

2022-2028年中国预制菜行业市场发展规划及投资机会分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国预制菜行业市场发展规模及投资机会分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202107/962271.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

智研咨询发布的《2022-2028年中国预制菜行业市场发展规模及投资机会分析报告》共十二章。首先介绍了预制菜行业市场发展环境、预制菜整体运行态势等，接着分析了预制菜行业市场运行的现状，然后介绍了预制菜市场竞争格局。随后，报告对预制菜做了重点企业经营状况分析，最后分析了预制菜行业发展趋势与投资预测。您若想对预制菜产业有个系统的了解或者想投资预制菜行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 预制菜行业发展综述

第一节 预制菜行业界定及简介

一、定义、基本概念

二、预制菜的分类

1、按产品加工程度深浅分

(1) 即配食品

(2) 即烹食品

(3) 即热食品

(4) 即食食品

2、按产品形态和渠道特点分

(1) 调理肉制品

(2) 料理包

(3) 酒店菜

(4) C端预制菜肴

第二节 进入预制菜行业的主要壁垒

一、产品质量控制及食品安全壁

二、生产工艺壁垒

三、销售渠道壁垒

四、产品创新与研发门槛

五、品牌形象壁垒

第三节 预制菜行业主要经营模式

一、采购模式

二、生产模式

三、销售模式

第四节 预制菜行业主要特征

一、季节性特征

二、区域性特征

三、周期性特征

第二章 全球预制菜行业发展分析

第一节 全球预制菜行业总体发展概况

一、全球预制菜行业总体发展现状

二、国外预制菜行业发展经验借鉴

第二节 美国预制菜行业发展分析

一、美国预制菜行业发展历程

二、美国预制菜行业市场规模

第三节 日本预制菜行业发展分析

一、日本预制菜行业的发展历程

二、日本预制菜行业市场规模

三、日本预制菜行业主要参与企业介绍

第四节 全球预制菜行业发展趋势

一、食品安全标准不断提高

二、产品品类不断丰富

三、品牌意识不断增强

四、生产工艺不断优化

五、销售形态不断创新

第三章 中国预制菜行业发展分析

第一节 中国预制菜行业发展概况

一、中国预制菜行业发展历程

二、中国预制菜行业发展背景

1、居民收入水平提高，为预制菜的消费奠定经济基础

2、现代社会生活形态变迁，便捷类食品需求上升

3、餐饮企业对第三方代工菜品需求增加

三、中国预制菜行业市场规模

第二节 中国预制菜行业痛点

- 一、受原材料价格波动影响较大
- 二、冷链物流配送能力制约企业发展
- 三、部分菜品口味复原存在难度
- 四、难以跨区域经营

第三节 中国预制菜行业发展中存在的问题

- 一、集中度低，规模化企业较少
- 二、食品安全问题依旧严峻，国家标准亟待出台
- 三、产品品类相对单一，大部分产品口感还原度较差

第四节 中国预制菜行业企业融资情况

第五节 中国预制菜行业竞争格局

- 一、市场化程度相对较高
- 二、规模化企业较少
- 三、中国预制菜行业竞争特性
 - 1、参与者业态多样
 - 2、大单品竞争为主
 - 3、市场集中度低
 - 4、销售渠道竞争逐步转为品牌竞争
- 四、产品是预制菜竞争关键
 - 1、产品定位
 - 2、综合体验
 - 3、可拓展性

第六节 中国预制菜行业发展趋势

- 一、产品形态日益多样化
- 二、从注重渠道逐步转化为注重品牌建设

第四章 中国预制菜行业发展环境分析

第一节 预制菜行业政策环境分析

- 一、预制菜行业监管体制
- 二、行业主要法律法规及标准
- 三、预制菜行业主要政策

第二节 预制菜行业宏观经济环境分析

- 一、宏观经济发展形势
- 二、宏观经济前景展望
- 三、宏观经济对预制菜行业发展的影响

第三节 预制菜行业社会环境分析

- 一、国内社会环境分析
- 二、社会环境对预制菜行业发展的影响
- 第四节 预制菜行业技术环境分析
 - 一、中国预制菜技术发展水平
 - 二、预制菜行业最新研究成果
 - 三、技术环境对行业发展的影响
- 第五节 国内国外双循环背景下对预制菜行业发展的影响

第五章 中国预制菜产业链分析

第一节 中国预制菜产业链模型及特点

- 一、中国预制菜产业链结构分析
- 二、主要环节增值空间
- 三、中国预制菜产业与上下游产业的关联性

第二节 中国预制菜上游行业发展分析

一、中国预制菜上游产业构成

- 1、果蔬种植
- 2、家禽养殖
- 3、畜牧养殖
- 4、水产养殖和捕捞
- 5、调味品

二、中国预制菜上游行业发展现状

- 三、中国预制菜上游行业主要玩家
- 四、上游行业对预制菜行业的影响

第三节 中国预制菜产业中游发展分析

- 一、中国预制菜产业中游发展现状
- 二、中国预制菜产业成本优势比较
- 三、中国预制菜产业中游主要玩家
- 四、ToB形态为当前中国预制菜主流

第四节 中国预制菜产业下游发展分析

- 一、中国预制菜产业下游发展现状
- 二、中国餐饮行业市场规模分析
- 三、中国餐饮行业主要玩家分析
- 四、下游产业对预制菜行业的影响

第六章 中国预制菜产业供需分析

第一节 中国预制菜产业需求及变化分析

第二节 中国预制菜产业供给及变化分析

一、原材料供应充足

二、食品加工能力稳定

第七章 2016-2021年中国预制菜所属行业财务状况

第一节 2016-2021年中国预制菜所属行业经济规模

第二节 2016-2021年中国预制菜所属行业盈利能力指标分析

第三节 2016-2021年中国预制菜所属行业营运能力指标分析

第四节 2016-2021年中国预制菜所属行业偿债能力指标分析

第八章 预制菜标杆企业——蜀海（北京）供应链管理有限责任公司分析

第一节 预制菜标杆企业概况

一、预制菜标杆企业基本情况

二、预制菜标杆企业发展历程

三、预制菜标杆企业合作伙伴

第二节 预制菜标杆企业产品和销售渠道

一、预制菜标杆企业产品分析

1、米面粮油

2、调味干货

3、酒水饮料

4、蔬果生鲜

5、猪牛羊肉

6、鸡鸭禽蛋

7、水产冻货

8、休闲食品

9、餐厨用品

二、预制菜标杆企业主要供应商

三、预制菜标杆企业销售渠道分析

第三节 预制菜标杆企业优势分析

一、采购优势

二、研发优势

三、品控优势

四、仓储优势

五、配送优势

六、信息优势

七、资金优势

第九章 中国预制菜行业重点企业研究

第一节 福建安井食品股份有限公司

一、企业发展概况

二、主营业务结构

三、典型代表产品

四、相关产业布局

五、核心竞争优势

六、最新发展动态

第二节 海欣食品股份有限公司

一、企业发展概况

二、主营业务结构

三、典型代表产品

四、相关产业布局

五、核心竞争优势

六、最新发展动态

第三节 郑州千味央厨食品股份有限公司

一、企业发展概况

二、主营业务结构

三、典型代表产品

四、相关产业布局

五、核心竞争优势

六、最新发展动态

第四节 苏州市味知香食品股份有限公司

一、企业发展概况

二、主营业务结构

三、典型代表产品

四、相关产业布局

五、核心竞争优势

六、最新发展动态

第五节 湛江国联水产开发股份有限公司

一、企业发展概况

二、主营业务结构

三、典型代表产品

四、相关产业布局

五、核心竞争优势

六、最新发展动态

第六节 山东龙大美食股份有限公司

一、企业发展概况

二、主营业务结构

三、典型代表产品

四、相关产业布局

五、核心竞争优势

六、最新发展动态

第七节 山东惠发食品股份有限公司

一、企业发展概况

二、主营业务结构

三、典型代表产品

四、相关产业布局

五、核心竞争优势

六、最新发展动态

第八节 大湖水殖股份有限公司

一、企业发展概况

二、主营业务结构

三、典型代表产品

四、相关产业布局

五、核心竞争优势

六、最新发展动态

第九节 中水集团远洋股份有限公司

一、企业发展概况

二、主营业务结构

三、典型代表产品

四、相关产业布局

五、核心竞争优势

六、最新发展动态

第十节 河北福成五丰食品股份有限公司

一、企业发展概况

二、主营业务结构

- 三、典型代表产品
- 四、相关产业布局
- 五、核心竞争优势
- 六、最新发展动态

第十章 中国预制菜行业市场策略分析及建议

第一节 国内市场预制菜销售渠道

- 一、当前的主要销售模式及销售渠道
- 二、国内市场未来销售模式及销售渠道的趋势

第二节 预制菜销售/营销策略建议

- 一、预制菜产品市场定位及目标消费者分析
- 二、营销模式及销售渠道

第三节 预制菜行业营销策略分析及建议

- 一、预制菜行业营销模式
- 二、预制菜行业营销策略

第四节 预制菜行业多元化策略分析

- 一、行业多元化策略研究
- 二、现有竞争企业多元化业务模式
- 三、上下游行业策略分析

第五节 预制菜企业重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、企业重点客户的鉴别与确定
- 三、企业重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略分析

第十一章 中国预制菜行业发展前景和投资机会透视

第一节 中国预制菜行业发展前景分析

- 一、中国预制菜行业发展有利因素分析
- 二、中国预制菜行业发展不利因素分析
- 三、中国预制菜行业发展潜力分析
- 四、中国预制菜行业供给预测
- 五、中国预制菜行业需求预测
- 六、中国预制菜行业市场容量预测

第二节 中国预制菜行业投资机会

第三节 中国预制菜行业投资风险提示

第十二章 中国预制菜行业研究总结及投资建议

第一节 中国预制菜行业研究总结

第二节 中国预制菜行业发展战略规划分析

- 一、中国预制菜行业发展战略规划背景意义
- 二、中国预制菜行业企业战略规划方向建议

第三节 中国预制菜行业投资建议

- 一、预制菜行业发展策略建议
- 二、预制菜行业投资方向建议
- 三、预制菜行业投资方式建议（ZY ZS）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202107/962271.html>