

我国休闲食品供应链现状分析

杨金新

郑州食品工程职业学院，河南省郑州市，451162；

摘要：通过查阅现有文献、以及观察社会现象，本论文对我国休闲食品行业当前供应链现状进行分析，通过相关数据，总结当前休闲食品企业供应链存在的不足之处，结合国内外经济大环境，分析其面临的挑战与机遇，并总结未来发展方向及建议。同时，文中加入某些知名的休闲食品企业案例，分析休闲食品行业发展规律，从而促进我国休闲食品行业在竞争激烈的环境下实现可持续发展。

关键词：休闲食品；供应链；现状分析；发展建议

1 休闲食品行业供应链现状分析

在新时代背景下，人们对于生活质量要求逐步增高，出差、旅行等携带休闲食品成为常态，因此，休闲食品行业近年来发展极为迅猛。众所周知，我国休闲食品企业的供应链大致包括以下三部分：上游是原材料供应商、中游是生产加工企业、下游是物流配送与销售环节。随着人们消费等级的提高以及互联网的发展，供应链逐渐朝着数字化、智能化、一体化和柔性化方向发展。本文主要从以下几个环节进行分析：

1.1 上游的原材料采购环节

休闲食品的质量和价格与原材料密切相关。首先，原材料地域问题。当前，休闲食品原材料供应商地域广泛并且缺乏集中度，最常见的休闲食品原材料多为谷物、蔬菜、坚果等农副产品。例如，年轻人喜欢的巧克力等产品，地域专业化的比较突出，可可、巧克力等原材料供应相对集中，因此，市面上常见的巧克力价位较高，消费者总体购买比率并不是很高。然而面粉、干果等原材料供应地较为分散，和这些相关的产品售价相对较低，消费者购买量随之增加。其次，原材料产地和仓库所在地问题。某些原材料供应商由于产地和仓库之间柔性欠缺，造成原材料运输物流成本增加，从而造成产品成本过高，售价高，企业市场竞争力有所下降。

1.2 中游的产品生产加工环节

生产加工是休闲食品整个供应链的核心。生产加工企业采购原材料后，经一系列加工、包装过程，最终制成产品。首先，随着国家绿色生产政策的提出，企业更加注重原材料可持续性。其次，在实际生产加工环节，休闲食品企业大部分都可做到规模化生产，实现规模经济。包装部分也按照国家环保要求，设计精美、绿色健康。同时，由于大数据的便利，企业借助信息化平台实现更高效、准确的管理，为企业发展带来效率和柔性。

1.3 下游的产品销售环节

原材料经过一系列生产加工环节，经过精美包装，进入下游产品销售环节，在这个环节，物流配送贯穿整个过程。首先，物流配送效率方面。高效而富有弹性的物流和配送可以为休闲食品行业提供充满弹性、柔性的流程，同时可以增加顾客满意度。其次，随着竞争的日益增加，第三方物流公司为企业提供增值服务，例如代收货款、代替包装等服务，为企业提供灵活高效的服务，例如，全国以高效率、高质量配送为核心的顺丰企业，借助企业现有平台，为众多休闲食品企业定制物流方案。例如，天猫超市和京东在各省建立仓库，缩短了休闲食品在途时间，提高了产品的运输效率。

2 休闲食品终端消费市场现状

2.1 市场规模逐步增长

随着社会发展，我国休闲食品行业持续高速发展，2019 年我国休闲食品行业注册量为 25817 家，到 2020 年直接增长为 51256 家。仅仅一年时间，休闲食品行业年增长率高达 99%，数据表示，2024 年我国休闲食品规模已超万亿。其中，常见的休闲卤制品企业“回味一梦”、“王小卤”发展极为迅速，坚果炒货的门店也火速增加，红枣类相关的产品增速较快。

2.2 消费群体需求多样性

由于休闲食品携带方便，极其适合年轻人，因此年轻群体是休闲食品消费主要部分。但是，与此同时，年轻一代对健康、营养、口感和包装要求不断提高，市场上休闲食品的种类增长迅速，包装也越来越多样，风格多样性给消费者带来更多的口感体验和美感体验。例如，每日坚果在坚果行业市场份额达四分之一，满足了年轻消费者对健康零食的需求。同时，消费者对个性化、定制化产品需求增加，如好利来推出的节日限定蛋糕，一经上市便引发抢购热潮，推动行业产品多样化发展。

2.3 竞争格局与品牌效应

由于休闲食品行业竞争异常激烈,产品的品牌成为企业成功的因素之一。良品铺子、三只松鼠、好想你等品牌凭借创新营销和渠道拓展占据市场主导。三只松鼠通过动漫 IP 打造、直播带货等方式提升品牌知名度,市场占有率达 10% 左右。赵一鸣、好想来等休闲食品店更是抓住时机,充分利用供应链一体化运作、成本最小化的原则,在这几年发展迅速,市场份额逐步增加。

3 休闲食品行业面临的挑战与机遇

3.1 挑战

尽管休闲食品行业发展迅速,有很好的发展前景,但在竞争激烈的社会,也面临很多挑战。首先,原材料价格波动对企业成本和利润产生巨大影响。例如,对于生产加工猪肉铺的企业,如果猪肉价格上涨,猪肉脯企业成本也会随之增加,部分中小企业利润大幅下滑甚至亏损。其次,由于市场竞争加剧、休闲食品行业进入门槛降低,新兴企业不断涌入市场中,市场份额争夺激烈。再者,存在供应链管理难度大的问题,有些休闲食品企业物流配送环节存在效率低、成本高问题,如部分偏远地区物流配送时间长、成本高,进而影响产品新鲜度和企业利润。因此,企业要时刻警惕这些问题,做好准备应对挑战。

3.2 机遇

人口老龄化的社会现状使人们对于养生、健康的产品需求增加,消费观念的改变促使消费者追求高端化、健康化休闲食品。在人们对这些健康食品的需求每日增加的背景下,随着市场需求增长迅速,企业借机可以开辟新赛道,增加健康养生系列的休闲食品,不断创新,以顺应时代发展,如此才可以实现企业的持久发展。比如,某些企业用黄芪、枸杞子、红枣、核桃、黑芝麻等产品进行研发,可以制造出多种休闲食品,迎合消费者居家、出行、出差等需求。

4 未来发展方向与建议

当前人口结构现状和经济全球化必不可少的时代下,休闲食品有很大的发展空间和发展持久性。结合以上内容,本文提出以下建议:

4.1 加强供应链各环节的协同合作

4.1.1 创新合作模式

充分利用合作共赢的理念,在整个供应链环节,休闲食品企业可以与原材料供应商建立战略联盟关系。以一家大型休闲食品企业为例,涉及红枣这个原材料时,该企业可以与主要红枣供应商共同投资建设种植基地,从源头努力,生产加工企业可以参与红枣的种植和生产

过程,从而把控原材料的质量和降低红枣的采购价格。在生产加工环节,供应链上各个相似的加工企业之间可以协同合作,当其中一个企业出现生产产能过剩时,生产加工企业可以承接其他企业的部分生产订单,更高效的利用企业现有资源,降低成本,提高企业的利润。供应链中的物流企业和销售商也可以参与到产品的研发、包装环节中,结合物流配送特点和市场需求,为产品的包装设计、规格制定提供建议,使产品更符合市场需求和供应链运作要求,达到降低成本、精准包装设计的目的。

4.1.2 深化信息共享机制

休闲食品企业应借助先进的信息技术,搭建涵盖上下游全产业链的大数据共享平台。企业与原材料供应商共享需求预测数据,让供应商提前规划生产,保障原材料稳定供应。在生产加工环节,企业可将生产计划实时传递给包装材料供应商,使其能同步准备包装材料,避免因包装材料短缺导致生产延误。物流企业则能通过平台获取企业的库存信息和配送需求,提前安排运输资源,提高物流效率。同时,利用区块链技术确保数据的真实性、不可篡改和可追溯性,增强供应链各环节之间的信任。

4.2 精进物流配送环节

4.2.1 改进物流网络部分

产品销售企业需要根据休闲食品的销售区域和市场需求,合理规划物流中心和配送网点的布局。所售产品在全国市场占有率较高时,可以在主要核心地区建立区域物流中心,更加快捷地将产品配送的周边顾客手中。同时,可以借鉴沃尔玛的某些策略,采取“就近扩张”的方法,将产品销售点就近设置,为顾客提高便利的购买渠道。以良品铺子为例,企业在全国各区域开设门店,不仅线上购买极其方便,线下也更加便利,该策略可以确保产品能够快速出售给消费者。在物流有规律的配送前提下,线下门店可以保证货源充足,企业通过高效的配送环节,降低产品库存成本,从而提高利润。

4.2.2 增加智慧物流技术

智慧物流已经发展多年,很多企业也引入智慧物流技术,提高了仓储、配送、物流的效率,为企业带来很大便利,提高了自身的行业竞争力。然而,不少企业智慧物流相对欠缺,在后续发展中,结合需要可以适当增加数字化运营部分。这些设备能够增加仓库利用率,提升货物的出入库效率,从而减少人工操作成本,提高物流的准确性,降低退换货等方面的反向物流成本。在休闲食品配送环节,企业可以引入智能运输系统,比如 GPS 定位、传感器等技术,在产品运输过程中,企业可通过 GPS 定位系统监控车辆的行驶状态、货物的运输温度和

湿度等,进而可以确保产品在运输过程中的品质,这个技术的使用对于食品类产品的运输有很大优势。

4.3 及时建立品牌文化

4.3.1 营销策略精准化

大数据时代,离不开各个管理平台地良好运营,这些平台可以为企业节约很多分析市场现状地时间。首先,借助大数据分析平台,休闲食品企业可以通过数据分析,更加准确地了解消费者的购买行为、偏好和消费习惯,从而实现产品精准营销。其次,企业可以根据消费者的年龄、性别、地域、消费频率等信息,结合大数据分析地市场现状,进一步细分市场目标市场,针对不同特征的市场制定个性化的营销策略。例如,对于年轻者群体,企业可以借助社交媒体进行产品推广,在线下营销的基础上,在媒体上发布有趣时尚的短视频,吸引消费者的关注,激发他们的购买欲望,最终产生购买行为。对于注重健康的消费群体,企业可以重点宣传产品的健康成分、生产工艺等信息,推出适合他们的健康休闲食品系列。在精准营销的前提下,当市场份额逐渐加大时,才可以更加便利地建立品牌文化。

4.3.2 塑造品牌文化

随着国家主流文化的发展,休闲食品企业可以结合我国传统文化、企业地域文化和企业产品特征,创立属于自身企业的品牌文化,同时结合休闲食品的特点和消费者的喜好,打造独特的品牌文化。以好想你食品有限公司为例,企业将红枣从古至今的文化引入到产品介绍中,结合中医“药食同源”地思想,赋予产品深厚的文化底蕴,在产品销售环节,通过宣传企业的品牌文化,增加消费者的认同感,提高企业的知名度,打造自身品牌,使健康、休闲的思想深入人心,更好地迎合中国人的养生理念。于此同时,好想你食品有限公司通过举办休闲食品交流会、打造红枣小镇等活动,将好想你食品有限公司众多产品介绍给大众,增强消费者对品牌的认同感和归属感。其次,该企业将“做健康产品”的品牌文化体现在产品包装、产品宣传等方面,打造养生的价值品牌,提升好想在消费者心中的辨识度和美誉度,从而增加各种年龄层消费者对红枣产品的需求量。

4.4 推动技术创新

4.4.1 创新供应链管理技术

在互联网高速发展的时代,休闲食品企业可以借助这个工具实现对供应链各环节的实时监控和管理。首先,在原材料采购环节,通过相关的高科技设备监测原材料

的库存数量、质量状况等信息,通过监控数据平台的库存,企业可以及时进行补货和质量控制,从而降低库存成本,提高产品优良度。其次,在生产过程中,企业可以利用技术对生产设备的运行状态进行监测,提前预警设备故障,避免生产中断,影响产品的生产加工。再者,在物流配送环节,企业可以借助相关技术对货物进行实时追踪和定位,进而提高企业产品物流配送的透明度和可靠性。

4.4.2 创新产品生产和研发技术

企业在生产环节,可以积极引入先进的生产技术和设备,提高生产效率和产品质量。在产品生产过程中,企业可以应用自动化控制系统,实现生产流程的精准控制,这个方法可以减少人工操作带来的误差。此外,加大对食品研发的投入,开发新的食品原料和配方,利用生产车间现有的技术和设备,实现范围经济最大化、产品多样化,从而满足消费者对产品的多样化需求。

5 结语

在全球经济化的当下,随着国际形势的改变和人口老龄化的加剧,休闲食品不但成为年轻人的喜爱,在经过产品创新研发后,也可能成为老年人的养生品。因此,我国休闲食品有极大的发展空间,如果企业在供应链管理环节做到一体化运作,改进原材料采购、生产加工、成品物流配送等环节的不足,不仅可以降低企业运营成本,同时可提高产品销量以及企业利润,更好地实现企业精准发展。

参考文献

- [1]叶鑫驿,周丰婕.漳州休闲食品行业发展现状问题及对策建议[J].现代工业经济和信息化.2024(9):49-52.
- [2]樊宝婷.我国休闲食品发展现状、问题及展望探索[J].食品安全.2021(6):3-6.
- [3]邱泼,韩文凤,王坤江,赵锋锋.我国休闲食品产业的现状及发展方向[J].食品研究与开发.2012(33):236-238.
- [4]周颖,杜旭.休闲食品制造行业发展现状研究[J].现代工业经济和信息化.2024(6):44-46.

作者简介:杨金新,(1990-),女,汉族,河南焦作人,郑州食品工程职业学院教研室主任,硕士学历,研究方向:供应链、物流管理。