

家电巨头们入局预制菜市场，看中的是什么？

预制菜这一新风口，正吸引越来越多的家电巨头加入。

近日，以格力电器为首的家电企业云集预制菜这一新风口，通过不同方式介入这一大市场。

除了格力电器，海尔、老板电器等家电企业都以不同的方式介入到预制菜市场。

公开报道显示，多地都在大力培育当地预制菜市场，巨大的市场需求加上政府的支持，使得预制菜吸引了众多的资金和企业入局。和预制菜上下游关系紧密的家电企业，也是其中的一支主力军。

格力入局预制菜

格力电器本身并不生产预制菜。它是希望从赋能预制菜生产制造设备、冷链物流设备等角度，介入预制菜产业。

据了解，为发展预制菜相关业务，格力电器依托装备制造产业和成熟的自主研发技术优势，成立预制菜装备制造公司，并牵头筹建广东省预制菜装备制造产业发展联合会，构建预制菜装备的研发、生产、运营全产业链

体系，以工业发展促进农业产业化升级。

格力电器可以提供预制菜配套的冷链装备、物流仓储装备、生产专用设备。公开信息显示：格力自2009年进军冷链行业，实现了产品从原材料产地到消费者餐桌全冷链覆盖，现已成功应用于食品储存、果蔬冷藏、肉类储存、物流冷库等多个领域，遍及全国三十多个省市。

海尔、添可、老板电器等多家企业均已布局

厨电类家电企业由于强相关性对预制菜行业的介入更早。一直在构建全产业链生态的海尔集团，在几年前已经推出食联网平台，把食品供应链、用户整合在一个平台上，提供定制菜品。

据介绍，海尔食联网通过“智慧网器+数字化烹饪程序+标准化生态预制菜”的生态模式，开放链接外部生态资源做预制菜烹饪还原的平台，满足消费者对美食品质、便捷烹饪、健康饮食体验的需求，让用户“在家就能吃上大厨师”。

科沃斯集团旗下的添可，也有预制菜业务布局。

添可推出的是智能料理机食万，并配套提供适合料理机操作的净菜，形成一个从买机器到吃上菜的闭环。添可品牌创始人钱东奇今年早些时候接受采访时表示，如今互联网

快节奏时代，人们不愿意把时间放在厨房，外卖是一个选择，“但如果能短时间把健康的食物做出来，那么人们会不会选择？这是新赛道。”

厨房电器老板电器也有布局预制菜的计划。日前，老板电器CMO叶丹芩在接受媒体采访时透露，老板电器已在预制菜领域布局，并表示近期会有消息发布。

老板电器日前也抛出“数字厨电”概念，希望构建融合硬件、软件、生态、内容的整套数字烹饪解决方案，改变了传统的烹饪方式。

此外，美的集团旗下华凌负责人也曾表示，会与预制菜公司加强沟通、相互服务，让华凌的厨电更适合预制菜，将预制菜放进旗下云菜谱中。格兰仕近日宣布在预制菜领域布局，并推出千元“专用微波炉”。

预制菜角逐拼的是什么

为何家电企业会云集预制菜市场？

家电行业资深观察人士刘步尘接受记者采访时表示，家电企业近年遭遇增长瓶颈，一直在寻求突破，预制菜市场规模很大，又受到多地政府的支持，家电企业追逐预制菜风口不难理解。

作为餐饮和传统农业升级迭代的组合拳，预制菜被多方看好。根据艾媒咨询发布的《2022年中国预制菜市场发展趋势研究报告》，预计未来中国预制菜市场将保持20%左右的增长率高速增长。未来5年左右，预制食品产业将成为下一个万亿级市场。

刘步尘表示，近年家电企业都在积极进行多元化布局，预制菜也是多元化的方向之一。

随着家电市场增长的放缓，单纯卖产品给用户的一次性交易无法让家电企业营收继续高速增长，家电企业一直在思考如何在产品卖出后继续与用户保持长时间的黏性沟通，在家电产品逐渐智能化、联网化的趋势下，从卖硬件到卖服务，构建大生态

成为家电企业的战略选择，食材是其生态的关键一环。

兴业证券认为，全产业链布局的日本预制菜龙头日冷的核心竞争力是研发及技术创新。1952年日冷销售速冻食品以来，在产品研发及生产技术改进上持续保持领先，率先推出了“微波预制菜”及“三段式炒饭”，研发团队由100多人组成。日冷也是全产业链布局的典范，旗下有食品、物流、生鲜三大子公司，从原料采购、加工、配送仓储均具备协同作用。

虽然说家电企业未必介入预制菜生产，但其在厨电研发、美食口味研发，以及全供应链的赋能方面，同样有独特价值。

第三方机构产业在线冷链产品相关人士表示，由于预制菜市场的火爆，近期与此相关的速冻设备格外受关注。

产业在线数据显示，2021年我国速冻设备行业规模为17.7亿元（不含工程收入），同比增长25.8%。预计2022年增速会有所放缓，但依然会保持10%以上的良好增长。

（澎湃新闻）

新女首富曾是纺织厂打工妹 超马云刘强东



2022年《财富》500强榜单中，恒力集团排在第75，超越阿里巴巴和京东，年营收超7000亿元，成中国第三大民营企业。集团总裁范红卫，打破碧桂园杨惠妍即将“蝉联5年”的女首富神话，登顶中国女企业家首位。

沧海桑田，斗转星移，从一无所有到创建恒力，再到超越中国历年的女首富，范红卫是如何做到的？

寒门“打工妹”，开76家公司

范红卫出生寒门，心气很高、不甘雌伏。那个年代，村里大多数都以蚕茧卖蚕为生，她偏偏不行其道，自己照看蚕生蛹缂丝，直接用成品丝换钱，是十里八乡小有名气的“制丝家”，引得村民纷纷效仿。

1985年参加工作后，范红卫白天在纺织厂里当小会计，晚上挑灯自学管理知识。平时厂里剩下的废旧丝线边角料，都被她回收再加工，补贴零用。

干了几年后，工厂因经营不善濒临倒闭。1994年，范红卫借债369万元盘下工厂，将其改造为化纤织造厂。在亲戚的眼中，一个几乎身无分文的打工妹，借钱盘下落魄工厂，无异于刀尖上起舞，可他们不知道，彼时的化纤织造厂，就是现在“世界500强”恒力集团的前身。

接手工厂后，范红卫大举改革，引进1200锭网络车、淘汰有梭织机。以销售原料加工的方式发展生产。很快，其家庭型织机遍及江、浙邻近7个乡镇。

时至今日，范红卫还清晰地记得，当时鱼塘120元/平米，柴油发电是1毛钱/度，当时纺织行业一帆风顺，项目投入资金6个月就全部收回。

天有不测风云。1997年，亚洲金融危机爆发，众多企业为防止受到冲击，不得不低价抛售，而范红卫“人弃我取，趁低吸纳”，以低价大量购买先进织机。1999年危机结束，靠着这批先进设备，制造厂脱颖而出。

2002年，恒力进军上游行业化纤。两年后就建成大型化纤生产基地之一。今年上半年，子公司数量已经增加至76家。

进军石化，“从一匹布到一滴油”

资料显示，2008年末，恒力资产规模已达70亿元。

大举扩张的背后，是对化纤材料（PTA）进口的需求。范红卫说：“08年时，我国有2000多万吨的PTA需求，有近一半需要从韩国引进。”

“脖子总是被人卡住，没办法，只能往上走。”生产规模的压力让恒力倍感痛苦，不服输的范红卫，决心进军石化，自己解决原料问题。

2021年，恒力石化产业园奠基，集团正式进入石化产业，后续又投资了炼化一体项目，全链条

解决卡脖子难题。

市场上素有“一滴油到一匹布”之说，而恒力反其道行之，“从一匹布到一滴油”，完成纺织全产业链布局。如此气魄胆识，是女企业家中少有的。也正是因此，有人将范红卫称为“女版李嘉诚”。

正如一位银行业管理者评价：“如果恒力故步自封在纺织领域，早就湮没在历史长河中了。”事实上，恒力发展速度一直较快，原因之一就是不断增添并表产业。今年上半年，恒力仅石化营收1191.55亿元，生命科学能否吸引其入局，同样值得拭目。

超越阿里京东，成中国第三大民企

“我用27年的时间，从一匹布，到一滴油，最终实现全产业链发展。”去年6月，央视《对话》栏目中，恒力创始人范红卫自豪地说道。

目前，恒力以炼油、石化和纺织为主的链条企业下，员工达12万，遍及多个国家和地区。拥有全球产能第一的PTA工厂，是最

大的纤维生产基地和织造企业之一，年营收已超华为。

“江山几多风云变”，从工厂女工到中国女首富、落魄的工厂在范红卫手里变成了世界级企业。昔日埋头苦干、要强奋斗的她，已成为新的传奇。

（一点财经）