

新食品经济的发展趋势及其对食品产业的影响

段成龙 吕雪婷 杨梦云 王家和 韩世宇

辽宁科技大学, 中国·辽宁 鞍山 114051

【摘要】随着人们生活质量水平的提高,使得全球的消费者对粮食安全问题 and 食品营养吸收问题的关注度不断提高。而如今,我国信息技术发展迅速在各个生产生活的方面都影响了许多行业的供应链关系和消费者视角,在此过程中食品行业也随之发生了变化。使得食品生产、运输和销售方面都发生了深刻的变化,为了促进食品企业的技术创新,并朝着更大、更强和更安全的方向发展。可以清晰的感受到在未来,跨学科食品创新人才必将是食品产业核心竞争力的角逐对象,其次绿色食品和有机食品也将成为食品行业的趋势。

【关键词】新经济 新的粮食经济 食品工业 未来趋势

The Development Trend of New Food Economy and its Impact on Food Industry

Duan Chenglong, LV Xueting, Yang Mengyun, Wang Jia and Han Shiyu

Liaoning University of science and technology, Anshan, Liaoning 114051, China

[Abstract] with the improvement of people's quality of life, consumers around the world pay more attention to food security and food nutrition absorption. Nowadays, the rapid development of information technology in China has affected the supply chain relationship and consumer perspective of many industries in all aspects of production and life, and the food industry has also changed in this process. In order to promote the technological innovation of food enterprises and develop towards a larger, stronger and safer direction, profound changes have taken place in food production, transportation and sales. We can clearly feel that in the future, interdisciplinary food innovation talents will be the competition object of the core competitiveness of the food industry. Secondly, green food and organic food will also become the trend of the food industry.

[Key words] new economy; new grain economy; future trend of food industry

引言

如何解读新粮食经济实际上是对新时代新经济的一种表述。随着信息技术的发展,食品行业可以通过大数据的信息分析获取其发展信息。与中国传统和古老的粮食经济模式相比,通过信息技术,新的粮食经济可以更高效、更具成本效益。而信息技术的应用已经加入到食品行业中,人们可以更加容易地了解他们所购买和食用的产品。新的食品行业也将更容易获取食品购买信息,通过大数据整合和总结不同的销售信息也可以让企业更好地了解消费者需求,从而使企业能够更好地根据大数据调整其食品战略。新的食品经济将有助于食品工业更绿色、更健康的发展。在新时期,新时代人们对食品安全和健康问题日益关注的背景下,企业应切实加强食品安全保护,满足食品安全的要求。

1 当前新食品经济的状况分析

近年来,中国居民收入水平稳步提高,消费能力稳步提升,休闲娱乐消费份额也在逐步提高,这些都为休闲食品的发展创造了良好的市场基础。此外,休闲食品也解锁了很多消费场景,成为了更多消磨时间的方式以及情绪上的发泄选择;当人们开始追求饮食质量而不再是温饱时,零食消费必将迎来新的增长点。国际咨询机构 frost&sullivan 统计数据显示,2019年,国际零食消费年混合增长率为12.1%,而中国从近年来休闲食品行业市场容量的总体变化趋势来看,中国休闲食品行业呈现出长期稳定的增长趋势。市场报告显示,2020年中国小吃市场零售额同比增长6%以上,比国内消费品市场增长率高出10个百分点以上。从市场终端的角度来看,根据金融中心发布的汇总数据,主要在线平台在2019年、2020年、2021年1月、

9月、11月和12月是销售高峰月份,可以称为销售旺季。

2019年开始的冠状病毒疾病继续影响着人们的正常生活。商场、超市等实体店的客流一度落后。后期国内疫情得到有效控制后,受消费模式发展和消费心理恢复期等因素的影响,一些消费群体继续青睐不出门、不逛店、零接触的网购方式,所以线上销售只受到线下销售略微影响。总体而言,主要营销依赖于在线虚拟消费。与对在线营销的影响相比,在线市场在投入和生产率方面都具有显著优势。另一方面,由于长期控制,许多居民已经为消费付费,因此在线市场将恢复,这将在逐步恢复稳定之前持续一段时间,为改善线下市场的可能性留下了缓冲。

根据2021年传送的财务报表“从行业主要A股上市公司来看,前三季度三只松鼠成交量同比增长7.7%,来芬成交量同比增长2.9%,恰恰成交量同比增长13.4%。整体上优于天猫平台。年销售额707亿元,增长19.5%,比上年提高2.1个百分点。根据市场供应和股市趋势:中国零食消费将持续增长很长一段时间,直到2025年预计达到饱和。基于产品差异化细分和构建竞争力的基本条件,零食消费将能够占领更多的市场份额,此外,我国零食人均消费量明显低于美国、英国、日本等国家和世界的平均水平,行业市场空间十分广阔。在业余时间,小吃还充分受益于居民收入和消费不断增长带来的扩张红利。

2 新粮食经济的未来发展

2.1 快速配送,确保食品质量

由于这项开创性工作的目标是零食行业,因此食品的保质期问题也非常重要。

2.2 寻找并创建热门基金

爆炸性产品是在用户中引发激烈讨论、在社交平台上共享和分发的产品,形成“网上人气”效应,公告后销量迅速增长。消费者主动充当品牌的“传播大使”,进行自发传播。首先,我们要做好质量控制,控制产品来源,建立自己的CCP监控程序,然后生产产品时应解决现有产品的问题或实现满足需求且具有外部美的产品。最后通过不断发展壮大的互联网进行商品宣传。使旗下产品实现商品大众化和消费者的认可时,即形成了上述流行模式。

2.3 建立会员制

会员制的目的是按层次对待用户。对于对销售和购买习惯有较高贡献的消费者来说,不断加强品牌知名度,有助于企业口碑建设。良好的会员制可以使消费者产生品牌排他性意识,形成良性购买力发展。用户可以根据其活动和贡献分为不同的级别,如各自的特权,积分、惊喜等等。积分可以兑换品牌优惠券、商品和礼品;特权可以为消费者提供某些独家价格或服务;惊喜可以在一定程度上给用户一些超出预期的小礼物。为了便于管理,级别通常不超过5级。

2.4 打造“一代母亲”早餐食品

受民族自尊心和国内产品质量不断提高的驱动,喜欢外国产品的消费者,开始更加关注成本效益更高的国产产品。国产产品推出“第二春”。根据尼尔森2019年第二季度中国消费指数报告,68%的中国消费者更喜欢本土品牌。62%的消费者表示,国产品牌是他们的首选。随着土特产的增长,企业制作了一系列传统小吃,受众不再局限于年轻人。

2.5 执行IP标记

关于全新的食品包装,国际认证的植物桶是一套三种类型的食品,即炸蘑菇片、红薯条和其他食品。这些食品包装在美味、营养的可食(或可生物降解)桶中,桶端有桶盖。此包装中的配料包括黑麦粉、腰果、斯佩尔特小麦粉、榛子、燕麦、椰子、芝麻、黑麦籽、南瓜籽、苜蓿、亚麻籽和橄榄油。通过使用食品和饮料衍生物减少行业污染。

3 未来新粮食经济商业模式回顾

在消费者对食品日益增长的需求驱动下,企业应在保障食品健康和食品营养的前提下对产品进行持续的技术创新,以满足消费者需求。另外企业在制定原材料、发展产品工艺和配方时应严格规范质量标准。即从上游供应商处采购产品到查验接收产品,再到产品质量检验后的产品储运,都需要严格控制每一步骤的产品质量和安全。然后通过完善的渠道网络将产品销售给消费者,确保产品的高品质和消费者服务。

3.1 产品开发

3.1.1 产品研发驱动力

在市场环境下,该公司先研究并细分了消费者对不同营养和健康的需求,然后根据不同的场景,定制不同的采购任务,以满足消费者不同的需求。最后根据演练的市场需求,选择产品并分别纳入年度研发计划的产品类别。公司产品研发以消费者需求为基础,以食品科技为支撑,通过产品研发过程的保障,快速开发和上市,以满足各个层次的消费者对不同产品的需求。

3.1.2 产品开发形式

企业可以通过自主深入研发、外包简单研发等方式,快速满足产品研发需求。

3.2 供应合作

公司对销售需求进行持续预测,管理供应链系统,以相同的频率下订单、生产、交付货物、储存和分销货物,并进行在线数字化生产和销售协调。通过京东仓库建设、信息系统建设和数

字化应用,可以使公司的供应链效率保持在较高水平,进一步缩短货物供应管理的缺口。公司的库存模式是全渠道共享模式,可以有效提升产品周转效率。

3.3 全渠道销售

公司发展了全渠道销售,即线上线下为用户提供产品和服务的渠道,目前公司发展了店铺零售渠道、平台电商渠道、社交电商渠道、团购渠道、社区电商渠道和回收渠道,以及随后与合作伙伴建立的小型零食计划。

3.3.1 门店零售渠道

门店零售渠道是公司的第一条渠道,也是公司开展业务的传统优势。门店的零售渠道,加上成熟的体系和不断的发展,形成了公司独特的竞争力。

3.3.2 平台电商渠道

平台电商渠道是指公司在第三方电商平台上使用2B(如天猫、京东自助等)和2C(如旗舰、官网等)的商业渠道。基于数亿消费者收集的数据解决平台的电子商务问题,构建全球营销数据平台,通过数字概览分析不同的用户需求,准确匹配商品内容和访问渠道,显著提高产品广告和内容营销在细分市场的有效性。

3.4 生产成本

3.4.1 原材料控制。

启用产品追溯系统,为每个产品提供身份证,并与原材料供应商建立现代互联网监控平台,实施数字化管理系统;一些不适用的产品来源需要严格的检查、取样和质量控制分析。

3.4.2 劳动力。

除了补充总部设立的机构的员工外,直销店还将雇佣营销人员和门店经理。食品生产由一个独立的加工中心进行,并向社会招聘。对于食品外包装的加工,为了节省加工和生产过程中的资源,可以引入外包,将成品移交给质量控制中心,以对外包产品进行质量控制。

4 结 语

新经济在不同时期有着不同的表现形式,在当今时代,新经济是指融合了多项新技术的新经济形态,是以低碳经济、绿色经济和网络经济为基础,实现产业创新革命新产业的新经济。新经济的冲击使得食品的生产、运输和销售发生了深刻变革,不断的推动着食品企业进行技术创新,朝着更大、更强、更安全的方向发展。俗话说:“民以食为天”,但在信息技术发展的带动下,食品经济正在发生变化。与中国原有的传统食品经济相比,新食品经济帮助食品生产和营销企业获得了从消费者群体的角度分析食品网络链的能力,这显著提高了食品企业掌握市场信息的能力,使食品企业能够应对日益激烈的市场竞争。在现代食品经济中,企业可以通过数据分析,详细掌握消费者需求,完善消费者需求导向,做出相应的企业战略调整。即企业从食品原料供应、食品研究机构到食品生产销售单位和整个食品供应链的每个单元将根据消费者购买信息进行调整,以满足消费者日益增长的需求。相信在未来必将会形成更加完整的粮食市场系统,以配合新时代,新经济的社会发展形势下消费者对新食品经济的需求。

参考文献:

- [1] 朱冰清; 王建毅; 彭蕊; 新食品经济的发展趋势及其对食品产业的影响 [J]. 衡水学院学报, 2020-12-20: 51-53
- [2] 李永胜; 张紫君. 论食品工程与经济社会的互动关系 [J]. 工程研究-跨学科视野中的工程, 2021-06-25: 326-334.
- [3] 王灵. 新食品经济的发展趋势及其对食品产业的作用分析与研究 [J]. 食品研究与开发, 2020-02-20: 16.