记者 | 马越

编辑 | 牙韩翔

食材供应链公司持续被资本看好。

包装蔬果及预制菜品牌商福州优野生态农业有限公司（以下简称为“优野蔬菜”）完成数千万A轮融资，投资方为厦门树投，华峰资本担任长期财务顾问。本轮融资将主要用于公司加工中心建设、渠道与产品线拓展等。

这家公司成立于2013年6月，总部位于福建省福州市，是福建省首家包装蔬菜品牌公司。它的主要产品包括包装蔬菜、净菜、精选水果、预制菜等。

优野蔬菜在中国不同纬度和海拔地区，有战略合作
的蔬菜种植基地近8万亩，从而可以实现全年全产品基地种植覆盖，全部产品由认证基地直采直供，以保障产品品质稳定。同时这家公司有8个生产基地和2个鲜食生产基地，产品已经进入福州、厦门
、深圳、广州、杭州、武汉、成都、南昌八个重点城市及周边。

作为食材供应链公司，优野蔬菜已经成为山姆
、麦德龙、盒马等近600家连
锁商超，及朴朴超市、美团买菜等生鲜电商的蔬菜、预制菜类目核心供应商。

它旗下的预制菜品牌“优予”产品线供应的沙拉便当等鲜食、区域化冷鲜预制菜等近百款产品已经进入福州厦门、深圳、广州、武汉、成都六城，是多家区域化连锁便利店、精品KA的核心供应商。

对于大型商超、生鲜平台而言，减少中间环节，实现原产地直采，是建立价格优势的基础。而其背后的生鲜食材供应链，也逐渐成为竞争的焦点，被资本所关注。

而尤其是在疫情之后，“供应链为王”的策略也愈发成为生鲜零售以及餐饮业的共识。

光大控股消费基金在2021年正式提出聚焦食品全产业链的投资定位，称“抓住不确定性中的确定性”。其董事总经理吕志超
透露称，从投资价值看，食品产业链条长、痛点多，解决每一个痛点都能创造巨大的社会价值。食品全产业链属于核心
民生，受经济周期波动
影响较小，行业政策也不具有敏感性，因此可持续性更高、可预见性更强。

中国的食材供应链发展仍然属于初级阶段，虽然有万亿市场规模，但格局高度分散，给各方入局提供了市场空间。

不过与其他制造业商品全国流通的市场有所不同的是，生鲜产品有更强的地域性，多数生鲜食材供应链企业都只能覆盖部分区域。

在福建起家的优野蔬菜，起初便与总部同样位于福建的永辉与朴朴超市深入合作。

根据自媒体“第三只眼看零售”的报道，优野蔬菜与永辉超市达成合作始于2015年前后，主要为永辉供应主打无公害、有机等卖点的标准化预包装生鲜，初期销售占比仅为生鲜品类1%。到了2017年左右，优野蔬菜在永辉生鲜销售占比中达到超过5%，并成为永辉第二集群全国供应商，供货范围涵盖10个东部省市。

但随着永辉孵化的食材供应平台永辉彩食鲜的逐步崛起，与其具备一定竞争关系的优野蔬菜便在2021年终止与永辉的合作——彩食鲜与优野蔬菜的定位相似，均是以预包装蔬菜、食材为主。

同时彩食鲜也在积极走向资本市场。

根据今年8月的彭博新闻社报道称，永辉超市旗下的食材供应平台永辉彩食鲜寻求在明年香港IPO之前筹资约2亿美元。在规模体量上彩食鲜比优野蔬菜更具优势，目前彩食鲜已在北上广、闽浙粤、川渝贵、冀豫皖鄂等地建立了32个大型生鲜中央工厂/仓，业务范围辐射全国20个省市。

对于眼下的食材供应链整体来说，其面临的行业性痛点包括上游源头分散、机械化、规范化程度低；中游冷链技术不足，链条冗长且渠道运输成本高；下游菜系和产品繁杂，难以标准化等。未来这一行业的竞争方向，也在于提升数智化水平、建立综合供应能力等。