



艾媒咨询
iiMedia Research

数据导航决策

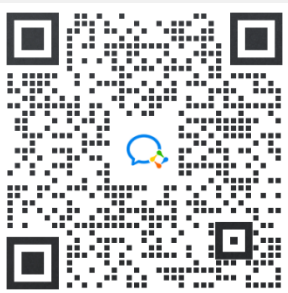
2022年中国预制菜行业发展趋势研究报告

(演讲版)

iiMedia Research



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群即领福利《报告与资源合编》，内有近百行业、万余份行研、管理及其他学习资源免费分享；
2. 每日分享学习最新6+份精选行研资料；
3. 群友咨询，群主免费提供相关行研报告。

知识星球 行业与管理资源



微信扫码 直接加入

知识星球 行业与管理资源 是投资、产业研究、运营管理、价值传播等专业知识库，已成为产业生态圈、企业经营者及数据研究者的智慧工具。

知识星球 行业与管理资源 每月更新5000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；

微信扫码加入后无限制搜索下载

合作及沟通，
请联系客服



客服微信1



客服微信2

(报告整理于网络，仅限于群友学习，请勿他用)

用数据

让所有决策都有依据！

艾媒大数据监测与分析工具矩阵

POiiMedia (艾媒舆情) 艾媒商情舆情数据监测系统 (yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

DataiiMedia (艾媒北极星) 移动应用运营监测 (bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

SurveyiiMedia (草莓派) 用户感知与体验监测 (survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

SocialiiMedia 微信微博媒体监测 (SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

RankingiiMedia (艾媒金榜) 权威消费品牌评价监测 (ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

ADiimedia 移动广告效果监测 (www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。

中国预制菜行业发展历程

20世纪60年代 起源于美国

20世纪60年代预制菜在美国开始实现商业化经营。诞生出大型食材供应链公司Sysco。

20世纪90年代 国内出现净菜

肯德基等快餐进入中国，市场上出现净菜加工配送工厂，北京、上海、广州等相继开始发展。

2014年前后 快餐料理包

外卖平台快速发展料理包市场。2011年蜀海成立，2013年大希地成立，2015年找食材成立。

发展初期

步入快速发展期

20世纪80年代 成熟于日本

70-80年代在日本高速发展，保持每年20%以上的增速，日本最大两家预制菜公司神户物产和日冷公司诞生。

2000年前后 半成品菜

中国陆续出现半成品菜生产企业，对肉禽和水产等原材料进一步加工。2002年好得睐成立，2008年味知香成立。

2020年 疫情催化加速

新冠疫情导致预制菜需求激增，餐饮商家也推出了预制菜年夜饭。2021年，味知香成为A股预制菜第一股。

中国预制菜行业分类



即食食品

开封即可食用，如即食凤爪、牛肉干、八宝粥、罐头、卤味店的部分产品等



即热食品

需要加热即可食用的产品，有速冻水饺、冷冻火锅料、便利店快餐、方便面、卤味店的部分产品等



即烹食品

食材已经过一定加工，按份分装，但是为了恢复原味一般需要入锅加工，几分钟即可，另有搭配的调料可以按需放入，如冷藏牛排、冷藏宫爆鸡丁、面向 B 端的料理包等



即配食品

经过筛选、清洗、分切、按份封装的净菜，需要自行烹饪和调味



预制菜销量大增



盒马2022年货消费数据预制年菜销售同比增长**345%**



叮咚买菜春节期间高端预制菜的销量同比增长超过**3倍**，7天卖出了**300万份**预制菜，而且客单价同比增长**1倍**



淘宝上的预制菜销量同比增长超**100%**

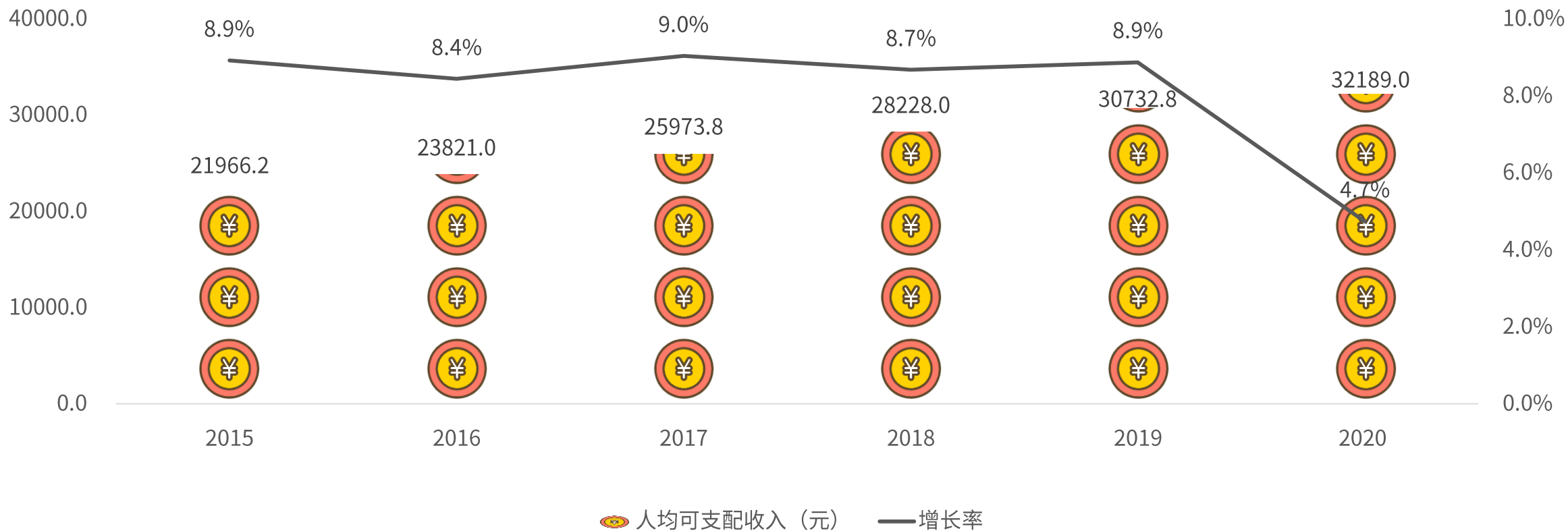
发展驱动力

2021年中国预制菜行业发展驱动因素：相关政策

发布时间	政策名称	主要内容
2016年4月	《全国绿色食品产业发展规划纲要》 (2016-2020年)	着力扶强生产主体，持续扩大总量规模，大力引导各类龙头企业，发挥骨干企业的引领作用；不断强化市场营销服务，完善市场流通体系，推动绿色食品步入“以品牌引导消费、以消费拉动市场、以市场促进生产”的发展轨道。
2016年12月	《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》	拓宽主食供应渠道，加快培育示范企业，积极打造质量过硬、标准化程度高的主食品牌。研制生产一批传统米面、杂粮、预制菜肴等产品，加快推进马铃薯等薯类产品主食化。
2016年12月	《关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见》	培育和壮大消费热点，优化消费供给结构；推进内贸流通创新，拓宽消费供给渠道；加强流通基础设施建设，提升消费供给条件；整顿和规范市场秩序，改善消费供给环境四项主要任务，推动消费规模扩大和消费结构升级。
2017年1月	《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	营造食品工业良好发展环境，提高政府公共服务能力和水平，优化行政审批流程，为企业提供优质公共服务；完善食品工业支持政策，充分利用现有资金渠道，重点支持食品行业重大技术改造，加强人才队伍建设，鼓励高等院校加强食品行业亟需中高端人才的培养。
2017年2月	《“十三五”国家食品安全规划》	全面落实企业主体责任，确保生产过程整洁卫生并符合有关标准规范，确保生产经营各环节数据信息采集留存真实、可靠、可溯源；加快食品安全标准与国际接轨，建立最严谨的食品安全标准体系。
2017年4月	《关于加快发展冷链物流保障食品安全促进消费升级的意见》	健全冷链物流标准和服务规范体系、完善冷链物流基础设施网络、鼓励冷链物流企业经营创新、提升冷链物流信息化水平、加快冷链物流技术装备创新和应用。
2017年5月	《“十三五”食品科技创新专项规划》	加快食品高薪技术产业发展，推进科技和产业深度融合；增强食品科技创新，培育食品新业态和新兴产业；强化食品品牌建设，促进一二三产业融合发展。
2017年6月	《国民营养计划（2017-2030年）》	加快食品加工营养化转型。提出食品加工工艺营养化改造路径，集成降低营养损耗和避免有毒有害物质产生的技术体系。研究不同贮运条件对食物营养物质等的影响，控制食物贮运过程中的营养损失。
2019年5月	《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	严把食品加工质量安全关，实现生产企业食品安全风险分级管理；严把流通销售质量安全关，建立覆盖基底贮藏、物流配送、市场批发、销售终端全链条的冷链配送系统；建立食品安全追溯体系，食品生产企业对其产品追溯负责。
2019年12月	《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	到2035年，食品安全标准水平进入世界前列，产地环境污染得到有效治理，生产经营者责任意识、诚信意识和食品质量安全管理水平明显提高，经济利益驱动型食品安全违法犯罪明显减少。食品安全风险管控能力达到国际先进水平，从农田到餐桌全过程监管体系运行有效，食品安全状况实现根本好转，人民群众吃得健康、吃得放心。
2020年1月	《食品生产许可管理办法》	根据规定，在中华人民共和国和境内从事食品生产活动应当依法取得食品生产许可。食品生产许可实行一企一证原则，食品药品监督管理部门按照食品的风险程度对食品生产实施分类许可，县级以上地方食品药品监督管理部门负责本行政区域内的食品生产许可管理工作。本办法对食品生产许可证申请、受理、审查、许可证管理、监督检查等作出详细规定。
2021年3月	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年（2021—2025年）规划和2035年远景目标纲要》	要大力发展绿色食品产业，支出绿色食品等重大项目建设，完善食品药品质量安全追溯体系。食品制造产业加快跃向万亿级，壮大绿色食品产业链，形成具有竞争力的万亿级产业集群。

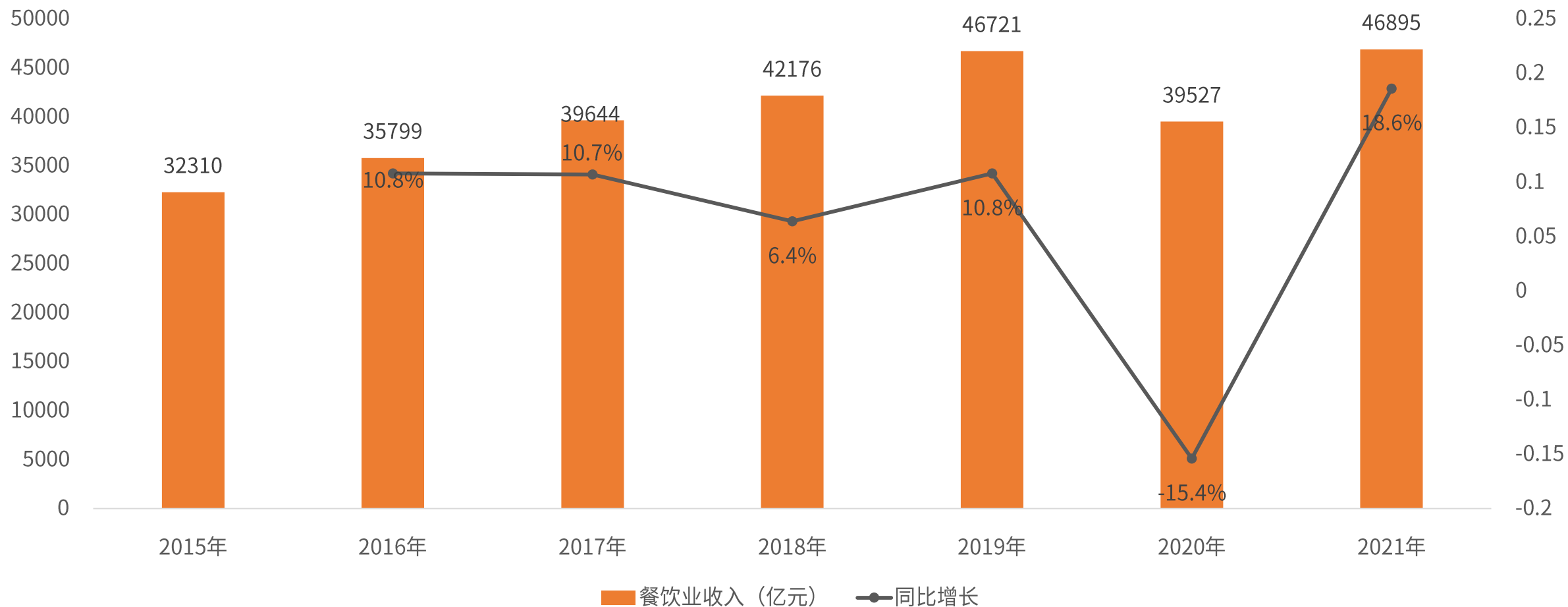
2021年中国预制菜行业发展驱动因素：国民收入

2015-2020年中国人均可支配收入及增长率



2021年中国预制菜行业发展驱动因素：餐饮行业

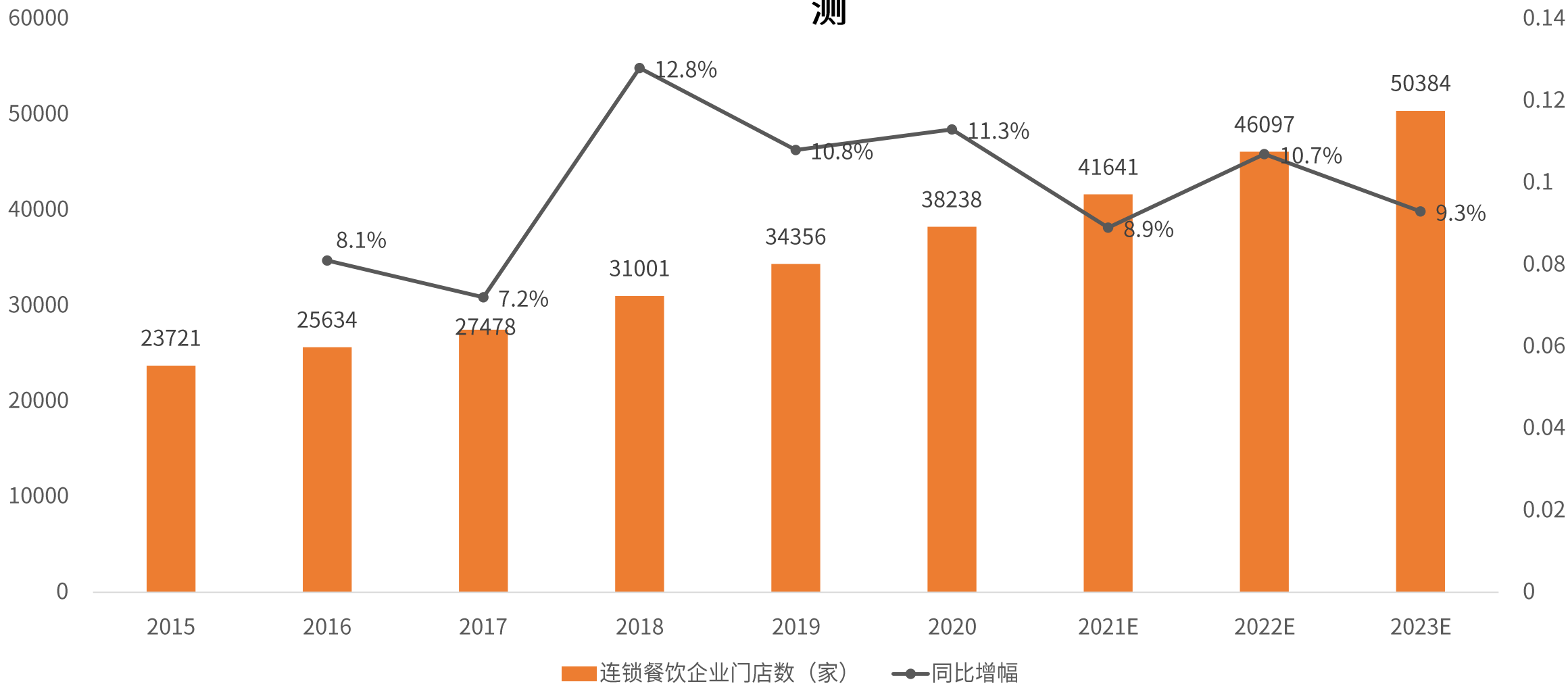
2015-2021年中国餐饮业收入



2021年中国预制菜行业发展驱动因素：连锁门店

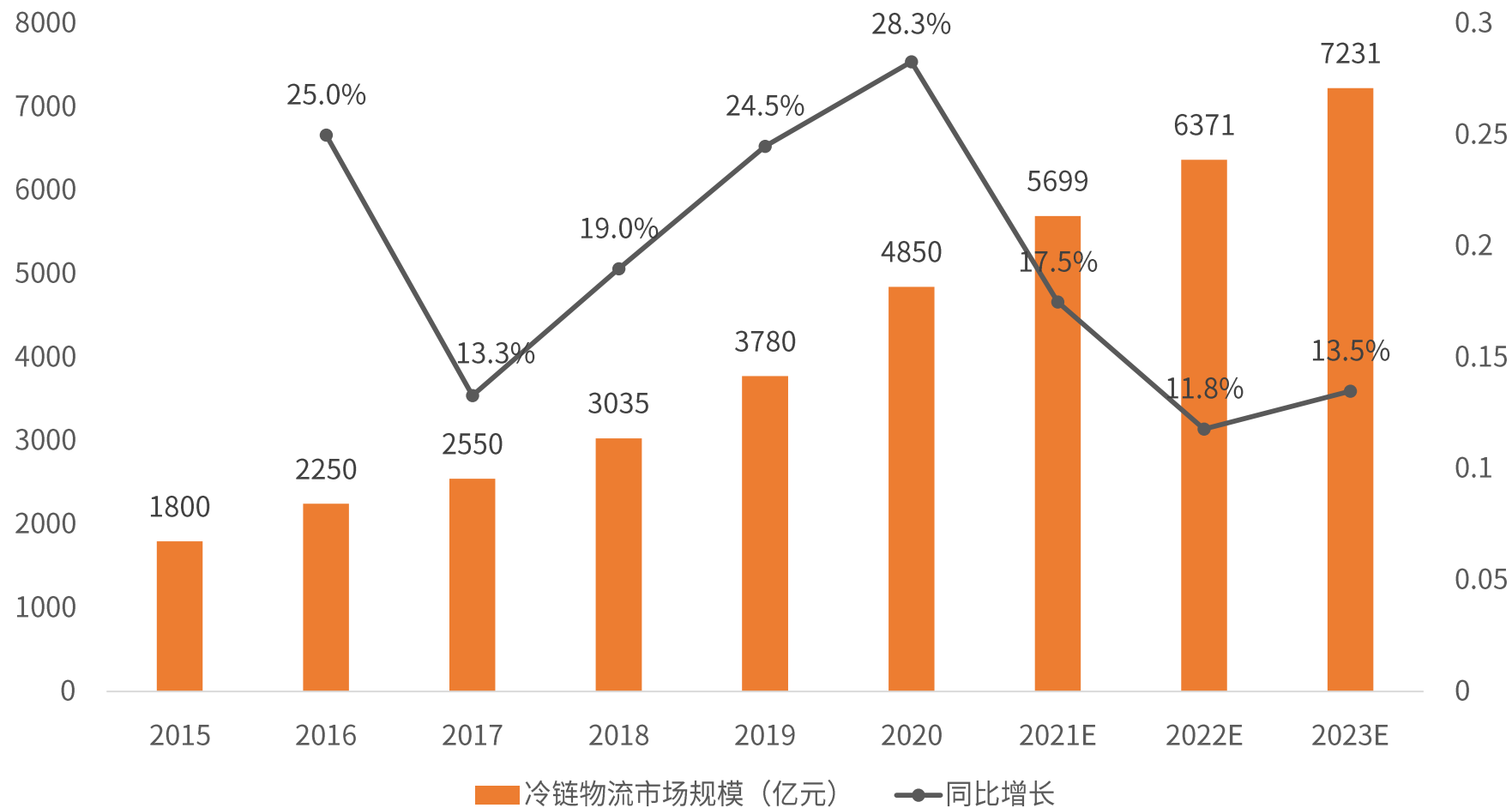
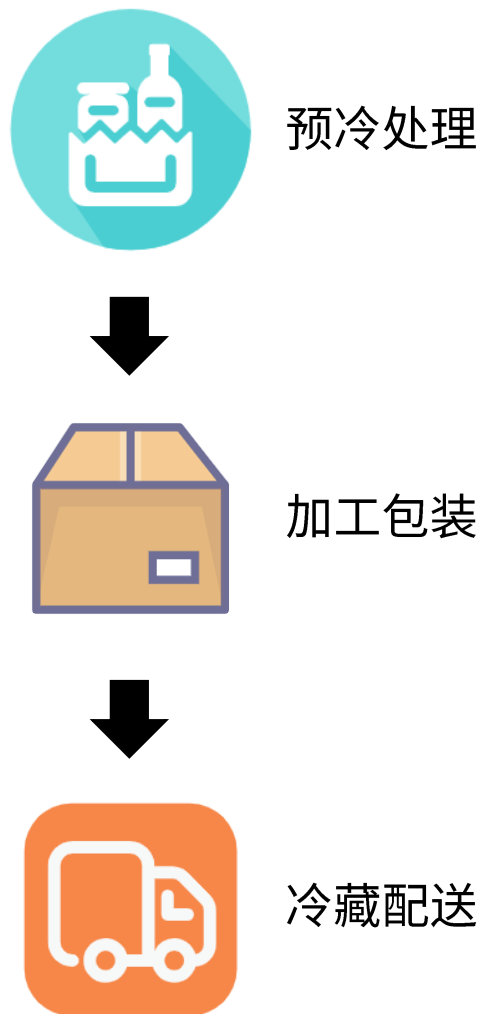
2015-2023年中国连锁餐饮企业门店数及预

测



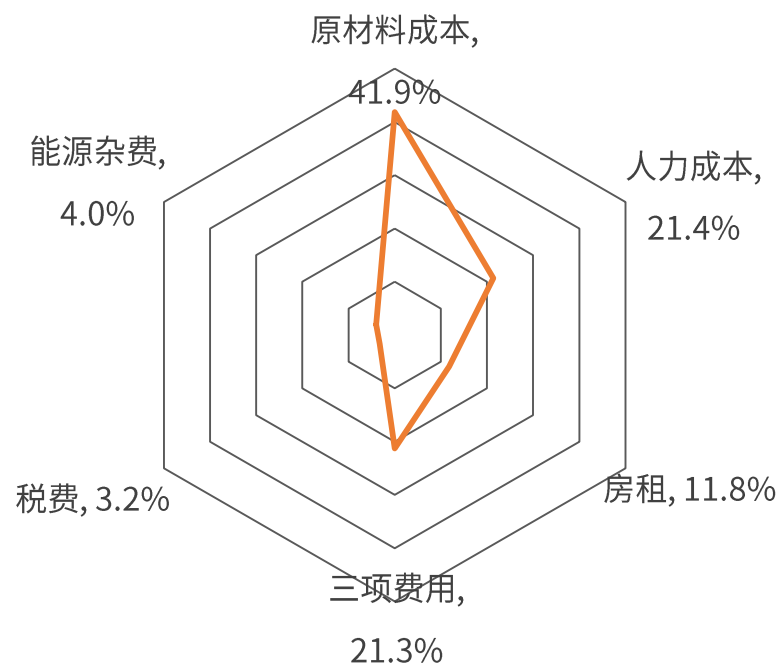
2021年中国预制菜行业发展驱动因素：冷链技术

2015-2023年中国冷链物流市场规模及预测

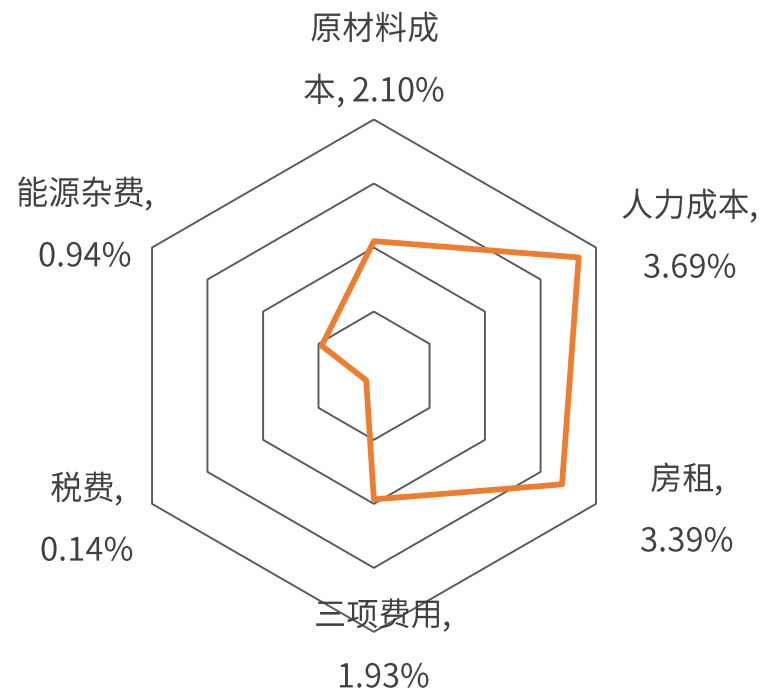


2021年中国预制菜行业发展驱动因素：餐饮成本

2019年中国餐饮行业各成本费用率



2019年中国餐饮行业成本同比增长率



餐饮市场趋势促进预制菜行业发展



“中央厨房+预制菜”组合拳，预制菜成功抢跑餐饮赛道



中央厨房

通过加工设备及一系列的流水线作业



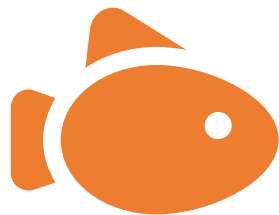
制冷设备

冷链物流的运输，冷藏车、冷藏箱、冷藏柜等制冷设备保证预制菜的口味及质量

“预制菜第一股”之称的味知香成功上市



肉禽类



水产类



汤煲类



小食类



饌玉
ZHUAN YU



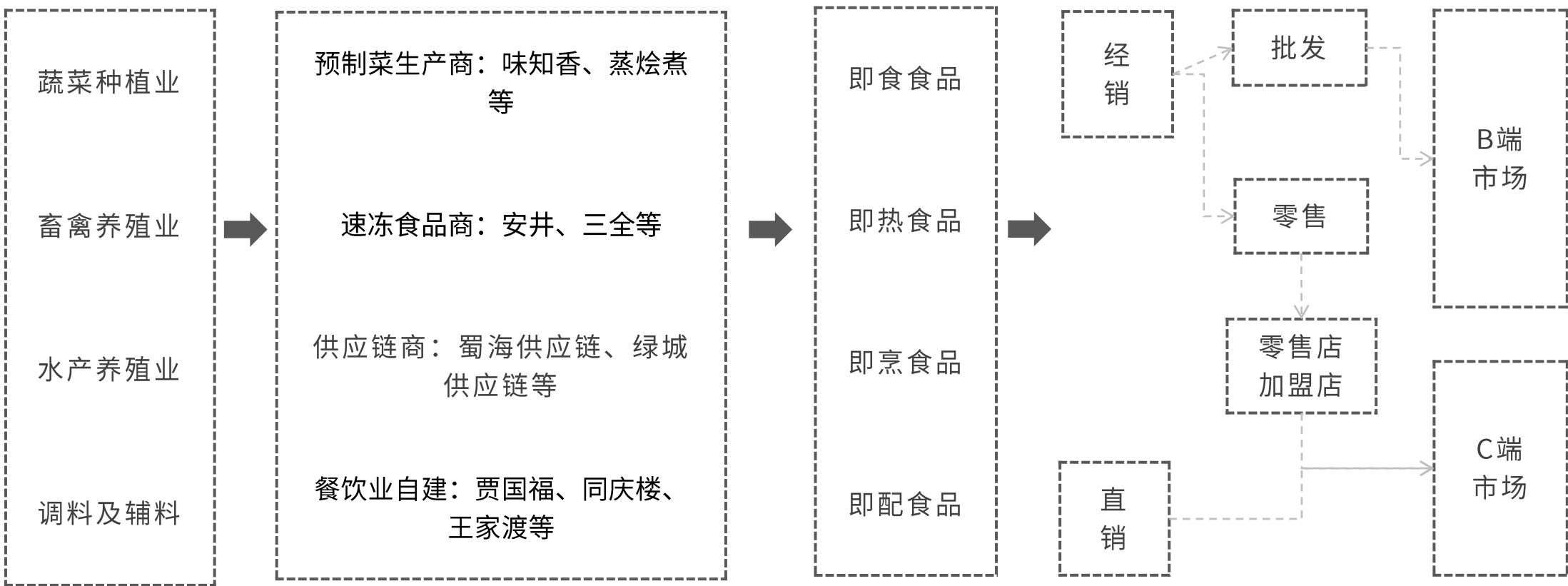
产业分析

中国预制菜行业产业链

上游：原材料

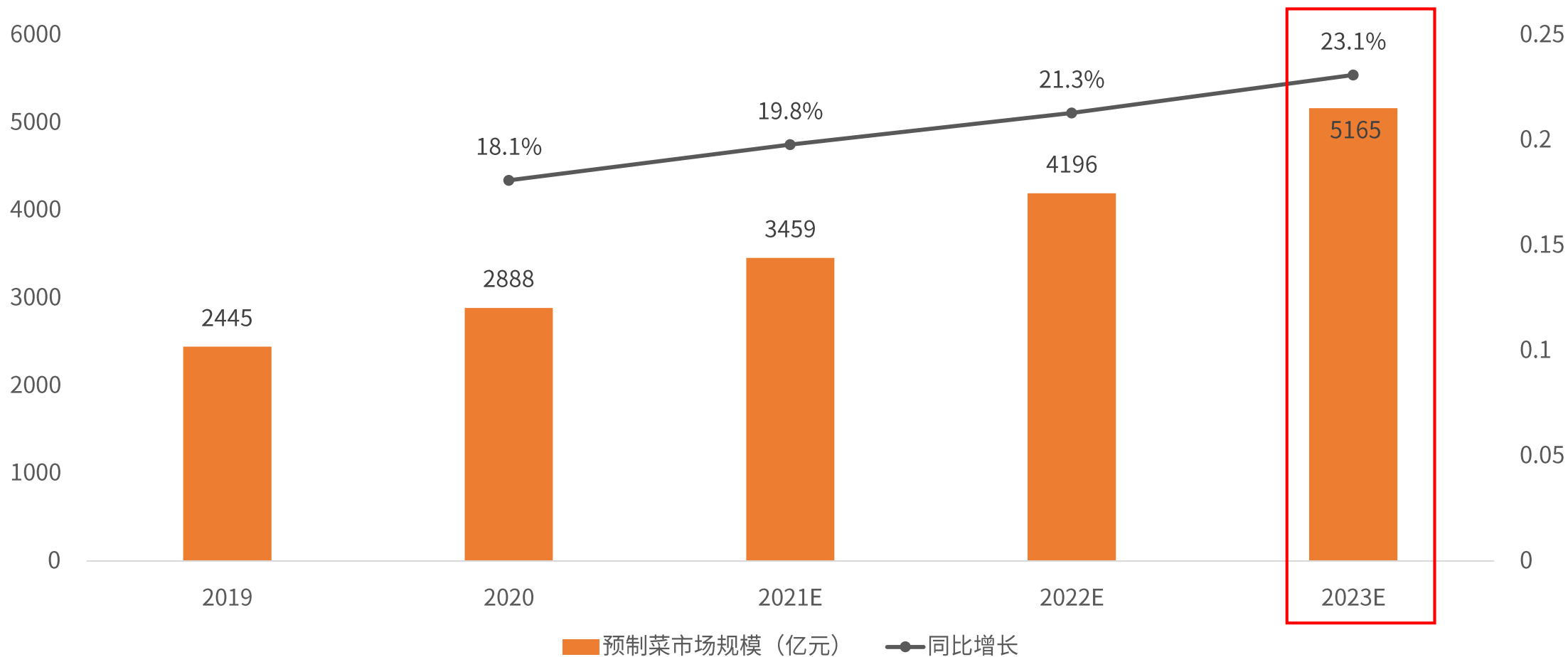
中游：预制菜生产，中央工厂加工处理

下游：消费



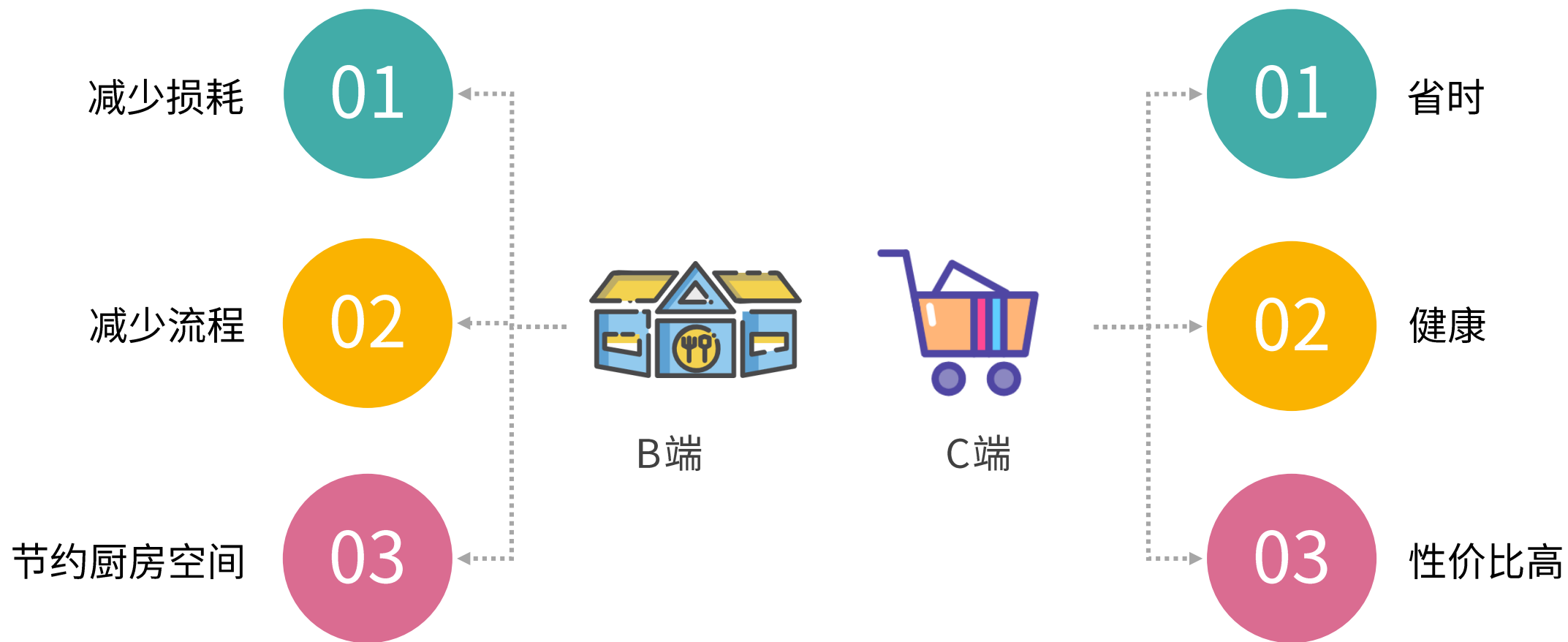
预计2023年中国预制菜市场规模超过五千亿元

2019-2023年中国预制菜行业市场规模及预测



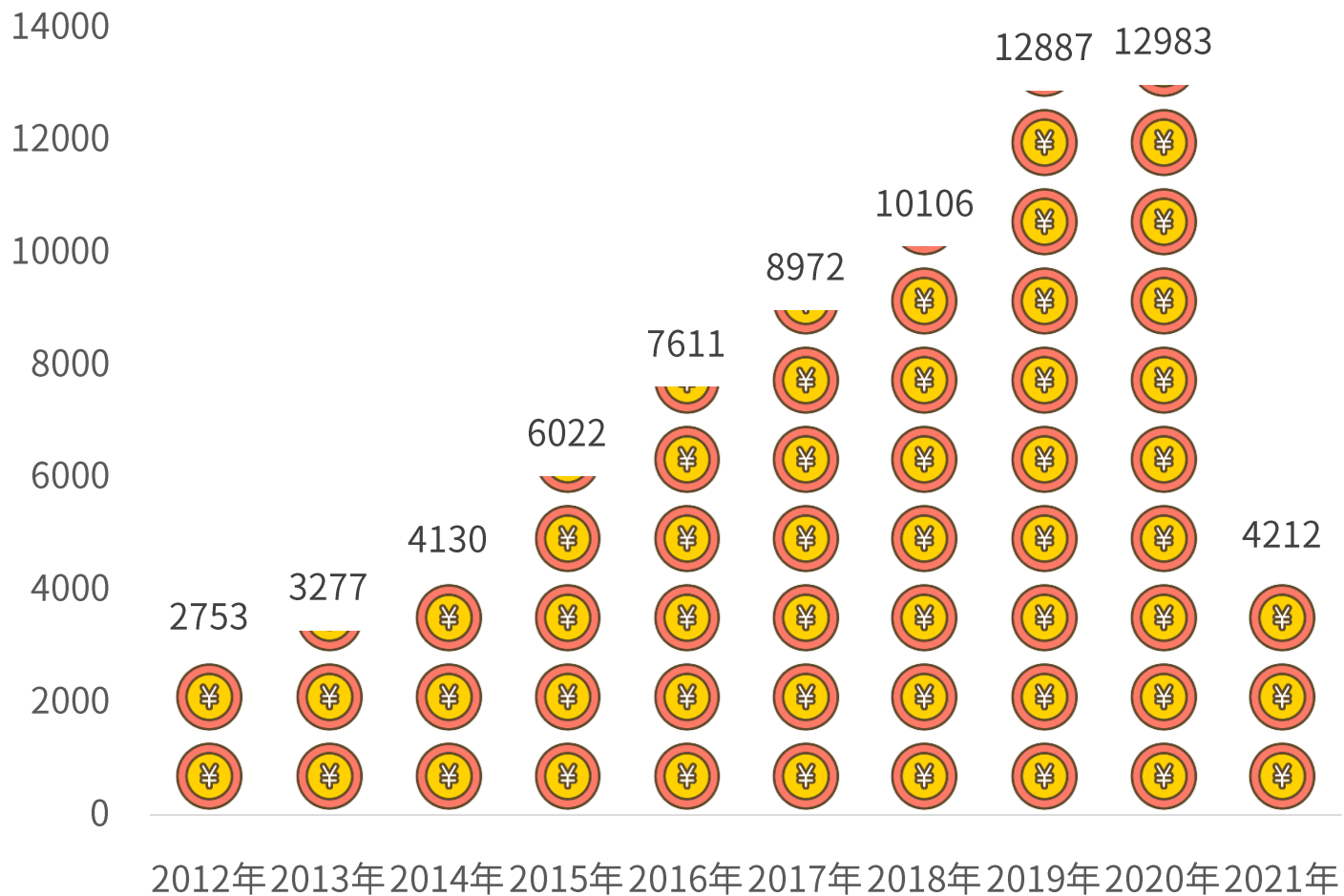
2021年中国预制菜市场持续扩容

预制菜B、C端需求

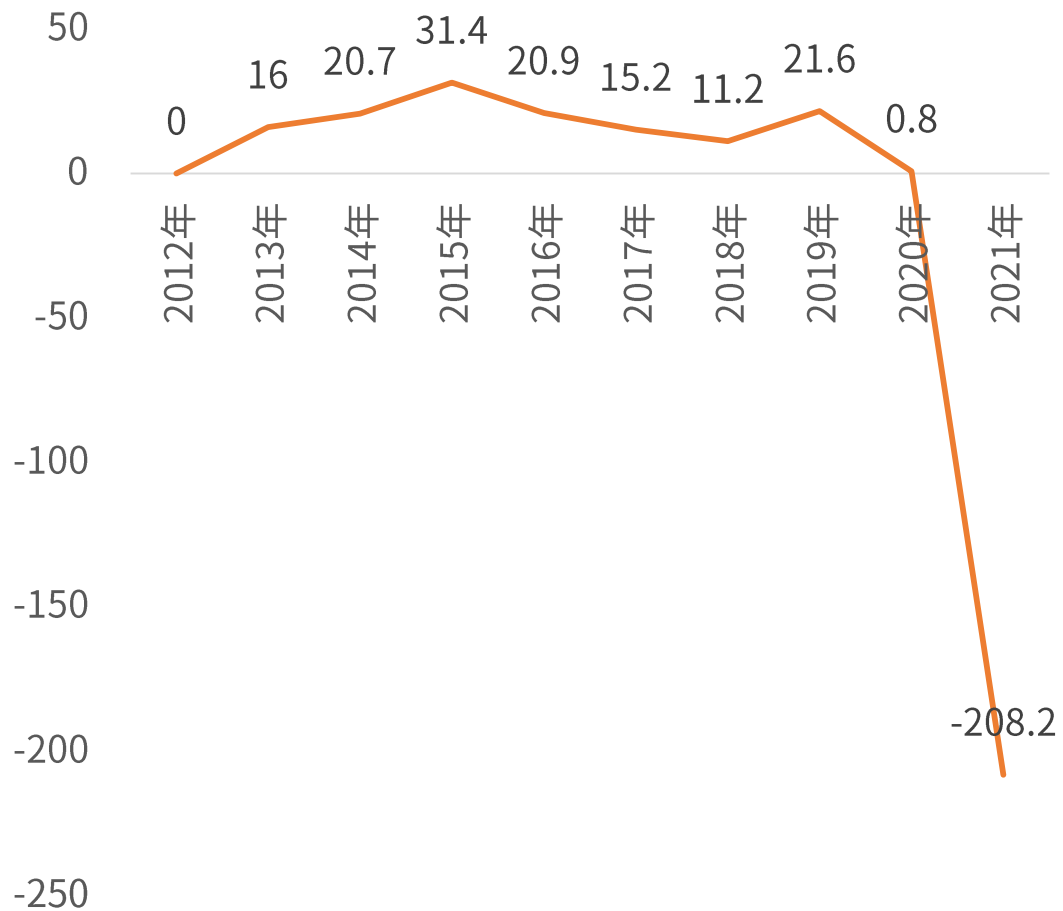


中国预制菜相关企业注册量及企业注册增速

中国预制菜相关企业注册量



中国预制菜相关企业注册增速



预制菜相关企业集中在山东省



注：统计时间截至2022年1月27日
仅统计关键词为预制菜、预制食品、速冻、办成食品、即食、净菜的企业。

深圳有2079家预制菜相关企业位居第一



注：统计时间截至2022年1月27日
仅统计关键词为预制菜、预制食品、速冻、办成食品、即食、净菜的企业。

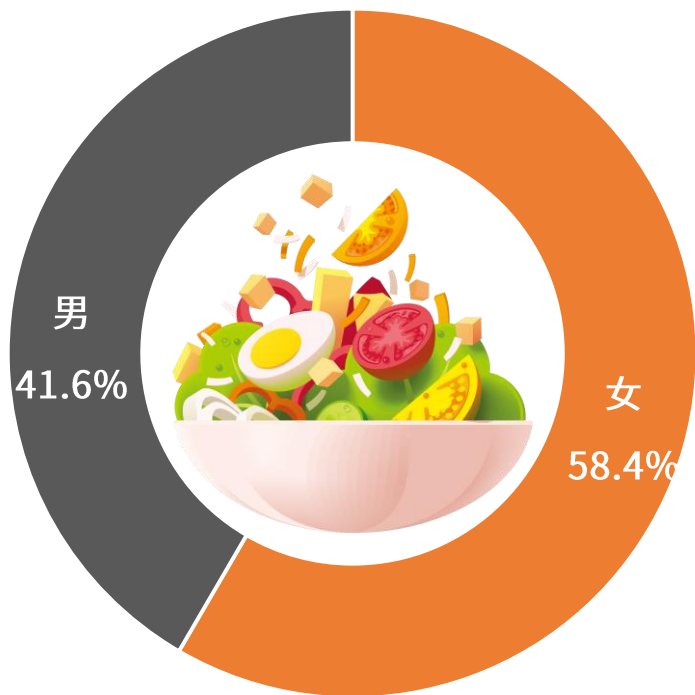
2021年是中国预制菜投融资高峰期

品牌	时间	轮次	金额	投资方
查特熊	2021年2月1日	种子轮	百万元人民币	王亚军
牛痴餐饮	2021年2月24日	天使轮	数千万元人民币	IDG资本
懒熊火锅	2021年2月24日	A轮	近亿元人民币	字节跳动
珍味小梅园	2021年3月19日	A轮	数千万元人民币	虢盛资本
味知香	2021年4月27日	605089.SH	未披露	公开发行
三餐有料	2021年6月21日	A+轮	数千万元人民币	梅花创投、众海投资
寻味狮	2021年7月12日	天使轮	数千万元人民币	天图投资
猴爷餐饮	2021年7月19日	A轮	未披露	湖南希言
小牛凯西	2021年8月3日	A轮	近亿元人民币	广发信德
珍味小梅园	2022年1月18日	B+轮	未披露	百度、零一创投

用户调研

一二线城市居民对预制菜需求较高

2021年中国预制菜行业C端用户画像



女性用户居多

预制菜用户中，女性用户占比达58.4%，男性用户占比为41.6%。



一二线城市用户居多

预制菜用户中，45.7%的用户分布于一线城市，19.8%的用户分布于二线城市，16.4%的用户分布于三线城市。



华东区域客户量较大

预制菜用户中，31.7%的用户处于华东区域，其次是华南、华北、西南、华中区域，用户量占比均达10%以上。

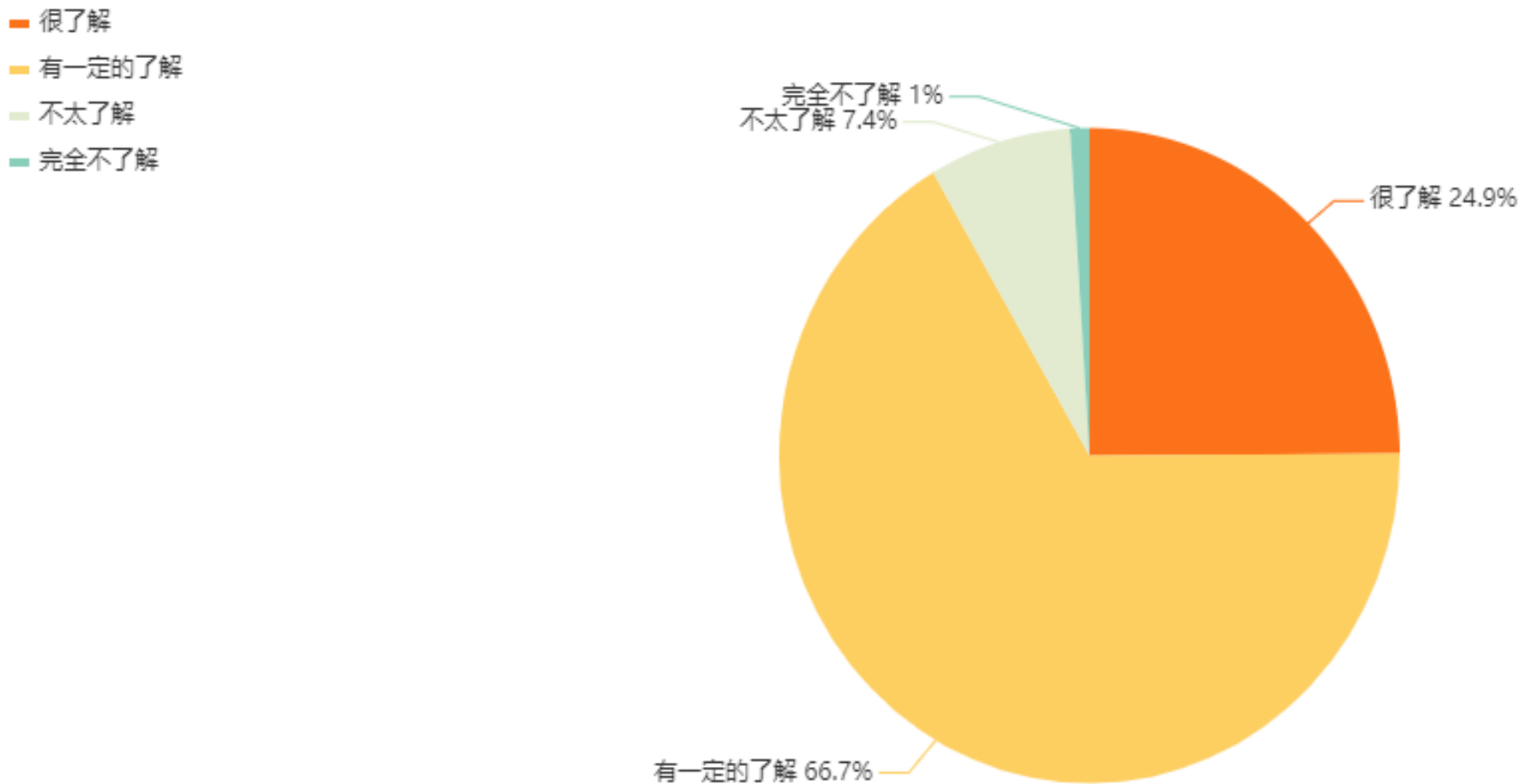


中青年为主

预制菜用户中，22-40岁用户占比达81.3%，其中31-40岁用户占比为46.4%。

九成多的中国消费者对预制菜表示了解

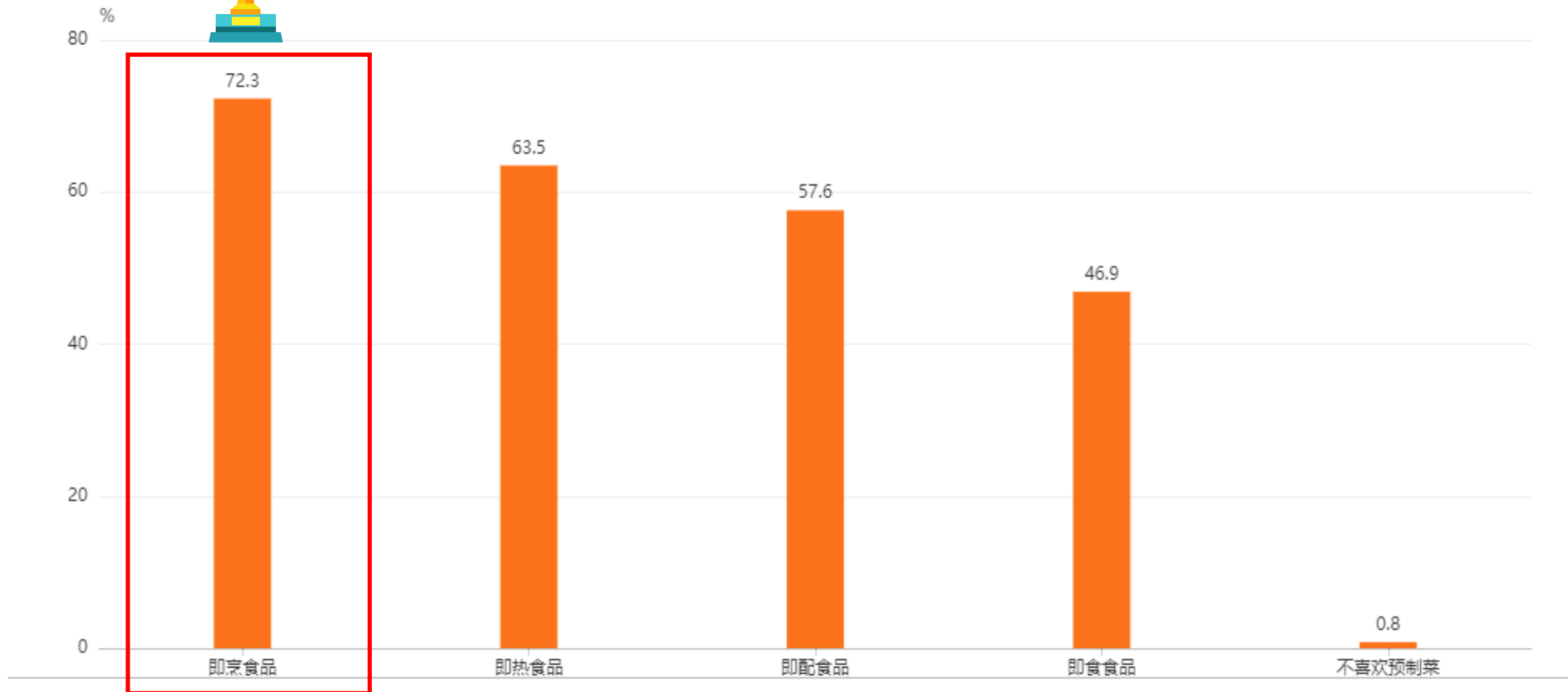
2022年中国消费者对预制菜的了解程度



即烹食品是中国最受欢迎的预制菜品类

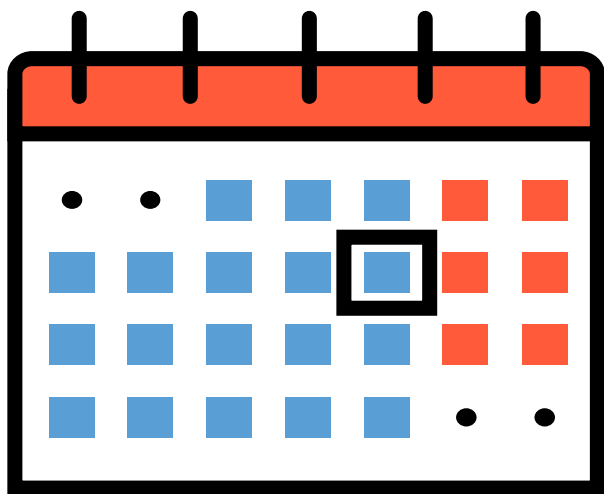


2022年中国消费者喜欢的预制菜类型



中国消费者偏好保质期较短的预制菜

2022年中国预制菜消费者偏好的预制菜保质期



七天以内
35.9%

一个月
27.5%

三个月
24.3%

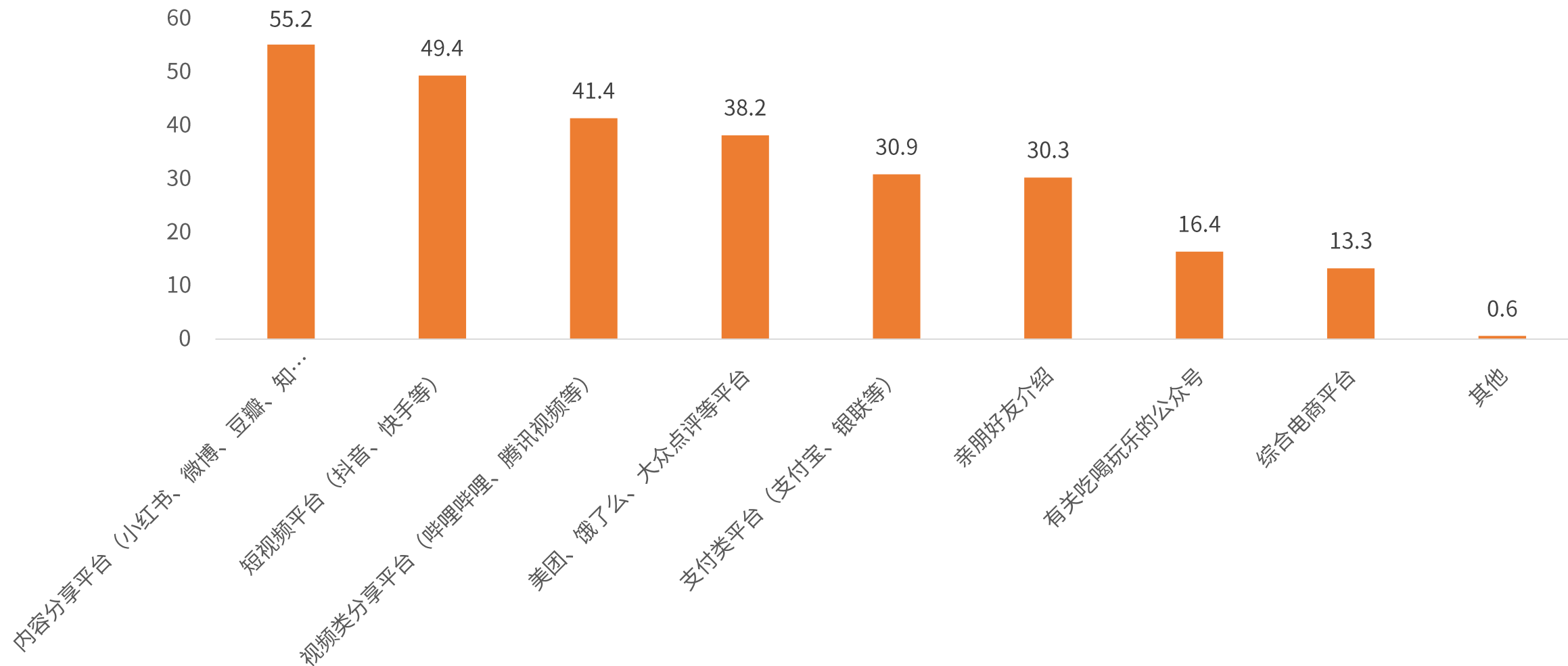
半年
9.4%

一年
1.6%

一年以上
1.3%

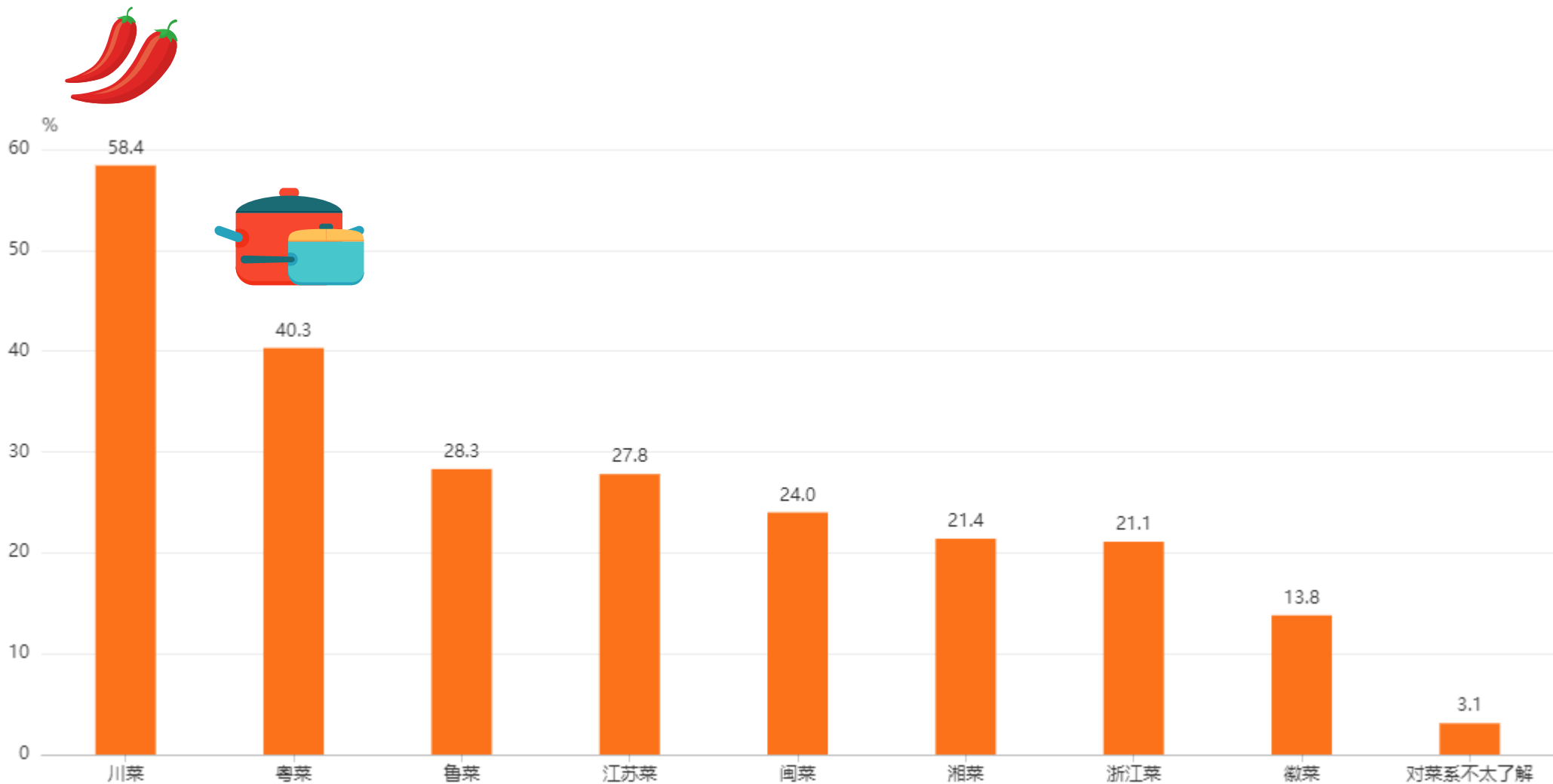
超五成的预制菜消费者从内容分享平台获取相关资讯

2022年中国预制菜消费者了解预制菜资讯渠道



中国预制菜消费者偏爱川菜

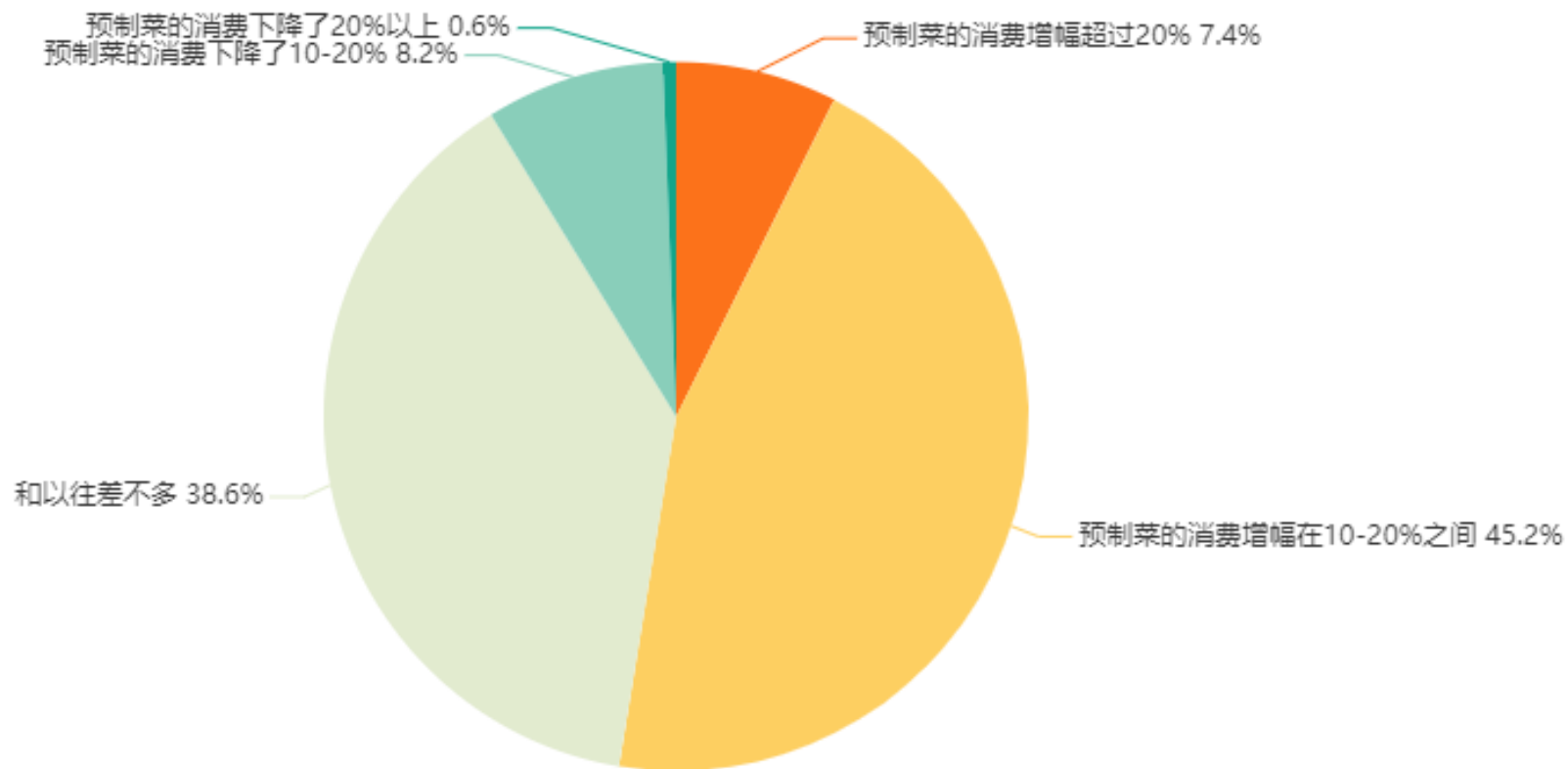
2022年中国预制菜消费者喜爱八大菜系分布情况



疫情对中国预制菜消费者购买情况产生不同的影响

2022年中国预制菜消费者购买预制菜受疫情影响情况

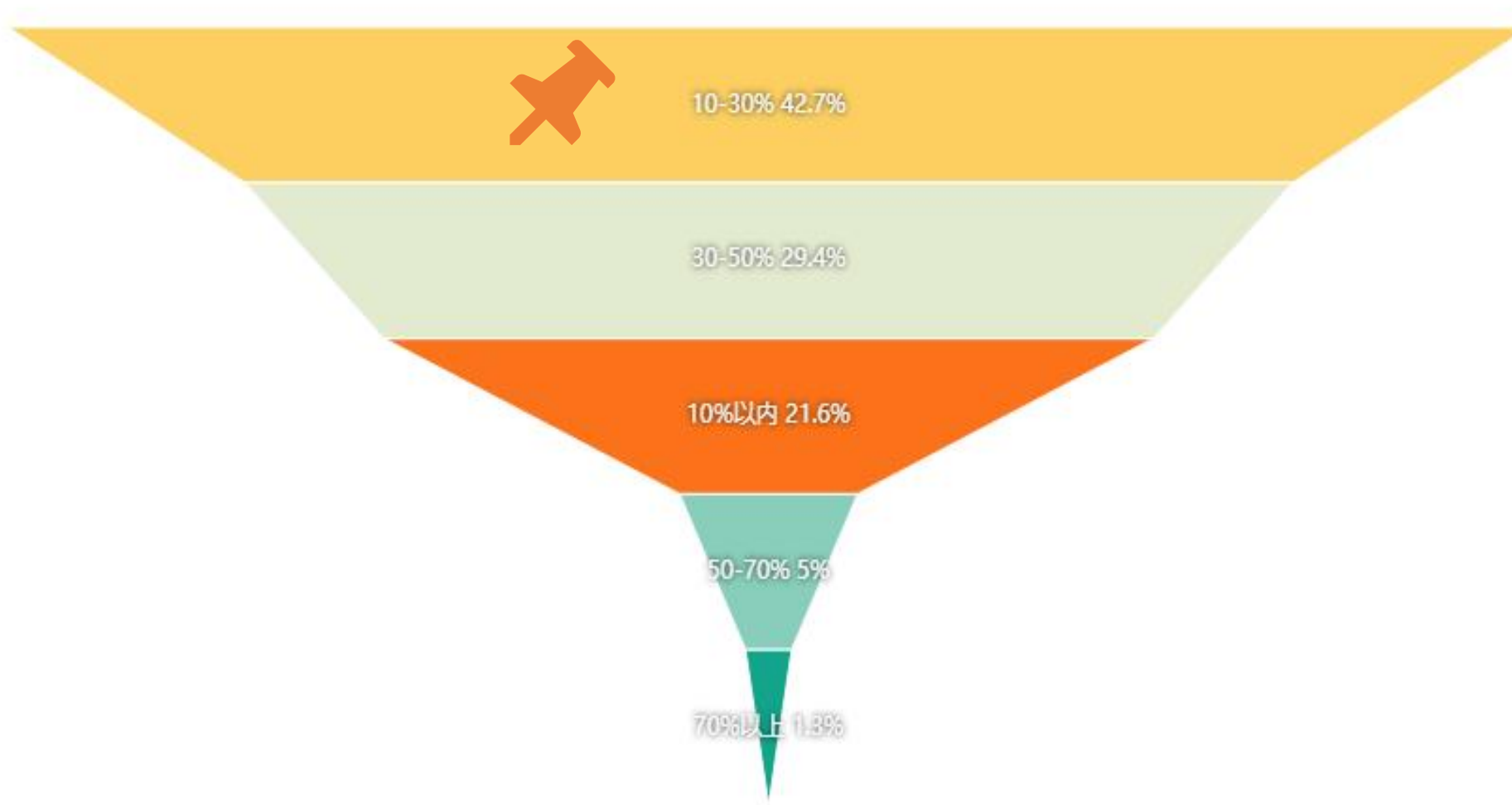
- 预制菜的消费增幅超过20%
- 预制菜的消费增幅在10-20%之间
- 和以往差不多
- 预制菜的消费下降了10-20%
- 预制菜的消费下降了20%以上



预制菜在中国预制菜消费者餐饮消费中占比有待提升

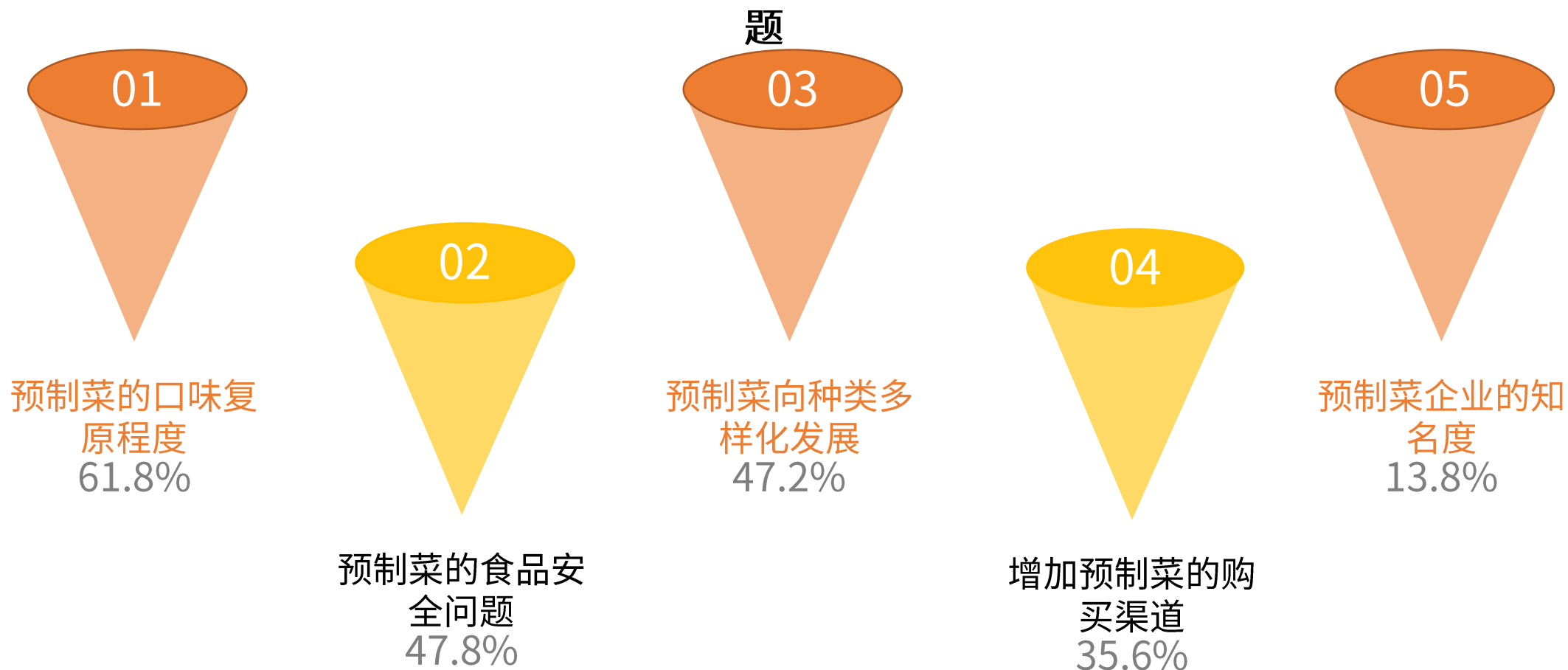
2022年预制菜在中国预制菜消费者餐饮消费中占比

- 10%以内
- 10-30%
- 30-50%
- 50-70%
- 70%以上



口味和食品安全是较多预制菜消费者认为需改进的问题

2022年中国预制菜消费者认为预制菜行业需改进问题



节约时间是消费者选择预制菜的主要目的

2021年用户购买预制菜产品的目的



节约时间
71.9%



美味
36.9%



不喜欢做饭
30.4%



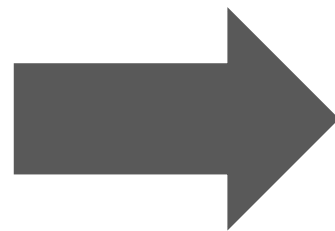
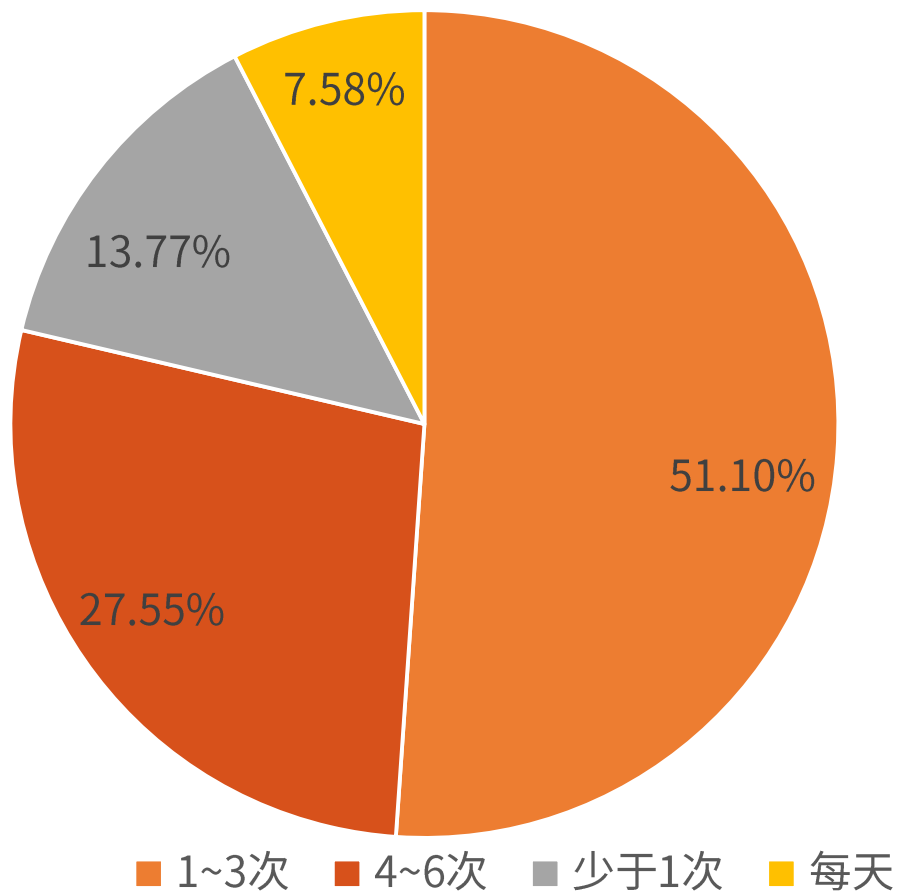
健康
26.6%



不会做饭
24.9%

超五成的消费者每周会购买1-3次预制菜

2021H2中国消费者夜间消费线上线下渠道选择分布



每周消费1-3次预制

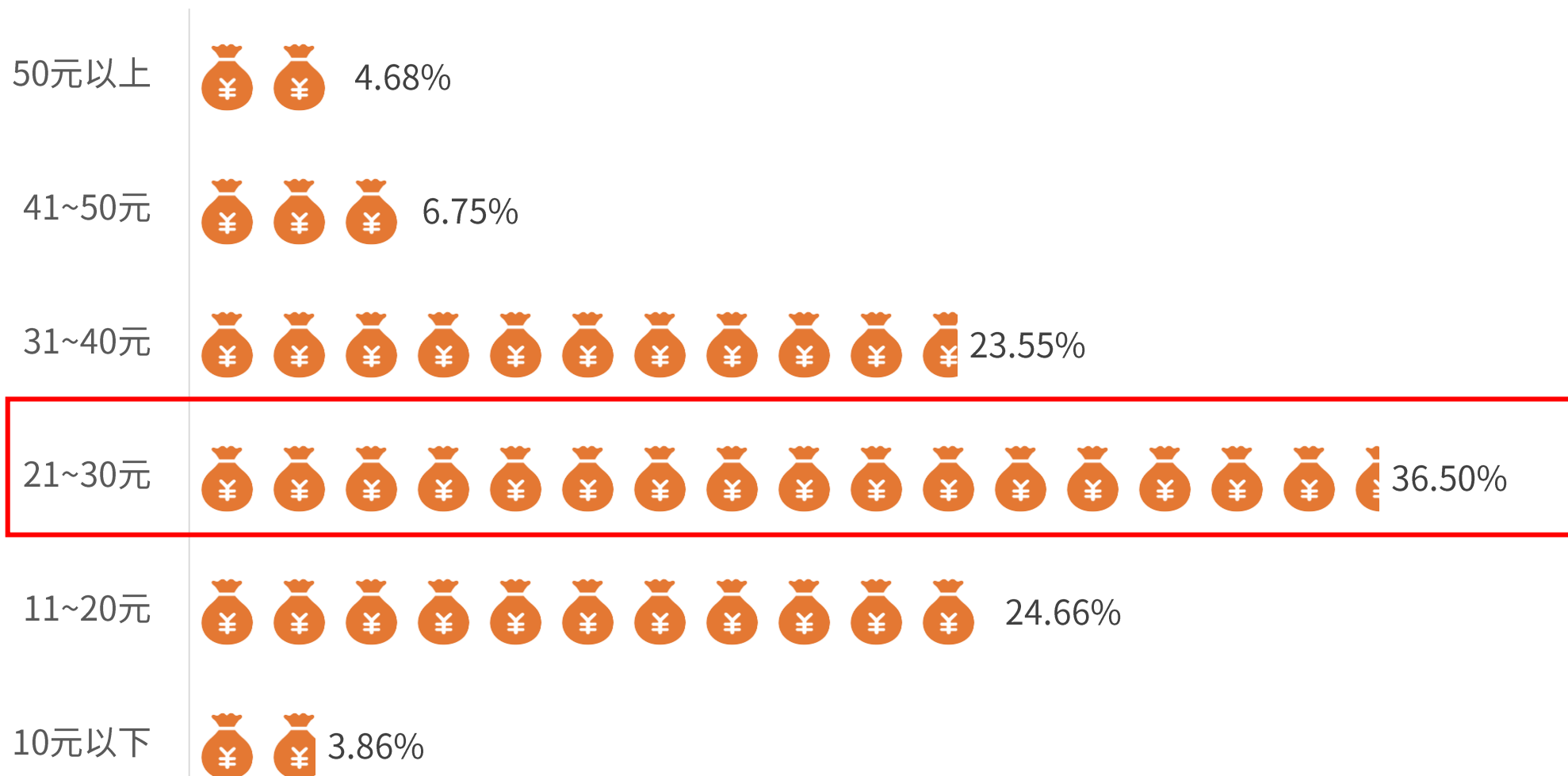


菜

51%

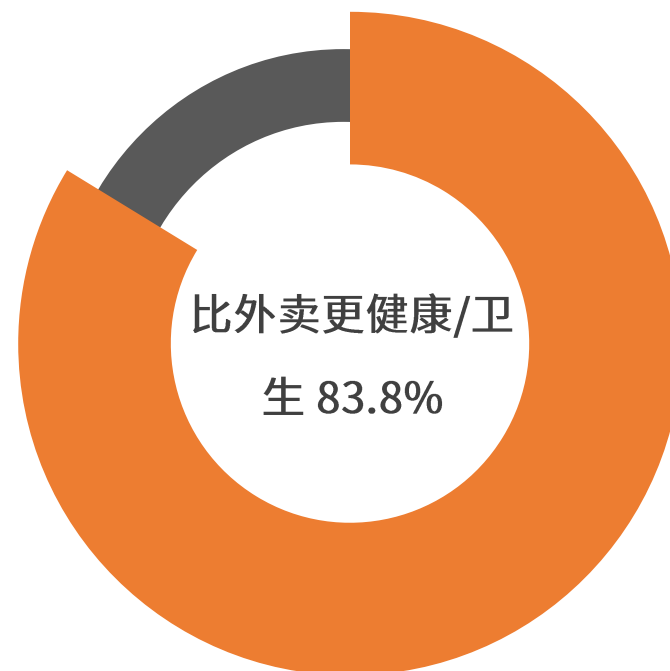
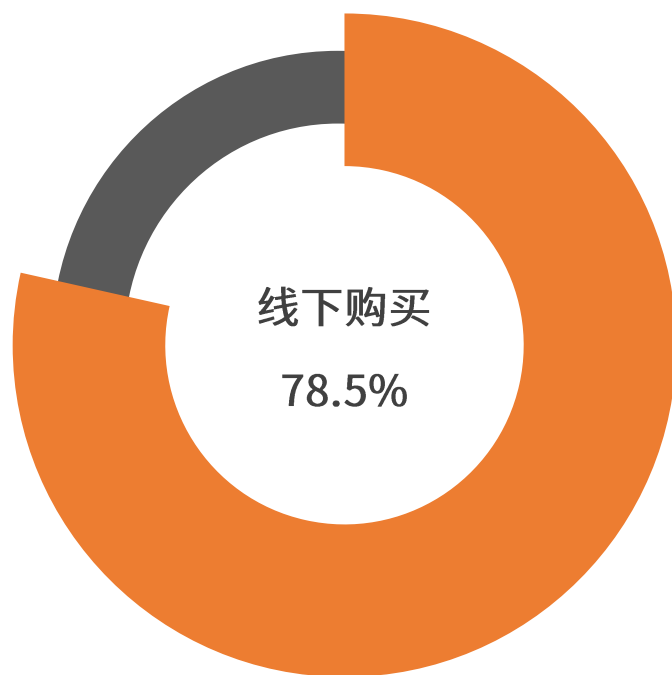
消费者购买预制菜价格集中在20-30元

2021年用户购买预制菜产品的价格分布



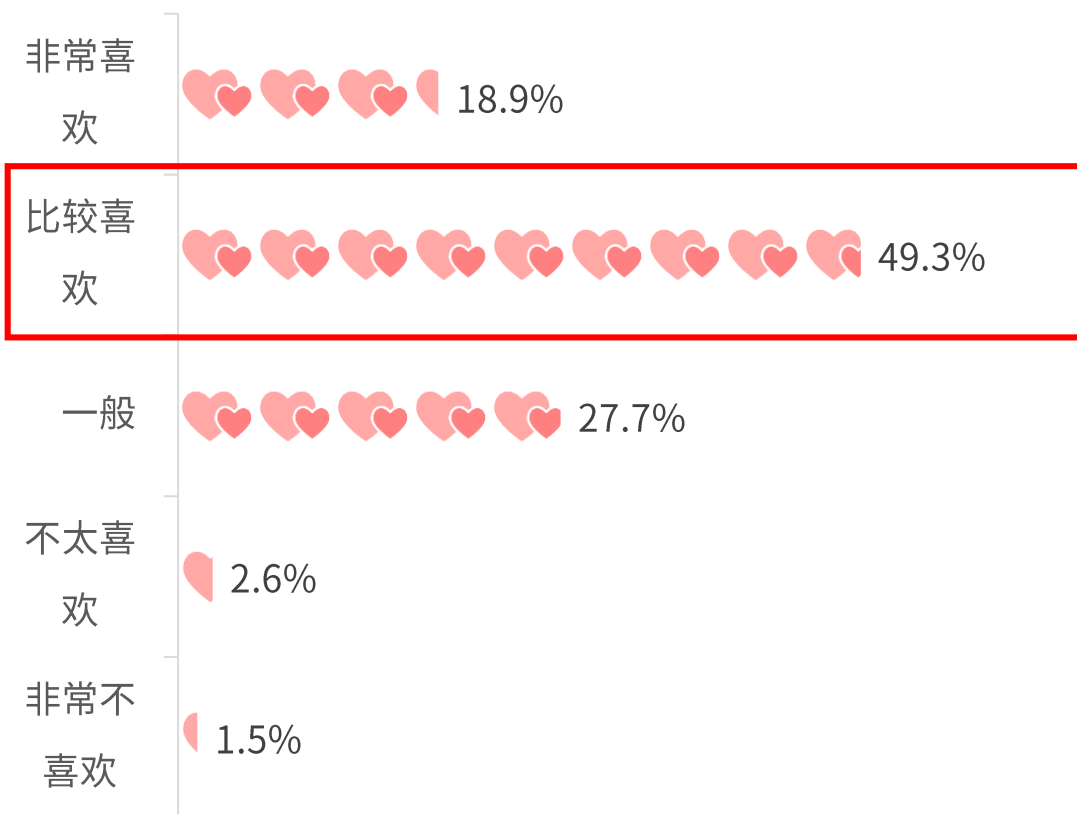
大多数消费者认为预制菜比外卖健康卫生

2021年中国用户消费预制菜渠道、与外卖比较因素

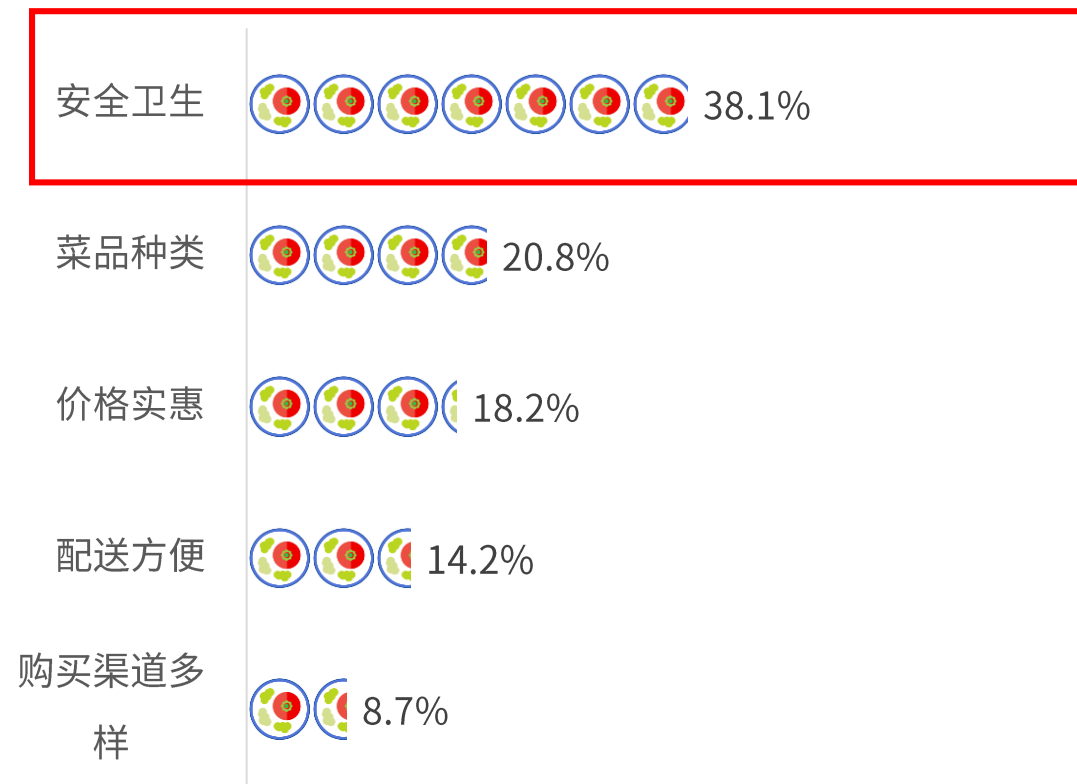


安全卫生是消费者对预制菜的主要关注元素

2021年用户对预制菜的喜好程度



2021年用户对预制菜的主要关注因素



消费者大部分会在晚餐时购买预制菜

2021年中国预制菜用户消费场景



早餐

26.5%



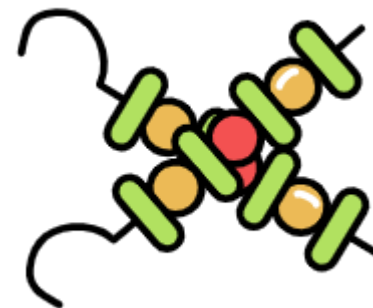
中餐

52.8%



晚餐

72.3%

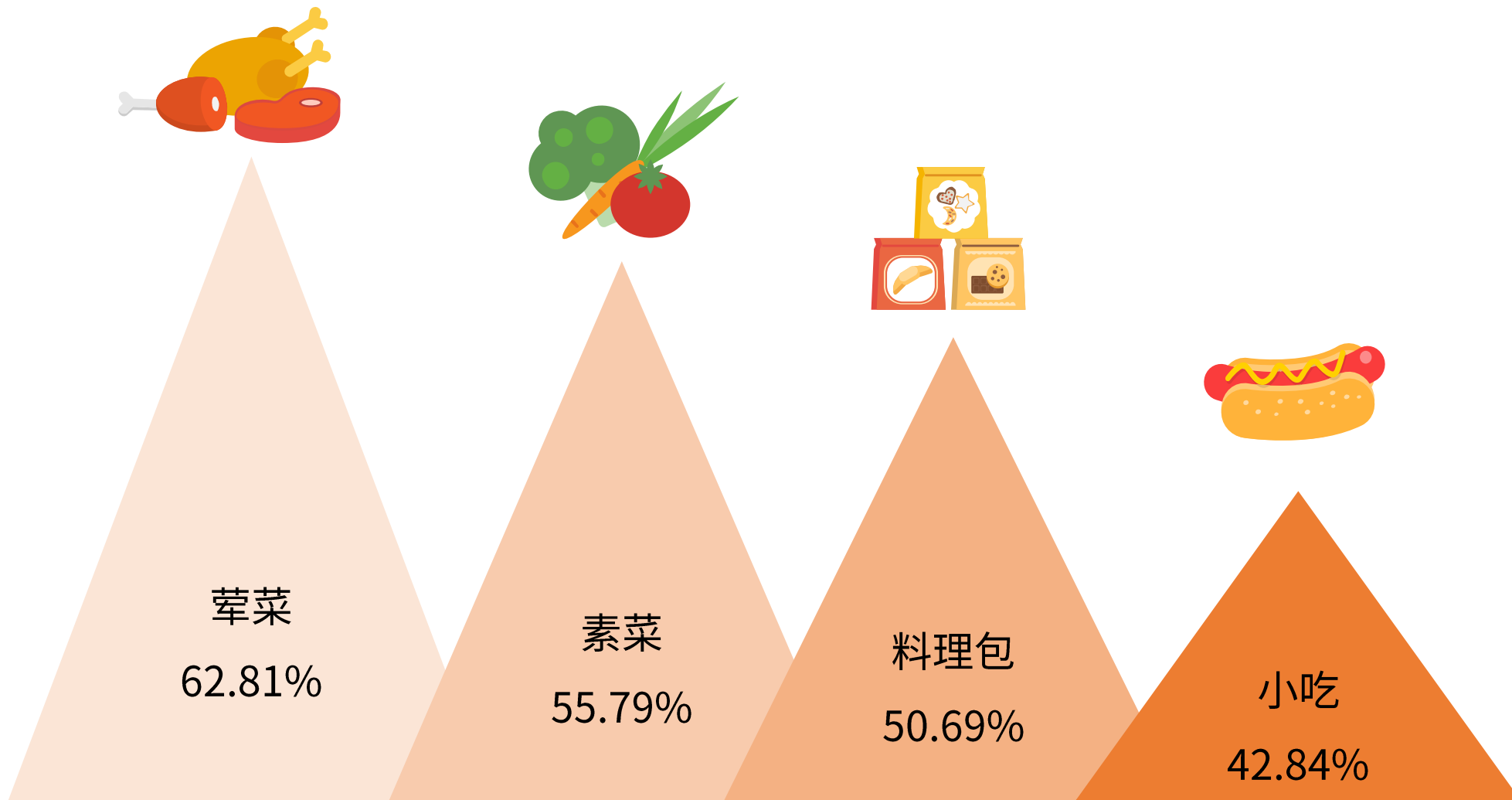


夜宵

30.4%

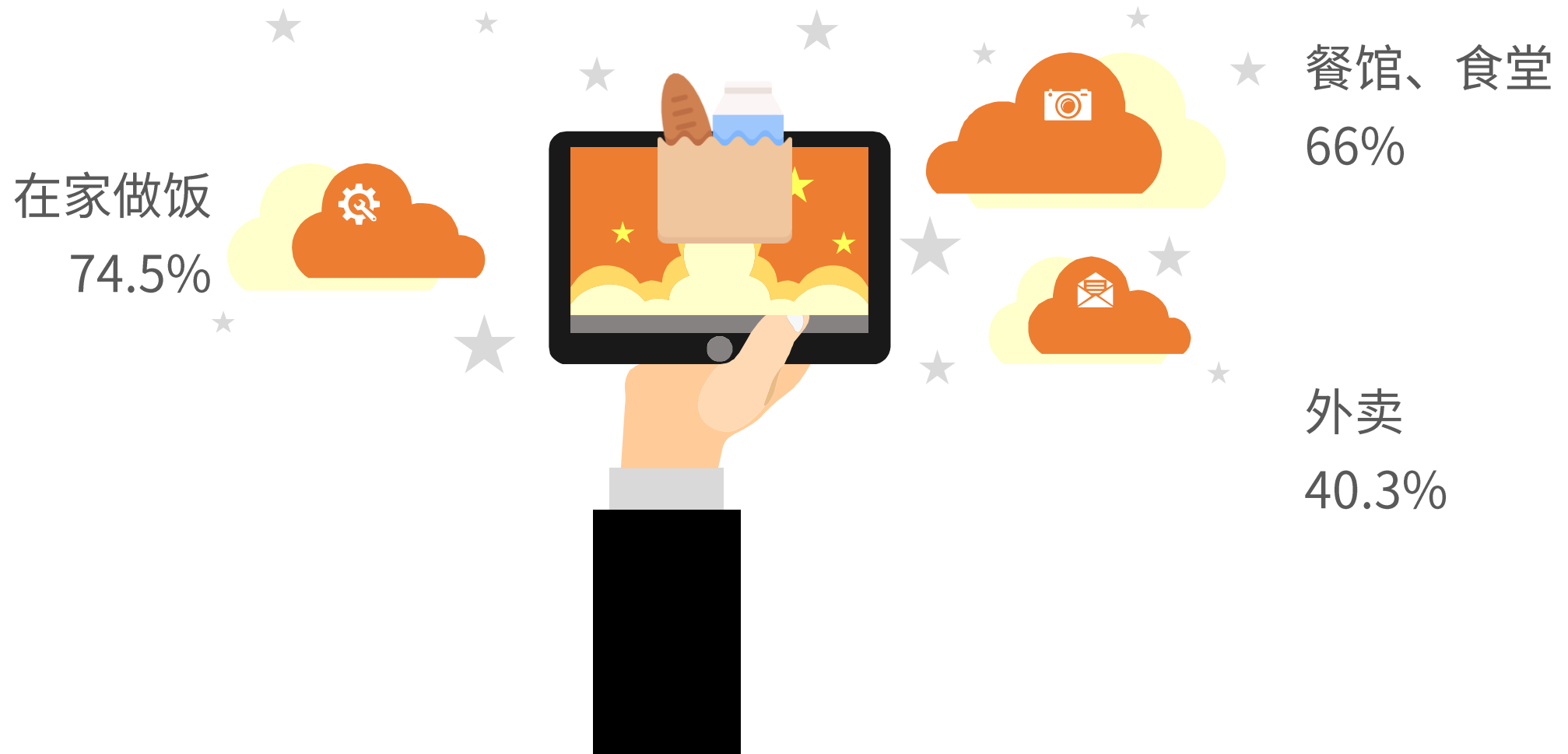
消费者在购买预制菜时更偏向于荤菜

2021年中国预制菜用户消费品类



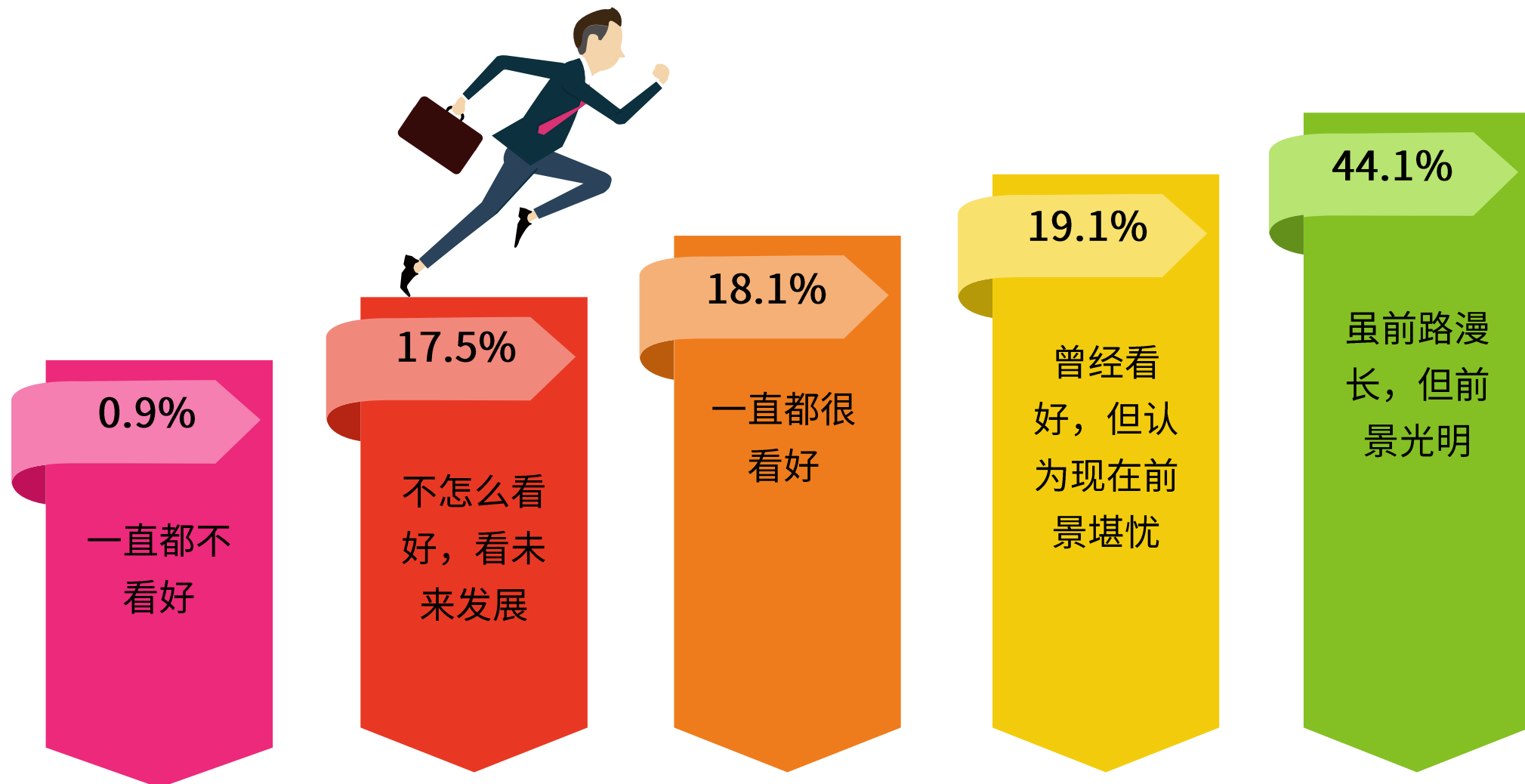
消费者在购买预制菜后喜欢在家做饭

2021年中国预制菜用户就餐习惯



中国预制菜消费者对预制菜行业发展充满希望

2022年中国预制菜消费者对预制菜行业发展前景看法



未来展望

预制菜行业前景广阔



居民收入水平提高，为预制菜的消费奠定经济基础



餐饮企业对第三方代工菜品需求增加



现代社会生活形态变迁，便捷类食品需求上升

互联网多元化营销助力预制菜快速触达C端客户



预制菜产品形态日益多样化

预制菜

日常食品

休闲食品

海洋生鲜

.....





艾媒咨询
iiMedia Research

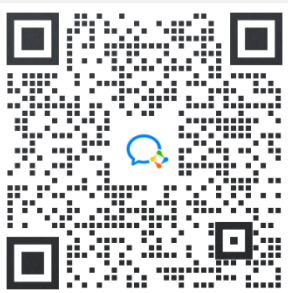
用数据说话!

- iiMedia Research(艾媒咨询)是全球知名的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，2007年诞生于广州，在广州、香港、北京、上海、硅谷设有运营和分析机构。艾媒咨询致力于输出有观点、有态度、有结论的研究报告，以权威第三方实力，通过艾媒大数据决策和智能分析系统，结合具有国际化视野的艾媒分析师观点，在产业数据监测、调查分析和趋势发展等方向的大数据咨询具有丰富经验。艾媒每年公开或定制发布新经济前沿报告超过2000份，覆盖了新技术、新零售、餐饮、教育、生物、医疗、出行、房产、营销、文娱、传媒、金融、制造、区块链、环保与公共治理等新兴领域，通过深入数据挖掘，通过数学建模，分析推理与科学算法结合，打造有数据、有理论支撑的大数据分析成果。艾媒咨询的数据报告、分析师观点平均每天被超过100家全球主流媒体，1500家(个)自媒体、行业KOL引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿等约二十种主流官方版本。
- 艾媒是中国科协九大代表优秀研究课题、建设国家级科技思想库研究课题等重要项目的承担单位，是广东省大数据骨干培育企业、广州市创新标杆企业、广州市首批人工智能入库企业、广州市“两高四新”企业。基于公司自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”（广东省科技计划重大专项），艾媒建立了互联网运营数据、企业舆情和商情、用户属性和行为偏好、零售数据挖掘、广告效果、商业模式与商业趋势等多维度的数据监测体系，累计成功为超过3000家政企机构提供常年大数据咨询服务。



更多报告请登录
艾媒咨询公众号

行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群即领福利《报告与资源合编》，内有近百行业、万余份行研、管理及其他学习资源免费分享；
2. 每日分享学习最新6+份精选行研资料；
3. 群友咨询，群主免费提供相关行研报告。

知识星球 行业与管理资源



微信扫码 直接加入

知识星球 行业与管理资源 是投资、产业研究、运营管理、价值传播等专业知识库，已成为产业生态圈、企业经营者及数据研究者的智慧工具。

知识星球 行业与管理资源 每月更新5000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；

微信扫码加入后无限制搜索下载

合作及沟通，
请联系客服



客服微信1



客服微信2

(报告整理于网络，仅限于群友学习，请勿他用)

部分合作伙伴

集团品牌	 中国电信 CHINA TELECOM	 中国移动 China Mobile	 China unicom中国联通	 HUAWEI	 Bai du 百度	 阿里巴巴 Alibaba.com	 Tencent 腾讯
生活服务	 美团 美团	 高德地图 amap.com		 網易 NETEASE WWW.163.COM	 搜狗搜索	 INFINITUS 无限极	 妈妈网 妈妈的世界 只有妈妈懂
电商购物	 拼多多	 京东	 Suning 苏宁	 考拉海购 世界对我的偏爱	 VIP 唯品会 VIPSHOP.COM 一家专门做特卖的网站	 蘑菇街 时尚购物社区 mogu.com	 网易严选
汽车出行	 Mercedes-Benz	 小鹏汽车 XPENG MOTORS	 滴滴出行 滴滴一下美好出行	 哈啰出行	 曹操出行 CAO CAO	 人人车 renrenche.com	 优信 UXIN GROUP
地产导购	 保利地产 和谐生活 自然舒适	 GARDEN 碧桂园 打造一个五星级的家	 万科 让建筑赞美生命	 恒大集团 EVERGRANDE GROUP	 值 什么值得买	 返利 Fanli.com	 奥买家 联通全世界
科技智能	 Microsoft	 intel	 360 WWW.360.CN	 科大讯飞 IFLYTEK	 PCI 佳都科技	 商汤 sensetime	 e签宝 签合同·用e签宝
银行金融	 PICC 中国人民保险	 平安银行 PINGAN BANK	 LEXIN 乐信	 拉卡拉	 HUAWEI PAY	 广州银行 BANK OF GUANGZHOU	 东莞信托有限公司 DONGGUAN TRUST CO.,LTD.
教育医疗	 腾讯乐享 lexiangla.com	 火花思维	 善诊	 JDH 京东健康	 有道 youdao	 华瀚科技 HUAHAN SCIENCE & TECHNOLOGY	 KEYA MEDICAL 科亚医疗
影音娱乐	 腾讯音乐娱乐	 三七互娱 37 Interactive Entertainment	 网易云音乐	 荔枝	 喜马拉雅	 虎牙直播 HUYA.COM	 KK

注：本页未穷尽所有合作伙伴