



2024 年轻人〈怎么看预制菜〉 调查报告

出品机构

DT研究院

DT是上海第一财经传媒集团旗下传播与研究机构,关注互联网、消费、文娱、科技等领域,致力通过洞察人群趋势和商业逻辑的内容和服务,帮助读者更清晰地认识世界,助力品牌、企业更好地决策、沟通和连接。

DT研究院是DT旗下核心研究单位,结合媒体聆听嗅觉、定量调研、访谈和多领域数据库,深耕城市生活、消费、文娱、科技等领域,挖掘趋势和趋势背后的逻辑与机会,提供有数据、有体感、客观可信的人群洞察、行业分析和市场研究。

库润数据

库润数据历经17年市场沉淀,形成了以中国1700万+为核心、全球4600万+的精准在线样本库。秉持成为“一站式调研解决方案专家”的目标,在样本、数据研究和用研工具上不断深耕。通过消费者洞察、用户体验管理咨询、品牌及产品研究,实现帮助品牌和产品的创新与增长。



合作请联系

撰写人员

李晶

张晨阳

戚桐琿

苏洪锐

郑晓慧

郑舒雅

幻影城主

本报告页面内容、页面设计的所有内容(包括但不限于文字、图表、标志、标识、商标、商号等)版权均归DT所有。

凡未经DT书面授权,任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部内容。

任何单位或个人违反规定的,均属于侵犯我司版权的行为,我司有权追究其法律责任,并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

目录

03

前言

04

消费者眼中, 到底啥是预制菜?

06

超9成人接受预制菜, 户外露营场景接受度最高

09

低线级城市对餐厅预制菜的预算更高

13

48.8%人主动购买过即烹预制菜, 价格口味胜过营养价值

16

近8成人在线下购买, 连锁餐饮店单品也受推荐

19

写在最后

前言

预制菜，依旧在风口浪尖上。

今年上半年，“年夜饭预制菜”、“预制菜进校园”、“315曝光梅菜扣肉”等话题频繁登上社交媒体热门，随之而来的是大量的讨论、争议以及骂声。

尽管如此，预制菜仍以迅雷不及掩耳之势攻城拔寨。

根据艾媒咨询数据，2023年中国预制菜行业市场规模为5165亿元，同比增长23.1%。而在未来，“中国预制菜市场将保持较高的增长速度，预计在2026年其市场规模突破10000亿元。”

从产业端来看，食品工业化是大势所趋，而标准化、高效率的预制食品正是其代表产物。

《DT商业观察》好奇的是：在这样的大趋势下，消费者们到底怎么看待预制菜？人们可以接受的“度”在哪里？以及，这些对品牌有什么启示？

上个月，我们发起了“你能接受预制菜吗”小调研，本次用定量研究方式，累计回收有效样本1767个，其中500个样本来自库润数据。

以下，是本次调研的具体发现。

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/67712504420006145>