

预加工食品 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 当前的市场格局如何？新冠疫情带来何种影响？
- 预加工食品未来面对何种竞争？
- 什么样的营销活动和新产品趋势在未来值得产业关注？
- 后疫情时代的消费习惯发生了怎样的变化？
- 不同类型的预制菜品牌渗透率如何？
- 预制菜产品的消费场景会带来何种机遇？

55%的消费者通过短视频获知预加工食品的信息。在高频食用者中，该数值提升至59%。

预加工食品市场在2020年的新冠疫情中受益巨大，特别是在疫情封锁期间，其零售市场销售额增长了13.9%。具体而言，速冻主食类包装食品是最大赢家，冷藏预加工食品则下跌。随着疫情好转，消费者对速冻预加工食品的热情消退，冷藏预加工食品的销量则随便利店的复苏回升。同时，许多消费者在新冠疫情期间开始做饭，并逐渐了解预制菜产品，这为该市场在后疫情时期提供了增长机遇。

同样主打便利的方便食品市场对预加工食品市场构成威胁。方便面行业研发出更多健康食材以及加工方式后，已经不再和不营养强关联。许多消费者认同方便食品可以解馋，更显现它们让人满足口腹之欲的特质。消费者的态度改变，以及方便食品越来越多兼顾烹饪经验，意味着消费者有可能在这两种类别产品中徘徊。因此消费者购买作为竞争对手的方便食品的频率或将提升。

根据中国第七次人口普查数据，60岁及以上人口占了中国总人口的18.7%，从2010年至2020年增加了5.44个百分点。对于力量和视力衰退的老年人而言，切菜等准备食材的过程会更困难。这也意味随着年岁渐增，他们在家做饭，准备符合他们特殊需求的餐点时，将会遇上更多困难。同时，英敏特观察发现，不少年长消费者愿意选择外出用餐，减少做饭。再加上国家政府目前加强对该问题的重视，发布了一些有关老年用餐方案和预加工食品的政策，老年市场会是未来的蓝海。



“新冠疫情防控得当，使得速冻食品品类增长趋于平稳，冷藏食品品类逐渐复苏。传统预加工食品市场将受益于食品的营养强化以及明确的消费场景。随着社会老龄化，针对老年人设计的特殊营养食品需求量将会增加。消费者追求更便利有趣的烹饪体验以及更好的用餐过程，这将促使预制菜品类加码产品创新。”

——彭袁君，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 不包括

综述

- 市场
数据1: 预加工食品的零售市场总销售额，2016-2026年
- 公司与品牌
数据2: 速冻和冷藏预加工食品类别的领先企业销售额份额*，中国，2019-2021年
- 消费者
- 预加工食品：挑战与机遇并存
数据3: 消费频次，2021年
- 简化西式预加工食品的烹饪方式
数据4: 消费阻碍因素——烹饪不方便，2021年
- 对高端化西式预加工食品的强烈兴趣
数据5: 高端化兴趣，2021年
- 短视频平台值得更多投资
数据6: 信息渠道，2021年
- 预制菜品牌层级分明
数据7: 预制菜品牌，2021年
- 预制菜家庭餐是空白市场
数据8: 预制菜的消费场景，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 提高预加工食品的营养价值
- 预制菜品牌锁定家庭聚餐场景的机遇
数据9: 针对特定场景的预加工食品示例，日本，2020-2021年
- 针对年长者的预加工食品是一片蓝海
数据10: 特别针对老年消费者设计的预加工食品示例，日本，2020-2021年

市场 - 市场规模与预测

- 疫情之后的增长率仍旧稳定
数据11: 预加工食品的零售市场销售总额，中国，2017-2021年
- 未来5年将快速增长
数据12: 预加工食品零售市场总销售额，2016-2026年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

市场因素

- 疫情改变消费者对烹饪的态度
- 预期寿命提升，想要孩子的意愿下降
- 畜肉居民价格消费指数回落
数据13: 畜肉居民价格消费指数*，2021年

市场细分

- 速冻预加工食品未来增长速度放缓但趋于稳定
数据14: 速冻预加工食品的零售市场总销售额，中国，2016-2026年
数据15: 速冻预加工食品的零售市场销售总量，中国，2016-2026年
- 冷藏预加工食品市场强势复苏
数据16: 冷藏预加工食品零售市场销售总额，中国，2016-2026年
数据17: 冷藏预加工食品零售市场销售总量，中国，2016-2026年

重点企业 - 市场份额

- 三全进军速冻火锅和烧烤食材
数据18: 速冻和冷藏预加工食品细分的领先企业销售额份额*，中国，2019-2021年
- 广州酒家获速冻预加工食品市场可观份额
- 投资资本欢迎新兴预制菜品牌

营销活动

- 在线下购物渠道设置摊位
数据19: 预制菜在超市售卖示例，中国，2020年
- 掌握春节良机
数据20: 盒马鲜生针对年夜饭推出的预加工食品
- 京东发起餐饮零售发展联盟
数据21: “双十一”活动的预加工食品盲盒，京东，中国，2020年
- 启用明星代言吸引年轻消费者
数据22: 湾仔码头启用明星代言重建品牌，中国，2020年

新产品趋势

- 便利占首位，“减少”宣称增加
数据23: 预加工食品市场上市新品*（按宣称类别区分），中国，2019年7月-2021年6月
数据24: 预加工食品市场上市新品（按领先宣称类别区分*），中国，2019年7月-2021年6月
数据25: 植物基肉制的预加工食品使用“减少”宣称示例，中国，2020-2021年
- 日本市场：“减少”宣称与强化营养

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据26: 预加工食品市场上市新品* (按宣称类别区分)，日本，2019年7月-2021年6月

数据27: 使用“减少”宣称的预加工食品示例，日本，2020-2021年

数据28: 使用强化营养宣称的预加工食品示例，日本，2020-2021年

- 预加工食品中附厨具的区域美食
数据29: 饭乎煲仔饭，中国，2020年

消费者 - 消费频次

- 预加工食品整体排名稳定
数据30: 消费频次，2021年
数据31: %百分点变化 (按消费者细分群体区分)，2020年及2021年
- 速冻预加工食品需求下降
- 与方便食品竞争激烈但消费频次目前占据上风
数据32: 方便食品和预加工食品的平均频次比较，2021年
- 40岁以上的消费者带来蓝海前景
数据33: 预加工食品食用频次——每月2-3次 (按年龄区分)，2021年

消费阻碍因素

- 不新鲜是最大阻碍...
数据34: 消费阻碍因素，2021年
- ...不过预制菜仍有机会吸引高收入消费者
数据35: 半成品/预制菜消费阻碍因素——不新鲜 (按家庭月收入区分)，2021年
数据36: 过去6个月没有吃过半成品/预制菜 (按家庭月收入区分)，2021年
- 消费者更倾向于认为西式预加工食品烹饪不方便
数据37: 消费阻碍因素——烹饪不方便，2021年
数据38: 雀巢Wagner4种奶酪披萨 (Four cheese pizza from Nestlé Wagner)，德国，2021年
- 投入更多研发新口味

高端化兴趣

- 西式预加工食品吸引高端化兴趣
数据39: 高端化兴趣，2021年
数据40: 高端化兴趣的百分比变化 (%)，2021年和2019年
- 西式冷藏食物受女性青睐
数据41: 选定类别的高端化兴趣 (按性别区分)，2021年
- 西式速冻预加工食品可以瞄准高端市场
数据42: 选定类别的高端化兴趣 (按家庭月收入区分)，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据43: 选定类别的高端化兴趣（按消费者细分群体区分），2021年

- 在家享受更精致的火锅食材

信息渠道

- 线下渠道促销力依旧强劲
数据44: 信息渠道，2021年
- 短视频平台排名第四
数据45: 选定信息渠道（按消费者细分群体区分），2021年
- 直播带货作为信息渠道比购买渠道效力大
数据46: 英敏特有关直播带货的专家访谈，2021年
数据47: 代餐信息渠道，2021年

预制菜品牌

- 不同预加工食品品牌分层明显
数据48: 预制菜品牌，2021年
数据49: 预制菜品牌（按年龄区分），2021年
- 中华老字号餐饮品牌与新兴品牌吸引高收入消费者与有小孩的家庭
数据50: 高家庭月收入与低家庭月收入消费者对预制菜品牌的选择差异（百分比%），2021年
数据51: 选定预制菜品牌（按家庭有无孩子区分），2021年

预制菜的消费场景

- 家庭餐更热门
数据52: 预制菜的消费场景，2021年
数据53: 和家人在节日吃饭（按消费者细分群体区分），2021年
- 尚未有品牌占据普通休息日场景
数据54: 在工作日吃预制菜——西式餐饮品牌（按场景区分），2021年
数据55: 预加工食品品牌（按消费场景——普通休息日/周末区分），2021年
数据56: 预加工食品品牌（按消费场景——节日区分），2021年

附录——市场规模与预测

数据57: 预加工食品的零售市场销售总额，中国，2016-2026年
数据58: 预加工食品的零售市场销售总量，中国，2016-2026年

附录——市场细分

数据59: 速冻预加工食品的零售市场销售总额，中国，2016-2026年
数据60: 速冻预加工食品的零售市场销售总量，中国，2016-2026年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据61: 冷藏预加工食品的零售市场销售总额，中国，2016-2026年

数据62: 冷藏预加工食品的零售市场销售总量，中国，2016-2026年

附录——研究方法 with 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。