

# 电子商务背景下的预制菜产业发展研究

陈 珍<sup>1</sup>, 王茂春<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>贵州大学管理学院, 贵州 贵阳

<sup>2</sup>贵州大学波罗的海区域研究中心, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月12日; 录用日期: 2024年6月26日; 发布日期: 2024年8月14日

## 摘 要

随着电子商务的迅猛发展和消费者生活节奏的加快, 电子商务已成为推动食品产业创新的关键力量。预制菜作为一种新兴的食品形态, 以其便捷性和多样性, 正逐渐成为现代家庭和年轻消费群体的新宠。本文旨在深入探讨电子商务背景下预制菜产业的发展现状、面临的挑战以及未来的发展趋势。通过对现有文献的综合分析和市场数据的实证研究, 为相关企业和政策制定者提供了决策参考。

## 关键词

电子商务, 预制菜, 食品产业, 市场发展, 供应链管理, 消费者行为

# Research on the Development of Prefabricated Vegetable Industry under the Background of E-Commerce

Zhen Chen<sup>1</sup>, Maochun Wang<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>School of Management, Guizhou University, Guiyang Guizhou

<sup>2</sup>Guizhou University Baltic Regional Research Center, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 12<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jun. 26<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 14<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

With the rapid development of e-commerce and the accelerated pace of life of consumers, e-commerce has become a key force to promote innovation in the food industry. As an emerging food form, with its convenience and diversity, prepared dishes are gradually becoming the new favorites of modern families and young consumer groups. The purpose of this paper is to discuss in depth the development status, challenges and future development trends of the prepared dish

文章引用: 陈珍, 王茂春. 电子商务背景下的预制菜产业发展研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 6959-6965.

DOI: 10.12677/ecl.2024.133857

industry under the background of e-commerce. Through the comprehensive analysis of existing literature and empirical research on market data, it provides decision-making reference for relevant enterprises and policy makers.

## Keywords

E-Commerce, Prepared Vegetables, Food Industry, Market Development, Supply Chain Management, Consumer Behavior

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

电子商务的兴起为食品产业带来了前所未有的机遇。预制菜, 作为现代食品工业的一种新兴产品, 因方便、快捷、营养等特点, 深受广大消费者尤其是年轻人群的青睞[1], 随着生活节奏的加快, 越来越多的消费者开始倾向于选择预制菜作为日常饮食的补充。在电商背景下, 预制菜行业迎来了前所未有的发展机遇, 通过电商平台, 预制菜企业能够更快速、更广泛地触达消费者, 实现销售规模的快速扩张。然而, 面对激烈的市场竞争和消费者日益多样化的需求, 预制菜企业如何在电商平台上实现可持续发展, 成为了一个亟待解决的问题。

## 2. 预制菜产业概述

2022年6月2日, 中国烹饪协会发布了团体标准 T/CCA 024-2022《预制菜》, 预制菜是指以一种或多种农产品为原料, 经过标准化、规模化预加工或预烹调制, 并进行预包装的半成品或成品菜肴[2], 分为即食食品、即热食品、即烹食品、即配食品四类[3] (见表1)。2023年中央一号文件提出“提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平, 培育发展预制菜产业”[4]。预制菜一端连着田间地头, 一端连着市场餐桌, 一端连着乡村振兴, 一端连着消费变革, 是餐饮市场供给与需求的“双向奔赴”[5]。预制菜产业是联动一二三产业融合发展的新业态发展模式, 是地方实现乡村振兴的有力抓手和重要载体[6]。近年来, 全国各地依托地方特色农业资源优势、绿色食品产业优势和民族特色文化优势, 从多方面大力发展预制菜产业, 并取得一定成效。

Table 1. Classification and related characteristics of prefabricated dishes

表1. 预制菜分类及相关特点

类别	主要特点	产品类型	加工程度	预制菜代表
即食类	已完成杀菌和熟制	开封后可直接食用的产品	深加工	八宝粥、罐头等
即热类	已完成杀菌和熟制	经过复热即可食用的产品	次深加工	自热火锅、自热米饭等
即烹类	已完成对主要原料的一定加工和烹饪	可直接进入烹饪的产品	半成品加工	酸菜鱼料理包, 速食碗菜等
即配类	已完成对主要原料的基本处理	对植物性食材进行预处理、清洗、切分、消毒、漂洗、去除表面水分等处理; 对动物性食材进行宰杀去毛、去鳞、去内脏, 洗涤、分割等处理, 再经预包装后储存、流通的产品	初加工	免洗免切的净菜、蔬菜沙拉等

### 3. 预制菜产业发展现状

#### 3.1. 政府政策的大力支持

2023 年中央一号文件提出“提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平, 培育发展预制菜产业”[7], 首次将发展预制菜产业提升为我国乡村振兴的重要战略举措, 并指出预制菜产业连接生产端和销售端, 对于推动产业转型升级、刺激消费需求、“稳增长、调结构、惠民生”和促进创业就业、助力乡村振兴具有重要意义[8]。同时, 各地积极响应中央的政策方针, 自 2022 年以来广东、湖南、河南、山东、江苏等 25 个省份相继出台了预制菜高质量发展措施, 从加强质量标准建设、培育企业主体、支持原料基地建设等多个方面着力打造预制菜产业, 着力布局预制菜标准化种、养殖基地建设、仓储冷链物流设施完善、龙头企业培育和预制菜品牌建设等工作, 为预制菜产业发展带来充分的政策利好。

#### 3.2. 预制菜原料供应充足

在预制菜原料供应上, 我国原料供应充足。其一, 我国拥有多样化的地形地貌和气候条件, 从而能够产出各式各样的瓜果蔬菜、山珍海味, 为预制菜产业提供了丰富且有区域特色的食材; 其二, 经过数千年的精耕细作, 国家农业发展历史悠久, 农业技术和设施日益完善, 农业生产标准化程度日益提高, 从而保证食材的新鲜度和安全性。其三, 越来越多的绿色、有机农产品进入市场, 满足了消费者对健康食品的需求。其四, 近年来大型农产品加工企业和合作社引入先进的生产技术和设备, 通过规模化生产有效降低生产成本、保障产品品质和口感的一致性。

#### 3.3. 预制菜产品区域化明显

由于地理环境、气候变化、文化差异等多方面因素的原因, 各地饮食在风味、口感上各有特点, 形成鲁菜、川菜、粤菜、淮扬菜、浙菜、闽菜、徽菜、湘菜的“八大菜系”。中国各地的预制菜品牌分布广泛、特色鲜明, 其一, 在地域特色上: 中国地域辽阔, 各地的预制菜品牌也有着浓厚的地域特色。例如, 川菜预制菜以麻辣口味为主; 粤菜预制菜则注重原汁原味。其二, 在食材选择上, 各地的预制菜品牌在食材选择上也存在差异。例如, 沿海地区的预制菜品牌多以海鲜为主要食材, 而内陆地区的预制菜品牌则多以禽畜、蔬菜等为主要食材。其三, 在加工工艺上: 不同地区的预制菜品牌在加工工艺上也有所不同。例如, 南方的预制菜品牌多采用腌制、糟醉等工艺, 而北方的预制菜品牌则多采用酱制、卤制等工艺。总体而言, 全国各地特色鲜明的预制菜品牌不仅满足了不同地区消费者的口味需求, 也为预制菜市场的多元化发展提供了有力支持。

#### 3.4. 预制菜产业体系日臻完善

国内不断完善的冷链物流网络不仅确保食材在运输过程中的新鲜度和安全性, 还大大缩短了上游原材料运输时间, 并加快了下游预制菜品送达用户手中的速度。同时, 我国建成相对完善的供应链管理体系, 供应链管理的优化不仅能降低库存, 同时可以帮助企业实时监控食材的来源和质量, 确保产品的安全性和品质。此外, 全国各地加强基础设施建设, 硬件设施项目的不断发展也为预制菜产业奠定了良好的基础。

#### 3.5. 预制菜消费市场前景广阔

近年来, 预制菜产业呈现出快速增长的态势, 市场规模不断扩大, 产品种类日益丰富。伴随着电商物流企业崛起, 以及各类电商消费节引导, 以区域性、强地标特色的“预制菜品”开始进入活跃期。在外卖经济、宅经济、懒人经济以及疫情刺激下, 预制菜产业广受大众尤其是年轻消费者的青睐, 逐渐成

为带动农产品走向消费市场的新兴产业,自“十三五”以来,整个产业迎来快速发展期。据艾媒数据显示,我国的预制菜产业市场规模从2010年的70亿增长至2020年的2888亿元,十年复合增速在20%左右[9];“十四五”以来预制菜产业仍处于增长势头,截止2023年底我国预制菜产业的市场规模已增至5165亿元,预计至2026年市场规模将增至1.07万亿元(见图1),实现“万亿消费市场”量级。因此,我国预制菜产业发展开局良好,势头正旺。



数据来源:艾媒咨询。

Figure 1. Market scale and forecast chart of China's prepared dish industry

图 1. 中国预制菜产业市场规模及预测图

## 4. 电子商务对预制菜产业的影响

### 4.1. 电子商务提高了商品的使用效率

电子商务是以信息网络技术为手段,实现商品宣传或交易的商务活动。主要表现为基于互联网技术,商品的供需双方在互不谋面的情况下进行各种商业活动,包含网上交易、在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动[10]。随着互联网信息技术的快速发展,电子商务改变了传统的贸易性质。通过互联网,它打破了以前的时间和空间概念,使生产、分配、流动和消费摆脱了地理限制,大大降低了生产和经营、人力成本,提高了商品使用效率[11]。电子商务的迅猛发展,对预制菜产业也产生较大影响。

### 4.2. 电子商务为预制菜产业提供了广阔的市场空间

电子商务的崛起为预制菜产业注入了强大的发展动力,一方面,消费者通过网络平台,可以随时随地浏览和选择心仪的预制菜,享受一键下单、快速配送的便捷服务。这种购物方式不仅节省了消费者的时间和精力,还提供了更多的选择和比较空间,使消费者能够更加轻松地满足自己的饮食需求。同时企业通过收集和分析消费者在平台上的浏览、购买和反馈数据,可以更加准确地把握市场趋势和消费者偏好,从而制定出更加精准的产品策略和营销策略,实现精准营销,提高企业的市场竞争力。另一方面,电子商务打破了地理限制,使预制菜产品能够覆盖更广阔的市场。传统的预制菜销售受限于地域和渠道,而电子商务则打破了这一束缚,使消费者可以轻松购买到来自全国各地的预制菜产品,这不仅提高了产

品的市场渗透率, 也促进了不同地域间的饮食文化交流与融合。

### 4.3. 电子商务为预制菜产业带来了全新的销售模式

电子商务的飞速发展不仅为预制菜产业带来了革命性的变革, 更是为其创造了全新的销售模式。新兴电商平台的崛起, 特别是那些专注于食品领域的平台, 为预制菜 C 端市场注入了前所未有的新活力。这些电商平台以其独特的优势, 为预制菜产品提供了更加直接、高效的销售渠道。通过精准的用户定位和数据分析, 平台能够向消费者推荐符合其口味和需求的预制菜产品, 从而大大提高了销售的转化率。此外, 直播和短视频的兴起, 为预制菜产业的线上销售带来了全新的机遇。直播销售以其直观、互动的特点, 让消费者能够亲眼看到产品的制作过程、品尝过程和效果, 从而更加信任和愿意购买。同时, 短视频则以其短平快的特点, 让预制菜产品的介绍和展示更加生动有趣, 吸引了更多年轻消费者的关注。这不仅提高了预制菜品牌的曝光度, 更直接促进了销售增长。消费者可以在家中轻松下单, 享受到方便快捷的购物体验, 同时也能够享受到更加多样化和个性化的预制菜产品。

### 4.4. 电子商务的发展改变了消费者的购物习惯

电子商务的蓬勃发展深刻地改变了消费者的购物习惯, 特别是在预制菜领域。传统的购物方式中, 消费者需要在实体店铺里逐一挑选商品, 信息获取相对有限。在电子商务的环境下, 消费者只需轻点鼠标或触摸屏, 便能轻松获取到各式各样的预制菜产品的详细信息。这种信息获取的便捷性, 让消费者能够更加全面地了解产品的原料、制作工艺、营养成分等关键要素。同时, 通过在线的用户评价和比较功能, 消费者能够迅速筛选出符合自己口味和需求的产品, 大大提高了购物的效率和满意度。此外, 电子商务还极大地促进了消费者购买行为的多样化和个性化, 不同于传统的“一刀切”购物模式, 电子商务平台能够根据消费者的浏览历史和购买记录, 推荐更加个性化的产品。此外, 电子商务的透明度也让消费者更加愿意为高品质预制菜支付更高的价格。这种支付意愿的提升, 不仅体现了消费者对美食的热爱和对生活品质的追求, 更推动了预制菜产业向高品质、高附加值的方向发展。

电子商务的迅猛发展无疑为预制菜产业带来了前所未有的便利性和广阔的市场空间, 但这种便利性也催生了激烈的竞争环境。要想在市场中立足, 预制菜企业需要不断进行创新, 无论是在产品层面还是服务层面, 只有站在消费者角度, 才能吸引和保持消费者的忠诚度, 促进预制菜产业高质量发展。

## 5. 电子商务背景下的预制菜产业面临的挑战

### 5.1. 食品质量与安全

食品质量与安全是消费者是否接受预制菜的主要要素。预制菜不是外卖菜、打包菜、隔夜菜, 但是多数消费者对预制菜存在此类认知误区, 加之当前预制菜安全监管体系尚待完善, 使得消费者难以在食品质量与安全方面完全接受新兴的预制菜[12]。受地域和收获时间等因素的影响, 原材料的标准难以统一, 导致原料品质良莠不齐。生产加工是预制菜产业的核心, 加工技术直接影响产品的营养成分、物理性状和感官性质。在预制菜产业食品质量与安全上, 主要面临几个关键问题: 其一, 在源头控制上预制菜企业是否选择信誉良好、符合食品安全标准的供应商, 并建立严格的食材验收标准? 其二, 在加工过程中预制菜企业是否制定详细的加工流程和操作规范, 确保加工过程中的温度、湿度、时间等关键参数得到有效控制, 有无应定期对加工设备进行维护和清洗, 保证设备的正常运行和使用效果。其三, 在储存和运输环节预制菜企业是否建立严格的储存和运输规范, 确保食材、半成品和成品在储存和运输过程中不受污染; 如何最大程度地还原原有菜品的色、香、味? 怎样的运输和储藏才能保证预制菜食品的质量和安? 这些问题都直接影响到预制菜企业的产品品质和企业信誉, 更关乎企业的运营和盈利。

## 5.2. 消费者的接受度和认知度

长期以来, 消费者对于预制菜的接受度、认知度差异较大, 如何细分预制菜的客户群体和强化消费者的认可程度, 直接影响预制菜产业的发展。消费者对预制菜的接受度和认知度可归结为以下五类: ① 消费派: 消费群体较为年轻, 使用预制菜是为了省时; ② 认可派: 26 岁以下年轻人群, 可以接受但不是主要消费人群; ③ 中间派: 能接受家庭预制菜, 但有所抵触餐饮预制菜; ④ 怀疑派: 预制菜质量和安全持怀疑态度; ⑤ 抵制派: 不接受、不认可预制菜的消费者可分为两部分, 一部分认为预制菜失去了中餐的“灵魂”, 从思想上抵制; 另一部分认为预制菜的质量安全无法保障, 如食材新鲜度、生产加工卫生等。消费者是市场的主体, 引导消费者由抵制怀疑到认可甚至消费还有很长的一段路要走, 让企业的产品最终要流向消费者才能真正创造价值。

## 5.3. 政府监管力度和标准化程度

民以食为天, 最严格的监管、最严谨的标准是保证食品质量安全的强有力后盾。在我国预制菜产业高速发展的过程中, 食品工业化的安全问题也面临消费者的质疑、抵制, 部分预制菜商家资质不全、生产管理不规范、菜品信息不全等都阻碍了预制菜产业的发展; 同时, 多数企业受食材来源、生产设备、业务流程、资金调配等因素限制, 预制菜缺乏统一的生产标准, 导致产品质量参差不齐, 生成成本居高不下, 难以发挥区域特色菜品优势。因此, 加强对预制菜质量安全监管, 制定预制菜生产、仓储、物流等行业标准, 可以增强企业食品安全法律意识、提升生产管理水平、提高产品研发水平, 确保出厂预制菜的质量安全, 从而增强消费者对预制菜品质的认可和信心。

## 6. 电子商务背景下的预制菜产业发展的未来发展趋势

### 6.1. 推进传统菜肴工业化进程, 打造预制菜细分赛道

随着人民生活水平的提高和健康饮食意识的增强, 预制菜企业要想赢得市场, 需结合自身优势打造细分赛道, 通过产品研发和技术创新, 发掘特色热门单品, 向烹饪方式多样化、菜系多样化、消费场景多样化、消费人群多样化等方向发力, 推出更加健康、营养、美味、便捷的产品, 满足消费者多场景、多口味、高品质、健康性等需求。全国各地预制菜企业需凭借地域特色, 研发特色单品, 从而满足消费者多变的口味需求及餐饮潮流。在产品使用场景上, 下沉市场的定制预制菜品将有广阔市场, 例如乡镇的喜丧婚嫁、家族聚餐等。在预制菜产品目标消费者上, 预制菜产品需覆盖更多人群需求, 例如针对孕妇、哺乳期妇女和老年人等特殊人群。

### 6.2. 加大菜品文化创新力度, 强化预制菜品牌建设

菜品文化创新, 是加快预制菜产业高质量发展的关键引擎。各地背靠不同饮食文化背景, 很多预制菜背后都有自己的鲜明特色与历史积淀, 只有深耕民族文化, 才能发展预制菜。预制菜产业讲好中国故事, 突出预制菜的亮点特点, 是在同质化严重的市场竞争中谋求一席之地的必要之举。各地需立足资源禀赋和特点, 发挥优势和特色, 加强预制菜品牌建设, 发挥“老字号”、“老品牌”公共品牌带动引领作用, 打造地方绿色生态自主品牌, 提升附加值和软实力。以科学规划引领预制菜产业高质量发展, 做好预制菜产业发展规划, 延长预制菜的产业链, 增强产品附加值, 加快抢占预制菜产业发展新高地。

### 6.3. 加强食品安全监管和质量控制, 提升消费者满意度

企业必须落实主体责任, 当好防范食品安全风险的第一把关人, 加强食品安全监管和质量控制, 坚持健康、绿色、环保等理念, 依据国家和产业相关标准, 严格把控产品的生产、加工、存储等, 从而为

消费者提供放心安全健康的预制菜品, 提高消费者对预制菜的信任度[13]。企业需向规模化、集约化、专业化等方向发展, 加强原材料供应链渠道建设, 延伸上下游产业链, 整合前段精细化运营和后端产品供应, 实现产品稳定供应和企业降本控质。提升消费满意度和认可度, 是预制菜发展的关键。企业应从科技研发、人才培养、产品创新、营养搭配、种类丰富等多维度加强投入, 凸显产品多样化和差异化, 在保障“舌尖上的安全”的前提下, 提升消费群体满意度。

## 7. 结论

电子商务背景下的预制菜产业正处于快速发展的关键时期。通过对现有文献的综合分析和市场数据的研究, 可以看到, 预制菜产业在满足消费者需求、促进食品产业转型升级方面发挥着重要作用。然而, 食品安全、消费者接受度、工艺创新和定制化生产等方面的挑战也不容忽视。预制菜企业要想在激烈的市场竞争中紧抓行业机遇、突出重围, 需在产品、营销、规模和供应链等方面持续发力。随着消费者对预制菜产品“个性化、高品质、绿色健康”等要求的增高, 优化加工工艺、引进先进技术、完善产业标准、创新产品类型、打造预制菜品牌等成为企业努力的主要方向。未来, 预制菜产业的发展将依赖于技术创新、市场拓展和政策支持。企业需要不断优化产品和服务, 提高食品安全标准, 加强供应链管理, 以适应市场的变化。同时, 政府应出台相应的政策, 鼓励产业创新, 为预制菜产业的健康发展提供良好的外部环境。只有这样, 预制菜产业才能在电子商务的浪潮中实现可持续发展, 为消费者提供更多健康、便捷的食品选择。

## 基金项目

贵州省哲学社会科学规划课题“贵州构建现代物流体系提升物流网络化、信息化、标准化水平研究”(21GZYB15); 贵州省研究生科研基金课题“基于 DEA 模型的贵州省生鲜农产品冷链物流效率研究”(黔教合 YJSCXJH [2020] 042)。

## 参考文献

- [1] 戴雨如, 李彦奇. 基于预制菜市场现状打造新型营销方式——以正大预制菜为例[J]. 现代商业, 2024(4): 36-39.
- [2] 安俊文, 方梓葢, 高希西, 等. 我国预制菜产业的发展现状、影响因素及发展趋势[J]. 食品与发酵工业, 2024, 50(5): 388-394.
- [3] 赵超凡, 陈树俊, 李文兵, 等. 预制菜产业发展问题分析[J]. 现代食品科技, 2023, 39(2): 104-109.
- [4] 窦祥铭. 预制菜产业发展面临的突出问题及对策建议——以安徽省宿州市为例[J]. 现代食品, 2023, 29(9): 40-42, 70.
- [5] 雷清静, 项朝阳, 肖小勇. 后疫情时代我国蔬菜产业发展新趋势[J]. 中国蔬菜, 2023(10): 1-4.
- [6] 窦祥铭. 宿州市预制菜产业发展现状、面临问题及对策建议[J]. 市场周刊, 2023, 36(8): 33-36.
- [7] 吴昕栋. 未雨绸缪强化合规管理, 预制菜方能越炒越香[J]. 中国食品工业, 2023(12): 17-22.
- [8] 林华. 打通产业链服务大市场——中国烹饪协会举办 2023 中国预制菜高质量发展大会[J]. 中国食品, 2023(15): 54-55.
- [9] 王诗琳, 朱慧君, 董洪志, 等. 预制菜产业发展现状与前景分析[J]. 农产品加工, 2023(4): 101-104.
- [10] 吴海霞. 淮安市农村电子商务发展存在的问题及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 淄博: 山东理工大学, 2023.
- [11] 李荣华, 李想, 鲁玉秀. 电子商务发展推动了县域服务业集聚吗?——来自电子商务进农村综合示范政策的实证检验[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2024(7): 75-90.
- [12] 王卫, 张锐, 张佳敏, 等. 预制菜及其研究现状、存在问题和发展展望[J]. 肉类研究, 2022, 36(9): 37-42.
- [13] 王静香, 张忠明, 李纪岳, 等. 我国预制菜产业发展特点与趋势预判[J]. 粮油食品科技, 2024, 32(1): 193-200.