

# 水果肉蔬仍是刚需， 预制菜成“新宠”

数据显示,水果是人们最喜欢在生鲜电商平台上购买的品类,超过70%的消费花在水果上,紧随其后的是肉类、蔬菜、海鲜和粮油这些传统刚需品类。然而,经常逛各大生鲜电商平台的消费者肯定会发现,预制菜成了平台们放在显眼位置上大力推广的新品类。

## 已婚人士和中青年成消费主力

大众对预制菜通俗意义上的理解,是经提前加工处理的菜品,消费者只需按照个人需求简单地烹饪即可便捷地享用美食。购买预制菜最多的消费者主要来自一二线城市,已婚人士和中青年消费者为主,且女性消费者较多。此外,由于预制菜可以节省时间,预制菜味道种类较多,与外卖相比方便快捷,尤其在快节奏的一二线城市中,职场人员对预制菜需求上升。

近两年,在各大生鲜电商平台的推动下,预制菜从餐厅后厨走向百姓餐桌,从B端火到C端。分析师认为,相比外卖等待配送时间,以及难以把控的外卖品质,预制菜是现代懒人厨房更好的选择。忙碌完一天的工作,大多数的职场人士已经没时间精力去精心烹调大餐,但又想要兼顾健康、生活品质和仪式感带来的精神满足,那就简化了繁琐的买菜、洗菜、切菜、烹制步骤,能够简单加热即食,方便快捷的预制菜就成了两者兼顾的最优解。

## 预制菜成春节大家族聚餐“好帮手”

有意思的是,预制菜的使用场景不仅是打工人的日常晚餐,还有中国人最注重的传统春节。近年来,生鲜电商预制菜在春节、中秋节等节假日订单量增长,吸引了美团买菜、饿了么、盒马、叮咚买菜等生鲜电商平台入局。

截至2023年1月26日,春节销售季全国预制菜销售额约1307.53亿元,较去年同比增长约43.6%,主要销售区域集中在华东、华南、华北以及全国大中城市。其中,广东整体消费占全国市场的十分之一,约128.75亿元。

城市中的小家庭,一顿饭只需要做三四个菜,可是到了春节需要应对一个大家族的聚餐场景,对于掌勺者的时间精力和厨艺都是巨大的考验,这个时候,预制菜就派上了用场。数据显示,在春节期

间在家自制年夜饭的消费者家庭中,有49.2%选择部分购买原食材自制,部分购买预制菜;在自食或送礼的预制年菜形式中,近一半消费者选择半成品春节家宴年货礼盒套装。

“每个重大节日基本上都是家里人一起过,围坐吃一顿饭,大部分时间不想去外面的餐厅吃,怕人多排队。所以我们基本上都会提前在网上平台上订购一些像盆菜、梅菜扣肉、酸菜鱼、胡椒猪肚鸡、鱼香肉丝、咕嘟肉、干豆角焖肉等预制菜品,大人孩子们都爱吃,自己在家加热一下吃也方便。”从事金融行业的白小姐认为,预制菜能很大程度上减少聚会时需要做饭的时间,能让家人有更多的时间相处和交流。

## 预制菜成生鲜电商下一个决战赛道

与此同时,近年来,由于原材料和人力成本占比不断提升,预制菜成为了餐饮行业“降本增效”的关键法宝。数据显示,2022年中国预制菜市场规模达4196亿元,同比增长21.3%。疫情期间,由于消费者对预制菜产品需求增多,各大电商、生鲜超市预制菜销量成倍增长,C端预制菜产品接受度提升,预计2026年全国预制菜行业市场规模将达10720亿元。

在企业数量方面,2022年全国现存预制菜企业数量超7万家。在预制菜赛道上,生鲜电商平台的竞争非常激烈,赛况有人欢笑有人愁。回顾2022年,依靠“烧钱”的生鲜电商入局者纷纷倒下,亏损、收缩、裁员。每日优鲜“爆冷”,“兴盛优选”、“盒马邻里”撤城。但与此同时,“本来生活”连续四年盈利,“百果园”通过港交所聆讯,“叮咚买菜”布局新业务,生鲜电商领域生机仍存。

2022年,国内生鲜电商行业共发生了4起投融资事件,融资总额约3亿元:拉活鱼、飞熊领鲜、生鲜掌柜、观麦科技。同一年告别市场的企业则有8家,分别为懒人与海、一品鲜生、果品电商、摩豆新媒体、儒健网络、海鲜来啦、游鲜生、邻当。

数据来源

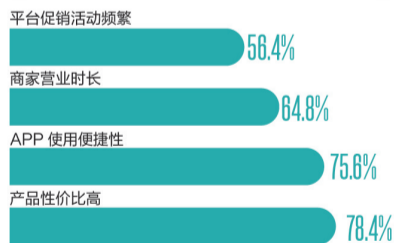
艾媒咨询《2023-2024年中国生鲜电商运行大数据及发展前景研究报告》、《2023年第一季度中国各省预制菜产业发展水平排行榜》、《2021年中国后“疫”时代生鲜电商运行大数据及发展前景研究报告》、《2022年中国生鲜电商运行大数据及发展前景研究报告》、《2022年中国预制菜产业发展白皮书》、《2023年中国春节预制菜消费者行为监测报告》、《2019-2026年中国预制菜业市场规模及预测》、网经社电子商务研究中心《2022年度中国生鲜电商市场数据报告》、前瞻产业研究院《2023年中国生鲜电商行业用户现状分析》、《中国生鲜电商行业解决方案与投资策略规划报告》、Mob研究院《2022年中国生鲜电商行业洞察报告》、英敏特《2023中国消费者市场报告系列》。

(请点击“数据”频道)

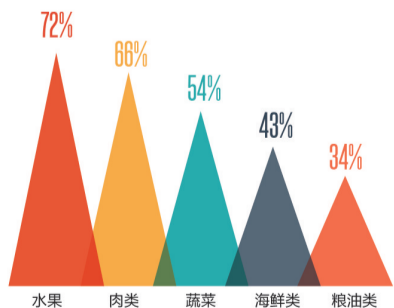
■传统菜市场 or 生鲜电商 你选哪一个? ▶▶



### 选择网上买菜 首要考虑因素是“性价比高”



### 最受欢迎的生鲜电商产品类别是水果



### 近六成消费者每周光顾生鲜电商 2-5 次

