



食品伙伴网

www.foodMate.net

2022 中国预制菜 行业发展报告

食品伙伴网

2022年12月

目录

前言	1
1 预制菜行业发展概述	3
1.1 发展历程	3
1.1.1 国际方面	3
1.1.2 国内方面	4
1.2 定义和分类	5
1.2.1 国际方面	6
1.2.2 国内方面	10
1.3 意义	13
2 预制菜行业运行环境分析	15
2.1 政策环境分析	15
2.1.1 监管情况	15
2.1.2 政策法规	15
2.2 经济环境分析	22
2.3 社会环境分析	23
3 预制菜行业发展状况	25
3.1 行业发展现状	25
3.2 行业发展动力	26
3.2.1 懒宅经济推动行业高速发展	26
3.2.2 餐企自身需求驱动市场扩容	27
3.2.3 冷链物流配送带动行业发展	27
3.3 行业发展的制约因素	28
3.3.1 相关标准不健全	28
3.3.2 复鲜保质难度大	28
3.3.3 认可接受程度低	29
3.3.4 原材料价格波动	29
3.3.5 冷链物流不完善	30
3.3.6 食安风险待加强	30
4 预制菜行业重点品牌情况	31
4.1 预制菜参与者情况	31
4.1.1 专业预制菜企业	31
4.1.2 上游原料企业	32
4.1.3 速冻食品企业	32
4.1.4 餐饮企业	33
4.1.5 零售企业	33
4.2 重点企业基本情况	33
4.2.1 味知香（专业预制菜企业）	33

4.2.2 正大食品（上游原料企业）	34
4.2.3 上海梅林（上游原料企业）	35
4.2.4 国联水产（上游原料企业）	35
4.2.5 安井食品（速冻食品企业）	36
4.2.6 贾国龙功夫菜（餐饮企业）	36
4.2.7 王家渡（餐饮企业）	37
4.3 中国预制菜产品调研情况分析	37
4.3.1 预制食品调研情况分析	38
4.3.2 预制菜调研情况分析	39
5 预制菜行业市场情况分析	42
5.1 淘系平台整体预制菜情况	42
5.2 淘系平台跨境预制菜情况	45
6 预制菜产品中的感官分析	47
6.1 感官简介	47
6.1.1 感官分析系统	47
6.1.2 感官分析方法	48
6.1.3 感官分析的影响因素	49
6.2 预制菜的感官应用	49
6.2.1 人工感官分析	50
6.2.2 智能感官分析	52
6.2.3 感官分析案例	52
7 预制菜行业发展趋势分析	57
7.1 市场发展趋势分析	57
7.1.1 市场前景方面	57
7.1.2 产业融合方面	57
7.2 产品开发趋势分析	58
7.2.1 向工业化转换发展	58
7.2.2 产品向多元化发展	58
7.2.3 运用复鲜保质技术	59
法律声明	60

前言

近年来，以“15分钟吃上名厨菜”为推销口号的预制菜走红，成为食品行业的“新宠”。经济发展与生活方式改变，推进厨房革命，预制菜肴迎来黄金时代。据相关数据统计，2020年我国预制菜及其相关产品的市场规模达千亿元，在过去五年的复合增长率高达30%以上。疫情之下，预制菜行业在餐饮和居家消费市场推动下将迎来发展风口，呈快速发展态势。

在第1章中主要从国际和国内两方面对预制菜的发展历程、定义和分类进行相应阐述，由于各国发展之间的差异性，在预制菜的定义和分类上也存在一定差异。目前，我国预制食品和预制菜尚处于成长阶段，行业内对其定义和范围不统一，在相关的法规和标准中缺乏权威性的定义和分类，预制菜相关标准法规的完善成为未来国家政府机构急需解决的问题之一。

在第2章中主要从政策、经济和社会环境三方面对预制菜的运行环境进行分析。2016年在国务院办公厅发布《关于进一步促进农产品加工业发展的意见》（国办发〔2016〕93号）的“优化结构布局”中提到：要“鼓励主食加工业发展，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”；2018年在农业农村部发布《关于加快农业全产业链培育发展的指导意见》（农产发〔2018〕2号）的“延伸产业链条，构建完整完备的农业全产业链”中提到：要“搭建体系化物流网络，创新发展农商直供、预制菜肴、餐饮外卖、冷链配送、自营门店、商超专柜、团餐服务、在线销售、场景销售等业态，开发推广‘原料基地+中央厨房+物流配送’、‘中央厨房+餐饮门店’等模式”。

在第3章中主要对行业发展现状、行业发展动力和行业发展的制约因素三方面分析。预制菜相关标准不完善、产品复鲜保质难度大、消费者认可接受程度低、原材料价格受外界环境影响波动大、冷链物流体系有待进一步完善及存在一定食品安全风险等问题仍制约着预制菜行业的发展。

在第4章重点对我国预制菜行业的主要参与者进行相应分析，大致分为专业

预制菜企业、上游原材料企业、速冻食品企业、餐饮企业和零售企业 5 种类型，不同类型的参与者拥有不同的产品类型和渠道模式，以及各自的竞争优劣势。从中选取 7 家代表性预制菜生产企业进行基本情况介绍，并对其生产的产品情况进行调研分析，从而了解我国预制菜产品市场分布情况。

在第 5 章主要根据魔镜市场提供的相关数据，在淘宝和天猫（淘系）线上电商平台，与预制菜相关的类目为“净菜/半成品菜/快手菜”，该类目最早于 2018 年 01 月设立，至今约有 4 年半的时间，以下主要对近 4 年（2018 年 09 月至 2022 年 08 月）该类目下相关数据进行统计分析。

在第 6 章主要介绍了感官分析系统、感官分析方法、预制菜的感官应用等内容。随着市场和消费者习惯的变化，以及食品行业竞争的加剧，利用感官评价去改进产品、提升产品质量成为评价食品质量中的重要环节，可以让简单的品评走向感官科学。

第 7 章主要对我国预制菜未来市场发展趋势和产品开发趋势进行了相应分析。目前，食品企业纷纷挤进预制菜赛道，2021 年新注册预制菜企业超过万家，截至 2022 年上半年，中国预制菜及其相关企业已超 7 万家。预制菜需要专业人员通过食品工业手法，对各类菜品原料进行专业分析，针对食材的不同特点运用不同的制作方法有针对性的研发，严格控制油、盐、糖及各类营养成分的含量与配比。未来预制菜产品的开发将逐渐走向多元化，现有技术问题需逐渐攻克。