

广东邮政

预制菜C位出道

□本报记者 何金校 通讯员 赖炯炯

“我在邮政网点看到了‘极速鲜’的预制菜广告,觉得很新奇,就下单购买了一款500元的花胶鸡。这款菜品量大,够一家五口吃的,价格也划算,关键是加工很方便,解冻后加热煮熟就是一道色香味俱全的当家菜。”近日,广州市民李小姐对记者说。

今年3月,广东省政府办公厅印发了《加快推进广东预制菜产业高质量发展十条措施》的文件,从研发平台、监管体系、培育示范企业等方面支持预制菜产业发展,其中要求邮政做好推动预制菜仓储冷链物流建设、拓宽预制菜品牌营销渠道、推动预制菜走向国际市场等工作。广东省明确提出,预制菜是农村一二三产业融合发展的新模式,是推进“菜篮子”工程提质增效的新业态,是农民“接二连三”增收致富的新渠道,对促进创业就业、消费升级和乡村产业振兴具有积极意义,要“加快建设在全国乃至全球有影响力的预制菜产业高地,推动广东预制菜产业高质量发展走在全国前列”。

目前,预制菜产业在广东遍地“开花”。据统计,广东全省预制菜企业共计5300多家。伴随外卖行业的兴起,冷链物流与连锁餐饮的发展,预制菜市场发展前景广阔。

提前布局
切入预制菜新赛道

“广东建设的‘中央厨房’(预制菜产业),一头连接产地田头,一头连接市场餐桌,是推动农业产业兴旺的重要载体,恰好也为邮政发挥资源禀赋提供了用武之地。”广东省邮政分公司寄递业务大客户营销中心总经理蔡述

平告诉记者,“预制菜产业离不开物流寄递、金融、保险和营销平台等服务体系的支撑。去年第四季度以来,我们以此为契机,充分发挥邮政‘四流合一’及遍布城乡的网点优势,全面涉足预制菜产业,制定了‘寄递物流+金融+电商’的服务解决方案,促进产业跨界融合,赋能预制菜产业发展。”

据介绍,广东省分公司对进军预制菜产业很重视,前期成立了省、市、县三级邮政预制菜产业推进工作组,分别由各级邮政分公司分管副总经理担任组长,统筹协调各级相关部门,明确分工,统筹策划,协同推进,层层督导,逐级落实,做到全环节参与、全渠道整合、全方位推进。

2021年11月19日,广东省农业农村厅与广东省分公司签署了《预制菜产业推进合作协议》,支持邮政发挥“四流合一”及遍布城乡的网点优势,全面参与预制菜产业各个环节,融入

乡村振兴大局。此后,广东邮政依托自有“极速鲜商城”、邮乐网上电子商务平台及相关合作渠道,联合广东品珍鲜活科技有限公司、广东恒兴水产食品销售有限公司等多家预制菜企业,开发40多款预制菜产品,并与相关企业推出10款联名预制菜产品,为预制菜产业提供了“电商销售+寄递+金融”的产销合作服务模式。从2021年12月推出首款预制菜产品,到今年6月底,广东邮政预制菜产品完成业务量6万件,实现销售收入近650万元、寄递收入约200万元。

业务协同
助力产业链发展升级

“广东预制菜项目是贯彻落实省委‘1+1+9’重要部署,加快建设广东农产品‘12221’市场体系的重大项目,进军预制菜产业有利于我们各项业务



广东邮政联合多家预制菜企业开发了40多款预制菜产品。 □赖炯炯 摄

成都邮政

一碗羊肉汤“破圈”预制菜

“现在上架的是正宗川味小龙虾,麻辣辣辣,味道独特,肉质好,鲜香入味儿。现在下单,可享受川工直播补贴立减30元!在家把小龙虾加热三五分钟,即可享用美味大餐。”6月23日晚,“川工带川货 助力乡村振兴”成都专场直播中,邮政主播正在介绍当月主推的预制菜“小龙虾”,各种吃虾攻略、星级做法的现场演示,令直播间里的粉丝们垂涎欲滴。“小龙虾”一上架,销量迅速突破百单,粉丝们直呼:“这回终于实现小龙虾自由了!”



成都邮政助力“简阳羊肉汤”销往全国。

新冠肺炎疫情的出现,悄然改变着人们的生活方式,也孕育出众多“宅经济”的新商机。不经意间,“省时省力造好味”的预制菜成为当下需求激增的蓝海市场。

今年初,四川省成都市邮政分公司敏锐地觉察到预制菜产业风头渐起,于是将一家经营30多年主打川味特色的老字号食品公司“孔师傅”引入邮政分销系统,先后推出川味小香肠、蒸肉米粉、河鲜鱼汤、小龙虾、麻辣螺肉、农家小酥肉等30余款深受川渝客户喜爱的定制菜品,一时间

成为分销产品中的畅销爆款。

实际上,成都邮政对预制菜的研究已有一段时间。早在2020年,成都邮政就成立了“鲜味送·简阳羊肉汤”项目组,为预制菜“简阳羊肉汤”提供销售、仓储和配送服务。项目运作两年来,成都邮政累计销售该产品1.8万件,覆盖全国13个省(区、市)。

成都及周边地区素有冬至吃羊肉的风俗,其中以“简阳羊肉汤”最为出名。每年冬至前后,成都街边大大小小的羊肉店均是食客爆满的景象。然而,一波又一波的疫情阻碍了人们进店享受美食的脚步。简阳市邮政分公司嗅到了其中的商机,琢磨着怎么能把羊肉汤送到市民的餐桌上,满足人们的消费需求,并向成都市分公司进行了汇报。

随后,成都市分公司渠道平台部成立了“简阳羊肉汤”项目组,对产品的运营、销售、供应链设计提供一体化服务。项目组锚定产品、平台、物流三大核心,运用液氮快速冷却、无菌封装等技术打包羊肉汤,成为一款预制菜品,然后上架到“鲜味送”“邮乐直播”“邮乐优鲜”等电商平台,以“爆款营销+配送到户”方式成功“破圈”预制菜领域。

预制菜必须“鲜、快、好”才能持久发展。为了保持这一产品特性,成都市分公司对专业物流配送服务进



广东邮政助力推进预制菜产业发展,在地铁站、繁华商业区投放预制菜广告。

□赖炯炯 摄

的发展。”广东省分公司速递部电子渠道中心副总监林国鑫说,为推动预制菜产业发展,广东邮政围绕预制菜产品供应链需求,着力打造邮政供应链物流服务体系。利用县、乡、村三级物流体系,为预制菜产业上下游企业和农户提供优质的仓储、包装、配送、预冷、物流等一揽子服务,针对“田头农产品外销”“农产品进厂”“预制菜成品流通”等环节,构建和完善“中央厨房”产品供应链的物流通道。如对省内预制菜合作企业在物流寄递上给予专属优惠服务,在确保时限稳定、质量达标的同时,帮助企业降低物流成本;将邮政预制菜产品项目纳入“极速鲜”范畴,提供“极速鲜”密码投递服务;为预制菜产品叠加“极速鲜”生鲜代客投保服务,并简化保险处理程序,提升客户消费体验;利用邮政网点为客户提供同城预制菜线下预订和网点自提服务。

在预制菜销售方面,广东邮政依托资源优势,协同自有渠道和社会平台,助力预制菜产品的市场推广和销售。对广东省农业农村厅推介的预制菜生产企业,广东邮政采取“绿色通道”上架审批方式,加快产品的对接和铺货。以“极速鲜商城”、邮乐网为依托,结合线上合作渠道,利用数字技术,提供信息采集、平台供应、电商销

售的产供销一体化供应链服务,提高预制菜平台化销售的市场规模。据悉,广东邮政还将开展预制菜产品的专项营销活动,将其打造成为“极速鲜”业务的重点协同项目;在部分城市进行试点,为预制菜企业的线下实体店提供同城配送服务。

此外,广东邮政还通过金融赋能,加快产销对接,推动“产业+金融”生态圈建设。依托广东邮政金融的“农贷通”“商贷通”“政贷通”“网贷通”等信贷产品体系,为预制菜产业上下游企业提供存款、结算、融资、理财等一系列金融服务和信贷产品;对“中央厨房”的建设提供农产品仓储保鲜冷链设施建设贷款;对预制菜产品的末端消费提供“邮薪贷”、信用卡分期付款等产品,持续为预制菜产业发展提供金融“活水”。

“线上+线下”
双品牌拓展市场空间

“买年货上‘极速鲜’,今年买年货就买预制菜。”今年春节期间,在广州的各大商圈、地铁站,随处可见“极速鲜”推广预制菜的广告。“看了‘极速鲜’的广告才知道邮政还有自己的电商平台。这不,我在网上买了你们的预制菜,今天来网点自提。”家住广州

□本报记者 潘建伟

自新冠肺炎疫情暴发以来,各地的餐饮行业大受影响。随之而来的则是预制菜火遍全国,可以说这既在意料之外,也在情理之中。当宅在家中,面对买菜难、菜价贵的消费痛点时,方便、快捷的预制菜不仅让市民吃得放心,更让消费者享受受到一饱口福的畅快。有专家预测分析,疫情将倒逼餐饮行业改革转型,而预制菜有望成为疫情之后兴旺起来的一种新的餐饮业态。

2021年5月26日,农业农村部发布的《关于加快农业全产业链培育发展的指导意见》强调,创新发展农商直供、预制菜肴、餐饮外卖、冷链配送等业态,开发推广“原料基地+中央厨房+物流配送”等模式。

或许是敏锐嗅到政策信号和消费风向,不少省、市推出了一系列政策措施,探索预制菜产业发展的新路径。如广东省出台《加快推进广东预制菜产业高质量发展十条措施》,聚焦全产业链发展;上海市着力打造以农业深加工为特色的“都市中央厨房产业园区”;山东省规划建设“高端预制菜食品产业园项目”;河南省研究制定《绿色食品业转型升级行动计划》,成立“中央厨房”预制菜产业联盟……

就整个产业发展特点看,预制菜既符合当前人们对餐饮简便、快捷、安全的要求,也符合人们从吃饱到吃好、吃出健康的现实需求。预制菜产业一头连接农产品生产源头的田间地头,一头连接着餐桌消费,符合农产品产业化升级的趋势。农业农村部农业贸易促进中心副主任宋聚国指出:“近年来,‘宅经济’及疫情防控常态化激发了终端消费需求,预制菜产业迎来了重要窗口期。预制菜产业有效衔接了传统农业、现代加工业、冷链物流和餐饮服务业,成为新形势下提升农业产业综合效益和竞争力的有力抓手,为推进农村一二三产业融合发展提供了有利条件。”

从产业链、供应链角度分析,预制菜生产的原料供应源头是农村种植养殖业,中间是加工储运,终点是餐饮服务消费。这种前端在乡村、后端在城市、中间依靠物流联通的产业链,与中国邮政致力于打造的全产业链惠农服务相契合,也为中国邮政发挥资源禀赋、提供农业综合服务创造了一个巨大商机。

目前,中国邮政正在积极推进标准化农产品基地建设,发展加盟合作社,提高农业种养的规模化、现代化,将为预制菜提供可靠的原材料和稳定的源头供应;依托县、乡、村三级物流体系,为农产品加工企业和食品产业园提供“仓+运”服务,打通预制菜原料及成品进城的物流通道;利用城市揽投平台,为终端客户提供预制菜配送到家或网点自提服务,凸显预制菜消费的便捷性。此外,邮政还可以借助邮乐平台或供应链优势进行OEM代工,打造自有预制菜品牌,通过直播、社群营销、社区团购、积分换购、客户权益叠加等邮政特色渠道进行营销传播,促进预制菜的销售。

融合化发展是预制菜产业发展的根本,只有实现全产业链的深度融合,才能实现预制菜产业健康发展。携“四流合一”之优势,秉协同发展之理念,中国邮政定能在预制菜产业领域有所突破、有所作为。

预制菜为何如此「诱人」