

行业发展前景被广泛看好,广东省预制菜产业指数全国第一 在年轻人的圈子里,预制菜火了

从大型连锁餐饮企业的中央厨房到外卖餐饮平台,方便快捷的预制菜正在走进更多日常家庭中。据艾媒咨询估算,2021年中国预制菜市场规模约为3459亿元,同比增长18.1%,预计未来国内预制菜市场保持20%左右的增长率高速增长,2023年预制菜市场规模将达5165亿元。

消费需求提升明显,年轻群体成主力

老北京羊蝎子、红烧大黄鱼、油焖大虾、卤水盆菜、佛跳墙……打开App下单,天南地北不同风味的预制菜即可送达汇聚成一桌。消费者只需“叮”一下,往日“不会做、不好吃、没时间”的厨房难题便迎刃而解。

2010年前后,这些颇受市场青睐的预制菜食品,更多时候只存在于大型连锁餐饮企业的中央厨房里:食品企业星级大厨运用现代标准化的制作流程,对菜品原材料预先进行半加工或全加工,然后采取冷冻或真空包装保存。待上餐时,通过加热或蒸炒等烹饪方式,就能直接作为餐桌上的菜品,从而简化食材采购、加工等流程,提高出餐效率,缩减了后厨人员及设备占用面积,起到节约用人成本、降低租金的作用。

伴随着“懒人经济”“宅经济”,再加上疫情等综合因素的影响,许多消费者的饮食消费习惯开始发生改变。他们追求食物好吃的同时,又要简单便捷易烹饪。以前只满足餐饮企业需求的预制菜,开始走向更广阔的消费端,包括商超、农贸市场、便利店、电商、外卖餐饮等渠道。艾媒咨询于

2021年发起的一项调研结果显示,节省时间是用户购买预制菜的主要目的,达71.9%,其次是美味和不喜欢做饭。另据京东消费及产业发展研究院联合京东超市发布的《2022即享食品消费趋势报告》(下称“报告”)显示,2021年预制菜成交额同比增长156%。其中,男性消费者占比近五成,26-35岁群体是预制菜消费潜力股,这一年龄段消费增速高达171%,位列第一。16-25岁年龄段消费增速为137%,36-45岁年龄段消费增速为108%。在不同地域消费方面,三线城市线上预制菜消费增速最快,同比增长高达234%。

性价比也是消费者选购的主要指标。报告数据显示,51-100元、100元以上、36-50元预制菜产品2021年成交额同比增速TOP3,分别依次为178%、161%、144%。在预制菜2021年成交额占比排名中,36-50元档口占比最高,其次20-35元位列第二。

预制菜不仅让消费者可以在家里享用到星级厨艺美食,还成为馈赠亲朋好友的实用好礼。预制菜异地订单去年成交额同比增长186%。2021年预制菜礼盒成交额更是同比增长232%。

站上资本“风口”,各类企业纷纷涌入

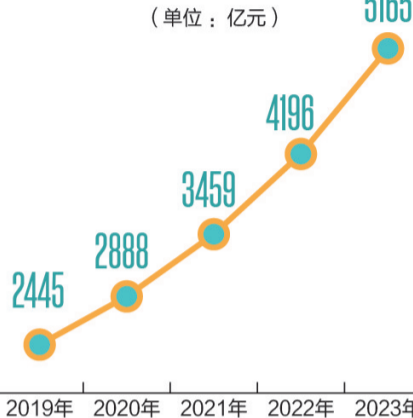
在B端降本增效和C端消费习惯改变的推动下,预制菜在资本市场的欢迎程度同样水涨船高,不乏厚生、红杉、高瓴等头部资本企业的身影。从2021年至今,珍珠小梅园、麦子妈、猴爷餐饮、小牛凯西、烹烹袋、舌尖科技等企业都获得融资。其中,舌尖科技曾先后于2021年8月、2022年3月完成A轮、B轮融资,融资金额均达上亿元。整体来看,仅在去年,预制菜赛道一共发生融资23笔,总融资额度高达56亿元;个别企业甚至成功登陆了A股,包括“预制菜第一股”味知香,以及两家相关概念股益客食品、千味央厨等。而在2018-2019年期间,市场获得投资的项目还不

足5个。除了原有品牌的“老玩家”,盒马鲜生、叮咚买菜、每日优鲜等生鲜电商企业纷纷入场。以盒马为例,该企业于2020年3月成立了3R事业部(3R指即烹、即热、即食),聚焦预制菜业务。目前冷冻类预制菜SKU已超200个,应季售卖单品超100个。

不过,相较发展成熟的美国、日本市场,国内消费者端的预制菜市场规模较小。囿于国内饮食地域差异大、预制菜依赖地域性较强等因素,该类企业目前规模有限。有公开数据统计,国内预制菜Top5企业的市占率合计仅占到约14%。截至目前,尚未出现市占率超10%的预制菜企业。

市场规模保持高速增长

2019-2023年国内预制菜行业市场规模及预测



疫情加速催化行业发展

疫情导致预制菜需求激增,餐饮商家推出预制菜年夜饭。

盒马2022年货消费数据
预制年菜销售同比增长



叮咚买菜春节期间
高端预制菜的销量同比增长



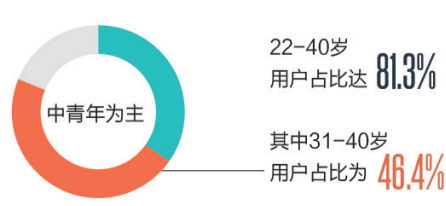
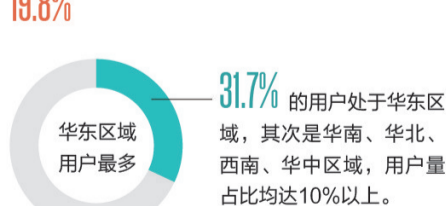
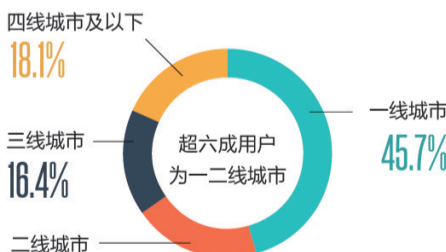
7天卖出了300万份,而且客单价同比增长1倍;
淘宝上的预制菜销量同比增长超100%

今年“五一”假期期间,
京东超市预制菜成交金额同比增长



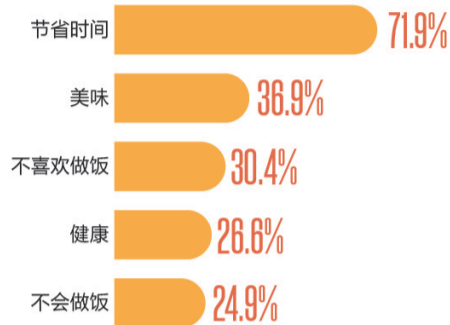
谁喜欢预制菜?

C端用户画像



节省时间是购买预制菜的主要目的

用户购买预制菜产品的目的

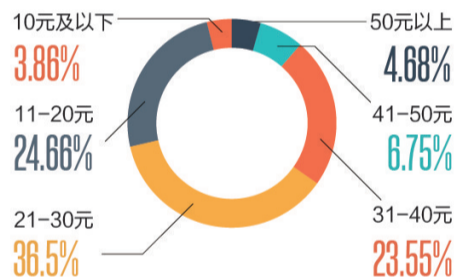


如何购买及消费?

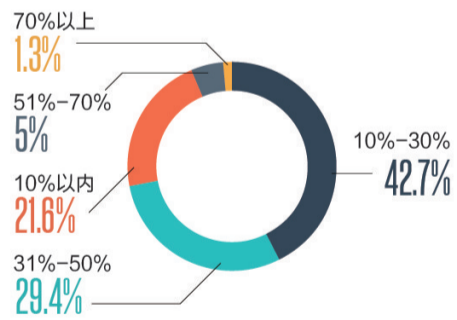
超五成用户每周购买预制菜1-3次



用户单次消费40元以下居多

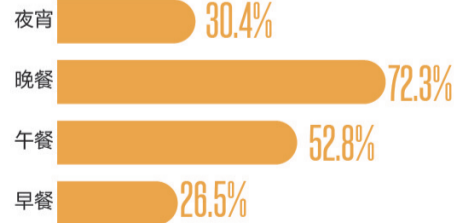


预制菜在用户餐饮消费中占比



如何食用?

用户主要消费场景



用户预制菜消费品类

