

预制菜行业市场发展现状分析及竞争格局与投资战略研究报告(2024-2029版)

报告简介

预制菜是指经过洗、切、搭配、加工完成的菜品，采取冷冻或真空等一系列方式进行包装保存，消费者购买后只需通过简单烹调或直接开封即可食用，具有方便、高效的特点。根据其消费形式、包装方式、贮运方式的不同，可分为多种类别。根据深加工程度和食用方便性，可分为即食食品、即热食品、即烹食品、即配食品;根据包装形式的不同，可以分为散销、小包装、大包装三类;根据贮运方式的不同，可分为冷藏、速冻、热链、常温四类。

经济发展使人们的生活节奏加快，没有时间去买菜备菜，也没有时间学做菜，但收入水平提高之后人们对生活品质、食品安全的要求更高，预制菜因为免切免洗免配，有效节省了时间，口味也不差，就使得消费者对预制菜品需求变大。此外，因2020年的新冠疫情对餐饮行业产生了巨大的破坏性，餐饮行业的预制菜开始走进消费者视野中，同时社区团购、传统商超、电商、外卖渠道端预制菜销售量的激增，让众多预制菜品牌开始得到媒体曝光。

预制菜产业链上游包括家禽养殖、畜牧养殖、水产养殖、蔬菜种植以及调味品生产业，上游养殖、种植等标准化程度高的企业参与预制菜生产可有效降低成本。产业链中游为预制菜生产，包括成品菜和半成品菜的生产，产后储存方式以冷藏和冷冻为主，常以冷链物流配送至下游。产业链下游预制菜的销售渠道可以分为B端和C端两部分。根据相关数据，2020-

2022年中国预制菜行业的市场规模如下图所示。预制菜在餐饮和居家消费的双重推动下迎来行业风口。

2022年中国预制菜市场规模为4196亿元，同比增长21.3%。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国预制菜行业市场进行了分析研究。报告在总结中国预制菜行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国预制菜行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为预制菜行业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 预制菜行业发展概述

第一节 预制菜的概念

一、预制菜的界定

二、预制菜的特点

第二节 预制菜行业发展成熟度

一、预制菜行业发展周期分析

二、预制菜行业中外市场成熟度对比

第二章 2019-2023年中国预制菜行业运行环境分析

第一节 2019-2023年中国宏观经济环境分析

第二节 2019-2023年中国预制菜行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

二、预制菜行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2019-2023年中国预制菜行业发展社会环境分析

第三章 2022-2023年中国预制菜行业市场发展分析

第一节 预制菜行业市场发展现状

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节 预制菜行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节 中国预制菜行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 预制菜行业产销数据统计分析

一、整体市场规模

二、区域市场数据统计情况

第五节 2024-2029年预制菜行业市场发展趋势

第四章 中国预制菜行业供给情况及趋势

第一节 2019-2023年中国预制菜行业市场供给分析

一、预制菜整体供给情况分析

二、预制菜重点区域供给分析

第二节 预制菜行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、厂商产能因素

三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

第三节 2024-2029年中国预制菜行业市场供给趋势

一、预制菜整体供给情况趋势分析

二、预制菜重点区域供给趋势分析

三、影响未来预制菜供给的因素分析

第五章 预制菜行业产品价格分析

第一节 中国预制菜行业产品历年价格回顾

第二节 中国预制菜行业产品当前市场价格

一、产品当前价格分析

二、产品未来价格预测

第三节 中国预制菜行业产品价格影响因素分析

一、全球经济形式及影响

二、人民币汇率变化影响

三、其它

第六章 预制菜主要上下游产品分析

第一节 预制菜上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 预制菜行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第七章 2023年中国预制菜行业渠道分析及策略

第一节 预制菜行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对预制菜行业的影响

三、主要预制菜企业渠道策略研究

第二节 预制菜行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 预制菜行业营销策略分析

一、中国预制菜营销概况

二、预制菜营销策略探讨

三、预制菜营销发展趋势

第八章 2019-2023年中国预制菜行业主要指标监测分析

第一节 2019-2023年中国预制菜产业工业总产值分析

一、2019-2023年中国预制菜产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2019-2023年中国预制菜产业主营业务收入分析

一、2019-2023年中国预制菜产业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2019-2023年中国预制菜产业产品成本费用分析

一、2019-2023年中国预制菜产业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2019-2023年中国预制菜产业利润总额分析

一、2019-2023年中国预制菜产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2019-2023年中国预制菜产业资产负债分析

一、2019-2023年中国预制菜产业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2019-2023年中国预制菜行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第九章 中国预制菜行业区域市场分析

第一节 华北地区预制菜行业分析

一、2022-2023年行业发展现状分析

二、2022-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第二节 东北地区预制菜行业分析

一、2022-2023年行业发展现状分析

二、2022-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第三节 华东地区预制菜行业分析

一、2022-2023年行业发展现状分析

二、2022-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第四节 华南地区预制菜行业分析

一、2022-2023年行业发展现状分析

二、2022-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第五节 华中地区预制菜行业分析

一、2022-2023年行业发展现状分析

二、2022-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第六节 西南地区预制菜行业分析

一、2022-2023年行业发展现状分析

二、2022-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第七节 西北地区预制菜行业分析

一、2022-2023年行业发展现状分析

二、2022-2023年市场规模情况分析

三、2024-2029年市场需求情况分析

四、2024-2029年行业发展前景预测

五、2024-2029年行业投资风险预测

第十章 公司对预制菜行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业竞争

二、潜在进入者

三、替代品威胁

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 2019-2023年预制菜行业竞争格局分析

一、2019-2023年国内外预制菜竞争分析

二、2019-2023年我国预制菜市场竞争分析

三、2024-2029年国内主要预制菜企业动向

第十一章 预制菜企业竞争策略分析

第一节 预制菜市场竞争策略分析

一、2023年预制菜市场增长潜力分析

二、2023年预制菜主要潜力品种分析

三、现有预制菜产品竞争策略分析

四、潜力预制菜品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 预制菜企业竞争策略分析

第三节 预制菜行业产品定位及市场推广策略分析

一、预制菜行业产品市场定位

二、预制菜行业广告推广策略

三、预制菜行业产品促销策略

四、预制菜行业招商加盟策略

五、预制菜行业网络推广策略

第十二章 预制菜企业竞争分析

第一节 湛江国联水产开发股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第二节 郑州干味央厨食品股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第三节 河南双汇投资发展股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 山东龙大美食股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第五节 山东仙坛股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第六节 大湖水殖股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第七节 獐子岛集团股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第八节 中水集团远洋股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第九节 江苏益客食品集团股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第十节 山东惠发食品股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第十三章 预制菜行业投资战略研究

第一节 预制菜行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国预制菜品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、预制菜实施品牌战略的意义
- 三、预制菜企业品牌的现状分析
- 四、我国预制菜企业的品牌战略

五、预制菜品牌战略管理的策略

第三节 预制菜行业投资战略研究

图表目录

图表：行业生命发展阶段及其特点

图表：2019-2023年国内生产总值及其增长率

图表：中国预制菜行业政策一览

图表：2019-2023年中国预制菜行业市场规模(单位：亿元)

图表：中国预制菜行业区域市场规模占比情况(单位：%)

图表：中国预制菜各价格区间销量占比情况(单位：%)

图表：中国预制菜行业产业链图谱

图表：2019-2023年预制菜行业工业总产值规模(单位：亿元)

图表：不同规模预制菜企业工业总产值占比情况(单位：%)

图表：不同所有制预制菜企业工业总产值占比情况(单位：%)

图表：2019-2023年预制菜行业营收规模(单位：亿元)

图表：不同规模预制菜企业营收规模占比情况(单位：%)

图表：不同所有制预制菜企业营收规模占比情况(单位：%)

图表：不同规模预制菜企业销售成本占比情况(单位：%)

图表：不同所有制预制菜企业销售成本占比情况(单位：%)

图表：2019-2023年预制菜行业利润规模(单位：亿元)

图表：不同规模预制菜企业利润规模占比情况(单位：%)

图表：不同所有制预制菜企业利润规模占比情况(单位：%)

图表：2019-2023年预制菜行业资产负债率

图表：不同规模企业资产负债率比较分析

图表：不同所有制企业资产负债率比较分析

图表：2019-2023年预制菜行业盈利能力指标

图表：2019-2023年预制菜行业偿债能力指标

图表：2019-2023年预制菜行业营运能力指标

图表：2019-2023年预制菜行业经济指标分析

图表：2019-2023年华北地区预制菜行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年东北地区预制菜行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年华东地区预制菜行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年华南地区预制菜行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年华中地区预制菜行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年西南地区预制菜行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年西北地区预制菜行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年国联水产分产品销售收入情况(单位：元)

图表：2019-2023年国联水产资产及负债情况(单位：元)

图表：2019-2023年国联水产分产品成本费用情况(单位：元)

图表：2019-2023年干味央厨销售收入情况(单位：元)

图表：2019-2023年干味央厨资产及负债情况(单位：元)

图表：2019-2023年干味央厨成本费用情况(单位：元)

图表：2019-2023年双汇发展销售收入情况(单位：元)

图表：2019-2023年双汇发展资产及负债情况(单位：元)

图表：2019-2023年双汇发展成本费用情况(单位：元)

图表：2019-2023年龙大美食销售收入情况(单位：元)

图表：2019-2023年龙大美食资产及负债情况(单位：元)

图表：2019-2023年龙大美食成本费用情况(单位：元)

图表：2019-2023年仙坛股份销售收入情况(单位：元)

图表：2019-2023年仙坛股份资产与负债情况(单位：元)

图表：2019-2023年仙坛股份成本费用情况(单位：元)

图表：2019-2023年大湖股份销售收入情况(单位：元)

图表：2019-2023年大湖股份成本费用情况(单位：元)

图表：2019-2023年獐子岛销售收入情况(单位：元)

图表：2019-2023年獐子岛资产与负债情况(单位：元)

图表：2019-2023年獐子岛成本费用情况(单位：元)

图表：2019-2023年中水渔业销售收入情况(单位：元)

图表：2019-2023年中水渔业资产与负债情况(单位：元)

图表：2019-2023年中水渔业成本费用情况(单位：元)

图表：2019-2023年益客食品销售收入情况(单位：元)

图表：2019-2023年益客食品资产与负债情况(单位：元)

图表：2019-2023年益客食品成本费用情况(单位：元)

图表：2019-2023年惠发食品销售收入情况(单位：元)

图表：2019-2023年惠发食品资产及负债情况(单位：元)

图表：2019-2023年惠发食品成本费用情况(单位：元)

图表：四种基本的品牌战略

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20230929/462943.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)