

中国预制菜行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国预制菜行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202410/729910.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、预制菜按原材料分为四类，其中肉禽类、水产类占比较高

预制菜实质以农、畜、禽、水产品为原料，配以各种辅料，经预加工（如分切、搅拌、腌制、滚揉、成型、调味）而成的成品或半成品。

按照主要原料，预制菜可以分为肉类、水产类、粮食类、果蔬菌四大类。从原料分类的占比来看，肉禽类占比最高，超50%；其次是水产类，占比27%；此外，调料类、果蔬菌、粮食类分别占比7%、5%、4%。

预制菜按原材料分类

分类	产品
肉类	猪牛肉家禽类预制菜肴，腊肠，香肠，火腿，肉丸等
水产类	海鲜水产菜肴、水产调理食品及深加工制品等
粮食类	粮食面点类
果蔬菌类	蔬果菌类

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

二、B端、C端共同发力，打开国内预制菜市场空间

按使用方式，预制菜可以分为即食食品、即热食品、即烹食品、即配食品。这四大类主要面向的市场不同：即食食品开袋即食，主要面向C端，如预制麻辣小龙虾、佛跳墙等；即热食品C端为主，大包装料理包会流向B端市场，如水产料理包、酸菜鱼、烤鱼等；即烹食品2020年以前以ToB为主，目前向ToC市场转变，属于深加工水产制品，如鱼丸、虾球、虾饺等；即配食品以ToB为主，C端主要流入KA超市，如生虾仁、鱼片等。

预制菜按使用方式分类

分类	特点	典型产品
即食食品	开袋即食，主要面向 C 端	预制麻辣小龙虾、佛跳墙等
即热食品	C 端为主，大包装料理包会流向 B 端市场	水产料理包、酸菜鱼、烤鱼
即烹食品	2020年以前以 To B为主，目前向 To C市场转变，属于深加工水产制品	鱼丸、虾球、虾饺等
即配食品	To B 为主，C 端主要流入 KA 超市	生虾仁、鱼片等

资料来源：观研天下整理

B端预制菜使用比例增加。一方面，餐饮业原料、用工、房租成本较高，降本增效是餐饮企业的重要课题，近年来，海底捞、喜家德等中式大型连锁餐饮逐渐减少或停止自己制作凉菜，减少后厨所需人员，避免专设凉菜操作间，转为由专业凉菜企业加工配送，以降低成本、提高坪效。另一方面，餐厅连锁化率提升，2018-2020年由12.8%提升至15.0%。而统一使用专业预制菜企业产品也有利于保证产品质量标准化和口味的稳定性。2020年，真功夫、吉野家、西贝、小南国等连锁餐饮企业预制菜占比高达80%以上。因此餐厅连锁化率提升下预制菜需求进一步增多。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

C端新市场逐步放量，主要受益于现代社会生活形态变迁、居民收入水平提高、生活节奏加快及工作压力增大和家庭小型化趋势。

资料来源：观研天下整理

B端、C端共同发力，打开预制菜市场空间。根据数据，2021年我国预制菜行业市场规模约为 2100 亿元，预计2025 年我国预制菜行业规模有望增长至 6000 亿元左右。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、相关政策相继出台，推动预制菜行业可持续、高效、健康发展

经过长时间的发展，我国预制菜自2020年以来已步入快速发展期，它以便捷、高效、标准化的特点迅速占领市场，尤其在快节奏的现代生活中备受青睐。然而预制菜行业在快速扩张的同时，也面临挑战。

我国预制菜行业发展历程 阶段 生产方 需求方 产品特点 萌芽期（80、90 年代）
代工厂为主，无明确品牌 西式快餐品牌引入，催生出对净菜或统一性的快餐半成品需求
西式快餐用的处理过的食材净菜 成长期（2000 年-2009 年）

品牌出现：预制菜：味知香、彭记坊、新聪厨；餐饮：全聚德、新雅；供应链：乐禾食品
中式餐厅需要净菜和半成品，消费者偶尔购买老字号餐饮预制菜

主要是一些处理过的食材净菜、还有即食、即烹食品 快速发展初期（2010-2019 年）
出现专业预制菜企业 餐厅规模化、连锁化，需要大量半成品和成品食物，外卖 B
端需大量预制菜。C 端消费者生活节奏加快，偏好预制菜

食品种类更广，形式增多。四类预制菜大多依旧流入 B 端市场，C 端市场发展迅猛
快速发展期（2020 年至今）预制菜第一股上市：味知香 餐饮企业连锁化加剧，降本增效需求。
疫情改变消费习惯、家庭结构转变，宅经济一人食对预制菜需求增加

品类更广，菜系种类日渐丰富，更便捷更美味预制菜备受欢迎

资料来源：观研天下整理

预制菜的生产涉及原料采购、加工、包装、运输等多个环节，任何一环的疏漏都可能影响最终产品的安全性。特别是当原材料来源不明、加工环境不达标或存储条件不当时，容易导致微生物污染、农药残留超标等问题，威胁消费者健康。消费者对食品安全的隐忧是制约预制菜行业发展的的重要因素。

2022 年 11 月 5 日，中国保护消费者基金会预制菜工作委员会成立仪式在北京举行。预制菜工委将组织预制菜行业专家、龙头企业共同推动“预制菜行业标准建设”，搭建预制菜产

业链大数据平台，完善产品溯源体系，推动消费安全保险等，让消费者做到“买得放心，用得安心”。同时，各地也在预制菜行业发展领域发布相关政策，促进行业规范化发展，有助于提升消费者消费信心，从而推动预制菜行业可持续、高效、健康发展。

我国各地区预制菜行业相关政策 时间 政策 发布主体 重点内容与意义 2023.02
颁发全市首张包含“预制菜”的食品生产许可证 上海市浦东新区市场监管局 2 月 1 日《上海市预制菜生产许可审查方案》实施后，全市首张包含“预制菜”的食品生产许可证。

2023.01 《上海市预制菜生产许可审查方案》 上海市市场监管局
该方案是全国首个真正意义上的预制菜领域生产许可审查规范性文件，明确了上海市范围内 8 大类 23 小类食品纳入预制菜范围，速冻、冷冻、冷藏、常温预制菜确认了相应生产许可分类目录及审查依据，特别增设了“其他食品：非即食冷藏预制菜”品种明细，助力上海市率先实现预制菜全品类产品的准产落地，消费者更为关心的、品质相对较高的冷藏预制菜将实现全面供应。 2022.11 《落实食品安全主体责任二十条》 重庆市市场监管局

从生产、销售、餐饮各环节、全链条规范预制菜生产经营活动。 2022.11
《加快推进预制菜产业高质量发展的措施》福建省商务厅、福建省市场监管局等 9 部门到 2025 年，建设 30 个现代农业产业园、20 个优势特色产业集群。培育一批富有特色、全国知名的预制菜品牌。到 2025 年建设农产品产地冷藏保鲜设施 150 个。搭建预制菜公共服务平台。构建预制菜品牌营销渠道。建立预制菜创新企业、优质企业名单发布制度。 2022.11 《预制菜术语及分类要求》《粤菜预制菜包装标识通用要求》《预制菜冷链配送规范》《预制菜感官评价规范》《预制菜产业园建设指南》广东省市场监管局积极与广东省农业农村厅、广东省商务厅等率先全国立项制定预制菜五项基础性关键性地方标准。直面产业发展难点痛点，按照构建全产业链的方式，面向社会、面向产业公开征集预制菜地方标准的参编单位，在广东全省乃至全国范围内遴选从事预制菜生产经营或标准化研究工作，有成功经验和先进技术的企事业单位、专家参与标准编制，能够进一步提高标准的通用性、适用性和先进性，加快构建预制菜从田头到餐桌的标准。

资料来源：观研天下整理（zlj）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国预制菜行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国预制菜行业发展概述

第一节 预制菜行业发展情况概述

一、预制菜行业相关定义

二、预制菜特点分析

三、预制菜行业基本情况介绍

四、预制菜行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、预制菜行业需求主体分析

第二节 中国预制菜行业生命周期分析

一、预制菜行业生命周期理论概述

二、预制菜行业所属的生命周期分析

第三节 预制菜行业经济指标分析

一、预制菜行业的赢利性分析

二、预制菜行业的经济周期分析

三、预制菜行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球预制菜行业市场发展现状分析

第一节 全球预制菜行业发展历程回顾

第二节 全球预制菜行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲预制菜行业地区市场分析

一、亚洲预制菜行业市场现状分析

二、亚洲预制菜行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲预制菜行业市场前景分析

第四节北美预制菜行业地区市场分析

一、北美预制菜行业市场现状分析

二、北美预制菜行业市场规模与市场需求分析

三、北美预制菜行业市场前景分析

第五节欧洲预制菜行业地区市场分析

一、欧洲预制菜行业市场现状分析

二、欧洲预制菜行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲预制菜行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界预制菜行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球预制菜行业市场规模预测

第三章 中国预制菜行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对预制菜行业的影响分析

第三节中国预制菜行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对预制菜行业的影响分析

第五节中国预制菜行业产业社会环境分析

第四章 中国预制菜行业运行情况

第一节中国预制菜行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国预制菜行业市场规模分析

一、影响中国预制菜行业市场规模的因素

二、中国预制菜行业市场规模

三、中国预制菜行业市场规模解析

第三节中国预制菜行业供应情况分析

一、中国预制菜行业供应规模

二、中国预制菜行业供应特点

第四节中国预制菜行业需求情况分析

一、中国预制菜行业需求规模

二、中国预制菜行业需求特点

第五节中国预制菜行业供需平衡分析

第五章 中国预制菜行业产业链和细分市场分析

第一节中国预制菜行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、预制菜行业产业链图解

第二节中国预制菜行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对预制菜行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对预制菜行业的影响分析

第三节我国预制菜行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国预制菜行业市场竞争分析

第一节中国预制菜行业竞争现状分析

一、中国预制菜行业竞争格局分析

二、中国预制菜行业主要品牌分析

第二节中国预制菜行业集中度分析

一、中国预制菜行业市场集中度影响因素分析

二、中国预制菜行业市场集中度分析

第三节中国预制菜行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国预制菜行业模型分析

第一节中国预制菜行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国预制菜行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国预制菜行业SWOT分析结论

第三节中国预制菜行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国预制菜行业需求特点与动态分析

第一节中国预制菜行业市场动态情况

第二节中国预制菜行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节预制菜行业成本结构分析

第四节预制菜行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国预制菜行业价格现状分析

第六节中国预制菜行业平均价格走势预测

一、中国预制菜行业平均价格趋势分析

二、中国预制菜行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国预制菜行业所属行业运行数据监测

第一节 中国预制菜行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国预制菜行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国预制菜行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国预制菜行业区域市场现状分析

第一节 中国预制菜行业区域市场规模分析

一、影响预制菜行业区域市场分布的因素

二、中国预制菜行业区域市场分布

第二节 中国华东地区预制菜行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区预制菜行业市场分析

(1) 华东地区预制菜行业市场规模

(2) 华东地区预制菜行业市场现状

(3) 华东地区预制菜行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区预制菜行业市场分析

(1) 华中地区预制菜行业市场规模

(2) 华中地区预制菜行业市场现状

(3) 华中地区预制菜行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区预制菜行业市场分析

(1) 华南地区预制菜行业市场规模

(2) 华南地区预制菜行业市场现状

(3) 华南地区预制菜行业市场规模预测

第五节 华北地区预制菜行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区预制菜行业市场分析

(1) 华北地区预制菜行业市场规模

(2) 华北地区预制菜行业市场现状

(3) 华北地区预制菜行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区预制菜行业市场分析

(1) 东北地区预制菜行业市场规模

(2) 东北地区预制菜行业市场现状

(3) 东北地区预制菜行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区预制菜行业市场分析

(1) 西南地区预制菜行业市场规模

(2) 西南地区预制菜行业市场现状

(3) 西南地区预制菜行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区预制菜行业市场分析

(1) 西北地区预制菜行业市场规模

(2) 西北地区预制菜行业市场现状

(3) 西北地区预制菜行业市场规模预测

第十一章 预制菜行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国预制菜行业发展前景分析与预测

第一节中国预制菜行业未来发展前景分析

一、预制菜行业国内投资环境分析

二、中国预制菜行业市场机会分析

三、中国预制菜行业投资增速预测

第二节中国预制菜行业未来发展趋势预测

第三节中国预制菜行业规模发展预测

一、中国预制菜行业市场规模预测

二、中国预制菜行业市场规模增速预测

三、中国预制菜行业产值规模预测

四、中国预制菜行业产值增速预测

五、中国预制菜行业供需情况预测

第四节中国预制菜行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国预制菜行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国预制菜行业进入壁垒分析

一、预制菜行业资金壁垒分析

二、预制菜行业技术壁垒分析

三、预制菜行业人才壁垒分析

四、预制菜行业品牌壁垒分析

五、预制菜行业其他壁垒分析

第二节预制菜行业风险分析

一、预制菜行业宏观环境风险

二、预制菜行业技术风险

三、预制菜行业竞争风险

四、预制菜行业其他风险

第三节中国预制菜行业存在的问题

第四节中国预制菜行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国预制菜行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国预制菜行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国预制菜行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节预制菜行业营销策略分析

一、预制菜行业产品策略

二、预制菜行业定价策略

三、预制菜行业渠道策略

四、预制菜行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202410/729910.html>