



预制菜与餐饮相关动态点评： 预制菜需求走旺 看好与餐饮 形成正向互动



事件

临近春节，近期北京、上海、杭州、佛山、合肥、安阳等多地已发布倡导就地过年通知，并出台现金红包、景点门票、商户促销等鼓励政策。各地超市及多家线上平台已积极上线年夜饭相关预制菜产品，如盒马鲜生于 2021 年 12 月 28 日上线年菜预定、早于往年，随着春节来临，预制菜需求走旺。

评论

预制菜满足家庭美味便捷诉求，叠加春节假期将至和多地疫情反复情况，需求走旺：2020 年开始，预制菜在线上渠道快速起量，2021 年 12 月，我们推算天猫预制菜 GMV 同增约 45%、增速环比提升约 30pct，是继 2 月春节、10 月电商大促之后年内月度增速高点；2022 年元旦前一周（21W52）生鲜到家平台每日优鲜快手菜类目 GMV 较上月同期增长约 25%，品类周度 GMV 达到下半年最高峰，反映预制菜已成为节假日在家用餐的新选择。据商务部数据，2021 年网上年货节中，重点监测在线餐饮平台年夜饭系列商品销售额较上一年春节同期增长 96%，其中半成品、特色年菜、年夜饭分别增长 380%、110%和 70%以上。2022 年在多地疫情反复、就地过年增加情况下，预计预制菜需求在今年电商年货节和春节期间也有望得到进一步释放。

预制菜帮助餐企降本增效，2020 年规模超 2500 亿、ToB 占比超 7 成，在餐饮原材料中渗透率约 13%，看好与餐饮行业发展形成正向互动：餐饮

成本结构中，房租及物业、人力开支上升最快，根据中国饭店协会对百强餐企调查数据，2019 年两项开支平均占收入比分别为 21%、12%，较 2018 年分别上升 3pct、4pct，企业降本诉求强烈。预制菜能有效帮助餐企减少门店工序、稳定出餐口味、降低食品安全风险、节省人力成本及厨房空间。参考 1980~2000 日本餐饮行业与速冻食品 ToB 业务相伴成长的历史经验，预计中国外食率上升与预制菜发展亦将相互加强。根据 NCB 餐宝典数据，2020 年国内预制菜市场规模 2527 亿元、5 年复合增速 31.2%，预计未来五年仍有望维持双位数增速，其中餐饮端需求占比 7 成以上，根据我们的测算结果，2020 年在餐饮原材料中渗透率 13.2%，未来有望进一步上升。

预制菜格局分散，餐饮企业亦有涉足，能与自身餐饮业务形成协同效应，品牌背书、门店渠道为其主要优势：企查查数据显示，截至 2021 年 4 月底，预制菜相关存续企业 7.2 万家，仅 2020 年就新注册 1.3 万家，格局仍较分散。

行业玩家主要包括专业预制菜企业（如味知香）、上游农业企业（如国联水产、圣农发展）、速冻食品企业（如安井食品、惠发食品）、生鲜零售自有品牌（如盒马工坊）以及餐饮企业（如巴比食品、广州酒家、海底捞、同庆楼）。

餐饮企业涉足预制菜领域一方面能通过自建中央厨房、为门店统一供应半成品食材来降低成本，另一方面能借助自身餐饮品牌背书、门店渠道拓展家庭端预制菜市场，形成业务协同；疫情发生后，预制菜亦成为餐饮

企业补充收入来源、提升抗风险能力的途径。

投资建议

我们给予餐饮行业“增持”评级，看好预制菜在餐饮端的进一步应用能有效缓解餐饮企业成本压力，同时建议关注向预制菜领域延伸、有望形成业务协同效应的餐饮企业，如广州酒家、巴比食品。

风险提示

疫情反复风险；行业竞争加剧风险；需求不及预期风险；数据统计偏差风险。

关键词：疫情 食品安全

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_36056

