



2024年第一季度预制菜市场趋势洞察

库润数据出品

消费者洞察

定量研究

预制菜市场



Preface

/ 前言

研究目的&意义

经过“预制菜进校园”“315曝光梅菜扣肉用的是糟心肉”等事件后，大众对预制菜抵制情绪有所高涨，市场也经常冒出不少“预制菜就是猪狗食”等言论。2024年3月18日市场监管总局印发了《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》，首次在国家层面明确预制菜范围，对预制菜原辅料、预加工工艺等进行监管。

随着新规颁布，行业变化，各大预制菜企业这样的环境中，应如何洞查消费变化，快速布局，调整决策？如何维持，甚至提升竞争力？从消费端，或许大家可以得到一些启发。

KuRunData库润数据，通过在线调研的方式，将2022年和2024年第一季度预制菜的市场情况、购买特点、消费者行为等多维度进行了对比，以期为企业带来一些启迪。

人群数量

1000份

Contents

/ 目录

01

预制菜行业未来机会识别

02

行业现状

03

2024年预制菜消费行为变化

04

渠道信息变化



01

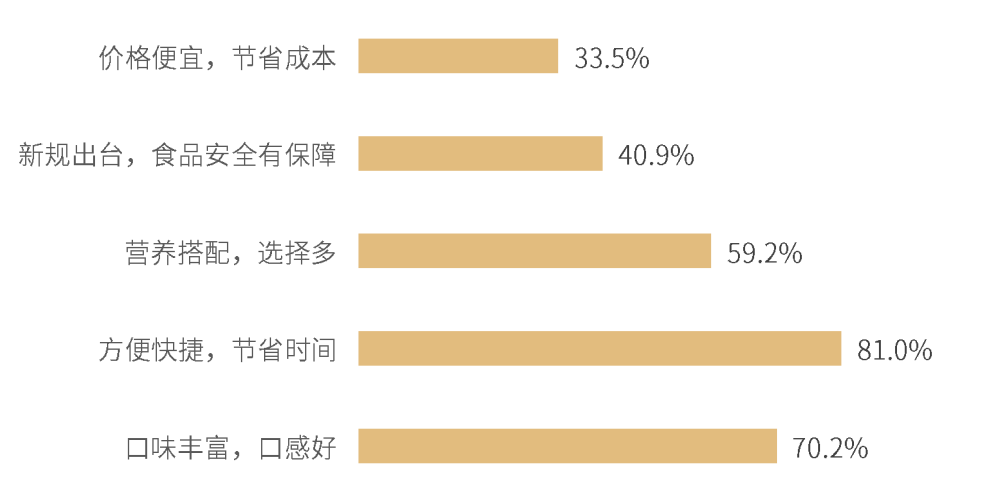
预制菜行业未来机会识别

Marketing Trend

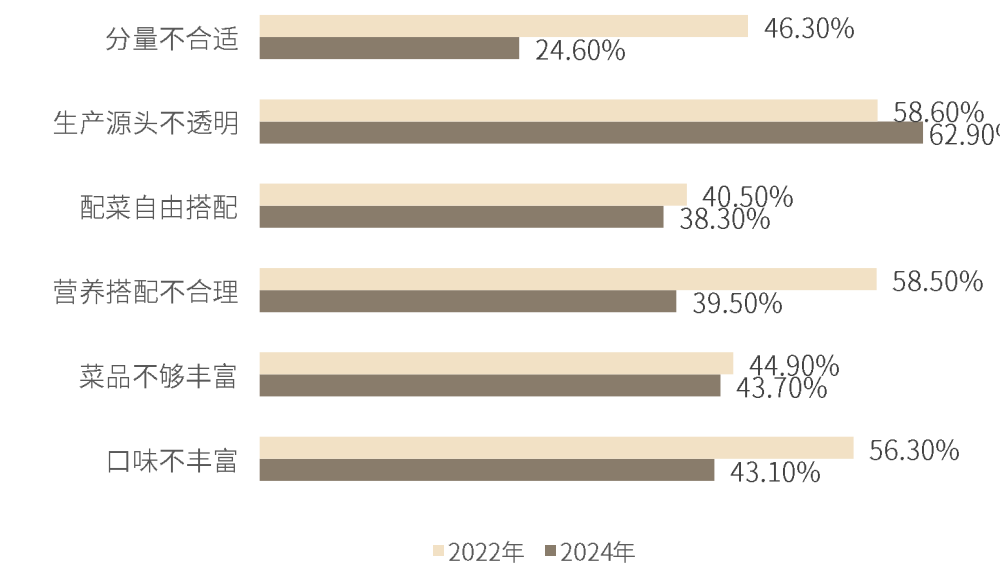
企业应重点关注生产透明度，以及食安问题

相较于两年前，消费者对预制菜接受度已有所提升，目前更多纠结于安全和品质是否可以得到保证。2022年对生产源头不透明担忧的消费者占比58.6%，24年提升至62.9%；而口味不丰富和分量不均比例有所下降，分别下降了13.2%和21.7%。因此，生产源头透明化、食品安全问题，是预制菜企业后续需要重点改进的部分。

消费者对预制菜比较满意的方面



消费者认为预制菜企业需要改进的方面

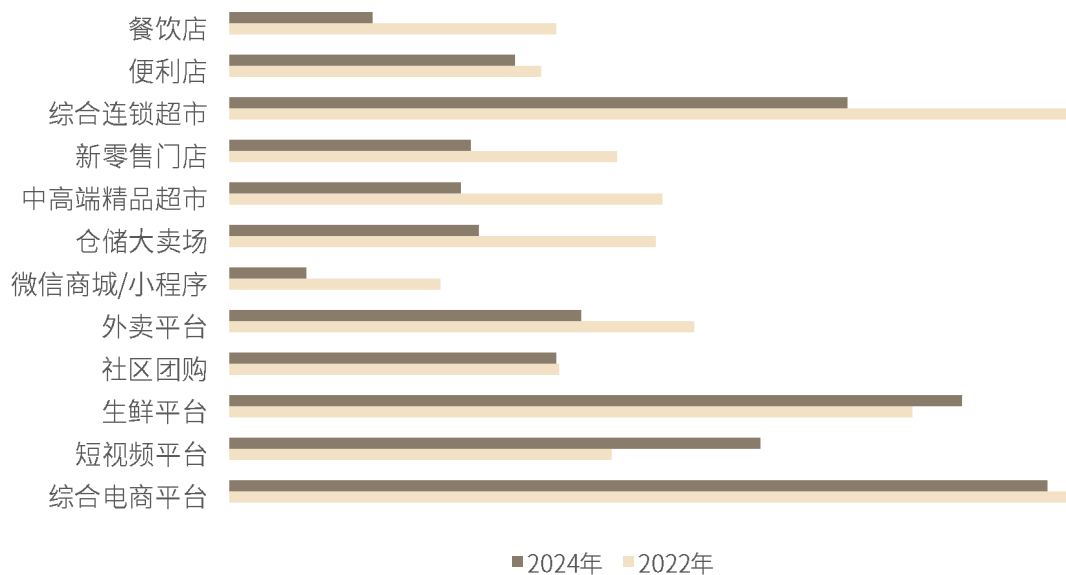


新兴电商驱动预制菜C端市场，直播和短视频是重要渠道

新兴电商是驱动预制菜消费端快速发展的重要渠道，相较于线下各大渠道，直播、短视频等能更加快速地触达到消费者。一二线、25-35岁预制菜主要的消费者更愿意通过线上获取信息和下单购买。

长期来看，电商、短视频和直播仍是预制菜向C端发展的重要渠道，市场前景广阔。

消费者购买预制菜的渠道



	城市级别			年龄				
	一线	二线	三线	18-24	25-30	31-35	36-40	41-45
综合电商平台	61.5%	57.4%	51.0%	65.2%	52.2%	61.3%	62.8%	62.9%
新兴社交电商	39.6%	35.6%	40.0%	38.4%	40.4%	39.2%	40.3%	33.5%
生鲜平台	53.2%	51.8%	56.0%	51.8%	53.7%	57.9%	50.4%	48.7%
社区团购	22.4%	25.4%	27.0%	24.1%	28.6%	25.0%	17.1%	18.3%
外卖平台	25.8%	23.9%	28.0%	31.3%	24.2%	26.7%	27.1%	21.8%
微信商城/小程序	6.2%	4.6%	5.0%	8.0%	5.6%	6.7%	4.7%	3.6%
仓储大卖场	22.2%	13.7%	5.0%	18.8%	17.4%	18.8%	20.9%	16.2%
中高端精品超市	22.2%	8.5%	7.0%	11.6%	19.3%	22.1%	8.5%	14.7%
新零售门店	24.2%	7.4%	5.0%	11.6%	20.2%	20.4%	16.3%	13.7%
综合连锁超市	41.9%	51.1%	45.0%	44.6%	41.0%	44.2%	51.9%	47.2%
便利店	22.2%	18.3%	18.0%	29.5%	20.2%	20.0%	20.2%	17.8%
餐饮店	11.4%	7.4%	13.0%	16.1%	10.2%	9.2%	12.4%	7.6%

户外+食品，成为预制菜消费新场景

调研显示，野餐、露营等户外户外场景成为第二大预制菜食用场景；一线城市31-45岁具有一定购买力的这批人更愿意在户外食用预制菜。随着预制菜等技术发展，以及整体产业链越来越完善后，露营预制菜产品的应用会更加广泛。

预制菜使用场景



	城市级别			性别		年龄				
	一线	二线	三线	男	女	18-24岁	25-30岁	31-35岁	36-40岁	41-45岁
在家	84.4%	85.6%	83.0%	85.6%	83.6%	83.0%	83.2%	87.1%	81.4%	86.8%
办公室	45.1%	40.5%	46.0%	43.4%	44.4%	44.6%	48.4%	45.4%	41.1%	36.0%
出门游玩（野餐、露营等）	47.1%	45.1%	37.0%	41.0%	50.0%	40.2%	46.9%	47.1%	45.7%	44.2%



02

预制菜行业现状

Marketing Trend

新规出台：明确界定预制菜范围，不允许添加防腐剂

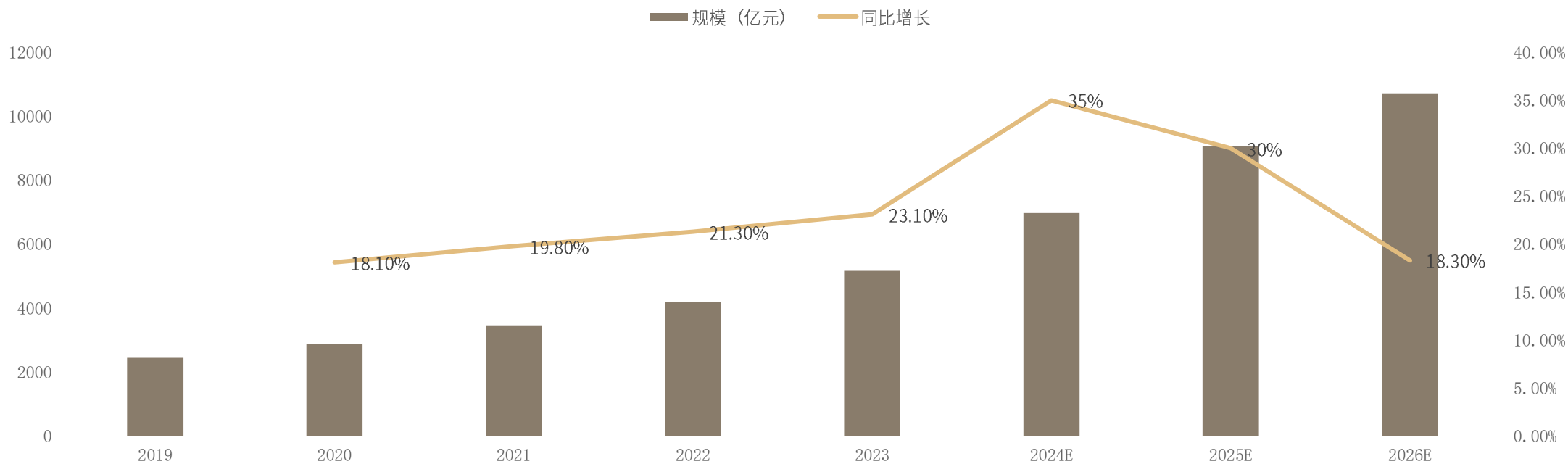
2024年3月18日市场监管总局联合教育部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国家卫生健康委印发《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》，首次在国家层面明确预制菜范围，对预制菜原辅料、预加工工艺等进行界定。

预制菜新规条文整理	
界定预制菜范围	预制菜定义：预制菜是以一种或多种食用农产品及其制品为原料，使用或不使用调味料等辅料，不添加防腐剂，经工业化预加工制成，配以或不配以调味料包，符合产品标签标明的贮存、运输及销售条件，加热或熟制后方可食用的预包装菜肴。
	传统速冻面米食品、方便食品等主食，沙拉等各种净菜不属于预制菜，连锁餐饮中央厨房自行制作并向自有门店供应的产品亦不属于预制菜。
加强行业食品安全监管	规定预制菜不可添加防腐剂、严格食品添加剂使用，切实保障产品食品安全。
	加强生产许可及监督力度：严管生产许可审查细则，提高预制菜准入门槛；开展预制菜监督抽检和风险监测，严厉打击违法违规行为。
推荐行业标准体系建设	制定预制菜食品安全国家标准，统筹各环节标准，明确规范食品安全要求。
	制定预制菜质量标准：包括术语、产品分类等质量标准。
提升产业高质量发展	增强优质原料保障能力。
	提升关键技术创新研发水平。
	加快先进生产工艺装备应用。
	积极营造良好产业发展环境。

市场规模：预制菜稳步增长，有望突破万亿大关

数据显示，中国预制菜市场规模2023年达到5165亿元，同比增长23.1%，预计到2026年接近10720亿元。

购买预制菜市场规模



03

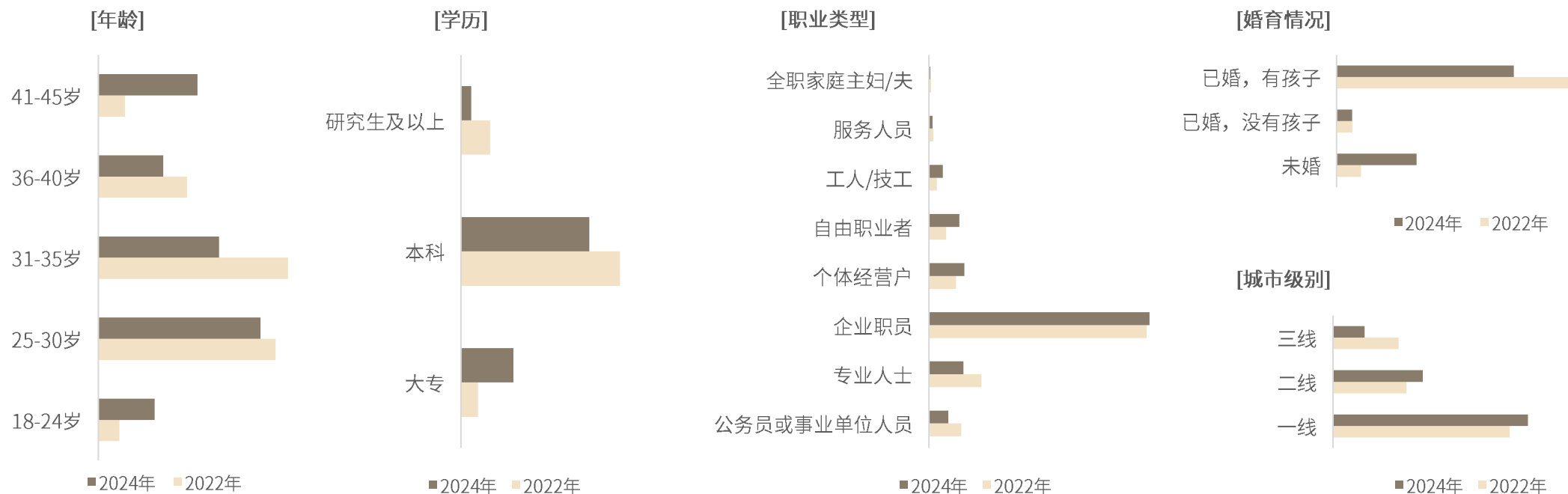
2024年预制菜消费行为变化

Marketing Trend

高线级已婚白领为消费主力，Z世代消费热情提升显著

25-35岁的高学历已婚人士依然是预制菜的主要消费人群。此外，在高线级城市生活的人更爱预制菜，且一二线城市增长速度迅猛。18岁-24岁人群占比从2022年的4.2%增长至2024年的11.2%，“Z世代”对预制菜的消费热情持续增长。

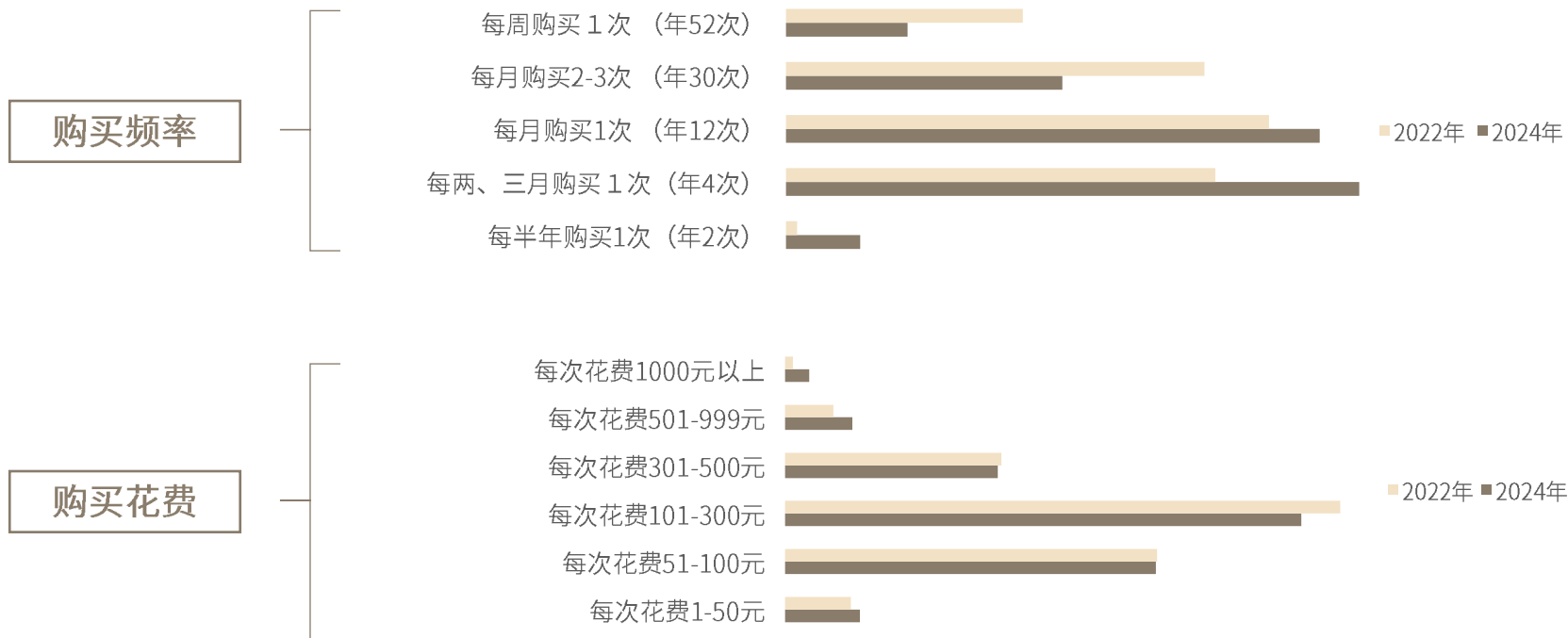
预制菜消费人群



消费者购买频率下降，单次花费100-300元占比最大

“预制菜是隔夜菜”“315梅菜扣肉”等新闻对行业产生了一定的负面影响，2024年消费者购买频率有所下降。单次购买花费300元以内的消费者占比最多。

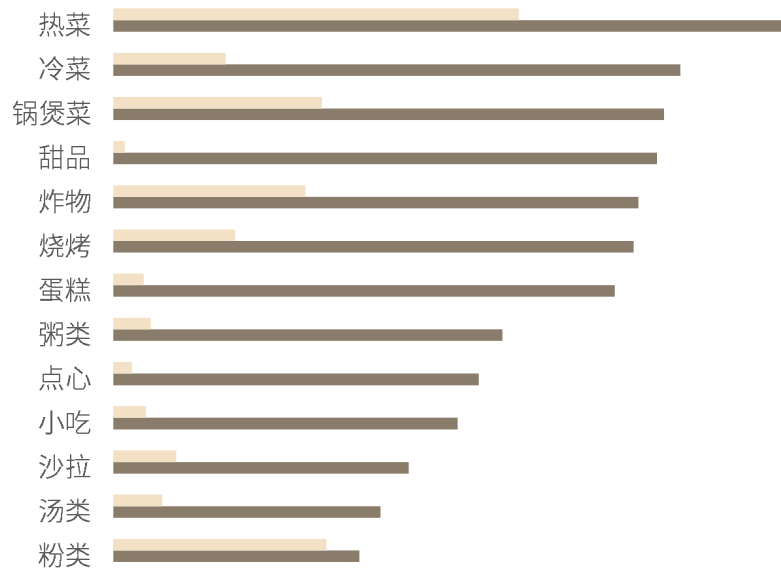
预制菜的购买频率&花费



牛肉逆袭成为最受欢迎食材，凉菜热度猛增

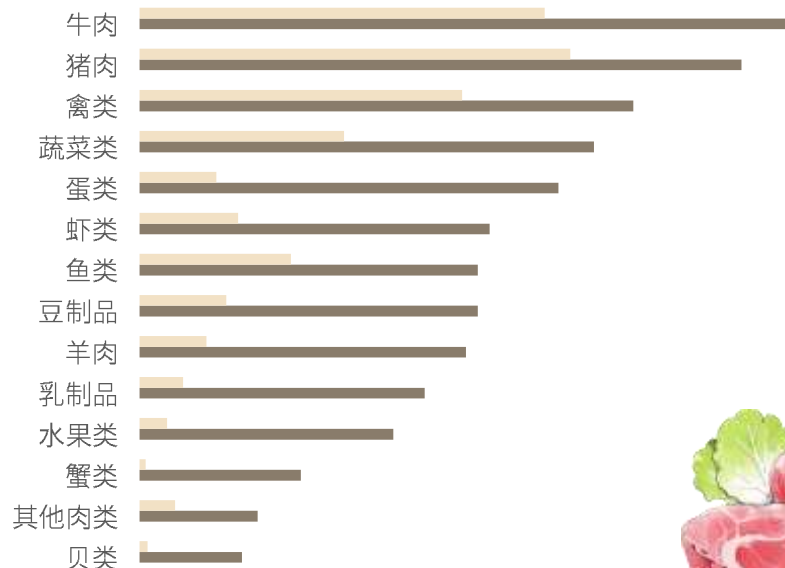
3·15曝光“槽头肉”制作预制菜乱象，“槽头肉”中含有大量淋巴结和甲状腺，是猪肉中公认品质差、价格低的部位，这一事件使得消费者对含有猪肉的预制菜信任度下降，2024年猪肉不再是最常食用食材TOP1。

最常食用菜品类型



■ 2022年 ■ 2024年

最常食用主要食材



■ 2022年 ■ 2024年

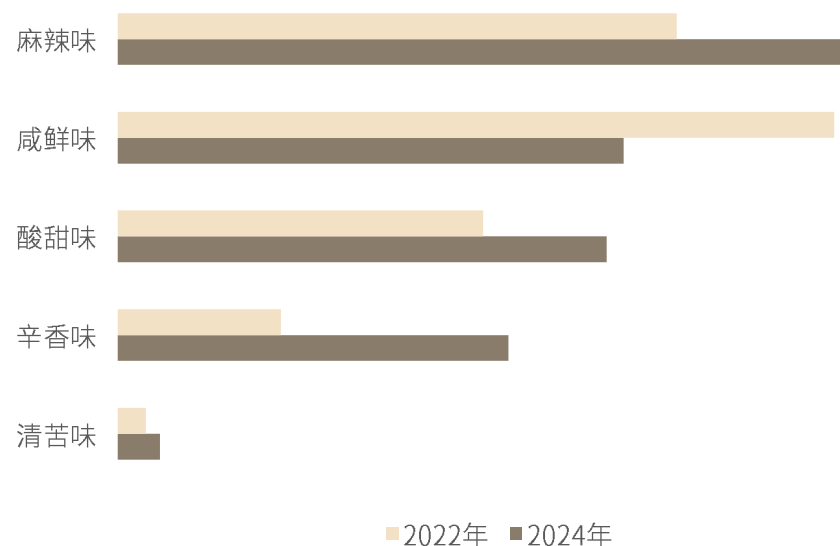


麻辣、咸鲜备受欢迎，其他口味热度呈增长趋势

调研显示，2022年和2024年消费者味道喜欢度排名前三均为麻辣、咸鲜、酸甜。预制菜的主要消费者以90、00后为主，“麻辣”最符合这批消费者的口味，“咸鲜”和“酸甜”则是大众常态主流选择。

其他健康化口味呈增长趋势，相比于2022年，辛香味占比涨了8.1%，清苦味涨了0.5%。

最常食用口味风味



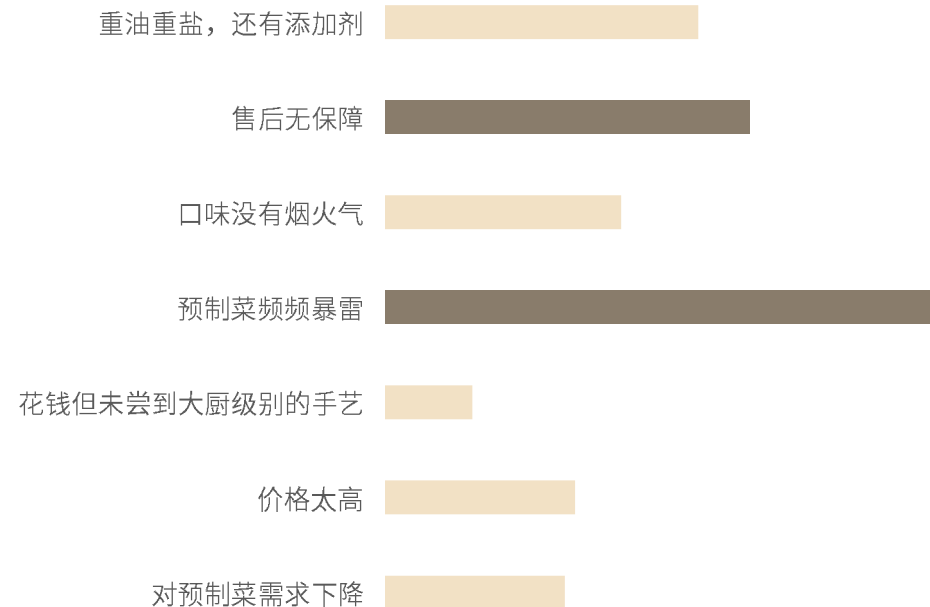
2024Q1菜品名称 (词云)



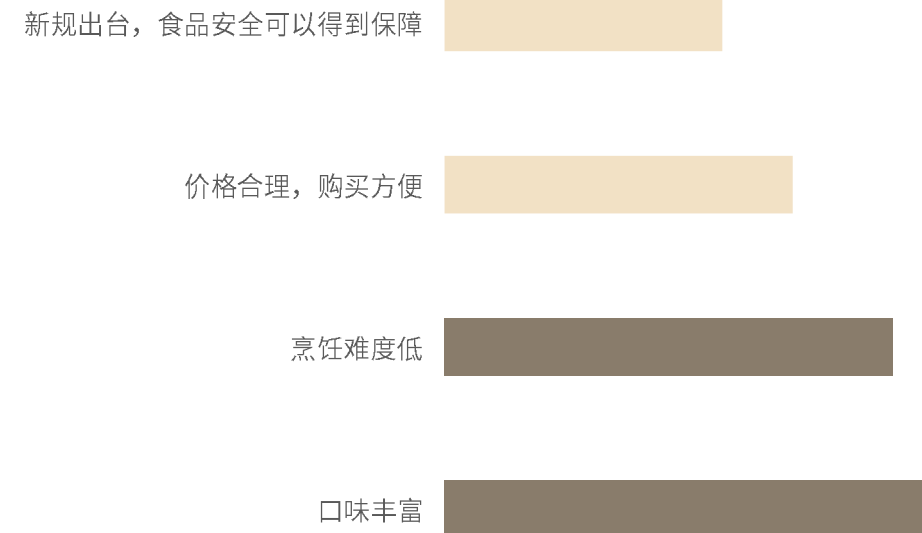
预制菜企业应保障食品安全，并做好售后服务

方便快捷，口感丰富是消费者购买预制菜的主要原因，但另一方面，多数消费者指出预制菜食品安全、售后让其担忧，因此加强食安和售后保障是预制菜企业需要做的。

消费者食用预制菜频率下降的原因



消费者食用预制菜频率增长的原因



04

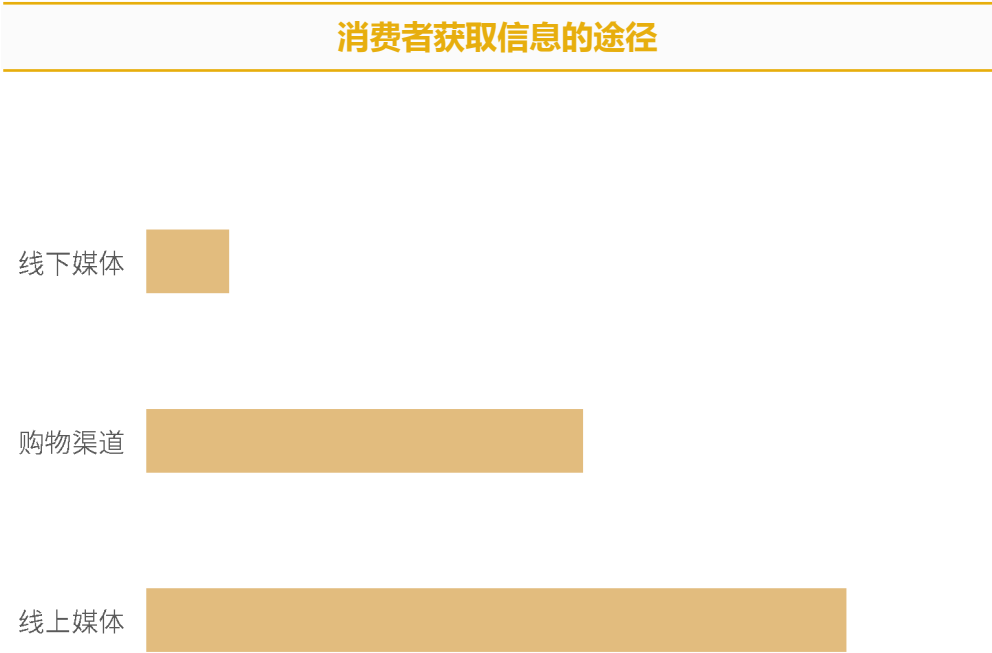
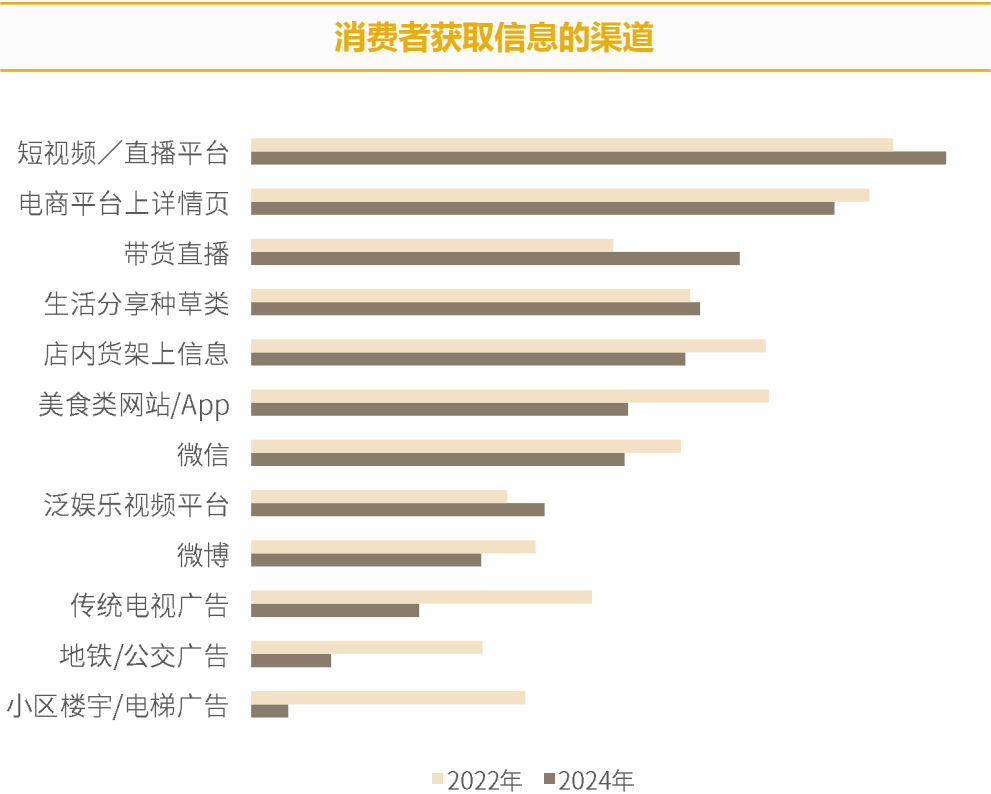
预制菜渠道信息变化

Marketing Trend

短视频、直播成为消费者获取信息主要渠道

消费者从抖音、小红书、快手等视频平台获取信息的比例增长，相反微博、微信、网站、电视广告等传统媒体渠道的占比下降；在获取信息途径上，线上媒体是最受消费者欢迎的方式。

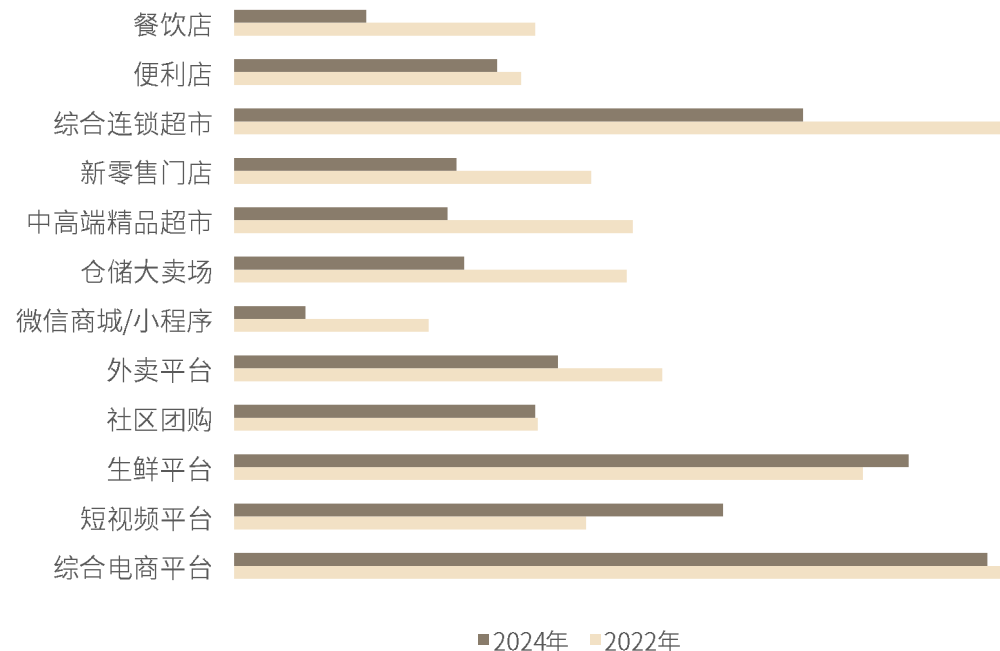
预制菜企业想要提升品牌知名度，可以大力加强短视频平台运营。



短视频内容不断进化，从娱乐流量转为销售流量

线上和线下都是消费者购买预制菜非常重要的渠道，但线上渠道明显更胜一筹；天猫/京东店铺、叮咚买菜等生鲜电商是消费者主要的线上购买渠道，而线下则以连锁超市、便利店、餐饮店为主要购买渠道。

消费者购买预制菜渠道



线上渠道



线下渠道





欢迎关注官方公众号

如需转载、合作、获取报告
欢迎私信联系或咨询热线 400-021-8081

上海库润信息技术有限公司
www.kurundata.com