



餐饮行业供应链深度：纵 览万亿预制蓝海 群雄逐 鹿正当时



导语：在上一篇九毛九公司深度中，我们指出餐饮工业化为国内餐饮行业未来 5-10 年的大势所趋。在此基础上，我们撰写了餐饮行业深度一，核心阐述了餐饮工业化背景之下，ToB 餐饮上游供应链的万亿市场掘金机会。从 B 端餐饮和 C 端消费者对预制菜&半成品菜的渗透提升，国内餐饮行业的效能有望持续提高，细分赛道群雄逐鹿正当时。

不同于大众认知的料理包，预制菜效率与健康兼备。预制菜是指以农、畜、禽、水等产品为主要原料，配以辅料经洗切、配制等预加工处理而成的成品或半成品菜，消费者购买后只需要简单烹调或直接开封即可食用。不同于外卖行业常使用的原料来源不明、食品安全成疑的料理包，我们所指的预制菜需采购新鲜可靠食材，在安全合规的生产车间，采用标准化手段生产，同时需通过质量检测程序，因此，预制菜的营养与品质是有保障的。预制菜简化了繁琐的买菜、洗菜、切菜、烹制步骤，融合了品质、营养与口感，符合健康化的行业发展趋势，既迎合了快节奏生活下无暇下厨的年轻消费客群的生活方式，更契合了餐饮工业化背景下餐饮企业降本提效的强烈诉求，具备广阔的发展前景。

复盘日本预制冷冻食品行业，社会消费萎缩背景下行业仍向好。从日本冷冻食品的定义来看，冷冻食品从属于预制菜，因而研究日本冷冻食品行业，对我国预制菜行业具有很强的借鉴意义。日本冷冻食品行业从导入期发展至今已逾百年，进入了行业成熟期。上世纪 90 年代泡沫破裂以来，日本人口增长放缓，人口结构老化，经济陷入长时间衰退与停滞，消费意

愿下滑，但冷冻食品消费一直保持繁荣，这充分说明了冷冻食品行业广阔的发展空间。分析历史数据发现，日本冷冻食品行业在发展过程中具有以下三方面特征：(1) 尽管家庭消费性支出萎缩，但外出就餐支出持续上升，食品消费从初级农产品向深加工冷冻食品转移；(2) 行业成长期 B 端发展先行，行业成熟期 C 端放量，同时抢占部分 B 端份额；(3) 行业市场份额向龙头集中，产品形态丰富多元。

推演我国预制菜行业发展趋势，行业正处快速发展期。1) 行业需求端：

(1) B 端：

受益于餐饮行业人工、租金等成本持续提升，预制菜具备多方优势，能够帮助餐饮企业降低成本，提升效率，因而行业需求不断扩容；(2) C 端：由于懒人经济盛行，预制菜能够为消费者提供美味便捷的烹饪及用餐解决方案，受到了消费者的青睐，加之新零售模式驱动，打通预制菜配送最后一公里，以及疫情加速消费者教育，C 端需求持续提升。2) 行业供给端：冷链物流基础设施逐步完善，中餐预制工艺走向成熟，企业和资本加速进入行业，都大大助推了行业发展。当前我国经济社会背景与上世纪八九十年代的日本存在一定的相似之处，类比可得我国预制菜行业目前正处于行业成长期。参考日本冷冻食品行业特征，结合国内实际情况来看，未来我国预制菜行业预计将有以下几方面特征：(1) 居民外出就餐率持续提升，食品消费从初级产品向预制产品转移；(2) B 端餐饮需求先行，C 端后期将放量；(3) 行业市场份额不断向龙头集中，产品形态多元，烹饪便

捷度提升。

投资建议:我们看好预制菜行业的长期发展前景,随着行业纵深发展,预制菜以及餐饮供应链上游的相关企业仍具备较强的投资机会。1) 蜀海供应链:脱胎于海底捞集团,积累了较强的食材供应链能力,仓储物流覆盖全国,具备强研发能力,能够为客户提供定制增值服务赋能,是餐饮供应链领域标杆企业。2) 干味央厨:坚守餐饮市场,研发能力强,推新速度快,依托场景研发产品,发力 B 端客户,客户粘性强。3) 美团快驴:利用平台优势将整合资源,实现 B 端直接统购、统采、配送,规模化采购下丰富食材种类,降低采购成本,提升采购效率;快驴还能借助平台优势,实现数字化供应链管理服务,提升餐饮商户效能。

风险提示:食品安全风险;行业竞争加剧风险。

关键词:农产品 冷链 新零售 物流 疫情 食品安全

预览已结束,完整报告链接和二维码如下:

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_32690

