

顺应趋势，优者恒优

预制菜行业深度报告

投资要点：

- **我国预制菜市场规模稳步增长，份额有望向龙头企业靠拢。**由于预制菜具有方便、快捷、品类多样等特点，消费者对其认知度不断提升，我国预制菜市场规模近几年保持双位数增长。目前我国预制菜行业玩家众多，竞争格局较为分散。预计在品牌影响力、制度逐步规范、冷链技术、食品安全等因素影响下，我国预制菜市场份额有望向龙头企业靠拢。
- **多因素推动我国预制菜行业发展。****政策端：**近几年我国相继推出推动预制菜高质量发展的措施，扶持与规范行业发展，激发企业经营积极性。与此同时，部分省份还推出了预制菜产业联盟、预制菜研究院等促进行业健康可持续发展。**餐饮端：**餐饮复苏回暖、企业降本增效、餐饮连锁化率提高、外卖增长、团餐盛行等因素，拉动预制菜需求提升。**零售端：**预制菜方便快捷、人口结构变化等，提振预制菜需求。
- **投资策略：维持食品饮料行业超配评级。**近几年，我国预制菜市场规模保持双位数增长。作为疫后首个完全不受疫情影响的春节，春节期间餐饮、家宴等消费场景火爆提振预制菜销量。从需求结构来看，预制菜行业以餐饮端为主，零售端为辅。随着餐饮端和零售端对预制菜的需求增加，叠加国家政策支持，我国预制菜市场规模有望进一步增长。从集中度来看，由于预制菜行业进入门槛较低，行业竞争格局相对分散，尚未出现引领市场的大规模龙头企业。近期预制菜国标报送稿已出炉，有望加速行业出清。此外，在品牌影响力、冷链技术等因素影响下，我国预制菜市场份额有望向龙头企业靠拢。标的方面，可重点关注味知香（605089）、安井食品（603345）、千味央厨（001215）、双汇发展（000895）、圣农发展（002299）等。
- **风险提示：**市场竞争加剧风险，食品质量安全风险，需求恢复不及预期，原材料价格波动风险等。

目 录

1. 我国预制菜市场规模稳步增长，米面蔬菜类预制菜占比最大	4
2. 我国预制菜行业玩家众多，市场份额有望向龙头企业靠拢	5
2.1 我国预制菜行业玩家众多，参与者覆盖的行业面广	5
2.2 我国预制菜市场份额有望向龙头企业靠拢	6
3. 多因素推动预制菜行业需求增长	7
3.1 我国预制菜需求结构以餐饮为主，渗透率仍较低	7
3.2 多因素催化预制菜需求增加	8
3.2.1 政策端：政策出台扶持与规范行业发展	8
3.2.2 餐饮端：餐饮复苏回暖、企业降本增效等，拉动预制菜需求提升	10
3.2.3 零售端：人口结构变化、生活节奏加快等因素带动预制菜需求增长	14
4. 重点公司分析	18
4.1 味知香：专注预制菜业务的行业领先企业	18
4.2 安井食品：速冻食品龙头，发力预制菜业务	20
4.3 千味央厨：深耕餐饮渠道的速冻面米制品龙头	22
5. 投资策略	24
6. 风险提示	25

插图目录

图 1：我国预制菜市场规模与增速（亿元，%）	4
图 2：2022 年预制菜分品类市场规模占比（%）	4
图 3：我国预制菜新增企业注册量（万家）	5
图 4：2014-2022 年我国冷链物流市场规模与增速（亿元，%）	7
图 5：我国预制菜行业需求结构（%）	7
图 6：2012-2023 年我国餐饮行业收入与增速（亿元，%）	10
图 7：2019-2023 年我国社会消费品零售总额单月同比增速（%）	10
图 8：2019-2023 年我国社会消费品零售按消费类型单月同比增速（%）	10
图 9：传统餐厅与使用预制菜餐厅结构对比（%）	11
图 10：2018-2022 年我国餐饮连锁化率（%）	12
图 11：中日美餐饮连锁化率对比（%）	12
图 12：2016-2022 年我国外卖市场规模与增速（亿元，%）	12
图 13：我国团餐市场结构（%）	13
图 14：我国团餐市场规模与增速（亿元，%）	14
图 15：我国预制菜口碑对比（%）	15
图 16：2016-2023 年我国居民人均可支配收入与增速（元，%）	15
图 17：消费者单次购买预制菜产品花费金额占比（%）	15
图 18：我国预制菜消费者城市分布（%）	16
图 19：我国城镇化水平（%）	16
图 20：我国女性劳动力占劳动力总数的比重（%）	17
图 21：我国预制菜消费者画像（按性别，%）	17
图 22：味知香产品线	19
图 23：2018-2023H1 味知香各品类营业收入（亿元）	19
图 24：2018-2023H1 味知香各品类营收占比（%）	19
图 25：安井食品产品线	20

图 26: 安井食品菜肴制品业务采用“自产+并购+贴牌”策略	21
图 27: 2018-2023 年前三季度安井食品各品类营业收入 (亿元)	21
图 28: 2018-2023 年前三季度安井食品各品类营收占比 (%)	21
图 29: 2018-2023 年前三季度安井食品分区域营业收入 (亿元)	22
图 30: 2018-2023 年前三季度安井食品分区域营收占比 (%)	22
图 31: 2018-2023H1 千味央厨各品类营业收入 (亿元)	22
图 32: 2018-2023H1 千味央厨各品类营收占比 (%)	22
图 33: 千味央厨油条家族	23
图 34: 2023 年上半年千味央厨渠道结构 (%)	24

表格目录

表 1: 预制菜业务所覆盖的部分行业公司	6
表 2: 2023 年中央一号文件及广东省部分市预制菜政策汇总	8
表 3: A 股涉足预制菜的重点上市公司	18
表 4: 重点公司盈利预测及投资评级 (2024/2/27)	24

1. 我国预制菜市场规模稳步增长，米面蔬菜类预制菜占比最大

我国预制菜行业市场规模稳步增长。由于预制菜具有方便、快捷、品类多样等特点，消费者对其认知度近几年不断提升，我国预制菜市场规模近几年保持双位数增长。根据艾媒咨询数据显示，2022 年我国预制菜市场规模为 4196 亿元，同比增长 21.3%。2019-2022 年，我国预制菜的市场规模从 2445 亿元增加至 4196 亿元，年均复合增速为 19.7%。目前，餐饮端和零售端对预制菜的需求均有所增加，叠加国家政策支持，我国预制菜市场规模有望进一步增长。艾媒咨询预计，未来几年我国预制菜市场将延续增长态势，市场规模有望突破万亿元。

图 1：我国预制菜市场规模与增速（亿元，%）

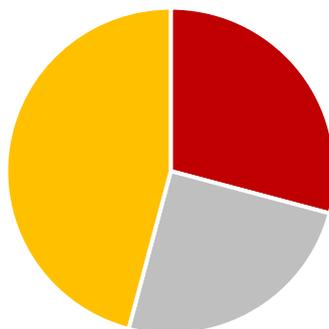


数据来源：艾媒咨询，东莞证券研究所

米面、蔬菜类预制菜占比最大。细分品类来看，我国预制菜市场主要分为肉禽预制菜、水产预制菜与米面、蔬菜类预制菜。2022 年，米面、蔬菜类预制菜市场规模为 1925 亿元，占预制菜市场份额约 46%，占比最大；肉禽预制菜与水产预制菜在预制菜市场的占比分别为 29%与 25%。

图 2：2022 年预制菜分品类市场规模占比（%）

■ 肉禽预制菜 ■ 水产预制菜 ■ 米面、蔬菜类预制菜



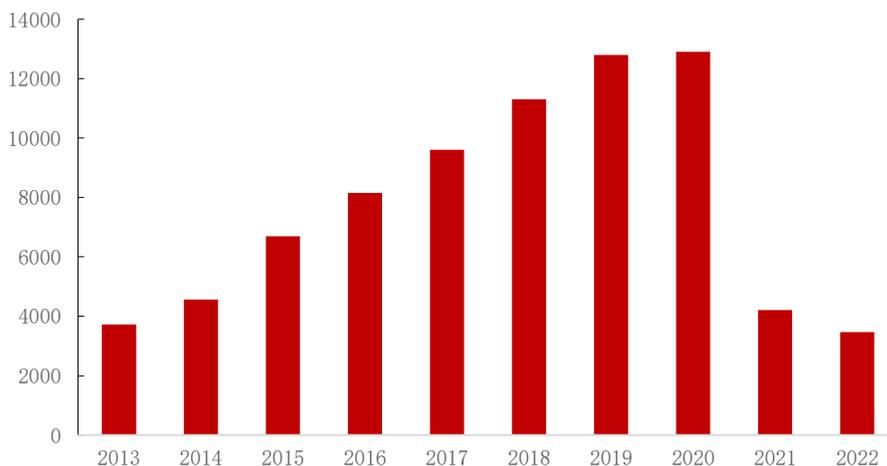
数据来源：艾媒咨询，东莞证券研究所

2. 我国预制菜行业玩家众多，市场份额有望向龙头企业靠拢

2.1 我国预制菜行业玩家众多，参与者覆盖的行业面广

我国预制菜行业玩家众多。从预制菜属性来看，行业进入门槛相对较低。在预制菜认知度不断提升的背景下，我国预制菜企业数量逐年呈增长态势。企查查数据显示，截至 2022 年 12 月 29 日，我国现存预制菜相关企业数量达到 7.59 万家，玩家众多。2019-2020 年，我国预制菜新增企业呈现井喷式增长，每年新增数量超过 1 万家。2021-2022 年，受疫情、冷链技术等因素影响，我国预制菜新增企业注册量有所放缓。

图 3：我国预制菜新增企业注册量（万家）



数据来源：数据说，企查查，迈点研究院，东莞证券研究所

注：仅统计关键词为预制菜、预制食品、速冻、半成品食品、净菜的企业。

我国预制菜参与者覆盖的行业面广。从目前我国预制菜所涉及的行业来看，除了专门研制预制菜的公司之外，农业、速冻食品、餐饮、生鲜电商等行业中的公司亦对预制菜业务有所涉及，预制菜参与者所覆盖的行业面较广。

表 1：预制菜业务所覆盖的部分行业公司

市场参与者	重点公司
专业预制菜企业	味知香
	绿进
	盖世食品
上游农牧水产企业向下游预制菜延伸	圣农发展
	春雪食品
	国联水产
冷冻食品企业扩充预制菜类产品	安井食品
	千味央厨
	惠发食品
餐饮企业发展预制菜	同庆楼
	广州酒家
生鲜电商零售平台经营预制菜	叮咚买菜
	盒马

资料来源：同花顺，东莞证券研究所

2.2 我国预制菜市场份额有望向龙头企业靠拢

我国预制菜行业竞争格局相对分散。我国预制菜市场的企业数量近几年虽呈增长态势，但全国范围内的预制菜生产商以小企业及个体工商户居多，处于初期阶段，业内规模企业数量相对较少。与此同时，预制菜参与者覆盖行业广加剧了行业竞争。

在品牌影响力、制度规范等因素影响下，我国预制菜市场份额有望向龙头企业靠拢。

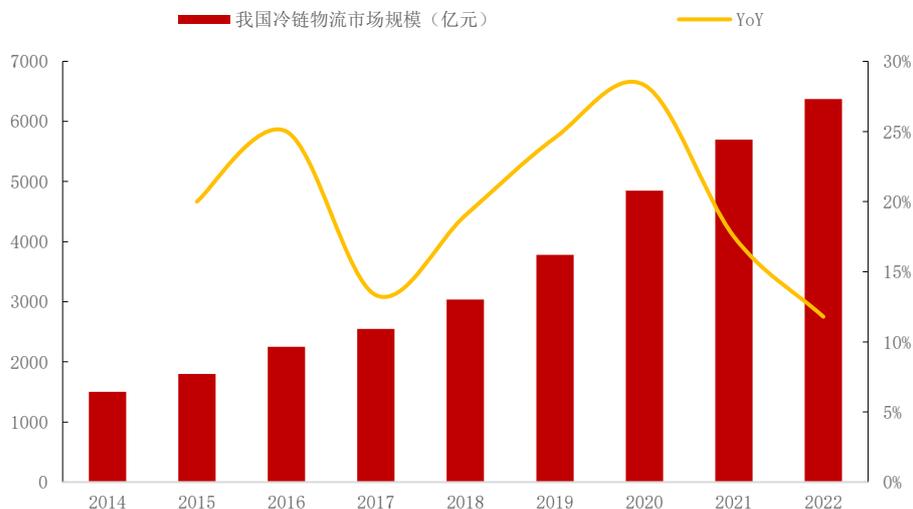
(1) 品牌影响力强可以提高消费者对产品的认知度。预制菜多数企业规模偏小，覆盖的区域与客户范围较小，使得其产品的推广力度亦相对有限。而龙头企业在发展过程中更加注重品牌建设，通过投放广告、举办推广活动、聘请代言人等方式提升自身的品牌知名度。品牌影响力的提高，可以有效地增加消费者对品牌的认知度，进而提高知名品牌的企业的市场份额。

(2) 预制菜国标报送稿已出炉，有望加速行业出清。据《中国新闻周刊》1月22日消息，预制菜国标报送稿已经出炉，最快半年内便会有结果。国标报送稿最大的亮点为禁止添加防腐剂，并且必须冷链运输。此外，预制菜国标可能会重新定义预制菜，对预制菜的界定更为明确，缩小现有预制菜的范围。如果后续国标正式发布，将有利于规范行业健康发展，一些经营能力较差的小企业将被市场清洗淘汰，行业有望加速出清，市场份额有望向头部企业靠拢。

(3) 拥有冷链技术优势的预制菜企业，市占率有望提高。从目前预制菜的经营企业来看，由于部分预制菜产品依赖冷链运输，物流成本及产品新鲜度的要求限制了单个企业的产品配送半径，我国预制菜企业呈现出地域性的特点。近几年，随着各类团购、生鲜电商市场快速崛起，我国冷链物流行业进入发展快车道。根据中物联冷链委数据显示，2014-2022年我国冷链物流市场规模从1500亿元增加至6371亿元，年均复合增速为

19.8%。随着冷链技术的发展，一些拥有冷链技术优势的预制菜企业配送范围将有所扩大，业务经营区域有望扩张，进而推动行业市场集中度提升。

图 4：2014-2022 年我国冷链物流市场规模与增速（亿元，%）



数据来源：中物联冷链委，东莞证券研究所

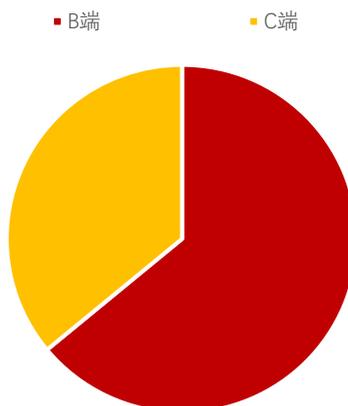
(4) 食品安全质量将使部分小加工企业被市场淘汰。目前全国范围内的预制菜生产商以小企业及个体工商户居多，并且部分依然停留在作坊式的生产加工模式，只供应少量客户，产品结构相对单一，且标准化程度较低，食品安全及品质难以保证。目前我国对食品安全质量监管要求愈发严格。在此背景下，行业集中度有望向食品质量有保障的优质企业靠拢。

3. 多因素推动预制菜行业发展

3.1 我国预制菜需求结构以餐饮为主，渗透率仍较低

我国预制菜需求结构以餐饮为主，零售为辅。我国预制菜的消费渠道主要包括餐饮端与零售端。根据 2023 年中国预制菜产业白皮书，预制菜在餐饮端的消费占比最大，约为 64%，零售端消费占比约为 36%。

图 5：我国预制菜行业需求结构（%）



数据来源：2023 年中国预制菜产业白皮书，东莞证券研究所

我国预制菜市场渗透率较低。据新快报，根据《中国烹饪协会五年(2021-2025)工作规划》，目前我国预制菜渗透率仅为 10%-15%，而美国、日本预制菜渗透率已经达到了 60% 以上。

3.2 多因素催化预制菜行业发展

目前，我国餐饮端与零售端对预制菜的需求均有所增加，叠加政策支持，我国预制菜市场渗透率有望提高，进而进一步扩大市场规模、提振预制菜需求。

3.2.1 政策端：政策出台，扶持与规范行业发展

政策出台，扶持与规范行业发展。2022 年广东省出台《加快推进广东预制菜产业高质量发展十条措施》，该措施是国内首个省级预制菜产业政策。此后，山东、四川、上海等地相继推出推动预制菜高质量发展的措施，扶持与规范行业发展，激发企业经营积极性。2023 年，中央一号文件《关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》提出培育乡村新产业新业态，其中要求“提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平，培育发展预制菜产业”，这是预制菜首次被写入中央一号文件。除相关政策之外，部分省份还推出了预制菜产业联盟、预制菜研究院等促进行业健康可持续发展。近期，预制菜国标报送稿已出炉。如果后续国标正式发布，市场有望加速出清，有利于规范行业健康发展。

表 2：2023 年中央一号文件及广东省部分市预制菜政策汇总

地区	名称	时间	内容
全国	《关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	2023/2/13	中共中央、国务院发布《关于做好 2023 年全面推进乡村振兴重点工作的意见》即国家一号文件。《意见》提出提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平，培育发展预制菜产业。
广东省	《加快推进广东预制菜产业高质量发展十条措施》	2022/3/25	建设预制菜联合研发平台、构建预制菜质量安全监管规范体系、壮大预制菜产业集群、培育预制菜示范企业、培养预制菜产业人才、推动预制菜仓储冷链物流建设、拓宽预制菜品牌营销渠道、推动预制菜走向国际市场、加大财政资金保险支持力度、建设广东预制菜文化科普高地。

广东省 江门市	《江门预制菜十二条政策措施》	2022/3/8	提出建设预制菜产业园、组建预制菜产业联盟、培育预制菜经营主体、搭建技术成果转化平台、开展预制菜标准化体系建设等十二条政策措施。
广东省 汕头市	《汕头市加快推进潮汕菜预制菜产业发展工作措施》	2022/5/1	从2022年开始三年内谋划创建3至5个市级潮汕菜预制菜产业园，引导上下游产业集聚联动发展，集约化、规模化发展潮汕菜预制菜产业。鼓励已创建的20个市级、省级现代农业产业园加强全产业链开发，立足本地优势资源推出特色潮汕菜预制菜产品。壮大产业集群，培育水产类（海鲜包等）、禽畜类（卤鹅等）、特色菜肴类（牛肉丸等）、新鲜果蔬类等即食风味产品和方便食品特色优势产业集群。壮大一批潮汕菜预制菜企业，形成预制菜产业集聚效应，三年内打造10家具有较强竞争力的潮汕菜预制菜龙头企业。
广东省 湛江市	《推进湛江市预制菜产业高质量发展十二条措施》	2022/7/6	在建设预制菜产业园、培育壮大经营主体、深化科技创新支撑、加强质量安全监管、推进预制菜装备升级、拓展市场品牌营销渠道等方面提出了具体要求。
广东省 东莞市	《东莞市推进预制菜产业发展实施方案》	2022/8/29	建设集研发、生产、仓储、运输、销售、配送、配套于一体的预制菜产业体系。加大扶持产业相关的加工、仓储、流通、营销等关键环节，带动预制菜生产加工装备、包装印刷及材料等配套产业提升。发挥龙头企业优势，带动产业链上下游配套企业协同发展。支持开发新菜品、新口味、新包装，研发改进预制菜原料半成品加工与贮存技术。
广东省 佛山市	《佛山市南海区关于扶持预制菜产业发展的若干政策措施》	2023/3/4	力争用3年时间（2022—2024年），产业主体建设取得显著成效，建成省级预制菜产业园3个以上，市级预制菜产业园2个以上；培育年产值超亿元的预制菜农业龙头企业5家以上，新增“菜篮子”基地10家以上；培育预制菜知名品牌企业10家以上。产业标准体系逐步完善，中国国际预制菜产业大会落户佛山，制定预制菜联盟标准、团体标准、企业标准10个以上，预制菜特色品牌达到20个以上，标准化水平明显提升。
广东省 潮州市	《潮州菜中央厨房（预制菜）产业发展三年规划》	2023/3/10	潮州将针对推动预制菜产业高效发展提出16项具体措施，包括建设潮州菜中央厨房（预制菜）“12221”市场体系；打造一批中央厨房农产品供应原料高标准生产基地；支持科技研发开发和成果转化；推动设备、包装材料与技术研发；升级仓储保鲜、冷链物流建设；培育壮大产业链上龙头企业；推进预制菜生产碳达峰碳中和技术改进等。
广东省 广州市 南沙区	《关于支持南沙区预制菜产业园发展的若干措施》	2023/3/31	措施结合南沙区预制菜产业园建设实际情况，按照区财政补助资金5000万元的总额为限完成产业园的建设，制定扶持南沙区预制菜产业园发展的若干措施。
广东省 惠州市	《惠州市加快推进预制菜产业高质量发展若干措施》	2023/10/30	措施提出，要推动预制菜产业集群发展；支持预制菜扩量提质；提升预制菜企业联农带农水平；构建预制菜质量标准体系；健全预制菜冷链物流体系；培育壮大预制菜人才队伍；培育预制菜区域公用品牌；支持企业拓展国内外市场；强化产业用地用能保障；加大金融保险支持力度。

广东省 肇庆市	《肇庆市支持预制菜产业发展的若干措施》	2024/1/25	肇庆推出支持预制菜产业发展“硬八条”：构筑预制菜产业集聚高地；培育预制菜标杆企业；打造预制菜原材料供应基地；做强预制菜区域品牌；强化预制菜人才培育；支持企业开展预制菜标准制定；强化预制菜金融保险服务；推动预制菜走向国内国际市场。
------------	---------------------	-----------	--

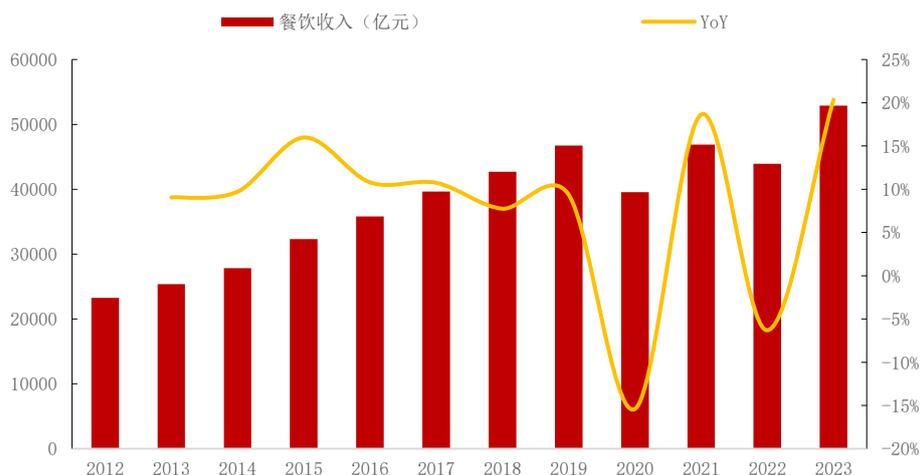
资料来源：中国政府网，广东省人民政府网，上表中各市人民政府网，东莞证券研究所

3.2.2 餐饮端：餐饮复苏回暖、企业降本增效等，拉动预制菜需求提升

(1) 餐饮复苏回暖带动预制菜需求增长

从规模来看，疫后餐饮行业收入回暖。疫情发生前，我国餐饮收入规模稳步增长，从2012年的2.33亿元增加至2019年的4.67亿元，年均复合增速为10.46%。2020年受疫情影响，餐饮行业受到冲击。2023年在疫情管控放开之后，餐饮消费场景全面恢复，餐饮行业收入回暖。2023年，我国餐饮行业收入为5.29亿元，同比增长20.37%。与2019年相比，增长13.20%。

图 6：2012-2023 年我国餐饮行业收入与增速（亿元，%）

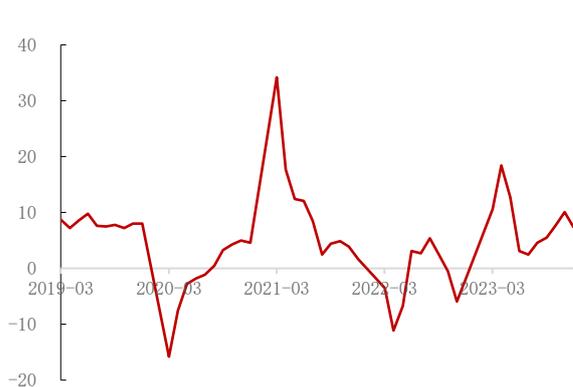


数据来源：国家统计局，东莞证券研究所

从弹性来看，餐饮复苏弹性更大。在疫情管控全面放开、促消费政策持续发力等因素催化下，2023年以来我国消费整体呈现弱复苏态势。2023年我国社会消费品零售总额47.15万亿元，同比增长7.2%。分品类看，商品零售同比增长5.8%，餐饮收入同比增长20.4%，餐饮复苏弹性更大。

图 7：2019-2023 年我国社会消费品零售总额单月同比增速 (%)

图 8：2019-2023 年我国社会消费品零售按消费类型单月同比增速 (%)



数据来源：国家统计局，东莞证券研究所



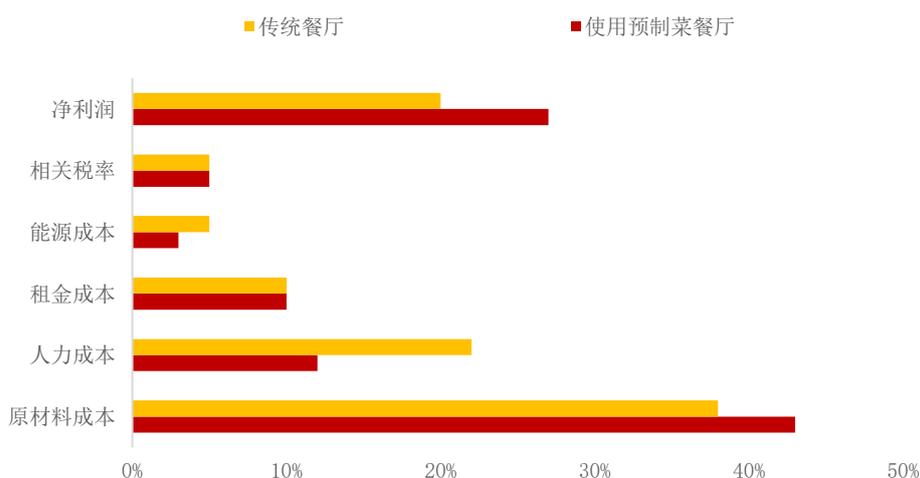
数据来源：国家统计局，东莞证券研究所

餐饮复苏回暖带动预制菜需求增加。从预制菜的渠道结构中可以看到，餐饮在预制菜渠道结构中的占比超过 60%。今年春节，返乡等消费场景带动餐饮需求回暖，一定程度上提振了预制菜需求。随着我国消费稳步复苏，餐饮消费力有望逐步修复，进而带动预制菜需求增加。

(2) 降本增效是餐饮企业选择预制菜的重要原因之一

降本增效是餐饮企业选择预制菜的重要原因之一。若剔除疫情影响因素，虽然我国餐饮行业收入规模稳步增长，但与此同时人力成本、房租成本等上涨也是餐饮企业面临的一个普遍问题。根据 2023 年中国预制菜产业白皮书，在我国传统餐厅成本中，原材料成本在传统餐饮企业占比最高，为 38%；人力成本与租金成本的占比分别为 22%与 10%。而餐饮企业在使用预制菜之后，可以有效的减少对人工成本的消耗，提高出菜效率，降低餐饮企业平均成本，提高盈利水平。数据显示，餐饮企业在使用预制菜后，人工成本占比从 22%下降至 12%，而净利润占比则从 20%增加至 27%。

图 9：传统餐厅与使用预制菜餐厅结构对比（%）



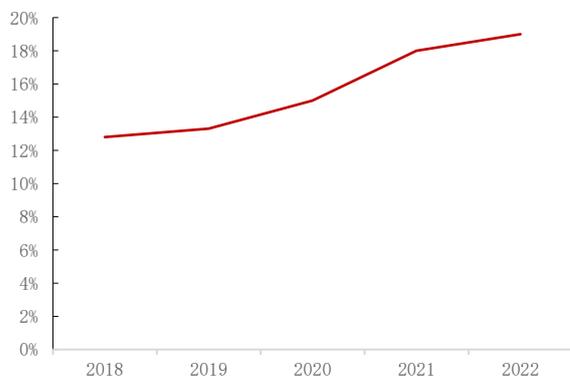
数据来源：2023 年中国预制菜产业白皮书，东莞证券研究所

注：口径按消费端测算

(3) 餐饮连锁化趋势带动预制菜需求提升

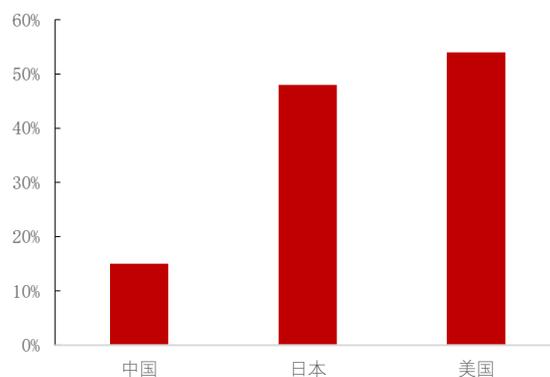
我国餐饮连锁化趋势显现。近几年，伴随着餐饮行业的发展，我国餐饮连锁化趋势逐步显现。2018-2022年，我国餐饮连锁化率从12.8%增加至19.0%。但与日本、美国等连锁化发展相对成熟的国家相比，我国餐饮连锁化率存在较大的差距，未来仍有较大的提升空间。

图 10：2018-2022 年我国餐饮连锁化率（%）



数据来源：2022年中国连锁餐饮行业报告，艾媒咨询，东莞证券研究所

图 11：中日美餐饮连锁化率对比（%）



数据来源：2022年中国连锁餐饮行业报告，东莞证券研究所

餐饮连锁化将带动预制菜需求提升。连锁餐饮店的一个主要特征在于每家连锁店的菜肴具有特色化、标准化与统一化的特点。而预制菜企业可以按照标准化的程序向各个连锁门店提供菜肴，一定程度上保证了各连锁门店菜肴口味的一致性。基于预制菜标准、统一等特点，我国餐饮连锁化的发展将带动预制菜需求提升。

（4）外卖规模持续增长，推动预制菜市场发展

我国外卖市场规模持续增长，推动预制菜市场发展。自2015年以来，我国外卖市场迅速发展。2016-2022年，我国外卖行业市场规模从1663亿元增加至9417亿元，年均复合增速为33.5%。随着我国城镇化进程不断加速与90后00后消费群体的崛起，预计我国外卖市场未来有望持续扩容。由于外卖具有时效性的特点，外卖规模增加意味着对餐饮企业的出菜速度有了更高的要求。而预制菜可以有效地节省餐饮企业出菜时间，提高外卖配送效率。因此，在外卖市场稳步发展的背景下，预计餐饮企业对预制菜的需求有望增加。

图 12：2016-2022 年我国外卖市场规模与增速（亿元，%）

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/056114204142010054>