

中国肉禽类预制菜行业现状深度研究与投资前景 分析报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国肉禽类预制菜行业现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029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/202210/614935.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

肉禽类可分为畜肉和禽肉两种。其中畜肉包括猪肉、牛肉、羊肉和兔肉等,禽肉包括鸡肉、鸭肉和鹅肉等。

从产业链来看,我国肉禽类预制菜上游为原材料供应商,包括禽畜肉、调味品、及包装等行业;下游则分为B端与C端,其中B端主要有连锁餐饮、乡厨、团餐食堂、酒店宴席、开放式社餐外卖等渠道领域,C端主要有大型连锁超市、农批市场、生鲜超市、电商平台等渠道领域。

资料来源:观研天下整理

一、上游产业

1、禽畜肉

(1) 猪肉

猪肉是国人最主要的动物蛋白来源,约占国人年均肉类消费量的60%。2021年以来,随着前期稳产保供各项政策措施成效进一步显现,新增、改扩建养殖场生猪产能持续释放,生猪生产快速恢复。到2021年末,我国生猪存栏量已基本恢复至常年状态的90%以上。2022年一季度末我国生猪存栏 42253 万头,同比增加1.58%。2021年全年共产猪肉5296万吨,同比增加38%。

数据来源:国家统计局,观研天下整理

资料来源:观研天下整理

(2) 牛肉

牛肉属于肉类食品,是世界第三大肉类消耗品,是指从牛身上获得的肉。牛肉含有丰富的蛋白质,氨基酸组成比猪肉更接近人体需要,能提高机体抗病能力,对生长发育及手术后、病后调养的人在补充失血和修复组织等方面特别适宜。寒冬食牛肉,有暖胃作用,为寒冬补益佳品。适用于中气下陷、气短体虚,筋骨酸软和贫血久病及面黄目眩之人食用。

肉牛产业是我国畜牧业的重要组成部分。自2010年我国国肉牛存栏量跌破1亿头以来,我国肉牛存栏量整体较为平稳,维持在9000万头上下波动。据国家统计局统计数据显示,2021年末我国牛存栏量达9817万头,同比增长2.7%。

数据来源:国家统计局,观研天下整理

不同与存栏量,受下游消费市场需求量的增长,我国肉牛出栏量呈现稳步增长态势。据国家

统计局统计数据显示，2021年全国肉牛出栏量达4707万头，较2020年增加142万头，增长3.1%，创近八年新高。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

产量方面，近年来随着我国经济的不断发展和消费水平的提高，牛肉产量整体上处于增长趋势。据国家统计局数据，2021年中国牛肉产量达698万吨，较2020年增加25.55万吨，同比增长3.8%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

（3）鸡肉

鸡肉指鸡身上的肉。鸡肉不但适于热炒、炖汤，而且是比较适合冷食的肉类。鸡肉对、畏寒怕冷、乏力疲劳、贫血、虚弱等有很好的食疗作用。医学认为，鸡肉有温中益气、补虚填精、胃、活血脉、强筋骨的功效。

数据显示，2021年中国肉鸡生产量为1470万吨，比2020年增长10.68%；消费量为1503万吨，比2020年减少18.1万吨，同比下降1.19%。

数据来源：USDA，观研天下整理

2、调味品

调味品是指能增加菜肴的色、香、味，促进食欲，有益于人体健康的辅助食品，广泛运用到饮食的各个领域。我国的调味品种类繁多，分类多样。按照商品性质可分为酿造类、腌菜类、鲜菜类、干货类、水产类等，按照成品形状可分为酱品类、酱油类、汁水类、味粉类、固体类，按照呈味感觉可分为咸味、甜味、苦味、辣味、酸味、鲜味、香味等，按照成分可分为单一和复合调味品。

近年来，随着我国居民消费水平不断提高，我国调味品市场规模呈增长趋势。数据显示，2021年我国调味品市场规模为4594亿元，同比增长16.3%；预计2022年我国调味品市场规模为5133亿元，同比增长11.7%；2023年这一市场规模将达到5923亿元左右。

数据来源：观研天下整理

二、中游产业

近年来随着居民可支配收入上升，饮食结构由温饱型消费转向膳食平衡型消费，对肉类的需求呈现上升趋势，并在消费者追求便利化用餐的趋势下，肉禽类预制菜迎来发展契机，使得我国肉禽预制菜行业规模呈现较为快速的增长趋势。数据显示，2021年中国肉禽预制菜行业规模为977亿元，同比增长17.8%；预计2022年我国肉禽预制菜行业规模1224亿元，同比增长25.3%；2023年我国肉禽预制菜行业规模1544亿元，同比增长26.1%。

数据来源：观研天下整理

企业注册数量逐年递增。到2021年受疫情影响，企业注册出现大幅下降。但预计随着疫情加速催化预制菜行业的发展，预制菜市场发展潜力逐步释放，行业参与者增多，从而加剧市场竞争。数据显示，2020年我国预制菜企业注册数量从2011年的54家增加到了998家，2021年下降到330家。

数据来源：观研天下整理

三、下游

肉禽预制菜产业链下游主要分为B端与C端。其中B端企业预制菜需求量巨大，且客户粘性相对较高，主要有开放式社餐、外卖、连锁餐饮、团餐食堂、酒店宴席等领域。

近年来随着居民收支的不断提升，我国餐饮市场一直健康成长，保持着快速增长，对国民经济的贡献日益凸显。虽然2020年受疫情的影响，餐饮市场规模明显下降，收入规模为39527亿元，较2019年下降15.4%。但随着抗疫的常态化运作，我国餐饮业已打磨出自身的“内功”。2021年我国餐饮业呈现出向上发展的态势。数据显示，2021年全国餐饮行业规模为46895亿元，同比增长18.6%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

但与此同时，餐饮行业人工、房租也在不断上涨。在此环境下，越来越多的餐饮企业通过布局中央厨房或者与预制菜生产企业合作引入预制菜。

从C端市场来看，肉禽类预制菜蕴藏巨大的增长潜力。一是消费者对于预制食材的价格敏感性弱于专业性较强的B端客户，使得C端的盈利能力较强。二是消费者购买预制菜的主要目的是方便快捷，超六成消费者购买预制菜的次数提升，有相关数据显示，2022年有67.7%的预制菜消费者购买肉禽预制菜次数增多。三是国民消费水平上升，对肉制品的需求不断攀升；四是由于目前C端渗透率很低，前期需要投入较多费用以培育消费者的品牌认知度，预计未来随着消费者习惯的养成，规模效应得以进一步提升净利率水平。

数据来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国肉禽类预制菜行业现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国肉禽类预制菜行业发展概述

第一节 肉禽类预制菜行业发展情况概述

- 一、肉禽类预制菜行业相关定义
- 二、肉禽类预制菜特点分析
- 三、肉禽类预制菜行业基本情况介绍
- 四、肉禽类预制菜行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、肉禽类预制菜行业需求主体分析

第二节 中国肉禽类预制菜行业生命周期分析

- 一、肉禽类预制菜行业生命周期理论概述
- 二、肉禽类预制菜行业所属的生命周期分析

第三节 肉禽类预制菜行业经济指标分析

- 一、肉禽类预制菜行业的赢利性分析
- 二、肉禽类预制菜行业的经济周期分析
- 三、肉禽类预制菜行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球肉禽类预制菜行业市场发展现状分析

第一节全球肉禽类预制菜行业发展历程回顾

第二节全球肉禽类预制菜行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲肉禽类预制菜行业地区市场分析

一、亚洲肉禽类预制菜行业市场现状分析

二、亚洲肉禽类预制菜行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲肉禽类预制菜行业市场前景分析

第四节北美肉禽类预制菜行业地区市场分析

一、北美肉禽类预制菜行业市场现状分析

二、北美肉禽类预制菜行业市场规模与市场需求分析

三、北美肉禽类预制菜行业市场前景分析

第五节欧洲肉禽类预制菜行业地区市场分析

一、欧洲肉禽类预制菜行业市场现状分析

二、欧洲肉禽类预制菜行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲肉禽类预制菜行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界肉禽类预制菜行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球肉禽类预制菜行业市场规模预测

第三章 中国肉禽类预制菜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肉禽类预制菜行业的影响分析

第三节中国肉禽类预制菜行业政策环境分析

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

第四节政策环境对肉禽类预制菜行业的影响分析

第五节中国肉禽类预制菜行业产业社会环境分析

第四章 中国肉禽类预制菜行业运行情况

第一节中国肉禽类预制菜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

第二节中国肉禽类预制菜行业市场规模分析

一、影响中国肉禽类预制菜行业市场规模的因素

二、中国肉禽类预制菜行业市场规模

三、中国肉禽类预制菜行业市场规模解析

第三节中国肉禽类预制菜行业供应情况分析

一、中国肉禽类预制菜行业供应规模

二、中国肉禽类预制菜行业供应特点

第四节中国肉禽类预制菜行业需求情况分析

一、中国肉禽类预制菜行业需求规模

二、中国肉禽类预制菜行业需求特点

第五节中国肉禽类预制菜行业供需平衡分析

第五章 中国肉禽类预制菜行业产业链和细分市场分析

第一节中国肉禽类预制菜行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、肉禽类预制菜行业产业链图解

第二节中国肉禽类预制菜行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对肉禽类预制菜行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对肉禽类预制菜行业的影响分析

第三节我国肉禽类预制菜行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国肉禽类预制菜行业市场竞争分析

第一节中国肉禽类预制菜行业竞争现状分析

一、中国肉禽类预制菜行业竞争格局分析

二、中国肉禽类预制菜行业主要品牌分析

第二节中国肉禽类预制菜行业集中度分析

一、中国肉禽类预制菜行业市场集中度影响因素分析

二、中国肉禽类预制菜行业市场集中度分析

第三节中国肉禽类预制菜行业竞争特征分析

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 2018-2022年中国肉禽类预制菜行业模型分析

第一节中国肉禽类预制菜行业竞争结构分析（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

第二节中国肉禽类预制菜行业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、中国肉禽类预制菜行业SWOT分析结论

第三节中国肉禽类预制菜行业竞争环境分析（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 2018-2022年中国肉禽类预制菜行业需求特点与动态分析

第一节中国肉禽类预制菜行业市场动态情况

第二节中国肉禽类预制菜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

第三节肉禽类预制菜行业成本结构分析

第四节肉禽类预制菜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

第五节中国肉禽类预制菜行业价格现状分析

第六节中国肉禽类预制菜行业平均价格走势预测

一、中国肉禽类预制菜行业平均价格趋势分析

二、中国肉禽类预制菜行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国肉禽类预制菜行业所属行业运行数据监测

第一节中国肉禽类预制菜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

第二节中国肉禽类预制菜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

第三节中国肉禽类预制菜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 2018-2022年中国肉禽类预制菜行业区域市场现状分析

第一节中国肉禽类预制菜行业区域市场规模分析

一、影响肉禽类预制菜行业区域市场分布的因素

二、中国肉禽类预制菜行业区域市场分布

第二节中国华东地区肉禽类预制菜行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区肉禽类预制菜行业市场分析

(1) 华东地区肉禽类预制菜行业市场规模

(2) 华南地区肉禽类预制菜行业市场现状

(3) 华东地区肉禽类预制菜行业市场规模预测

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、华中地区肉禽类预制菜行业市场分析

(1) 华中地区肉禽类预制菜行业市场规模

(2) 华中地区肉禽类预制菜行业市场现状

(3) 华中地区肉禽类预制菜行业市场规模预测

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、华南地区肉禽类预制菜行业市场分析

(1) 华南地区肉禽类预制菜行业市场规模

(2) 华南地区肉禽类预制菜行业市场现状

(3) 华南地区肉禽类预制菜行业市场规模预测

第五节华北地区肉禽类预制菜行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区肉禽类预制菜行业市场分析

(1) 华北地区肉禽类预制菜行业市场规模

(2) 华北地区肉禽类预制菜行业市场现状

(3) 华北地区肉禽类预制菜行业市场规模预测

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、东北地区肉禽类预制菜行业市场分析

(1) 东北地区肉禽类预制菜行业市场规模

(2) 东北地区肉禽类预制菜行业市场现状

(3) 东北地区肉禽类预制菜行业市场规模预测

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、西南地区肉禽类预制菜行业市场分析

(1) 西南地区肉禽类预制菜行业市场规模

(2) 西南地区肉禽类预制菜行业市场现状

(3) 西南地区肉禽类预制菜行业市场规模预测

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、西北地区肉禽类预制菜行业市场分析

(1) 西北地区肉禽类预制菜行业市场规模

(2) 西北地区肉禽类预制菜行业市场现状

(3) 西北地区肉禽类预制菜行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国肉禽类预制菜行业市场规模区域分布预测

第十一章 肉禽类预制菜行业企业分析（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
-

第十二章 2022-2029年中国肉禽类预制菜行业发展前景分析与预测

第一节 中国肉禽类预制菜行业未来发展前景分析

- 一、肉禽类预制菜行业国内投资环境分析
- 二、中国肉禽类预制菜行业市场机会分析
- 三、中国肉禽类预制菜行业投资增速预测

第二节 中国肉禽类预制菜行业未来发展趋势预测

第三节 中国肉禽类预制菜行业规模发展预测

- 一、中国肉禽类预制菜行业市场规模预测
- 二、中国肉禽类预制菜行业市场规模增速预测
- 三、中国肉禽类预制菜行业产值规模预测
- 四、中国肉禽类预制菜行业产值增速预测
- 五、中国肉禽类预制菜行业供需情况预测

第四节 中国肉禽类预制菜行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国肉禽类预制菜行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国肉禽类预制菜行业进入壁垒分析

- 一、肉禽类预制菜行业资金壁垒分析
- 二、肉禽类预制菜行业技术壁垒分析
- 三、肉禽类预制菜行业人才壁垒分析
- 四、肉禽类预制菜行业品牌壁垒分析
- 五、肉禽类预制菜行业其他壁垒分析

第二节 肉禽类预制菜行业风险分析

- 一、肉禽类预制菜行业宏观环境风险
- 二、肉禽类预制菜行业技术风险
- 三、肉禽类预制菜行业竞争风险
- 四、肉禽类预制菜行业其他风险

第三节 中国肉禽类预制菜行业存在的问题

第四节 中国肉禽类预制菜行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国肉禽类预制菜行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国肉禽类预制菜行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国肉禽类预制菜行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 肉禽类预制菜行业营销策略分析

一、肉禽类预制菜行业产品策略

二、肉禽类预制菜行业定价策略

三、肉禽类预制菜行业渠道策略

四、肉禽类预制菜行业促销策略

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/202210/614935.html>