

预制菜

市场发展及品牌营销洞察

克劳锐出品 2022.10

研究说明

研究范围

平台选取：本次报告重点选取微博、抖音、快手、小红书、B站这五大社交媒体平台，研究各类预制菜内容、品牌的社交媒体热度及用户互动情况等；

研究定义：预制菜，通常以农、畜、禽、水产品为原料，配以各种辅料，经多道预加工程序（筛选、洗切、腌制、搅拌、滚揉、调味、成型）而成，并通过急速冷冻技术的保存和冷链运输方式最大程度保证产品的新鲜度。

数据说明

数据周期：非必要说明，数据统计周期为2022年1月-8月

数据来源：克劳锐指数研究院监测及公开发布数据

平台互动量：微博/快手/抖音互动量=点赞+分享+评论，小红书互动量=点赞+分享+评论+收藏；B站互动量=点赞+分享+评论+收藏+投币+弹幕



核心观点

01

预制菜市场规模持续高幅增长，用户开年「节日」消费的集中度高

02

满足Z世代「懒宅」「轻下厨」需求，预制菜快速占领年轻人的餐桌

03

预制菜线上内容规模飞速增长，「半成品、方便速食」社交关注度最高

04

成熟预制菜品牌重视「用户认知重塑」，新锐品牌「形象&转化」齐发力

05

B端催生「新商机」、C端拓展「新消费场景」，「B+C」双重革命催生预制菜蓝海市场



目录 CONTENTS

01. 预制菜市场发展格局

概念界定 市场规模 消费品类 消费特征 产业结构

02. 预制菜线上内容及品牌营销对比

媒体热度 内容热度 用户关注度 品牌偏好 营销玩法

03. 预制菜市场发展洞察

To B端发展 To C端发展 发展前景

01

预制菜市场发展格局

- 什么是预制菜，都包含哪些品类？
- 预制菜市场发展如何？消费品类有何发展特征？
- 预制菜产业结构如何？市场上有哪些预制菜品牌？发展程度怎么样？

预制菜定义及分类

预 制 菜

预制菜，又称预制调理食品，一般以各类农、畜、禽、水产品为原辅料，配以调味料等辅料，**经预选、调制等工艺加工而成的半成品**。预制菜主要分为以下四大类：

即食

开封后即可食用

- 罐头、即食卤味
- 八宝粥、火腿肠
- 泡椒凤爪、即食鸡胸肉.....

即热

加热后即可食用

- 方便面、燕麦片
- 自热火锅、自热米饭
- 速冻水饺、冷冻面点.....

即烹

需烹调后食用的
半成品菜

- 火锅底料、水煮鱼料包
- 速冻牛排、腌制羊排、冻虾
- 猪肚鸡、鱼香肉丝等半成品菜.....

即配

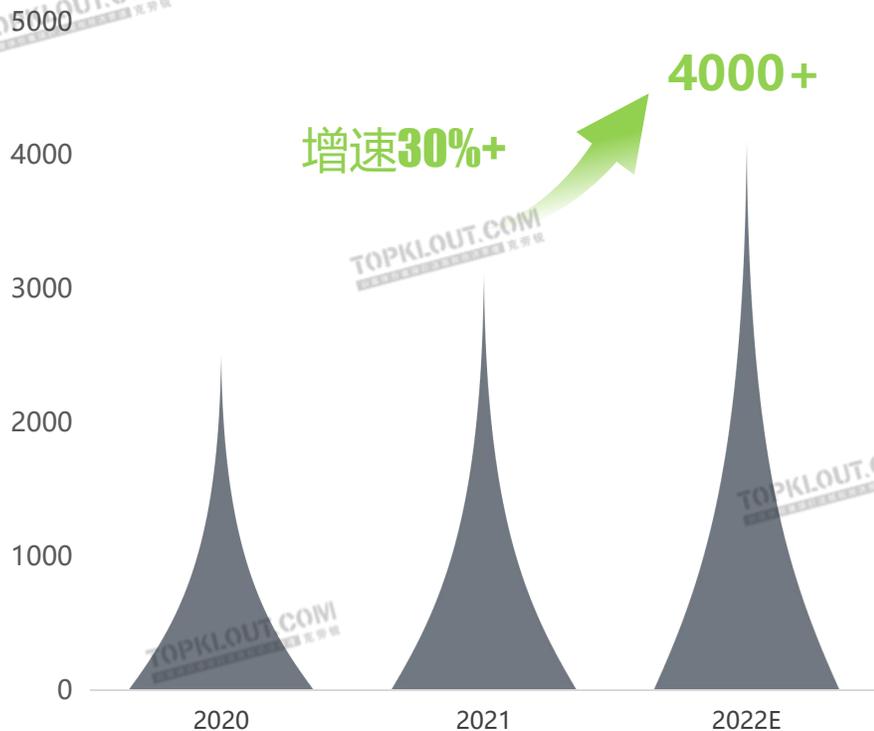
清洗、分切后的
净菜/配菜

- 份装净菜、份装配菜
- 火锅/烧烤蔬菜包、肉类包
-

从简单到复杂，消费者烹饪的参与度越来越高，但操作难度、操作步骤仍低/少于日常烹饪、做菜

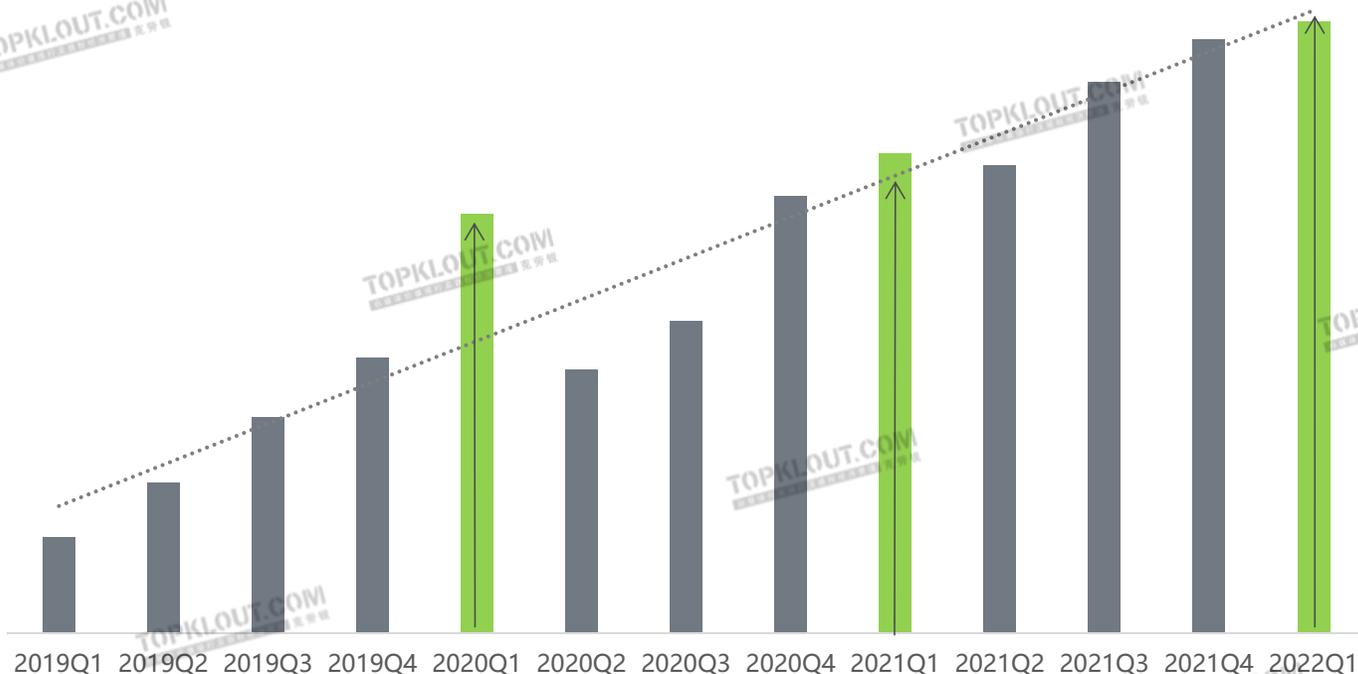
预制菜市场规模持续高幅增长，用户开年「节日」消费的集中度高

预制菜市场规模 (亿元)



2019-2022年 阿里巴巴本地生活 预制菜季度订单趋势

Q1集结元旦、春节、元宵节等多个庆贺节日，所以每年的Q1预制菜消费均迎来新一波增长，用户对预制菜的消费呈现明显的「节令性」特征



「方便速食」订单占比最高、「冷冻火锅食材」增速最快，肉类预制食材受欢迎

2021年阿里本地生活分类目预制菜 订单占比及增速对比



订单占比TOP-3

方便速食 (58%) > 冷冻火锅食材 (16%) > 冷冻面点 (13%)



方便速食

- 方便面、火腿肠
- 卤蛋、酱菜
- 自嗨锅、自热米饭...



冷冻火锅食材

- 肉片、肉卷
- 冻丸类、虾滑
- 冻饺、冻肠...



冷冻面点

- 速冻饺子/馄饨
- 速冻馒头/花卷/包子
- 冷冻粽子、汤圆...



半成品/烧烤食材

- 调味禽肉/牛羊肉类
- 调味水产/海鲜
- 酸菜鱼等半成品菜肴...

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_47396

