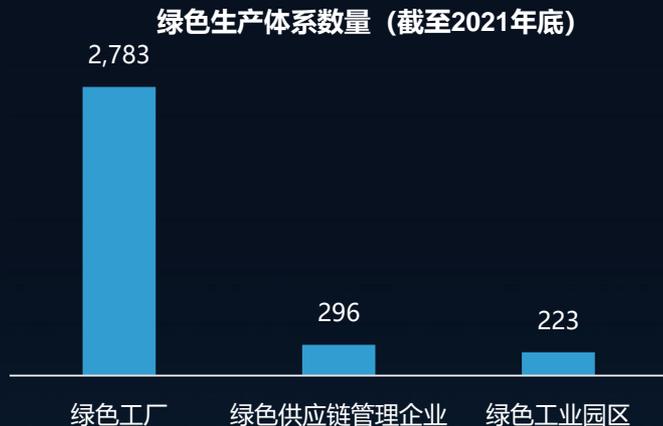
- 打造低碳企业文化，创造企业价值，维持品牌活力



# 绿色变革牵引可持续发展

绿色变革迫在眉睫

## 绿色环保指标逐步成为供应链重要评价指标



我国提出力争在2030年前实现碳达峰，2060年前实现碳中和的双碳目标。企业责任意识增强、全民环境意识提高，企业开始关注供应链环节和过程中的资源浪费、废弃物污染和碳排放问题。与传统供应链制度设计中只关注成本和效率不同，双碳战略下企业需要建立一套能够兼顾经济效益和社会效益的供应链制度，将绿色环保和资源效率等指标纳入到供应链评价体系中，供应链在保证效率、能力、成本、协同的同时，也将承受实现低碳绿色目标的压力和挑战。



# 08

## 绿色变革牵引可持续发展

- 绿色变革迫在眉睫
- 可持续发展助推企业高质量发展



# 绿色变革牵引可持续发展

可持续发展助推企业高质量发展

## 供应链全链路环节可持续化，在变革中寻求发展



### 可持续计划

- 从生产源头把握主动权，通过‘开源’‘节流’‘监控’三大抓手实现供应链计划可持续性。
- 降低浪费和碳排放以助力可持续，并实现库存和物流成本的节约。



### 可持续采购

- 与各级供应商建立长期关系，解决风险，并在供应商运营中建立综合社会、道德和环境绩效因素的能力。
- 帮助实现降低成本、增强品牌影响力、提升消费者忠诚度等，带来广泛的社会效益。



### 可持续物流

- 基于现代信息技术、通信技术等高新技术，改造和整合物流管理程序，重建具有适应性的可持续物流发展，高效管理流程。
- 节约社会资源、降低企业成本和废弃物处理成本。



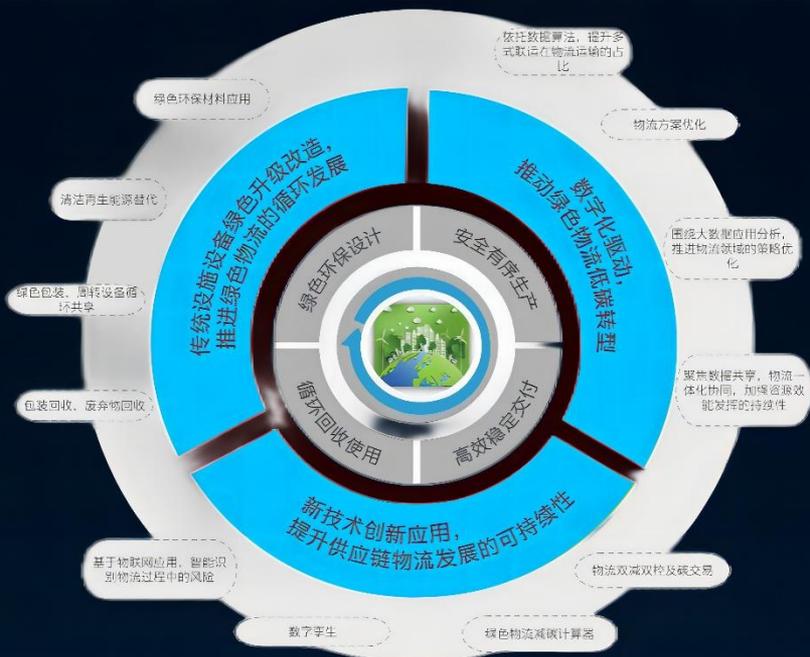
### 可持续生产运营

- 通过改良工艺或使用无污染工艺，减少对环境的负面影响，同时节约能源和其他自然资源，满足员工、社区和消费者的经济和安全需求。
- 助力提升企业竞争力和经济效益，实现生产流程降本增效。

# 绿色变革牵引可持续发展

可持续发展助推企业高质量发展

## 绿色变革长远推动企业可持续性发展



- 可持续性物流是可持续供应链的重要构成，需要基于现代信息技术、通信技术等高新技术，改造和整合物流管理程序，重建具有适应性的可持续性物流发展，高效管理。
- 从企业自身视角，短期看打造绿色供应链增加了管理成本，甚至一定程度上会影响供应链效率，导致短期内企业竞争力降低。但长远看，发展绿色供应链与企业降本增效的目标并不违背，还有助于企业获得更高的市场认可度，对提升品牌形象和国际影响力有积极作用。



# 09

## 餐饮供应链案例分享

- 盒马
- 家家悦
- 奈雪的茶
- 万纬
- 蜀海供应链



# 餐饮供应链案例



## 基于阿里大数据，店仓合流供应链体系



### 海外直采



### 国内直采

### 买手团队

盒马基地、盒马村

- 盒马属于零售综合体，具备超市、便利店、餐饮店和菜市场功能，以数据驱动打造社区化的新零售基础设施和体验。
- 同时通过与领馆、协会紧密合作，拥有全球直采体系。海外主要采购油脂市场、肉制品、果蔬、乳制品等。国内则是以田头买手团队、河马村和数字化农产品基地为主。



- 盒马鲜生将数字化采购作为完善供应商管理的重要手段。狭义的数字化采购即SRM软件，覆盖从采购寻源到交付结算、供应商评估的整个生命周期。
- 进行供应商生命周期管理可以有效缩短交货期，提高产品质量降低采购成本，提升企业在市场竞争中的应变能力和竞争力。

### 供应商管理体系

# 餐饮供应链案例



## 统一采购、加工、配送模式,够充分发挥规模优势

### 1974-2003过渡期

1995年公司第一家门店开业, 1999年率先开始经营生鲜品类, 2001年进入烟台市开始走上区域连锁的道路

### 2004-2017发展期

截至2017年末, 公司常温仓/生鲜仓建筑面积分别达到9.8/9.6万平, 具备了加工能力

### 2018-至今加速发展期

公司在深耕山东的同时, 积极探索省外扩张, 通过并购等方式陆续进入外省市场, 新建5.0智慧物流园, 进一步完善物流配送圈

2020H1-2022H1家家悦财务状况



家家悦生产中心孵化品牌

### 采购模式

- 与全国200+合作社/养殖场建立合作关系
- 与100+基地签署5年以上合作协议
- 源头采购占总额80%以上

### 统一加工

- 生鲜加工设备占超市总投资25%左右
- 通过建设生鲜加工中心充分发挥规模优势降低平均成本提高生鲜农产品的标准化

### 一体化配送

- 建设物流中心, 打通山东省内2.5小时物流配送圈。
- 在建5.0智慧物流产业园可实现每年常温商品配送4200万件, 农产品25万吨

#### 物流中心

6处常温、7处生鲜



配餐中心  
加工中心

#### 运输车

730辆  
95.9%冷链占比



配送中心

#### 门店

974家直营  
74家加盟



门店

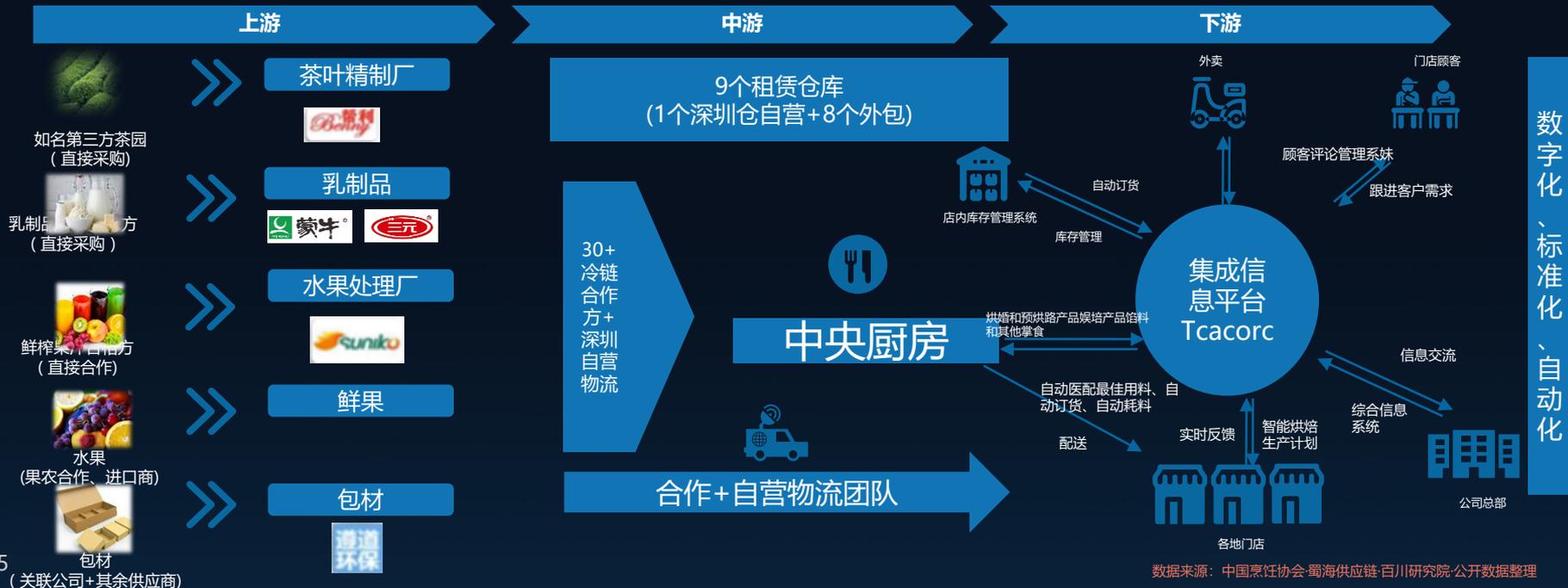


# 餐饮供应链案例

奈雪

奈雪茶 NAYUKI

## 信息集成，上中下游协同





# 餐饮供应链案例

万纬

## 万纬打造ESG零碳物流园区



万纬物流上海奉贤临港园区，地处上海市临港自贸区，园区面积约为3.7万平方米，仓库总容量为19.583万立方米，为单栋三层坡道库装卸作业平台37个。园区1号库作为水果供应链中心，是市场上难得一见的集预冷、仓储、越库、质检、库存管理、催熟、包装于一体的综合运营中心。2、3号库主要用于新能源汽车零配件仓储。万纬物流上海奉贤临港园区主要从绿色规划设计、绿色建造、绿色运营三个维度实现节能减碳，打造ESG零碳物流园区。

- ▶ 万纬物流发展有限公司是万科集团物流仓储服务及供应链解决方案平台。2015年，万科集团正式推出独立物流品牌--万纬，经过多年发展，已成为国内出色的多温区综合物流解决方案服务商。
- ▶ 万纬可为客户提供高标准的仓储设施及多元化的冷链物流服务。万纬的核心业务聚焦全国六大城市群，覆盖全国47个主要城市，拥有超过160个物流园区，全国运营管理近50个专业冷链物流园，仓储规模超过千万平方米。



高标仓储



开发建设



招商运营



投资选址



资产管理



冷链物流



仓储运营



冷链运输



库内加工



供应链集成



增值服务

### 痛点

- ◆ 进口水果商存在卸货、入库时间长导致的超期还柜风险和高昂的仓储成本。
- ◆ 园区仓储设施建造易产生高能耗，并且易对周边环境和社区造成一定程度污染。
- ◆ 进口产品对温/湿度的高要求造成水、电等能源消耗高于一般仓储标准。

### 方案

- 绿色规划设计:通过选址来缩短卸货、入库时间，并将《万纬绿色冷库产品标准》纳入设计底线要求
- 绿色建造:围绕污染控制、资源节约、废弃物管理等方面开展绿色建造。
- 绿色运营:按照国家能效标准选用高效变压器空调、水泵、风机等设备，合理利用夜间“谷价”热泵融霜代替电融霜

### 过程

- ✓ 按货物类别合理规划仓储区域，利用可再循环木托盘和电动叉车进行水果存储及出入存库活动。
- ✓ 库内采用人体感应LED照明,热泵融霜代替电融霜，错峰运营提高“谷电”使用率。
- ✓ 仓库屋顶均铺设光伏，通过节能降耗以及屋顶分布式光伏应用来实现运营阶段零碳排放。
- ✓ 以ASHRAE 90I-2010标准为基础，室内洁具均采用高效节水器具，实现100%场地回收和/或再利用无害的官建渣并掺入建筑材料比例。

50%+  
项目节能率

50%+  
项目节水率

100%+  
废弃物利用率

6.8万吨  
运营阶段碳减排



# 餐饮供应链案例

蜀海供应链



## 以数智化为前提，全链路一体化服务

蜀海供应链成立于2014年6月，是集销售、研发、采购、生产、品保、仓储、运输、信息、金融为一体的生鲜农产品供应链服务企业，现为广大餐饮连锁企业及零售客户提供整体食材供应链解决方案服务。蜀海拥有遍布全国的现代化冷链物流中心、食品工厂、蔬果加工中心等基地。

成立时间

2014年

服务门店

50000+

服务品牌

4000+

仓配中心

43+

工厂&基地

16+

仓配覆盖城市

480+

部分客户



### 供应链各环节持续标准化、数智化，赋能商家



原料



验收



配方



出库



运输



出品

### 蜀海能力

#### 交付力

#### 蜀海冷链

仓配一体化服务  
全国仓配网络布局  
全程冷链配送服务  
智能管理系统支持

#### 品保力

#### 蜀海品保

立体化品质保障  
专业品保及风控团队  
全价溯源食品安全管控  
数字化食品安全溯源

#### 数字力

#### 蜀海Saas平台

数字化管理系统  
采购履约数字化管理  
门店开货线上下单  
仓、运、厂多场景智能管理  
数字平台智能分析

#### 推动管理数字升级

#### 产品力

#### 蜀海食品

全品类产品供应  
个性产品买手采购  
大宗产品集采集供  
果蔬生鲜源头直采  
预制菜定制化加工

#### 释放品牌产品创新原力

#### 蜀海食品 解决方案中心

产品研发与创新  
产品溯源分析  
菜品规格设计  
产品升级包装

#### 协同力

#### 蜀海百川

线上线下产业服务  
产业互联网平台  
线下创新体验中心

#### 促进行业资源共享

## VALUE 行业价值

- 采购: 供应商在线注册、资质审核、无纸化合同、订单协同、电子结算，实现原材料实时在线监控。
- 加工: 以AB包形式将一道菜品振分，别加T分装后集合以实现标准化生产，同时应用智能烹饪设备实现减少人工投入，令团餐企业综合平均成本降低 30%另一方面，洁净高效的清洁系统不仅保障了食品安全，也能够有效提升效率例如活氧水雾里杀菌技术可令青菜的保质期延长 1-2 天。
- 销售: 在 SAAS 平台、销售对账、实时监控、TMS 运输系统、售后、撮合交易和供应链金融等方面进行信息化革新。

数据来源：蜀海供应链-百川研究院



# 结语

伴随整体经济进一步加快发展节奏，各类餐饮业态增长趋势明显，商业模式、产品模型、门店模型也有了更加清晰的市场化需求，中国餐饮供应链的发展也同步有了进一步的变化。通过以上研究，我们认为：

## 01

### 数智化是趋势

增量时代，我们呼唤机会。  
存量时代，我们回归效率，  
寻求创新。数智化，就是提  
高效率 and 实现创新的方式。  
中国餐饮供应链的发展趋势  
一定是以数智化为趋势导向  
的。

## 02

### ESG是未来

目前，国内外倡导可持续发展理念，是经济价值与社会价值的内在性的统一要求，对社会可持续发展至关重要。中国餐饮供应链，必须坚持这一理念。

## 03

### 共享·共生是模式

共享是合作的机制，共生是发展结果。上游与品牌之间单打独斗绝非最佳突围路径，共享资源找准消费者的核心需求，才是两者共生的核心关键所在

## 04

### 一体化是方向

在经营角度要以一体化为方向，打造中国餐饮、餐饮供应链的前后产业链，以全面、完善的姿态促进行业发展。



# 蜀海供应链·百川研究院

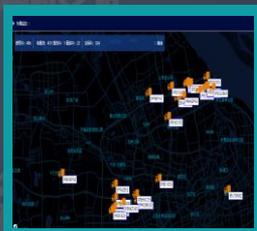
## 供应链深耕

深耕餐饮供应链，引流行业吧标准与趋势，赋能上下游企业



## 数智化建设

以建设数智化餐饮供应链为基础，数字化工具、智能Sass系统赋能行业



## ESG建设

始终秉承对社会负责，建设零碳供应链的发展目标努力



## 共享·共创·共生

打通线上线下全场景，链接产业链上下游



《2023中国餐饮供应链白皮书》主编



百川研究院·院长  
刘志彬



百川研究院·行研分析师  
王鑫



百川研究院·行研分析师  
尚园婷



百川研究院·行研分析师  
葛炜

## 行业发展

以经验积累与模式探索为行业发展贡献力量



THANKS  
感谢



销售热线：400-696-8876

官方网站：[www.shuhaisc.com](http://www.shuhaisc.com)

总部地址：上海市闵行区吴宝路390号