



图1：预制菜全产业链汇集高科技元素

3、预制菜是三产融合“新赛道”

预制菜产业是推进“菜篮子”向“菜盘子”升级的新业态，是推进一二三产融合、带农益农、乡村振兴战略的“新赛道”。预制菜一头连产地，一头连市场，是解决农产品原料出路、实现增值的新途径；是推动种植标准化，农民就业谋出路，接二连三增收致富的新模式。

世界预制菜产业发展概况

（一）世界预制菜产业发展历史脉络

预制菜最早起源于美国。1920年，世界上第一台速冻机在美国问世，预制菜的雏形速冻食品随即出现。20世纪60年代起，预制菜实现商业化经营，并逐步在日本、加拿大及欧洲部分地区兴起。

预制菜最初供应餐饮行业（B端），帮助餐厅、配餐公司等降低成本、提高效率；之后，开始面向家庭、个人消费者（C端），方便了居民的日常烹饪。经过数十年的发展，催生出美国的西斯科（Sysco）公司，以及日本的神户物产、日冷公司等为代表的行业巨头。

（二）世界预制菜产业现状

根据相关资料，2020年美国预制菜市场规模为454亿美元，日本预制菜市场规模为238.5亿美元。相比美国，日本预制菜的复杂度对中国更具有参考意义。

中国预制菜目前正处于一个高速发展的初

创期。与日本相比，中国的预制菜产业从人均消费量、人均消费金额、渗透率、品类、行业集中度、消费结构等方面看，都具有巨大的发展空间（表2）。

表2：中国和日本预制菜产业情况对比（2021年）

项目	中国	日本
人均消费量（kg）	8.5	23.1
人均消费金额（美元）	76.7	489.7
渗透率	10%-15%	60%
品类	<1000	>3000
行业集中度	CR10为14.23%	CR5为64.04%
消费结构	B端：C端=8：2	B端：C端=6：4

中国预制菜产业发展概况

（一）中国预制菜市场规模

20世纪90年代，随着麦当劳、肯德基等西式快餐进入，中国开始出现净菜配送加工厂。2000年后，生产深加工半成品菜的企业开始涌现，但由于条件不成熟，行业整体发展较为缓慢。2014年之后，随着餐饮企业降本增效需求增加与外卖的爆发式增长，快餐料理包出现。

随着中国经济发展和居民收入水平的提高，叠加疫情影响期间“宅经济”的助推，预制菜供需两旺，行业进入蓬勃发展期。

艾媒咨询的数据显示，中国预制菜行业市场规模由2015年的650亿元增加至2021年的3459亿元，年复合增长率达30%，2022年将达4196亿