

# 中国在家吃饭餐食产品行业现状深度研究与投资 前景预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国在家吃饭餐食产品行业现状深度研究与投资前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202312/681998.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

### 1、在家吃饭餐食产品概述

在家做饭的新鲜食材需经过买菜、备菜及烹饪调味的过程，城市居民生活繁忙节奏快可能没有足够时间；外卖虽然不用开火做饭，但配送时间可能影响新鲜度、温度、味道，部分消费者对配料/调料/食油有更高的要求等。

为解决以上两种方式存在的痛点，优质在家吃饭餐食产品可有效消除消费者对做饭时间效率、新鲜度、卫生、保存味道、监控调味料/食油份量等方面的担忧。在家吃饭餐食产品是指为提高日常在家烹饪场景中的烹饪效率而向消费者提供的即食食品、即热食品、即烹食品、即配食材等四类。

在家吃饭餐食产品的细分类别

类别

定义

代表产品

即食食品

预先做好及包装好的食品，无需进一步准备或烹调即可食用。

罐头食品、包装卤制食品、包装好的色拉等。

即热食品

预先做好的食品，食用前只需通过微波炉、烤箱、煮、蒸等方法加热即可。

方便食品（方便面条及米饭、自热食品）、冷冻食品（冷冻面条及米饭、冷冻肉类、冷冻海鲜）、蒸煮包/调味包等。

即烹食品

预先切割、调味及混合或甚至深加工（即油炸、烧烤）以供烹饪的半成品食材。

方便菜半成品、油炸烧烤类（调味牛排、炸鸡、香肠、培根）、豆制品等。

即配食材

经过初步加工包括清洗、切割等的烹饪原材料。

切碎的蔬菜、新鲜生肉片和海鲜等。

资料来源：观研天下整理

### 2、在家吃饭餐食产品市场规模不断扩大，2027年将超过9400亿元

随着社会节奏加快，越来越多的上班族、学生党等倾向于追求方便、无需复杂烹饪技巧、更高烹饪效率、在家备餐多样化的在家吃饭餐食产品，其市场规模近年来一直保持增长趋势。

根据数据显示，2022年，我国在家吃饭餐食产品市场规模达367.3亿元，预计2027年将达9400亿元，2022-2027年的CAGR达20.7%，并且有望成为在家吃饭市场中增长最快的分部，市场份额占比达13.2%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

### 3、在家吃饭餐食产品原材料价格总体呈上升趋势

在家吃饭餐食产品原材料主要是牛肉、羊肉、猪肉、蔬菜等。2016-2022年，我国在家吃饭餐食产品原材料价格总体呈上升趋势，其中2019-2020年猪肉、蔬菜价格受非洲猪瘟、疫情防控影响大幅上涨，在2022年有所回落。根据数据显示，2022年，我国牛肉平均批发价每公斤77.6元，羊肉的平均批发价每公斤人民币68.6元，猪肉价格每公斤25.8元，28种蔬菜的平均批发价4.90元/公斤。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

### 4、在家吃饭餐食产品行业竞争格局分散，市场集中度低

在市场竞争方面，按2022年在家吃饭餐食产品零售额计，CR5为11.1%，行业集中度低，市场竞争格局分散。其中，锅圈食品市场份额占比最高，位居行业第一，2022年销售111亿元，占据3.0%的市场份额；其次是高金零售，2022年销售101亿元，市场份额2.7%；永辉超市位居第五，2022年销售42亿元，市场份额1.1%。

数据来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国在家吃饭餐食产品行业现状深度研究与投资前景预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国在家吃饭餐食产品行业发展概述

#### 第一节 在家吃饭餐食产品行业发展情况概述

- 一、在家吃饭餐食产品行业相关定义
- 二、在家吃饭餐食产品特点分析
- 三、在家吃饭餐食产品行业基本情况介绍
- 四、在家吃饭餐食产品行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、在家吃饭餐食产品行业需求主体分析

#### 第二节 中国在家吃饭餐食产品行业生命周期分析

- 一、在家吃饭餐食产品行业生命周期理论概述
- 二、在家吃饭餐食产品行业所属的生命周期分析

#### 第三节 在家吃饭餐食产品行业经济指标分析

- 一、在家吃饭餐食产品行业的赢利性分析
- 二、在家吃饭餐食产品行业的经济周期分析
- 三、在家吃饭餐食产品行业附加值的提升空间分析

### 第二章 2019-2023年全球在家吃饭餐食产品行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球在家吃饭餐食产品行业发展历程回顾

#### 第二节 全球在家吃饭餐食产品行业市场规模与区域分布情况

#### 第三节 亚洲在家吃饭餐食产品行业地区市场分析

- 一、亚洲在家吃饭餐食产品行业市场现状分析
- 二、亚洲在家吃饭餐食产品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲在家吃饭餐食产品行业市场前景分析

#### 第四节 北美在家吃饭餐食产品行业地区市场分析

- 一、北美在家吃饭餐食产品行业市场现状分析
- 二、北美在家吃饭餐食产品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美在家吃饭餐食产品行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲在家吃饭餐食产品行业地区市场分析

- 一、欧洲在家吃饭餐食产品行业市场现状分析
- 二、欧洲在家吃饭餐食产品行业市场规模与市场需求分析

### 三、欧洲在家吃饭餐食产品行业市场前景分析

#### 第六节 2024-2031年世界在家吃饭餐食产品行业分布走势预测

#### 第七节 2024-2031年全球在家吃饭餐食产品行业市场规模预测

### 第三章 中国在家吃饭餐食产品行业产业发展环境分析

#### 第一节我国宏观经济环境分析

#### 第二节我国宏观经济环境对在家吃饭餐食产品行业的影响分析

#### 第三节中国在家吃饭餐食产品行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

##### 三、主要行业标准

#### 第四节政策环境对在家吃饭餐食产品行业的影响分析

#### 第五节中国在家吃饭餐食产品行业产业社会环境分析

### 第四章 中国在家吃饭餐食产品行业运行情况

#### 第一节中国在家吃饭餐食产品行业发展状况情况介绍

##### 一、行业发展历程回顾

##### 二、行业创新情况分析

##### 三、行业发展特点分析

#### 第二节中国在家吃饭餐食产品行业市场规模分析

##### 一、影响中国在家吃饭餐食产品行业市场规模的因素

##### 二、中国在家吃饭餐食产品行业市场规模

##### 三、中国在家吃饭餐食产品行业市场规模解析

#### 第三节中国在家吃饭餐食产品行业供应情况分析

##### 一、中国在家吃饭餐食产品行业供应规模

##### 二、中国在家吃饭餐食产品行业供应特点

#### 第四节中国在家吃饭餐食产品行业需求情况分析

##### 一、中国在家吃饭餐食产品行业需求规模

##### 二、中国在家吃饭餐食产品行业需求特点

#### 第五节中国在家吃饭餐食产品行业供需平衡分析

### 第五章 中国在家吃饭餐食产品行业产业链和细分市场分析

#### 第一节中国在家吃饭餐食产品行业产业链综述

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、产业链运行机制

### 三、在家吃饭餐食产品行业产业链图解

#### 第二节中国在家吃饭餐食产品行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对在家吃饭餐食产品行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对在家吃饭餐食产品行业的影响分析

#### 第三节我国在家吃饭餐食产品行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国在家吃饭餐食产品行业市场竞争分析

### 第一节中国在家吃饭餐食产品行业竞争现状分析

- 一、中国在家吃饭餐食产品行业竞争格局分析
- 二、中国在家吃饭餐食产品行业主要品牌分析

### 第二节中国在家吃饭餐食产品行业集中度分析

- 一、中国在家吃饭餐食产品行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国在家吃饭餐食产品行业市场集中度分析

### 第三节中国在家吃饭餐食产品行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国在家吃饭餐食产品行业模型分析

### 第一节中国在家吃饭餐食产品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国在家吃饭餐食产品行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国在家吃饭餐食产品行业SWOT分析结论

第三节中国在家吃饭餐食产品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国在家吃饭餐食产品行业需求特点与动态分析

第一节中国在家吃饭餐食产品行业市场动态情况

第二节中国在家吃饭餐食产品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节在家吃饭餐食产品行业成本结构分析

第四节在家吃饭餐食产品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国在家吃饭餐食产品行业价格现状分析

第六节中国在家吃饭餐食产品行业平均价格走势预测

一、中国在家吃饭餐食产品行业平均价格趋势分析

二、中国在家吃饭餐食产品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国在家吃饭餐食产品行业所属行业运行数据监测

第一节中国在家吃饭餐食产品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国在家吃饭餐食产品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

### 三、负债分析

### 四、利润规模分析

### 五、产值分析

## 第三节中国在家吃饭餐食产品行业所属行业财务指标分析

### 一、行业盈利能力分析

### 二、行业偿债能力分析

### 三、行业营运能力分析

### 四、行业发展能力分析

## 第十章 2019-2023年中国在家吃饭餐食产品行业区域市场现状分析

### 第一节中国在家吃饭餐食产品行业区域市场规模分析

#### 一、影响在家吃饭餐食产品行业区域市场分布的因素

#### 二、中国在家吃饭餐食产品行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区在家吃饭餐食产品行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区在家吃饭餐食产品行业市场分析

##### (1) 华东地区在家吃饭餐食产品行业市场规模

##### (2) 华南地区在家吃饭餐食产品行业市场现状

##### (3) 华东地区在家吃饭餐食产品行业市场规模预测

### 第三节华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区在家吃饭餐食产品行业市场分析

##### (1) 华中地区在家吃饭餐食产品行业市场规模

##### (2) 华中地区在家吃饭餐食产品行业市场现状

##### (3) 华中地区在家吃饭餐食产品行业市场规模预测

### 第四节华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区在家吃饭餐食产品行业市场分析

##### (1) 华南地区在家吃饭餐食产品行业市场规模

##### (2) 华南地区在家吃饭餐食产品行业市场现状

##### (3) 华南地区在家吃饭餐食产品行业市场规模预测

### 第五节华北地区在家吃饭餐食产品行业市场分析

## 一、华北地区概述

## 二、华北地区经济环境分析

## 三、华北地区在家吃饭餐食产品行业市场分析

### (1) 华北地区在家吃饭餐食产品行业市场规模

### (2) 华北地区在家吃饭餐食产品行业市场现状

### (3) 华北地区在家吃饭餐食产品行业市场规模预测

## 第六节 东北地区市场分析

## 一、东北地区概述

## 二、东北地区经济环境分析

## 三、东北地区在家吃饭餐食产品行业市场分析

### (1) 东北地区在家吃饭餐食产品行业市场规模

### (2) 东北地区在家吃饭餐食产品行业市场现状

### (3) 东北地区在家吃饭餐食产品行业市场规模预测

## 第七节 西南地区市场分析

## 一、西南地区概述

## 二、西南地区经济环境分析

## 三、西南地区在家吃饭餐食产品行业市场分析

### (1) 西南地区在家吃饭餐食产品行业市场规模

### (2) 西南地区在家吃饭餐食产品行业市场现状

### (3) 西南地区在家吃饭餐食产品行业市场规模预测

## 第八节 西北地区市场分析

## 一、西北地区概述

## 二、西北地区经济环境分析

## 三、西北地区在家吃饭餐食产品行业市场分析

### (1) 西北地区在家吃饭餐食产品行业市场规模

### (2) 西北地区在家吃饭餐食产品行业市场现状

### (3) 西北地区在家吃饭餐食产品行业市场规模预测

## 第十一章 在家吃饭餐食产品行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

#### 第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

#### 第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第十二章 2024-2031年中国在家吃饭餐食产品行业发展前景分析与预测

#### 第一节中国在家吃饭餐食产品行业未来发展前景分析

- 一、在家吃饭餐食产品行业国内投资环境分析
- 二、中国在家吃饭餐食产品行业市场机会分析
- 三、中国在家吃饭餐食产品行业投资增速预测

#### 第二节中国在家吃饭餐食产品行业未来发展趋势预测

#### 第三节中国在家吃饭餐食产品行业规模发展预测

- 一、中国在家吃饭餐食产品行业市场规模预测
- 二、中国在家吃饭餐食产品行业市场规模增速预测
- 三、中国在家吃饭餐食产品行业产值规模预测
- 四、中国在家吃饭餐食产品行业产值增速预测
- 五、中国在家吃饭餐食产品行业供需情况预测

#### 第四节中国在家吃饭餐食产品行业盈利走势预测

### 第十三章 2024-2031年中国在家吃饭餐食产品行业进入壁垒与投资风险分析

#### 第一节中国在家吃饭餐食产品行业进入壁垒分析

- 一、在家吃饭餐食产品行业资金壁垒分析
- 二、在家吃饭餐食产品行业技术壁垒分析
- 三、在家吃饭餐食产品行业人才壁垒分析
- 四、在家吃饭餐食产品行业品牌壁垒分析

## 五、在家吃饭餐食产品行业其他壁垒分析

### 第二节在家吃饭餐食产品行业风险分析

#### 一、在家吃饭餐食产品行业宏观环境风险

#### 二、在家吃饭餐食产品行业技术风险

#### 三、在家吃饭餐食产品行业竞争风险

#### 四、在家吃饭餐食产品行业其他风险

### 第三节中国在家吃饭餐食产品行业存在的问题

### 第四节中国在家吃饭餐食产品行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2024-2031年中国在家吃饭餐食产品行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国在家吃饭餐食产品行业研究综述

#### 一、行业投资价值

#### 二、行业风险评估

### 第二节中国在家吃饭餐食产品行业进入策略分析

#### 一、行业目标客户群体

#### 二、细分市场选择

#### 三、区域市场的选择

### 第三节在家吃饭餐食产品行业营销策略分析

#### 一、在家吃饭餐食产品行业产品策略

#### 二、在家吃饭餐食产品行业定价策略

#### 三、在家吃饭餐食产品行业渠道策略

#### 四、在家吃饭餐食产品行业促销策略

### 第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202312/681998.html>