

# 2024

行业研究系列报告

## 预制菜行业研究报告

万亿市场在争议中破浪前行，百舸争流格局未定



## 目 录

一、预制菜分类.....	1
二、发展动力.....	3
三、市场规模.....	6
四、竞争格局.....	8

## 图、表目录

图 1	2019-2026 年我国预制菜行业市场规模及增速 .....	6
图 2	不同国家预制菜人均消费量对比 (KG) .....	7
图 3	2022 年我国预制菜细分品类占比情况 .....	7
表 1	预制菜行业分类.....	2
表 2	我国预制菜重点企业.....	10

高线城市人口密度大、社会节奏快，家庭小型化趋势持续，女性就业率提升，人口老龄化进程加快，多重因素叠加催生餐饮便捷化需求。参照欧美日韩市场趋势，预制菜发展不可遏制，未来几年我国市场规模将超万亿元。预制菜行业竞争稳态尚未形成，集中度仍较为分散。

## 一、预制菜分类

按照中国烹饪协会的定义，预制菜是以一种或多种农产品为主要原料，运用标准化流水作业，经预加工(如分切、搅拌、腌制、滚揉、成型、调味等)和/或预烹调(如炒、炸、烤、煮、蒸等)制成，并进行预包装的成品或半成品菜肴。

按照食用方式及加工程度，预制菜可分为即食食品、即热食品、即烹食品与即配食品；按照生产工序，预制菜可分为净菜、半成品菜和成品菜。即配净菜早已在商超、农贸市场、各类食堂、连锁餐饮中广泛应用。预制菜具体分类如下表所示。

表 1 预制菜行业分类

分类方法	简介	
按主料分类	面点类	以面粉、糯米及其制品为主料加工而成的预制食品。
	蔬菜类	以蔬菜及其制品为主料加工而成的预制食品。
	畜禽类	以畜禽及其制品为主料加工而成的预制食品。
	水产类	以水产及其制品为主料加工而成的预制食品。
	其他类	除面点、蔬菜、畜禽、水产等预制菜主料外的其他主料，包括藻类预制菜、汤类预制菜、调味品预制菜等。
按贮存方式分类	冷冻预制菜	采用快速冷冻工艺，使中心温度降到 $\leq -18^{\circ}\text{C}$ ，并在 $\leq -18^{\circ}\text{C}$ 条件下贮存、运输和销售的预制菜。
	冷藏预制菜	采用快速冷却工艺，使中心温度降到 $0^{\circ}\text{C}\sim 10^{\circ}\text{C}$ ，并在 $0^{\circ}\text{C}\sim 10^{\circ}\text{C}$ 条件下贮存、运输和销售的预制菜。
	速冻预制菜	采用速冻工艺，将预处理的产品在 $\leq -30^{\circ}\text{C}$ 的环境下，迅速通过其最大冰晶区域，使中心温度迅速降到 $\leq -18^{\circ}\text{C}$ ，并在 $\leq -18^{\circ}\text{C}$ 条件下贮存、运输和销售的预制菜。
	常温预制菜	在常温下可以控制产品质量，可在常温条件下贮存、运输和销售的预制菜。
按加工方式分类	生制预制菜	未经烹饪或熟制的预制食品。
	熟制预制菜	经过烹饪或熟制的预制食品。
	生熟混制预制菜	部分食材经过烹饪或熟制的预制食品。
按生产工序分类	净菜	即食材经过加工（如去除不可食用的部分，切分）、洗涤、消毒等加工工序制成产品，可直接烹饪或放置冰箱保鲜储存。
	半成品菜	需要进行一定烹饪步骤才可食用的预制食品，包括即烹预制菜和即配预制菜。
	成品菜	开封后即可食用或经过加热即可食用的预制食品，包括即食预制菜和即热预制菜。
按食用方式分类	即食食品	无需任何额外准备、加热或烹饪，打开包装即可食用的产品。
	即热食品	需微波炉等加热方可食用的成品食品。
	即烹食品	已初步深加工，按份分装冷藏或常温保存的食材及必需的调味品，可立即入锅调理的原料食品。
	即配食品	新鲜食材已经过筛选、清洗、去皮、分切等简单预加工，按份分装的半成品生料，需自行烹饪与调味。

资料来源：根据各地区预制菜行业标准及网络资料，深企投产业研究院整理。

预制菜产业链如下图所示。

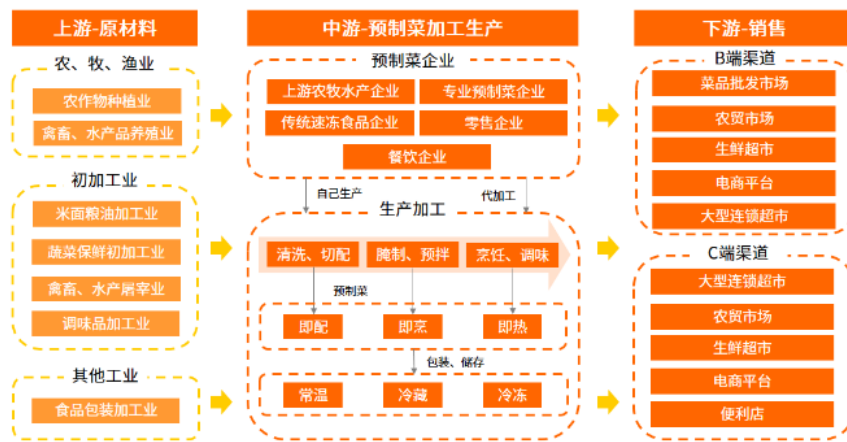


图 1 预制菜产业链

资料来源：艾媒咨询《2022 年中国预制菜产业发展白皮书》。

## 二、发展动力

预制菜最早起源于美国，由净菜发展而来，20 世纪 60 年代起预制菜实现商业化，目前欧美日等国餐厅内预制菜的渗透率能够达到 60%到 70%，整体市场进入成熟阶段。20 世纪 90 年代麦当劳、肯德基等海外连锁餐饮龙头进入中国，净菜加工配送工厂随之出现，国内三全、海欣、思念、安井等速冻食品等速冻品牌成立并发展，成为预制菜产业前驱。2000 年以后，国内预制菜品牌开始出现，自 2010 年后进入快速发展阶段，目前渗透率在 10%-15%之间。总体来看，我国预制菜发展是需求端（C 端消费人口）和供给端（B 端餐饮业）共同作用的结果。

**城市消费人群需求提升。**城市化水平不断提升，高线城市人口密度大、社会节奏加速，家庭小型化趋势、女性就业率提升以及人口老

龄化进程加快，多重因素叠加催生便捷化需求。从全国第七次人口普查数据来看，2020年我国户均人口2.62人，较六人普减少0.48人，已跌破“三口之家”。其中，“一人户”家庭超过1.25亿，占比超过25%，家庭小型化趋势日益明显。家庭规模越小，做饭成本（如时间成本、食材成本、心理启动成本等）越高，消费者更加倾向简易化烹饪。

**餐饮业降本增效需求推动。**餐饮企业是预制菜的主要客户群体，随着人工、房租等各项成本攀升，叠加网上外卖行业和团餐稳步发展，餐饮行业连锁化率逐步提升，要求供应链标准化、工业化，使用预制菜以降低成本和提高效率成为必然选择。使用各式净菜、料理包、冷冻产品原料，既可提升出餐效率，又能保证确定的口味以及一定程度的食品安全质量。据中国饭店协会、灼识咨询的数据统计，相比于传统餐厅，使用预制菜虽然增加了5%的原材料成本，但是人力成本可减少10%，净利润也能够提高7%左右。据美团数据，我国餐饮市场连锁化率从2018年的12%提升至2022年的19%，对比美国54%的餐饮连锁化率，还有较大的提升空间。据中国连锁经营协会联合华兴资本发布《2021年中国连锁餐饮行业报告》，真功夫、吉野家等头部连锁餐饮企业预制菜占比达85%以上。

**渠道设施完善提供支撑。**线上线下消费渠道不断丰富，从传统线下农贸市场、商超到外卖点餐平台、线上购物平台、社区电商平台、直播电商平台、内容社交平台等新兴零售渠道，预制菜对消费者的触达不断提升。冷链运输技术的发展和仓储物流体系不断完善，大幅减少预制菜配送损耗，我国冷链物流体系的逐步成熟又为预制菜行业发

展提供了重要保障。

**政策加持助力行业发展。**2023 年中央一号文件提出要培育乡村新产业新业态，培育发展预制菜产业，提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平，这是中央一号文件首次对预制菜行业发展作出指示。2023 年 7 月国务院转发国家发改委《关于恢复和扩大消费措施的通知》，专门提出支持餐饮服务消费，以及加快推进预制菜基地建设，培育“种养殖基地+中央厨房+冷链物流+餐饮门店”模式，以安全、营养、健康的原则来提升餐饮质量和配送标准化水平。工信部等三部门出台《轻工业稳增长工作方案（2023—2024 年）》，将预制化食品列为培育壮大的新经济增长点之一。此外，全国多个省市政府出台预制菜产业政策，涉及冷链物流建设、企业培养、产业园建设、行业标准设定等多个方面，预制菜产业基地以及项目招商加速。政府产业引导基金同步跟进，如广东、山东、北京等地纷纷设立省市预制菜产业基金，对产业链重点领域和关键环节进行投资布局。据赛迪顾问统计，中国 618 个县（市、区）重点发展预制菜产业。

**预制菜团体和标准不断完善。**2022 年以来，中国预制菜产业联盟、中国预制菜产业生态联盟、中国烹饪协会预制菜专业委员会等行业自律组织相继成立，地方层面，广西、广东、山东等省份也纷纷成立相关协会组织。2022 年以来，多个关于预制菜的团体标准发布。根据相关消息，预制菜有关国家标准已在行业内进行过多次征求意见，2023 年年底送审国务院食品安全委员会办公室。随着国标出台，预制菜标准体系、认证体系、追溯体系等逐步形成，行业将迎来健康规

范发展，在消费端也将获得更高的认可度。

### 三、市场规模

预制菜行业快速增长。据艾媒咨询数据，2019-2022年，我国预制菜的市场规模从2445亿元增加至4196亿元，预计2026年我国预制菜市场规模将超万亿元。从人均消费量角度，2022年我国人均预制菜消费量为9.1KG，同期美、英、日的人均预制菜消费量分别为16.1KG、16.8KG、23.2KG，仍然有较大的提升空间。

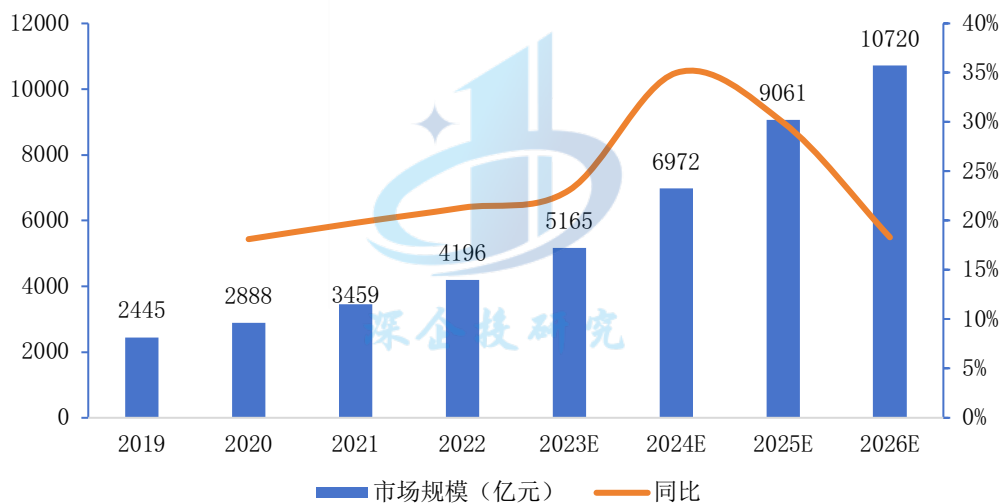


图 1 2019-2026 年我国预制菜行业市场规模及增速

资料来源：艾媒咨询，深企投产业研究院整理。

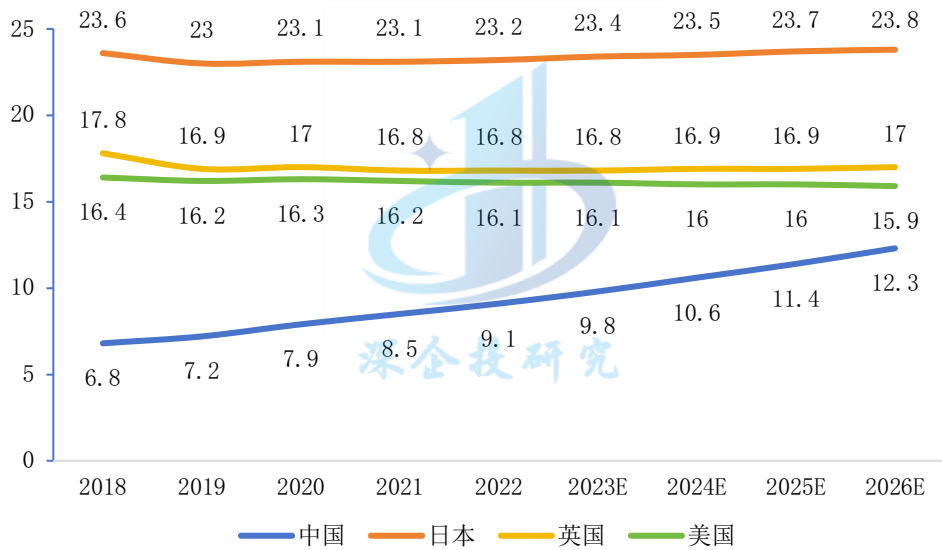


图 2 不同国家预制菜人均消费量对比 (KG)

资料来源：平安证券，深企投产业研究院整理。

米面、蔬菜类预制菜占比最大。细分品类来看，我国预制菜市场主要分为肉禽预制菜、水产预制菜与米面、蔬菜类预制菜。2022 年，米面、蔬菜类预制菜市场规模为 1925 亿元，占预制菜市场份额约 46%，占比最大；肉禽预制菜与水产预制菜在预制菜市场的占比分别为 29% 与 25%。

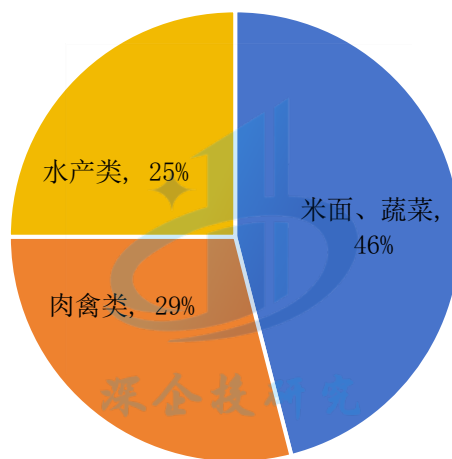


图 3 2022 年我国预制菜细分品类占比情况

资料来源：艾媒咨询，川财证券研究所。

当前市场以 B 端为主，C 端有待发力。根据饿了么《2023 中国预制菜数字消费报告》显示，预制菜 B 端（面向企业）市场占比达 80%，主要范围包括餐饮连锁店、外卖、涉及旅游饮食及各机构食堂在内的团餐，以及涉及农村红白喜事的乡厨。随着国标的出台以及消费端对于预制菜接受度提高，到 2026 年，B 端与 C 端的比例有望达到 1:1。

#### 四、竞争格局

**行业参与者众多。**预制菜行业处于快速成长阶段，行业进入企业众多。根据赛迪顾问数据，截至 2023 年底，我国共有预制菜相关企业 8 万家，其中 2023 年新增数量为 4026 家。行业参与企业类型多样，包括上游农林牧渔企业、传统速冻食品企业、专业预制菜企业、食材供应链服务企业、餐饮企业、零售企业等各个类别。还有一批跨界企业加入到预制菜领域，如格力电器、老板电器、海容冷链等企业从预制菜生产制造设备、冷链物流设备等角度进入预制菜产业。

**行业地域特征明显。**由于预制菜产品依赖冷链运输，企业基地的辐射范围受到食品新鲜度和运输的物流成本的限制，再考虑到南北东西口味差异，导致市场目前尚未出现全国性的预制菜龙头企业。据艾媒咨询数据显示，山东、河南、广东、江苏、四川等地预制菜企业数量位列全国前列。

**市场格局高度分散。**当前国内市场以中小企业为主，各类企业市

场定位、产品模式、生产方式各异，整体处于模式探索阶段，没有一家企业市占率超过 5%。相比之下，日本预制菜行业上世纪 80 年代 CR5 已近 75%，目前日冷、味之素、日本水产、丸羽日朗、加卜吉合计市占率达到 80%。当前国内市场处于群雄逐鹿阶段，伴随一批重点企业跑通上游供应链、中游创新产品以及下游渠道销售模式，通过上下游并购成为平台型企业，未来市场格局有望进一步明朗，龙头企业可望脱颖而出。

当前我国预制菜重点企业如下表所示。

表 2 我国预制菜重点企业

类型	主要客群	产品模式	优势	代表企业
专业预制菜企业	主要面向 B 端市场, 近年来 C 端市场中正在发展	聚焦各类特色菜品	扎根预制菜行业多年, 具有丰富的生产销售经验, 具有较强的产品研发能力=	味知香 (禽类和水产类)、广州蒸烩煮、绿进食品 (菜肴生制品、鱼糜制品)、广东好菜肴、湖北新美香、彭记坊、信良记、寻味狮、锅圈、盖世食品、聪厨食品、麦子妈、珍味小梅园、好得睐 (综合类)、花花食界、千味厨房 (速冻米面类)、新雅食品 (礼盒装产品)、舌尖科技、鼎味泰、烹烹袋、九橙餐饮、利和味道、泉州伍氏、奥瑞金 (礼盒装产品、包装)、品珍科技、一刻厨神、亚明 (莆田)、湖南宇成食品 (许大师品牌)、黄渔小姐等
上游农林牧渔企业	B 端市场为主	在原有的农产品基础上加工	具有原材料资源优势和成本优势, 供应稳定, B 端渠道布局已较为成熟	新希望、正大集团、圣农、国联水产 (广东)、得利斯、春雪食品、双汇集团、龙大美食、仙坛股份、美好、得利斯、金龙鱼、通威股份、温氏股份 (广东)、唐人神集团、宏辉果蔬、中水渔业、ST 东洋、金字火腿、好当家集团、大湖股份、百洋股份、湘佳股份、金健米业、深粮控股、益客食品、何氏水产 (广东)、鱼兴港 (广东)、东龙烤鳗 (广东)、谷言、远宏水产 (广东)、中粮家佳康食品、壹号土猪、唐顺兴 (广东)、金锣 (山东)、江丰实业 (广东) 等
传统速冻食品企业	C 端客户和小 B 企业	传统的速冻面点、肉类、蔬菜等, 较为标	擅长打造标准品, 产品标准化程度较高; 销售网络完善, 渠道	安井、三全、思念、湾仔码头、千味央厨、海欣、惠发食品、福成五丰 (河北)、巴比食品、天马科技、新雨润食品 (广东)、祥泰丰等

		准化	分销能力强	
食材供应链服务商	B 端市场为主	以餐饮行业需要的半成品或初加工产品为主	针对 B 端的产品研发、生产加工以及采购、运输能力齐全，B 端客户积累丰富；自建物流体系有助于布局下沉市场	蜀海、望家欢、乐禾、找食材、新和盛农牧、物满鲜、冻品码头、冻品先生、上海梅林等
餐饮企业	主要面向 C 端客户	以还原企业招牌菜品为主	餐饮品牌知名度高，具备强大的 C 端消费群体基础，对终端消费偏好更加敏感，容易把控客户需求	海底捞、贾国龙功夫菜、广州酒家、全聚德、大龙燚、眉州东坡、猪角闽南猪脚饭、新雅粤菜馆、王家渡、湘鄂情、杏花楼、楼外楼、知味观、呷哺呷哺、物只卤鸭、金陵饭店、岭南控股、同庆楼、鸿骏膳食、百胜中国、绝味中国、紫光园、正新鸡排、九毛九等
连锁商超、生鲜电商等零售企业	主要面向 C 端客户	各式预制产品	直接面向 C 端的零售销售渠道优势明显	盒马、叮咚买菜、永辉彩食鲜、美团、银食、牛大吉、微团餐、钱大妈、菜方便、饿了么、锅圈食汇、元初、永辉辉妈到家、望家欢、汇嘉时代、中央商场、天虹股份、中百控股集团等

资料来源：灼识咨询、2022 年中国预制菜品牌百强榜、2023 胡润中国预制菜生产企业百强榜等，深企投产业研究院整理。

# 企业简介

## 深企投产业研究院

深企投产业研究院是深企投集团旗下的高端智库，聚焦产业发展，服务区域经济，致力于为各地政府和园区提供产业发展落地方案。主营业务包括产业研究、产业规划、产业链招商策略、项目策划包装、项目评估等。产业研究院拥有来自北大、人大、南开、中大等经济学背景的产业研究专家，拥有长期跟踪研究区域经济和战略性新兴产业的产业研究团队，已为珠三角、长三角、海西、西南、西北等多个地区完成了数百个规划咨询和产业研究项目。

### 深企投产发集团

深企投产业发展（深圳）  
股份有限公司

深企投产业研究院

深投促产业发展（深圳）  
股份有限公司

厦门美知经济咨询  
有限公司

### 业务

#### 招商服务

- > 委托招商 > 招商培训
- > 招商办会 > 园区运营

#### 产业智库

- > 产业规划 > 项目策划
- > 招商策略 > 项目评估

  
**30** 个+  
委托招商区域

  
**2000** 家+  
优质企业资源

  
**1000** 份+  
行业研究报告

  
**100** 家+  
咨询服务客户

# 产业咨询业务

## 产业规划

产业规划 专项规划 课题研究 园区规划

- > 佛山国家高新区顺德园“十四五”产业发展规划
- > 宁波镇海区重点片区产业发展规划
- > 龙岩国家高新区“十四五”产业发展规划
- > 漳州台商区龙池工业综合体产业发展规划
- > 惠州潼湖生态智慧区三大片区产业发展定位研究
- > 龙岩市新罗区能源互联网产业发展规划
- > 龙岩市南部新城文旅康养产业规划
- > 贵阳双龙航空港经济区临空产业发展定位研究
- > 龙岩市乡村旅游发展规划
- > 贵州黔南州大数据“十四五”发展规划
- > 南岗湾工业区产业发展规划
- > 宁夏泾源重点产业发展策略
- > 宁夏吴忠市“十四五”现代服务业发展规划
- > 惠州新能源汽车产业发展策略
- > 广东省商务厅世界500强企业投资专题研究
- > 贵阳市产业引导基金招商专题研究
- > 碧桂园潼湖科技小镇工业地块产业发展规划
- > 大亚湾大东科技园产业发展规划
- > 蓬江区数字经济科创中心产业发展规划
- > 粤科-金茂智能装备产业园产业发展规划
- > .....

## 研究领域

新一代信息技术	高端装备	新能源	新能源汽车
新材料	生物医药	节能环保	航空航天
现代家居	现代食品	文旅康养	现代物流
商务服务	低空经济	机器人	医疗器械



## 产业链招商策略

- 智能硬件
- 新型显示
- 5G通信
- 新型元器件
- 新材料
- 新能源
- 储能
- 生物医药
- 医疗器械
- 智能制造装备
- 智能专用设备
- 工业激光设备
- 冶金机械
- 轻工装备
- 工业机器人
- 新能源汽车零部件
- 食品饮料
- 文旅康养
- 现代物流
- 总部经济
- 会展
- 互联网
- 商贸服务业
- .....

## 方法论



# 联系我们



深企投集团

深企投产业研究院

商务合作：王女士 13168781866

座机：0755-82790019

邮箱：sqtcf@sqtcf.cn

网址：http://www.sqtcf.cn/

地址：深圳市福田区深南大道本元大厦 7B1