

2023年

# 中国佐餐卤制食品行业概览

2023 China Pot-Stewed Food Industry Overview

概览标签：佐餐卤制食品、卤制食品

2023/12

## 01

### 佐餐卤制食品具有即时性、成瘾性、高复购率的特征

- 佐餐卤制食品是指出现在餐桌上、被当作凉菜和配菜食用的卤制品，具备稳定的消费基础，刚性需求较强。佐餐卤制食品通常即买即食，保质期较短，主要通过线下连锁门店销售给终端消费者。门店在售卖佐餐卤制食品时多以散装或者简易包装方式出售。佐餐卤制食品种类、口味丰富，具有即时性、成瘾性、高复购率的特征。

## 02

### 供需两端拉动中国佐餐卤制食品市场进一步扩容

- 近年来，随着中国居民消费水平的提高与生活方式的改变，消费者对卤制品种类的偏好日益多样化，推动行业规模企业不断进行产品创新，推出符合市场需求的大单品；佐餐卤制食品规模企业的跨区域经营模式有效加强生产及供应链效率，推动行业规模企业进一步扩容。

## 03

### 佐餐卤制食品行业加速整合，规模化企业切入和渗透新平台、新渠道并快速完成布局

- 中国卤制食品生产标准化、规模化及自动化水平不断提高，同时得益于先进食品保鲜技术的应用推广，产品保质期和销售半径延长，产品力较弱的小作坊模式地方性企业将在市场出清过程中被淘汰，行业集中度将进一步提升，规模化企业更容易切入和渗透新平台、新渠道并快速完成布局。

## 摘要——

近年来，中国佐餐卤制食品消费规模快速增长，2022年佐餐卤制食品市场规模达到2,349.5亿元。作为“佐餐卤制食品第一股”，上海紫燕食品股份有限公司（603057）近日公布了2023年第三季度报告，报告显示，公司主营收入28.16亿元，同比上升2.68%；归母净利润3.41亿元，同比上升50.03%，业绩表现十分亮眼。

与休闲卤制品相比，作为餐桌菜肴的补充，佐餐卤制食品是中华饮食文化的重要组成，消费基础更强，品类多元化，更加追求产品的新鲜和营养健康，故而行业门槛更高，相应的护城河也更稳固。同时，佐餐卤制食品正在通过扩大消费场景以及提升消费者品牌粘性，逐步占据休闲卤制品的市场，未来佐餐卤制食品市场将进一步扩容。

# 目录

## CONTENTS

◆ Chapter1. 中国佐餐卤制食品行业洞察速递	06
• 1.1 洞察一：佐餐卤味市场空间增大，存量市场兼容休闲场景，增量市场需求放量	07
• 1.2 洞察二：连锁品牌市场空间增大，市场集中度进一步上升，兼容小作坊份额	08
• 1.3 洞察三：B端与C端消费新趋势下，供应链能力助力头部佐餐企业构筑护城河	09
◆ Chapter2. 中国佐餐卤制食品行业综述	10
• 2.1 中国佐餐卤制食品行业——定义与分类	11
• 2.2 中国佐餐卤制食品行业——发展历程	12
• 2.3 中国佐餐卤制食品行业——分布现状	13
◆ Chapter3. 中国佐餐卤制食品行业洞察一	14
• 3.1 存量市场——中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析（1/2）	15
• 3.1 存量市场——中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析（2/2）	16
• 3.2 增量市场——C端需求分析	17
• 3.2 增量市场——B端需求分析	18
• 3.2 增量市场——供给端分析	19
• 3.3 政策端分析	20
• 3.4 舆论端分析	21
◆ Chapter4. 中国佐餐卤制食品行业洞察二	22
• 4.1 中国佐餐卤制食品行业——市场集中度分析	23
• 4.2 中国佐餐卤制食品行业——竞争格局分析	24
• 4.3 中国佐餐卤制食品行业——投融资环境及动态热点追踪	25

# 目录

## CONTENTS

◆ Chapter5. 中国佐餐卤制食品行业洞察三	26
• 5.1 供应链图谱总览	27
• 5.2 上行供应链分析	28
• 5.3 下行供应链分析	30
◆ Chapter6. 中国佐餐卤制食品发展趋势及未来思考	31
• 6.1 供给端发展趋势	32
• 6.2 需求端发展趋势	33
◆ Chapter7. 代表性案例	34
• 7.1 行业优质供应链企业案例解析：紫燕食品	35
• 7.2 行业优质供应链企业案例解析：安井食品	41
• 7.3 行业优质供应链企业案例解析：窑鸡王	42
• 7.4 行业优质供应链企业案例解析：留夫鸭	43
• 7.5 行业优质供应链企业案例解析：廖记棒棒鸡	44
◆ 中国佐餐卤制食品行业——总结	45
◆ 方法论	46
◆ 法律声明	48

# 名词解释

## TERMS

- ◆ **佐餐卤制食品**：是指通常在家庭以及餐厅、酒店等餐桌消费场景食用的卤制食品，通常作为凉菜或配菜食用。
- ◆ **休闲卤制食品**：是休闲食品的子品类，指人们除主食以外，在闲暇、休憩时所吃的卤制食品。
- ◆ **鲜货产品**：保质期较短，以散装或者简易包装方式出售的、可直接食用的卤制熟食产品。
- ◆ **预包装产品**：保质期相对较长，佐餐卤制食品企业采用锁鲜技术及真空包装技术逐步将鲜货品种复制到包装产品中，提高产品的便携性。
- ◆ **新中产**：新中产阶级是指以30岁到40岁左右的人为基础的一个强大族群。与社会经济名流（富豪阶层）共同占有社会大部分财富的存在。
- ◆ **Z世代**：也称为“网生代”“互联网世代”“二次元世代”“数媒土著”，通常是指1995年至2009年出生的一代人，他们一出生就与网络信息时代无缝对接，受数字信息技术、即时通信设备、智能手机产品等影响比较大。
- ◆ **冷链运输**：（Cold-chain transportation）是指在运输全过程中，无论是装卸搬运、变更运输方式、更换包装设备等环节，都使所运输货物始终保持一定温度的运输。

# Chapter 1

## 中国佐餐卤制食品行业洞察速递

- 1.1 洞察一：佐餐卤味市场空间增大，存量市场兼容休闲场景，增量市场需求放量
- 1.2 洞察二：连锁品牌市场空间增大，市场集中度进一步上升，兼容小作坊份额
- 1.3 洞察三：B端与C端消费新趋势下，供应链能力助力头部佐餐企业构筑护城河

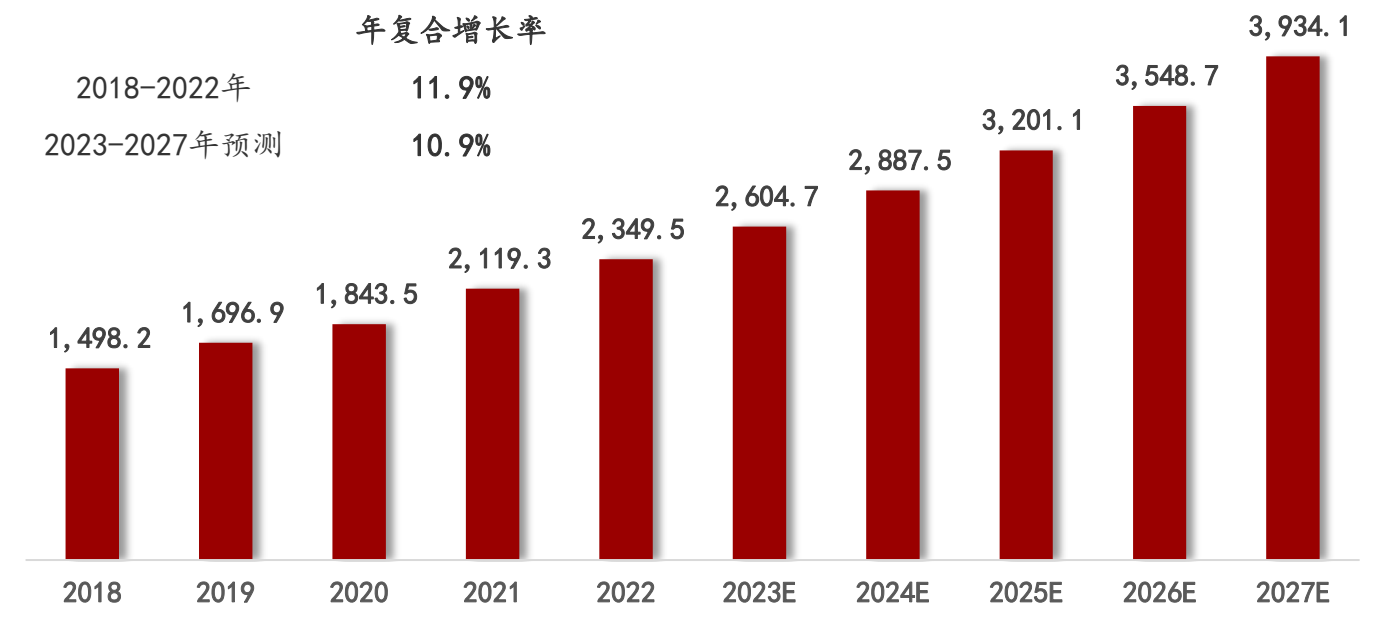


## 1.1 洞察一：佐餐卤味市场空间增大，存量市场兼容休闲场景，增量市场需求放量

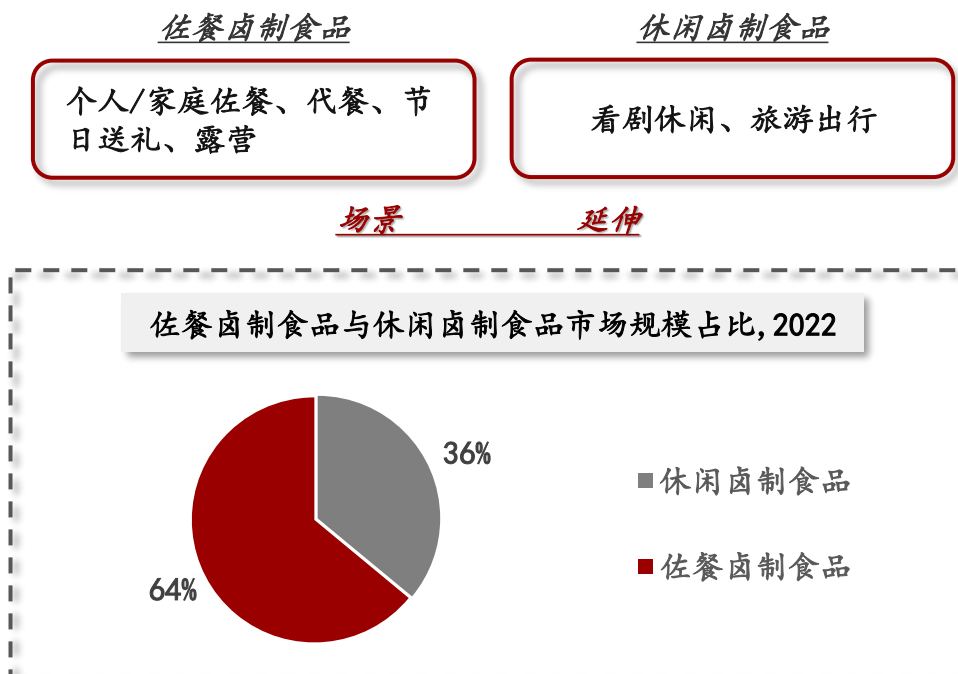
□ 2018-2022年，中国佐餐卤制食品市场规模整体以较快速度增长，市场规模由2018年的1,498.2亿元增长至2022年的2,349.5亿元，年复合增长率达11.9%。我们认为中国佐餐卤制食品市场增长驱动主要来源于：1) 消费场景由家庭佐餐向休闲场景延伸，带来存量市场空间增长。2) 规模企业加速拓展预制菜业务，B端餐饮企业对卤制品的需求带动佐餐卤制食品渗透率提升。3) 冷链物流及新技术的发展增强佐餐卤制食品企业跨区域运输的能力，规模企业的跨区域经营模式有效加强生产及销售效率，推动行业规模企业进一步扩容。预计2023-2027年，中国佐餐卤制食品市场规模仍将以较快速度增长，2027年市场规模将达到3,934.1亿元，年复合增长率达10.9%。

中国佐餐卤制食品市场规模及增长预测分析, 2018-2027E

【单位：亿元】



中国佐餐卤制食品存量市场兼容休闲场景

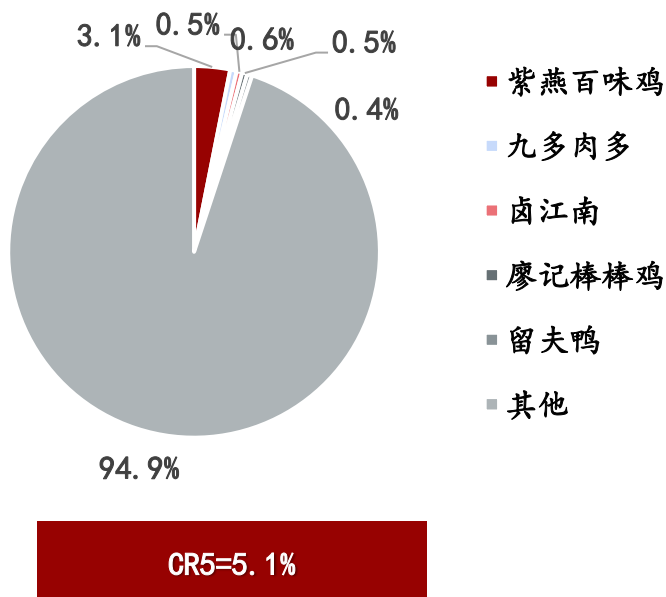


## 1.2 洞察二：连锁品牌市场空间增大，市场集中度进一步上升，兼容小作坊份额

□ 由于佐餐卤制食品传承悠久并且市场广泛，吸引了大量小微作坊式企业加入，导致中国佐餐卤制食品市场极度分散，行业CR5市占率仅有5.1%。随着年轻群体逐渐成为佐餐卤味的消费主力，对佐餐卤味健康化、口味多样化要求提高，对企业的生产工艺、供应链能力提出更高要求，利好行业规模企业和连锁品牌利用自身优势进一步扩张市场份额，兼容小微作坊式企业，市场集中度将进一步上升。

中国佐餐卤制食品行业CR5市占率，2022

【单位：百分比】



中国佐餐卤制食品行业规模企业门店数量变化，2022.08-2023.09

品牌名称	门店数量 (2022.08)	门店数量 (2023.09)	覆盖省份 (2023.09)	覆盖城市 (2023.09)
紫燕百味鸡	6,030家	6,503家	32个	225个
九多肉多	1,114家	1,285家	10个	53个
卤江南手撕鸡	786家	954家	6个	16个
留夫鸭	906家	841家	5个	22个
廖记棒棒鸡	809家	637家	30个	84个

来源：窄门餐眼、紫燕食品财报、头豹研究院编辑整理



### 1.3 洞察三：B端与C端消费新趋势下，供应链能力助力头部佐餐企业构筑护城河

□ 在B端与C端消费新趋势的推动下，对佐餐企业的食品溯源、工厂自动化、工艺标准化、物流可控性、冷链布局等环节的要求提高，强大的供应链能力助力企业构筑护城河。未来，随着消费者对佐餐卤制食品产品品质要求的提升，弱小企业出清加速，拥有规模化运作能力的、强供应链能力的企业将进一步抢占市场份额，行业市场集中度也将进一步提高。



#### C端消费趋势

C端消费需求呈现年轻化、健康化趋势，年轻群体逐渐成为消费主力



#### B端消费趋势

B端餐饮为满足消费者口味多样化，与佐餐卤制食品行业合作深化，将佐餐卤制食品端上门店餐桌

#### 消费新趋势推动企业多环节强化供应链

##### 食品溯源

佐餐卤制食品原材料种类繁多，在强调食品安全的市场环境下，佐餐卤制食品企业倾向选择实力强大且严格检疫食品原材料的供应商合作

##### 工厂自动化

随着自动化生产理念的普及以及生产技术的不断发展，佐餐卤制食品企业不断升级设备，以自动化生产工厂为企业降本增效

##### 工艺标准化

行业规模企业和连锁品牌为保证高产品生产效率和稳定的产品品质，推行标准化生产工艺，使产品质量和安全更加可控，产品可溯源也让消费者更放心购买

##### 物流可控性

“当日订单，当日生产，当日配送”逐渐成为行业共识，也对企业生产端与门店销售端的协调能力提出更高要求，物流如何与生产基地布局配合，实现对配送半径内各家门店需求的快速响应成为供应链核心要素

##### 冷链布局

佐餐卤制食品多以鲜货卤制品为主，保质期短，从原材料到产成品需要全程冷链配送，对企业的冷链布局要求较高

# Chapter 2

## 中国佐餐卤制食品行业综述

- 2.1 行业定义与分类
- 2.2 行业发展历程
- 2.3 行业分布现状分析



## 2.1 中国佐餐卤制食品行业——定义分类

- 以使用场景划分，卤制品可分为佐餐卤制食品和休闲卤制品，其中佐餐卤制食品具备稳定的消费基础且刚性需求较强，可向下兼容休闲消费场景，近年来保持稳定增长势头

### 中国佐餐卤制食品行业定义分类

#### 中国卤制品按照消费场景分类

#### 中国卤制品分类（按消费场景分类）

##### 佐餐卤制食品

- 佐餐卤制食品通常作为凉菜或配菜食用，是主要在家、餐厅、酒店等餐桌消费场景享用的卤制食品。这类食品通常作为伴酒、下饭菜，通常视为正餐菜肴的子品类。

##### 休闲卤制品

- 休闲卤制品主要用于非正餐食用，消费场景包括社交、出游、办公等。这类食品通常以咸辣为主，口味趋于一致，生产上采取标准化流程，能够更好地实现品牌连锁化经营。

#### 按照产品形态二次分类

① **鲜货食品**：指以散装或者简易包装方式出售的可直接食用的卤制熟食产品，保质期较短，主要通过线下连锁门店销售给终端消费者

紫燕百味鸡

廖记棒棒鸡

② **预包装食品**：保质期相对较长，佐餐卤制食品企业采用锁鲜技术及真空包装技术逐步将鲜货品种复制到包装产品中，提高产品的便携性。

德州扒鸡

煌上煌

① **真空包装休闲卤制品**：采用真空包装，以延长保质期并保持食品的新鲜度

稻香村

② **锁鲜包装休闲卤制品**：采用锁鲜包装，包装中充入氮气，保持食物短期内新鲜。

周黑鸭

③ **裸装休闲卤制品**：没有预先包装，在出售给消费者之前直接进行手工包装。

久久鸭

#### 代表品牌

#### 按原料分类

#### 中国卤制品分类（按原料分类）

##### 禽类卤制品

- 以禽类为原料制作的卤制品

##### 畜类卤制品

- 以畜类为原料制作的卤制品

##### 水产卤制品

- 以水产为原料制作的卤制品

##### 素食卤制品

- 以素食为原料制作的卤制品

#### 按工艺分类

#### 中国卤制品分类（按产品工艺分类）

##### 红卤制品

指在制作卤汤时加入炒过的糖或酱油，卤制品一般呈金黄色或咖啡色

##### 白卤制品

白卤制品为不加糖色卤制的食品，一般呈无色或者本色，如白卤鸡、白卤牛肚

##### 黄卤制品

黄卤制品介于红卤与白卤之间

## 2.2 中国佐餐卤制食品行业——发展历程

新消费群体的涌现和线上渠道的拓展为佐餐卤制食品行业的发展提供了新的机遇，中国佐餐卤制食品行业可分为四个发展阶段：无序扩张期、整顿成长期、规范市场期、繁荣发展期

### 中国佐餐卤制食品行业发展历程

时间	2000年前	2000-2010年	2011年-2020年	2021年-至今
阶段	无序扩张期	整顿成长期	规范市场期	繁荣发展期
发展特征	<ul style="list-style-type: none"> <li>改革开放后，伴随我国工业起步，首先于江浙地区出现较具规模的佐餐卤制食品生产企业，但未形成跨区域量产销售。<b>行业大量参与者为夫妻经营的小作坊式佐餐卤制食品经营主体。</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>企业生产模式由传统作坊向流水线生产过渡。</b></li> <li>行业龙头企业开始出现。该阶段，连锁经营成为行业主流，行业内品牌化趋势明显。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业呈现规模化态势，同时各企业品牌化稳步发展。</li> <li>行业内竞争激烈，企业开始提升管理水平，增加采购、生产和食品安全监管等投资，抢占市场份额。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业中的规模企业在全国范围内积极拓展门店，并进行适应时代的渠道变革。</li> <li>随着新一代消费者的崛起，他们对食品的需求更加多元化、个性化，对佐餐卤制食品的要求更高。佐餐企业愈发重视差异化产品形象建立，从渠道竞争向供应链竞争过渡。</li> </ul>
阶段产品特征	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>地域特色发展：</b>不同地区有各自的卤制特色。如华东地区以甜辣口味的卤制品为主，如卤鸭、卤鹅等；华北地区则更喜欢五香口味的卤制品，川渝地区则以麻辣口味的卤制品著称。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>多样化发展：</b>除了传统的卤制禽类、畜类食品外，现在还有许多其他种类的卤制品，如素食卤制品、水产卤制品等。新品种的推出，满足了不同消费者需求，进一步拓展佐餐卤制食品市场的空间。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>品牌连锁化发展：</b>随着资本的进入和国民消费升级的到来，一些知名的佐餐卤制食品品牌开始崛起。这些品牌通过连锁经营模式，不断扩大市场份额，推动佐餐卤制食品行业的品牌化发展。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>线上销售发展：</b>随着O2O电商渗透率提升和即时物流配送体系的完善，佐餐卤制食品企业大规模通过线上渠道进行销售。这也为佐餐卤制食品行业的发展提供了新的机遇。</li> </ul>
创新点	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>产品口味及食材创新：</b>口味新推出麻辣、酸辣、甜辣等不同的卤制品。食材上推出卤制蔬菜、海鲜等。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>产品形态创新：</b>如卤制肉脯、卤制蛋卷等新产品，以及将卤制品与其他食材搭配出售的组合装产品。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>产品包装创新：</b>采用真空包装和高温杀菌技术，以延长产品的保质期和保持产品的口感。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>产品服务创新：</b>如快捷高效的配送服务，以及定制化的产品和服务，以满足消费者的个性化和即时性需求。</li> </ul>
品牌进入	<ul style="list-style-type: none"> <li>佐餐卤制食品品牌紫燕百味鸡在该阶段成立。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2000年，紫燕百味鸡品牌成立上海紫燕食品有限公司，以佐餐卤制食品为主要业务，以上海为中心向周边区域拓展经销市场。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012年，廖记棒棒鸡成立。</li> <li>2017年，卤江南成立。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>“佐餐卤制食品第一股”紫燕食品在2022年9月在上交所主板上市。</li> </ul>

来源：头豹研究院编辑整理

## 2.3 中国佐餐卤制食品行业——发展现状

- 消费者对于佐餐卤制食品的口味偏好呈现出一定的地域差异，而川渝地区的麻辣鲜香口味受众广泛，并容易形成口味依赖，逐渐风靡全国

### 中国佐餐卤制食品行业分布现状分析



中国各地区的佐餐卤制食品由于消费者偏好不同而存在一定的口味差异。川渝地区麻辣鲜香的口味风靡全国，受众广泛。

- **华东地区**的消费者偏爱甜辣口味的卤制品，如卤鸭、卤鹅等，同时喜欢在卤制品中加入糖、辣椒等调料，以增加口感和风味。代表品牌包括：五香居、留夫鸭等。
- **华北、东北地区**的消费者偏爱五香味和麻辣口味的卤制品，如北京的卤肉、天津的卤蛋等。代表品牌包括：宋大房、一手店等。
- **川渝地区**的麻辣鲜香口味受众广泛，并容易形成口味的依赖，使得川渝地区麻辣鲜香的口味风靡全国，以川渝风味拌菜为主打产品的佐餐卤制食品品牌逐渐发展为全国性企业。代表品牌包括：紫燕百味鸡、廖记棒棒鸡等。
- **广东地区**的卤制品口味则以清淡、鲜美为主，如卤鸡爪、卤猪蹄等。代表品牌包括窑鸡王、吉庆嫂等。

在佐餐卤制食品行业中，各地区的企业需要结合当地的口味特征和消费需求，不断创新和改进生产工艺，推出更加符合当地消费者口味的佐餐卤制食品。同时，随着互联网的普及和物流配送体系的完善，越来越多的企业开始拓展线上渠道，将产品销售到全国各地，进一步推动了佐餐卤制食品行业的区域融合和发展。

# Chapter 3

洞察一：佐餐卤味市场空间增大，  
存量市场兼容休闲场景，增量市  
场需求放量

- 3.1 存量市场分析
- 3.2 增量市场分析
- 3.3 政策端分析
- 3.4 舆论端分析



### 3.1 存量市场——中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析 (1/2)

- 从供应链、消费者特征、终端门店经营三个维度对比看，佐餐卤制食品消费场景逐渐由家庭佐餐向休闲场景渗透，消费的地域差异明显，其产品的食材口味更丰富、工艺流程更繁琐，对供应链的要求更高

#### 中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析

		佐餐卤制食品	休闲卤制食品
供应链	上游原材料种类	多以红肉和整禽为主	以鸡、鸭、素食为主
	上游原材料品类	品类多且全，牛、猪等原材料价格波动较大	品类小而专，禽类原材料供给标准化，集中采购价格较低
	供应链案例	紫燕食品自建冷链配送车队，打造遍布全国的冷链物流网络，实现从工厂到餐桌全程不断链，最大限度延长产品的生命周期	以周黑鸭为代表的休闲卤制品的物流体系，都呈现出批量小、频次高、速度快等特点，要求企业有更完善的仓储物流体系和食品保鲜能力
	代表产品	夫妻肺片、烧鸡、手撕鸡、卤牛肉、猪头肉以及各类素食	鸭脖、鸭翅、凤爪、鸭头、鸭舌、鸭锁骨等
	生产工艺	通常以老汤和香料进行长时间慢卤的传统工艺，配以标准化和高效的现代化生产线	通常会采用现代化的生产工艺和设备，如真空包装、高温杀菌、快速冷却等
	产品定位	作为配菜用于佐餐，并逐步向休闲场景渗透	非正餐食用的休闲食品
消费者特征	消费需求	对营养、健康的要求高，需求较为稳定	非必需品，成瘾性强，需求随消费升级逐步扩大
	核心客群	到店购买的主力人群为有家庭的人，价格敏感度较高；通过外卖购买的人群主要由年轻人构成	以中青年群体为主，价格敏感度较低，偏冲动型消费
	店面选址	多靠近农贸市场、社区商超	多位于人流较旺的地区，如社区、商场、交通枢纽等
终端门店经营模式	人工要求	较高，需负责切割、配菜、调味、搅拌、称重等	较低，通常以定量装形式售卖
	区域属性	较强，个体工商户及区域连锁品牌居多	较弱，规模企业向全国化布局
	人均消费	30-60元	30-45元
	门店坪效	5-15 万元/平米	3-10万元/平米

来源：头豹研究院编辑整理

### 3.1 存量市场——中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析 (2/2)

- 佐餐卤制食品企业的收入结构更加均衡，供给侧的品种相对休闲卤味更加多元化，同时产品更加追求新鲜和营养健康，门槛更高，相应的护城河也更稳固

#### 中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析

产品对标分析

##### 佐餐卤制食品

- 产品定位：**佐餐卤制食品消费具有较强的刚性需求属性，消费频次较高，消费者基数庞大。

##### 营养价值及健康性

- 佐餐卤制食品原材料更为多样，包括整禽、猪肉、牛肉、羊肉等众多类别，在营养价值方面较为丰富。

##### 休闲卤制品

- 产品定位：**休闲卤制品作为日常饮食消费产品，具备一定群众基础。

##### 营养价值及健康性

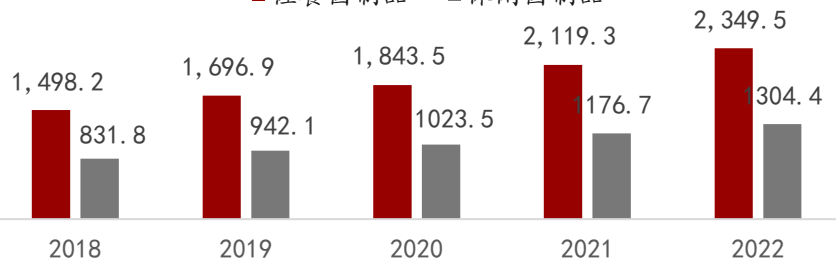
- 休闲卤制食品原材料较为单一，多为鸭副产品、鸡副产品，在营养价值方面相对较低，但为了迎合消费者的健康需求，现在很多休闲卤制食品品牌也开始注重产品的营养搭配和健康性。

行业对标分析

#### 中国佐餐卤制食品和休闲卤制品行业规模，2018-2022

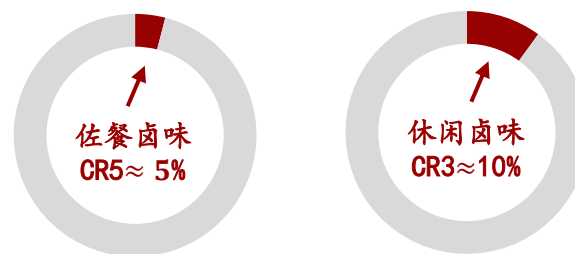
【单位：亿元】

■ 佐餐卤制品 ■ 休闲卤制品



#### 中国佐餐卤制食品和休闲卤制品行业集中度，2022

【单位：百分比】



随着消费者需求升级及市场竞争加剧，佐餐卤味行业进一步出清，市场集中度呈上升趋势，具备产品优势和规模化能力的全国性佐餐卤味品牌逐渐抢占市场，通过提高产品质量和服务水平、创新产品形态和口味等手段来提升市场竞争力，并逐渐向休闲卤味市场渗透。

总结

- 由于佐餐卤制食品的口味和营养价值得到越来越多消费者的认可，其市场前景更加广阔。此外，随着中式快餐和外卖市场的快速发展，佐餐卤制食品的市场份额也将得到进一步提升。
- 从佐餐卤制品和休闲卤制品的市占率差异来看，目前佐餐卤制食品市场集中度更低，对于具备产品创新能力和供应链把控能力的企业来说，未来市占率增长想象空间更大。

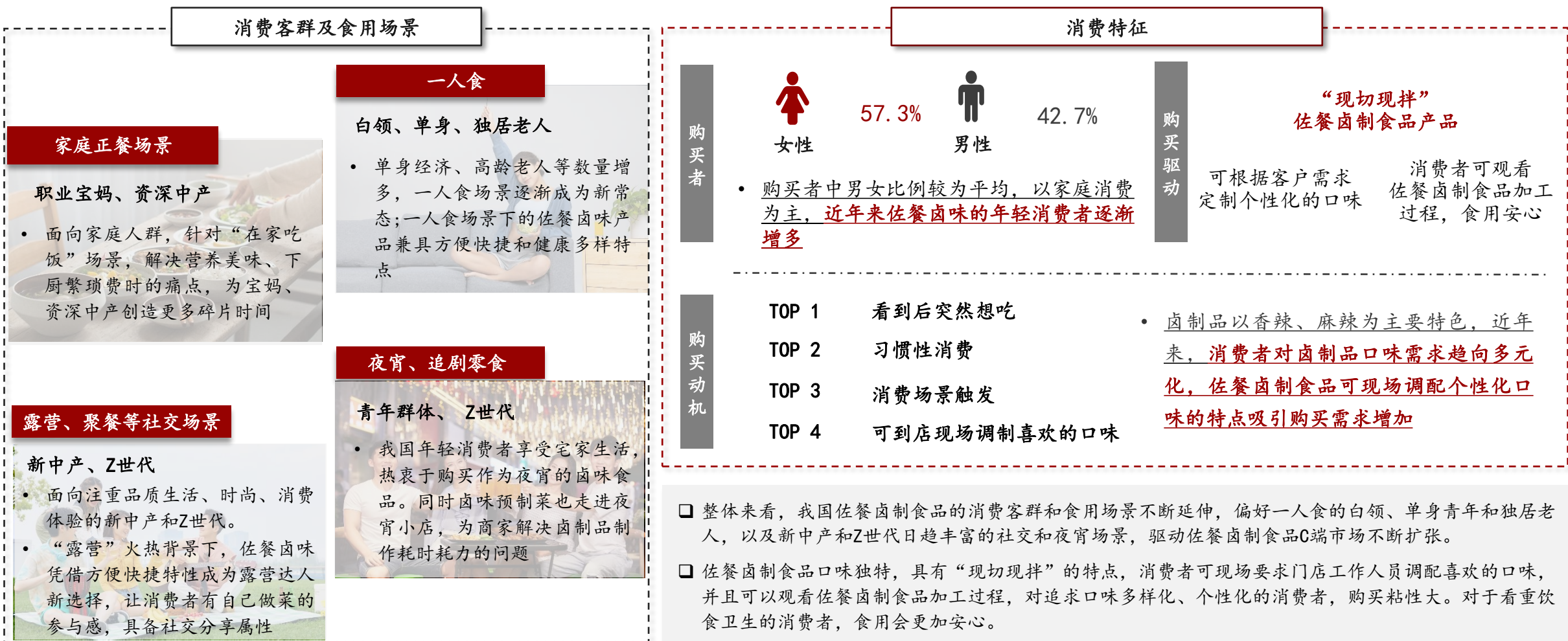
佐餐卤味的口味和特点可以满足休闲场景下的消费者需求，降维兼容休闲场景，佐餐卤味品牌具备更多的市场机会和发展空间



## 3.2 增量市场——C端需求分析

- 佐餐卤制食品的消费客群与消费场景日趋多元化。佐餐卤制食品具有“现切现拌”、可现场根据客户需求调配口味的特点，对追求个性化口味的消费者购买粘性极大

### 中国佐餐卤制食品需求端分析



来源：微播易、头豹研究院编辑整理

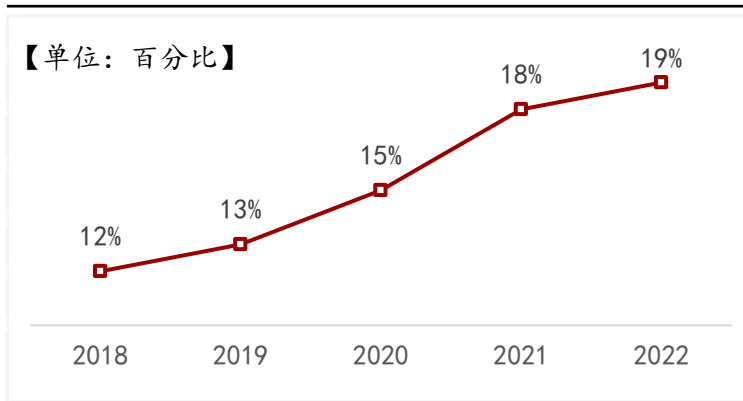
### 3.2 增量市场——B端需求分析

- 中国预制菜行业B端市场规模持续增长，其中以佐餐卤味为代表的即食类产品具备冷鲜、口味丰富和即时零售属性，符合消费者对于食品安全、口味多样化、出餐便捷的刚性需求，渗透率提升空间广阔

#### 中国预制菜行业B端市场发展对佐餐卤味行业驱动因素分析

- 预制菜在新的时代发展背景下已成为餐饮企业“降本增效”的关键工具，从B端到C端的发展历程也彰显了行业的发展潜力。
- 美团数据显示，2018-2022年我国餐饮连锁化率持续上升，2022年已达到19%，餐饮市场连锁化进程不断加快，对菜品的标准化提出了更高要求，**餐饮连锁化率提升增加了对预制菜的需求**。其中，小型连锁餐饮企业为预制菜发展提供了较大空间。**小型连锁企业由于资金或规模限制较难通过自建中央厨房获得更高的经济性，为预制菜的发展提供了较大的空间。**

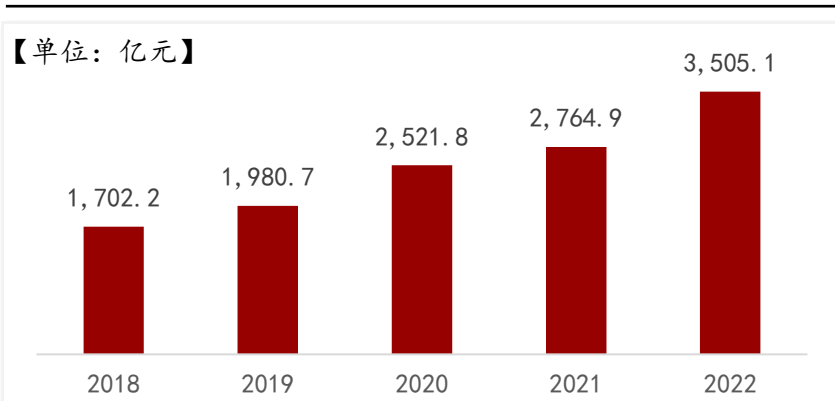
中国餐饮连锁化率, 2018-2022



来源：中国连锁经营协会、头豹研究院编辑整理

中国预制菜产品品类划分	分类	示例	描述	
	即食食品		无需任何额外准备、加热或烹饪打开包装即可食用的产品，佐餐卤味为代表性产品	一般为常温、冷鲜包装
	即热食品		需微波炉等加热方可食用的成品食品，口味丰富	一般为冷冻、冷藏、常温包装，食品添加剂成分较多
	即烹食品		已初步深加工，按份分装冷藏或常温保存的食材及必需的调味品可立即入锅调理的原料食品	一般为冷冻包装，食品添加剂成分较多
	即配食品		新鲜食材经过筛选、清洗、去皮、分切等简单预加工，按份分装的半成品生料需自行烹饪与调味	一般为冷鲜包装，保质期1-3天

中国预制菜行业B端市场规模, 2018-2022



- 2022年，中国预制菜行业B端市场规模达3,505.1亿元，且近年来呈持续上涨趋势。
- 分品类看，即烹和即配类产品为目前餐饮场景主要产品品类，而以佐餐卤味为代表的即食类产品具备的冷鲜、口味丰富和即时零售属性，更符合消费者对于食品安全、口味多样化、出餐便捷的刚性需求趋势，渗透率提升空间广阔。

### 3.2 增量市场——供给端分析

- 冷链物流及新技术的不断发展增强了佐餐卤制食品企业跨区域运输的能力，规模企业的跨区域经营模式有效加强生产及销售效率，推动行业规模企业进一步扩容

#### 中国佐餐卤制食品供给端分析

##### 规模、连锁企业跨区域经营模式

##### 传统小作坊经营模式

##### 跨区域经营模式

##### 原材料采购

- 原材料采购地域性较强，采购品类相对较少
- 以规模化采购为主，采购品类丰富，原材料品质管控及议价能力较强

##### 供应链特点

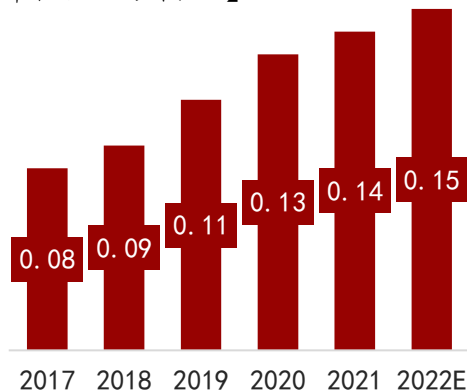
- 多为单店经营模式或区域小型连锁企业，运输半径一般覆盖市一级局部范围
- 通过自营或委托第三方运输的方式，与第三方合作构建“工厂冷库-配送冷车-门店冷柜”的全程冷链配送体系，在大多数城市均实现日配或隔日配送

##### 销售特点

- 就近销售给当地农贸市场以及自设门店、自设摊贩等，弱品牌力
- 产品销售突破区域限制，销售渠道多样，可通过线下门店、商超以及线上电商拼团等渠道实现销售，强品牌力

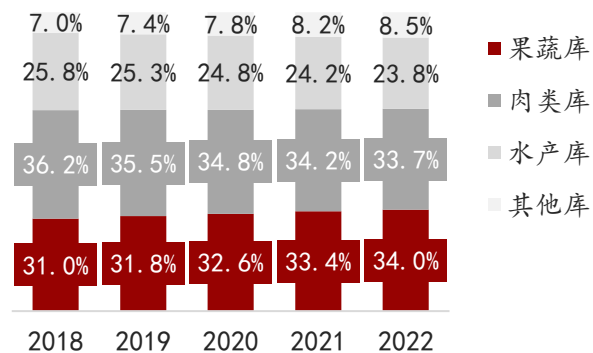
#### 中国人均冷库容量, 2017-2022E

【单位：立方米/人】



#### 中国冷库分类占比, 2018-2022

【单位：百分比】



- 我国人均冷库容量持续增长。2022年，我国冷库容量将达0.15立方米/人，十年间实现将近翻两番增长。
- 完善的供应链建设能够稳定佐餐卤味产能和终端价格，降低运输成本，达到及时配送及实现柔性化生产目的。冷链物流的发展有效扩大了佐餐卤制食品的配送范围，提升了产品的配送效率，推动佐餐卤制食品规模企业设立集中生产工厂，降低鲜货卤制产品单位生产成本和运输成本，加强了卤制食品企业跨区域运输的能力，克服了卤制品的区域限制，“中央厨房”式集中化生产将逐渐替代家庭式小作坊，在提高企业生产效率的同时，保障产品质量安全以及稳定较高的品质，推动行业中采用规模化、现代化生产的跨区域经营企业进一步扩容。

### 3.3 政策端分析

- 近年来，国家产业政策及法律法规的不断出台推动卤制食品安全质量的提升，同时持续加大市场管理和处罚力度，大量小作坊企业因卫生及质量问题退出市场，为区域性、全国性经营的规模企业提供发展空间

#### 中国佐餐卤制食品政策端分析

时间	政策	相关内容
2023.07	《国家发改委发布关于恢复和扩大消费措施的通知》	□ 培育'种养殖基地+中央厨房+冷链物流+餐饮门店'模式，挖掘预制菜市场潜力，加快推进预制菜基地建设，充分体现安全、营养、健康的原则，提升餐饮质量和配送标准化水平。
2023.02	《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	□ “提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平”，要求“培育发展预制菜产业”。该政策利好不止于方向指导，还在于和乡村振兴战略深度链接，以及可能带来的产业支持。
2022.09	《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》	□ 健全企业责任体系。食品生产经营企业要建立健全食品安全管理制度，落实食品安全责任制。企业要支持和保障食品安全，食品安全员依法开展食品安全管理工作。
2021.03	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年（2021-2025年）规划和2035年远景目标纲要》	□ 大力发展绿色食品产业，支持绿色食品等重大项目建设，完善食品药品质量安全追溯体系；食品制造产业加快越向万亿级，壮大绿色食品产业链，形成具有竞争力的万亿级产业集。
2021.01	《食品生产企业农产品深加工典型模式培育和推广办法》（征求意见稿）	□ 力争用3年左右时间培育和推广一批食品生产企业农产品深加工典型模式，在主要食用农产品原料品种、食品工业主要行业类别和全国各省级行政区域3个维度实现全覆盖。
2020.01	《食品生产许可管理办法》	□ 食品生产企业实行一企一证，食品药品监管部门按照食品风险程度对食品生产实施分类许可；省级以上地方食品药品监管部门负责本行政区内的食品生产许可监管工作。

- 近年来，我国食品安全国家产业政策及法律法规不断出台，**推动卤制食品安全质量提升与市场规范**，持续加大市场管理和处罚力度，强化对市场上不合格小作坊企业、不合格产品和假冒伪劣产品的清理和打击，加速质量管理体系建设，提高全行业的产品质量水平。随着我国食品卫生安全标准进一步提高，大量小作坊企业食品卫生和质量安全会因难以达到国家标准而被迫退出市场，**推动区域性、全国性经营的规模企业扩大市场份额，促进行业的良性发展。**

### 3.4 舆论端分析

- 预制菜市场将加速建立统一的产品标准体系、认证体系、溯源体系等有效管理机制，即食类和即配类预制菜的冷鲜属性和“配料表干净”属性更易被市场和消费者接受，相关产品在预制菜市场的增速将显著提升

#### 预制菜舆论风波对佐餐卤制食品行业影响分析

##### 社会舆论与争议点

###### 学校食堂用预制菜,惨遭家长怒怼,学校:全面下架预制菜



2023年9月22日 近日,湖南怀化沅陵县辰州中学的食堂在使用预制菜问题上引发了广泛关注和争议。一位家长在家长会上怒斥学校,称小孩子的健康都没有了,还读什么书。学校随后表示将全面下架预制菜和...

独角戏中意

###### 预制菜进校园遭抵制,江苏省采取严厉措施:咋解决预制菜信任...



2023年9月21日 在这种情况下,如果强行将预制菜引入学校,不仅会引起学生家长们的强烈反对,而且还会引发一系列的连锁反应,包括但不限于食物质量问题的增多、学校声誉受损、甚至对未来餐饮行业发展...

璐璐说点事

###### 家长怒斥预制菜“连健康都没有了,还读什么书?”教育部终于...



2023年9月25日 家长们的焦急与愤怒可以想象,甚至有家长激动地质问:“连健康都没有了,还读什么书?”事件的发酵使得怀化这所中学做出决策,停止供应所有预制菜。面对这样的舆论风波,有些人仍然...

洞鉴财经

##### 受安全性、添加剂等方面的担忧,预制菜(预制食材)正处于风口浪尖之上



- 速冻食品
- 隔夜菜
- 防腐剂添加
- 色素添加
- 含盐含油量高
- 口感不佳
- 劣质食材
- 劣质料理包

##### 现状分析



- 关于预制菜肴的定义,政策端相关部委处于征求意见阶段,目前讨论的要点有:第一,防腐剂的使用与规范;第二,是否使用冷冻食材;第三,是否用半成品菜肴。



- 预制菜本身具备:出品稳定、食品安全可控、成本控制、菜品多样性等优势,其技术与食品安全性也达标,只是在监管机制还没有完全成熟的情况下,部分生产企业降低“标准”以及材料的不公开透明导致家长对此产生恐惧心理。



- 从具体品类来看,舆论关注点集中在速冻半成品及料理包预制菜品类,主要涉及冷冻类食材的营养流失问题、保质期较长引发的对食品添加剂含量过高的担忧、生产过程中食材的安全性等。

##### 机遇预判

- 因此,预制菜赛道会加速出台规范政策,相关品类覆盖会进一步收窄。不同使用场景及消费群体对应的预制菜产品应有不同等级的规范要求。随着政策端的规范,预制菜市场渗透率有望进一步提升。

- 预制菜不应和“打包菜、隔夜菜”划等号,产品应兼顾安全性和营养性,减少化学防腐剂、合成色素和食品添加剂的使用,建立从采购到工厂到餐桌的全供应链数据追溯及标准化体系。因此,预制菜行业将进一步出清,利好规模化和具备全供应链可溯源能力的头部企业。

- 因此,相较于即热和即烹类预制菜产品保质期较长带来的食材健康和食品安全隐患,即食类和即配类预制菜的冷鲜属性和“配料表干净”属性更易被市场和消费者接受,加之佐餐类产品口味丰富,预计佐餐卤味产品在预制菜市场的增速将显著提升。

# Chapter 4

洞察二：连锁品牌市场空间增大，  
市场集中度进一步上升，兼容小  
作坊份额

- 4.1 行业市场集中度分析
- 4.2 行业主要参与企业分析
- 4.3 行业投融资环境及动态热点追踪



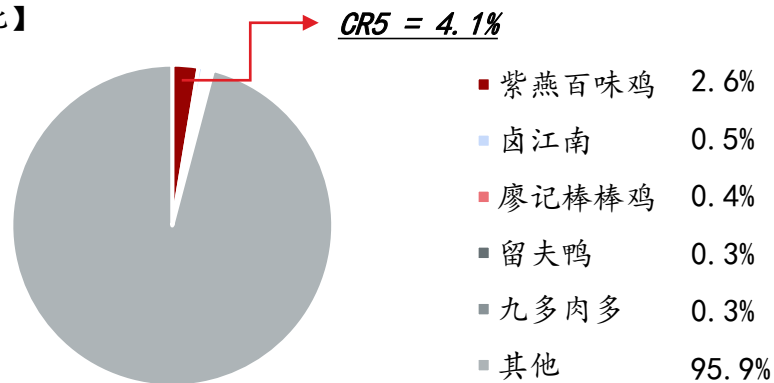
## 4.1 中国佐餐卤制食品行业——市场集中度分析

- 中国佐餐卤制食品行业的市场竞争集中度较低，但是从2020年起到2022年市场集中度不断上升，同时市场中的新进入者数量攀升，新进入者中包括休闲卤味企业和其他食品加工企业，预计未来市场竞争将加剧

### 中国佐餐卤制食品市场集中度分析

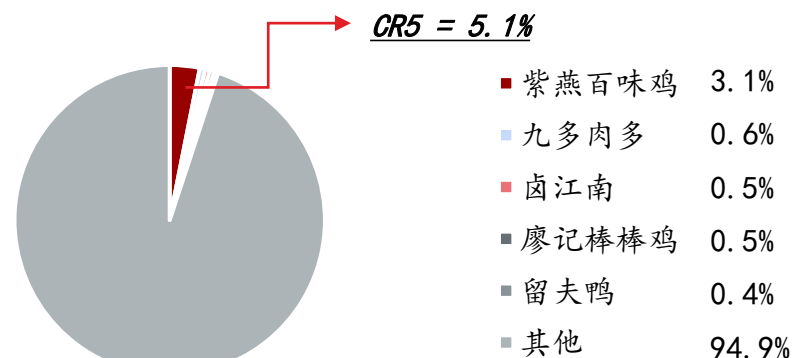
2020年中国佐餐卤味市场集中度

【单位：百分比】



2022年中国佐餐卤味市场集中度

【单位：百分比】



□ 整体来看，中国佐餐卤制食品市场较为分散，头部企业包括紫燕百味鸡、卤江南、廖记棒棒鸡、留夫鸭、九多肉多等。

□ 市场集中度从2020年到2022年不断上升，市场中五家头部企业的市场集中度从2020年的4.1%上涨至2022年的5.1%。

□ 由于中国佐餐卤制食品行业前景广阔，新进入市场中的参与者不断增多，未来佐餐卤味市场的竞争将会更加激烈。佐餐卤制食品行业虽然发展多年，仍存在许多小型、非品牌化的生产商占据大量市场份额的情况。然而，随着消费者对佐餐卤制食品的需求增加和消费观念的转变，佐餐卤制食品行业的繁荣度不断提高，吸引了更多的规模以上企业和新兴企业的参与。同时，一些主要生产休闲卤制食品的企业也开始尝试进入佐餐卤制食品领域，进一步显示了佐餐卤制食品市场的吸引力和广阔前景。

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/668063050047006023>