

# 2023年 中国佐餐卤制食品行业概览

2023 China Pot-Stewed Food Industry Overview

概览标签：佐餐卤制食品、卤制食品

2023/12

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

## 01

### 佐餐卤制食品具有即时性、成瘾性、高复购率的特征

- 佐餐卤制食品是指出现在餐桌上、被当作凉菜和配菜食用的卤制品，具备稳定的消费基础，刚性需求较强。佐餐卤制食品通常即买即食，保质期较短，主要通过线下连锁门店销售给终端消费者。门店在售卖佐餐卤制食品时多以散装或者简易包装方式出售。佐餐卤制食品种类、口味丰富，具有即时性、成瘾性、高复购率的特征。

## 02

### 供需两端拉动中国佐餐卤制食品市场进一步扩容

- 近年来，随着中国居民消费水平的提高与生活方式的改变，消费者对卤制品种类的偏好日益多样化，推动行业规模企业不断进行产品创新，推出符合市场需求的大单品；佐餐卤制食品规模企业的跨区域经营模式有效加强生产及供应链效率，推动行业规模企业进一步扩容。

## 03

### 佐餐卤制食品行业加速整合，规模化企业切入和渗透新平台、新渠道并快速完成布局

- 中国卤制食品生产标准化、规模化及自动化水平不断提高，同时得益于先进食品保鲜技术的应用推广，产品保质期和销售半径延长，产品力较弱的小作坊模式地方性企业将在市场出清过程中被淘汰，行业集中度将进一步提升，规模化企业更容易切入和渗透新平台、新渠道并快速完成布局。

## 摘要——

近年来，中国佐餐卤制食品消费规模快速增长，2022年佐餐卤制食品市场规模达到2,349.5亿元。作为“佐餐卤制食品第一股”，上海紫燕食品股份有限公司（603057）近日公布了2023年第三季度报告，报告显示，公司主营收入28.16亿元，同比上升2.68%；归母净利润3.41亿元，同比上升50.03%，业绩表现十分亮眼。

与休闲卤制品相比，作为餐桌菜肴的补充，佐餐卤制食品是中华饮食文化的重要组成，消费基础更强，品类多元化，更加追求产品的新鲜和营养健康，故而行业门槛更高，相应的护城河也更稳固。同时，佐餐卤制食品正在通过扩大消费场景以及提升消费者品牌粘性，逐步占据休闲卤制品的市场，未来佐餐卤制食品市场将进一步扩容。

# 目录

## CONTENTS

◆ Chapter1. 中国佐餐卤制食品行业洞察速递	06
• 1.1 洞察一：佐餐卤味市场空间增大，存量市场兼容休闲场景，增量市场需求放量	07
• 1.2 洞察二：连锁品牌市场空间增大，市场集中度进一步上升，兼容小作坊份额	08
• 1.3 洞察三：B端与C端消费新趋势下，供应链能力助力头部佐餐企业构筑护城河	09
◆ Chapter2. 中国佐餐卤制食品行业综述	10
• 2.1 中国佐餐卤制食品行业——定义与分类	11
• 2.2 中国佐餐卤制食品行业——发展历程	12
• 2.3 中国佐餐卤制食品行业——分布现状	13
◆ Chapter3. 中国佐餐卤制食品行业洞察一	14
• 3.1 存量市场——中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析（1/2）	15
• 3.1 存量市场——中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析（2/2）	16
• 3.2 增量市场——C端需求分析	17
• 3.2 增量市场——B端需求分析	18
• 3.2 增量市场——供给端分析	19
• 3.3 政策端分析	20
• 3.4 舆论端分析	21
◆ Chapter4. 中国佐餐卤制食品行业洞察二	22
• 4.1 中国佐餐卤制食品行业——市场集中度分析	23
• 4.2 中国佐餐卤制食品行业——竞争格局分析	24
• 4.3 中国佐餐卤制食品行业——投融资环境及动态热点追踪	25

# 目录

## CONTENTS

◆ Chapter5. 中国佐餐卤制食品行业洞察三	26
• 5.1 供应链图谱总览	27
• 5.2 上行供应链分析	28
• 5.3 下行供应链分析	30
◆ Chapter6. 中国佐餐卤制食品发展趋势及未来思考	31
• 6.1 供给端发展趋势	32
• 6.2 需求端发展趋势	33
◆ Chapter7. 代表性案例	34
• 7.1 行业优质供应链企业案例解析：紫燕食品	35
• 7.2 行业优质供应链企业案例解析：安井食品	41
• 7.3 行业优质供应链企业案例解析：窑鸡王	42
• 7.4 行业优质供应链企业案例解析：留夫鸭	43
• 7.5 行业优质供应链企业案例解析：廖记棒棒鸡	44
◆ 中国佐餐卤制食品行业——总结	45
◆ 方法论	46
◆ 法律声明	48

# 名词解释

## TERMS

- ◆ **佐餐卤制食品：**是指通常在家庭以及餐厅、酒店等餐桌消费场景食用的卤制食品，通常作为凉菜或配菜食用。
- ◆ **休闲卤制食品：**是休闲食品的子品类，指人们除主食以外，在闲暇、休憩时所吃的卤制食品。
- ◆ **鲜货产品：**保质期较短，以散装或者简易包装方式出售的、可直接食用的卤制熟食产品。
- ◆ **预包装产品：**保质期相对较长，佐餐卤制食品企业采用锁鲜技术及真空包装技术逐步将鲜货品种复制到包装产品中，提高产品的便携性。
- ◆ **新中产：**新中产阶级是指以30岁到40岁左右的人为基础的一个强大族群。与社会经济名流（富豪阶层）共同占有社会大部分财富的存在。
- ◆ **Z世代：**也称为“网生代”“互联网世代”“二次元世代”“数媒土著”，通常是指1995年至2009年出生的一代人，他们一出生就与网络信息时代无缝对接，受数字信息技术、即时通信设备、智能手机产品等影响比较大。
- ◆ **冷链运输：**（Cold-chain transportation）是指在运输全过程中，无论是装卸搬运、变更运输方式、更换包装设备等环节，都使所运输货物始终保持一定温度的运输。

# Chapter 1

## 中国佐餐卤制食品行业洞察速递

- 1.1 洞察一：佐餐卤味市场空间增大，存量市场兼容休闲场景，增量市场需求放量
- 1.2 洞察二：连锁品牌市场空间增大，市场集中度进一步上升，兼容小作坊份额
- 1.3 洞察三：B端与C端消费新趋势下，供应链能力助力头部佐餐企业构筑护城河

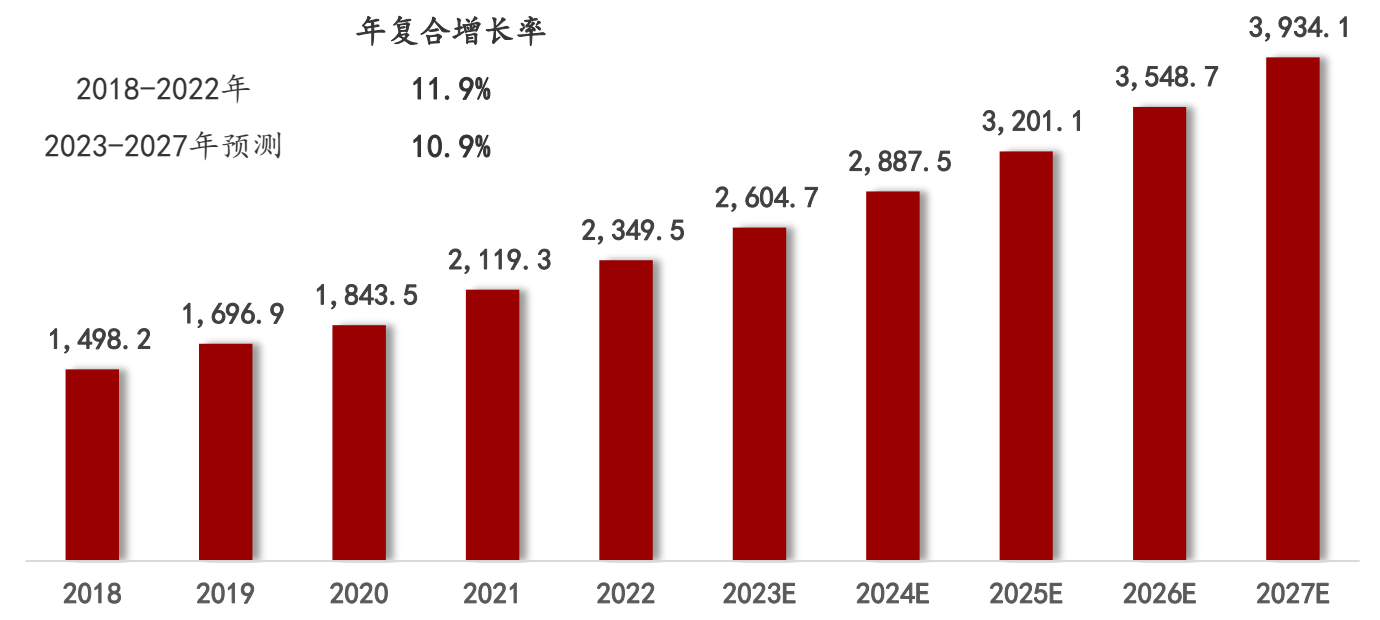


## 1.1 洞察一：佐餐卤味市场空间增大，存量市场兼容休闲场景，增量市场需求放量

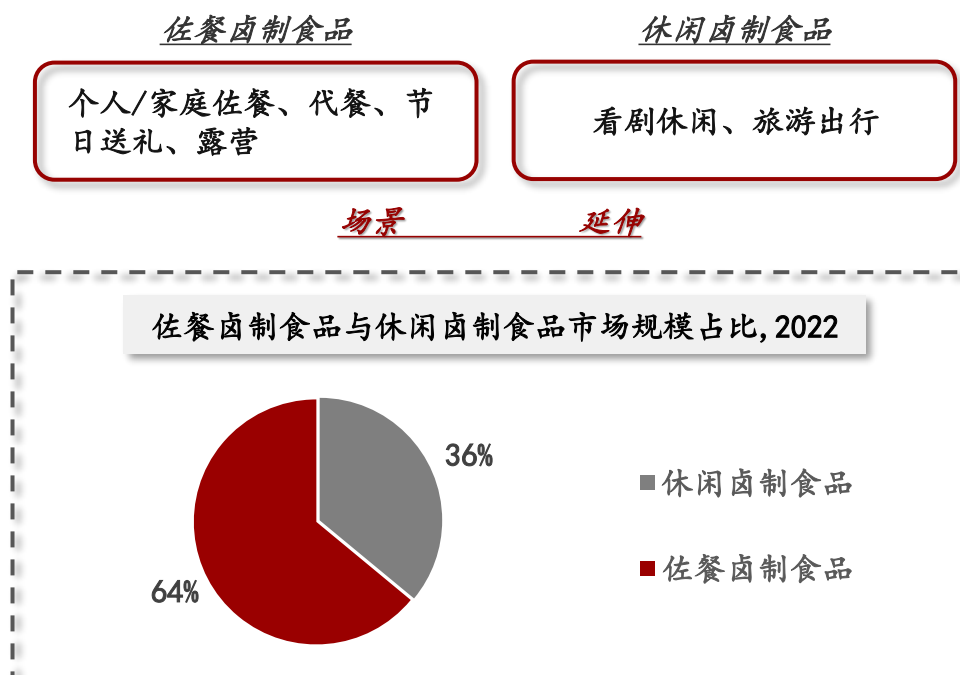
□ 2018-2022年，中国佐餐卤制食品市场规模整体以较快速度增长，市场规模由2018年的1,498.2亿元增长至2022年的2,349.5亿元，年复合增长率达11.9%。我们认为中国佐餐卤制食品市场增长驱动主要来源于：1) 消费场景由家庭佐餐向休闲场景延伸，带来存量市场空间增长。2) 规模企业加速拓展预制菜业务，B端餐饮企业对卤制品的需求带动佐餐卤制食品渗透率提升。3) 冷链物流及新技术的发展增强佐餐卤制食品企业跨区域运输的能力，规模企业的跨区域经营模式有效加强生产及销售效率，推动行业规模企业进一步扩容。预计2023-2027年，中国佐餐卤制食品市场规模仍将以较快速度增长，2027年市场规模将达到3,934.1亿元，年复合增长率达10.9%。

中国佐餐卤制食品市场规模及增长预测分析, 2018-2027E

【单位：亿元】



中国佐餐卤制食品存量市场兼容休闲场景

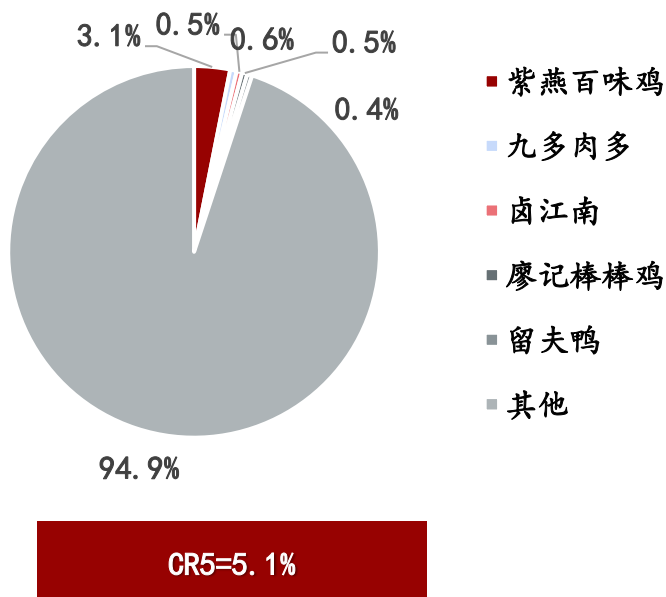


## 1.2 洞察二：连锁品牌市场空间增大，市场集中度进一步上升，兼容小作坊份额

□ 由于佐餐卤制食品传承悠久并且市场广泛，吸引了大量小微作坊式企业加入，导致中国佐餐卤制食品市场极度分散，行业CR5市占率仅有5.1%。随着年轻群体逐渐成为佐餐卤味的消费主力，对佐餐卤味健康化、口味多样化要求提高，对企业的生产工艺、供应链能力提出更高要求，利好行业规模企业和连锁品牌利用自身优势进一步扩张市场份额，兼容小微作坊式企业，市场集中度将进一步上升。

中国佐餐卤制食品行业CR5市占率，2022

【单位：百分比】



中国佐餐卤制食品行业规模企业门店数量变化，2022.08-2023.09

品牌名称	门店数量 (2022.08)	门店数量 (2023.09)	覆盖省份 (2023.09)	覆盖城市 (2023.09)
紫燕®百味鸡	6,030家	↗ 6,503家	32个	225个
九多肉多	1,114家	↗ 1,285家	10个	53个
卤江南手撕鸡	786家	↗ 954家	6个	16个
留夫鸭 <small>熟食家宴</small>	906家	↘ 841家	5个	22个
廖记棒棒鸡	809家	↘ 637家	30个	84个

来源：窄门餐眼、紫燕食品财报、头豹研究院编辑整理



### 1.3 洞察三：B端与C端消费新趋势下，供应链能力助力头部佐餐企业构筑护城河

□ 在B端与C端消费新趋势的推动下，对佐餐企业的食品溯源、工厂自动化、工艺标准化、物流可控性、冷链布局等环节的要求提高，强大的供应链能力助力企业构筑护城河。未来，随着消费者对佐餐卤制食品产品品质要求的提升，弱小企业出清加速，拥有规模化运作能力的、强供应链能力的企业将进一步抢占市场份额，行业市场集中度也将进一步提高。



#### C端消费趋势

C端消费需求呈现年轻化、健康化趋势，年轻群体逐渐成为消费主力



#### B端消费趋势

B端餐饮为满足消费者口味多样化，与佐餐卤制食品行业合作深化，将佐餐卤制食品端上门店餐桌

#### 消费新趋势推动企业多环节强化供应链

##### 食品溯源

佐餐卤制食品原材料种类繁多，在强调食品安全的市场环境下，佐餐卤制食品企业倾向选择实力强大且严格检疫食品原材料的供应商合作

##### 工厂自动化

随着自动化生产理念的普及以及生产技术的不断发展，佐餐卤制食品企业不断升级设备，以自动化生产工厂为企业降本增效

##### 工艺标准化

行业规模企业和连锁品牌为保证高产品生产效率和稳定的产品品质，推行标准化生产工艺，使产品质量和安全更加可控，产品可溯源也让消费者更放心购买

##### 物流可控性

“当日订单，当日生产，当日配送”逐渐成为行业共识，也对企业生产端与门店销售端的协调能力提出更高要求，物流如何与生产基地布局配合，实现对配送半径内各家门店需求的快速响应成为供应链核心要素

##### 冷链布局

佐餐卤制食品多以鲜货卤制品为主，保质期短，从原材料到产成品需要全程冷链配送，对企业的冷链布局要求较高

# Chapter 2

## 中国佐餐卤制食品行业综述

- 2.1 行业定义与分类
- 2.2 行业发展历程
- 2.3 行业分布现状分析



## 2.1 中国佐餐卤制食品行业——定义分类

- 以使用场景划分，卤制品可分为佐餐卤制食品和休闲卤制品，其中佐餐卤制食品具备稳定的消费基础且刚性需求较强，可向下兼容休闲消费场景，近年来保持稳定增长势头

### 中国佐餐卤制食品行业定义分类

#### 中国卤制品按照消费场景分类

#### 中国卤制品分类（按消费场景分类）

##### 佐餐卤制食品

- 佐餐卤制食品通常作为凉菜或配菜食用，是主要在家、餐厅、酒店等餐桌消费场景享用的卤制食品。这类食品通常作为伴酒、下饭菜，通常视为正餐菜肴的子品类。

##### 休闲卤制品

- 休闲卤制品主要用于非正餐食用，消费场景包括社交、出游、办公等。这类食品通常以咸辣为主，口味趋于一致，生产上采取标准化流程，能够更好地实现品牌连锁化经营。

#### 按照产品形态二次分类

① **鲜货食品**：指以散装或者简易包装方式出售的可直接食用的卤制熟食产品，保质期较短，主要通过线下连锁门店销售给终端消费者

紫燕百味鸡

廖记棒棒鸡

② **预包装食品**：保质期相对较长，佐餐卤制食品企业采用锁鲜技术及真空包装技术逐步将鲜货品种复制到包装产品中，提高产品的便携性。

德州扒鸡

煌上煌

① **真空包装休闲卤制品**：采用真空包装，以延长保质期并保持食品的新鲜度

稻香村

② **锁鲜包装休闲卤制品**：采用锁鲜包装，包装中充入氮气，保持食物短期内新鲜。

周黑鸭

③ **裸装休闲卤制品**：没有预先包装，在出售给消费者之前直接进行手工包装。

久久鸭

#### 代表品牌

#### 按原料分类

#### 中国卤制品分类（按原料分类）

##### 禽类卤制品

- 以禽类为原料制作的卤制品

##### 畜类卤制品

- 以畜类为原料制作的卤制品

##### 水产卤制品

- 以水产为原料制作的卤制品

##### 素食卤制品

- 以素食为原料制作的卤制品

#### 按工艺分类

#### 中国卤制品分类（按产品工艺分类）

##### 红卤制品

指在制作卤汤时加入炒过的糖或酱油，卤制品一般呈金黄色或咖啡色

##### 白卤制品

- 白卤制品为不加糖色卤制的食品，一般呈无色或者本色，如白卤鸡、白卤牛肚

##### 黄卤制品

- 黄卤制品介于红卤与白卤之间

## 2.2 中国佐餐卤制食品行业——发展历程

新消费群体的涌现和线上渠道的拓展为佐餐卤制食品行业的发展提供了新的机遇，中国佐餐卤制食品行业可分为四个发展阶段：无序扩张期、整顿成长期、规范市场期、繁荣发展期

### 中国佐餐卤制食品行业发展历程

时间	2000年前	2000-2010年	2011年-2020年	2021年-至今
阶段	无序扩张期	整顿成长期	规范市场期	繁荣发展期
发展特征	<ul style="list-style-type: none"> <li>改革开放后，伴随我国工业起步，首先于江浙地区出现较具规模的佐餐卤制食品生产企业，但未形成跨区域量产销售。<b>行业大量参与者为夫妻经营的小作坊式佐餐卤制食品经营主体。</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>企业生产模式由传统作坊向流水线生产过渡。</b></li> <li>行业龙头企业开始出现。该阶段，连锁经营成为行业主流，行业内品牌化趋势明显。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业呈现规模化态势，同时各企业品牌化稳步发展。</li> <li>行业内竞争激烈，企业开始提升管理水平，增加采购、生产和食品安全监管等投资，抢占市场份额。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行业中的规模企业在全国范围内积极拓展门店，并进行适应时代的渠道变革。</li> <li>随着新一代消费者的崛起，他们对食品的需求更加多元化、个性化，对佐餐卤制食品的要求更高。佐餐企业愈发重视差异化产品形象建立，从渠道竞争向供应链竞争过渡。</li> </ul>
阶段产品特征	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>地域特色发展：</b>不同地区有各自的卤制特色。如华东地区以甜辣口味的卤制品为主，如卤鸭、卤鹅等；华北地区则更喜欢五香口味的卤制品，川渝地区则以麻辣口味的卤制品著称。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>多样化发展：</b>除了传统的卤制禽类、畜类食品外，现在还有许多其他种类的卤制品，如素食卤制品、水产卤制品等。新品种的推出，满足了不同消费者需求，进一步拓展佐餐卤制食品市场的空间。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>品牌连锁化发展：</b>随着资本的进入和国民消费升级的到来，一些知名的佐餐卤制食品品牌开始崛起。这些品牌通过连锁经营模式，不断扩大市场份额，推动佐餐卤制食品行业的品牌化发展。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>线上销售发展：</b>随着O2O电商渗透率提升和即时物流配送体系的完善，佐餐卤制食品企业大规模通过线上渠道进行销售。这也为佐餐卤制食品行业的发展提供了新的机遇。</li> </ul>
创新点	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>产品口味及食材创新：</b>口味新推出麻辣、酸辣、甜辣等不同的卤制品。食材上推出卤制蔬菜、海鲜等。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>产品形态创新：</b>如卤制肉脯、卤制蛋卷等新产品，以及将卤制品与其他食材搭配出售的组合装产品。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>产品包装创新：</b>采用真空包装和高温杀菌技术，以延长产品的保质期和保持产品的口感。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>产品服务创新：</b>如快捷高效的配送服务，以及定制化的产品和服务，以满足消费者的个性化和即时性需求。</li> </ul>
品牌进入	<ul style="list-style-type: none"> <li>佐餐卤制食品品牌紫燕百味鸡在该阶段成立。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2000年，紫燕百味鸡品牌成立上海紫燕食品有限公司，以佐餐卤制食品为主要业务，以上海为中心向周边区域拓展经销市场。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012年，廖记棒棒鸡成立。</li> <li>2017年，卤江南成立。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>“佐餐卤制食品第一股”紫燕食品在2022年9月在上交所主板上市。</li> </ul>

来源：头豹研究院编辑整理

## 2.3 中国佐餐卤制食品行业——发展现状

- 消费者对于佐餐卤制食品的口味偏好呈现出一定的地域差异，而川渝地区的麻辣鲜香口味受众广泛，并容易形成口味依赖，逐渐风靡全国

### 中国佐餐卤制食品行业分布现状分析



中国各地区的佐餐卤制食品由于消费者偏好不同而存在一定的口味差异。川渝地区麻辣鲜香的口味风靡全国，受众广泛。

- **华东地区**的消费者偏爱甜辣口味的卤制品，如卤鸭、卤鹅等，同时喜欢在卤制品中加入糖、辣椒等调料，以增加口感和风味。代表品牌包括：五香居、留夫鸭等。
- **华北、东北地区**的消费者偏爱五香味和麻辣口味的卤制品，如北京的卤肉、天津的卤蛋等。代表品牌包括：宋大房、一手店等。
- **川渝地区**的麻辣鲜香口味受众广泛，并容易形成口味的依赖，使得川渝地区麻辣鲜香的口味风靡全国，以川渝风味拌菜为主打产品的佐餐卤制食品品牌逐渐发展为全国性企业。代表品牌包括：紫燕百味鸡、廖记棒棒鸡等。
- **广东地区**的卤制品口味则以清淡、鲜美为主，如卤鸡爪、卤猪蹄等。代表品牌包括窑鸡王、吉庆嫂等。

在佐餐卤制食品行业中，各地区的企业需要结合当地的口味特征和消费需求，不断创新和改进生产工艺，推出更加符合当地消费者口味的佐餐卤制食品。同时，随着互联网的普及和物流配送体系的完善，越来越多的企业开始拓展线上渠道，将产品销售到全国各地，进一步推动了佐餐卤制食品行业的区域融合和发展。

# Chapter 3

洞察一：佐餐卤味市场空间增大，  
存量市场兼容休闲场景，增量市  
场需求放量

- 3.1 存量市场分析
- 3.2 增量市场分析
- 3.3 政策端分析
- 3.4 舆论端分析



### 3.1 存量市场——中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析 (1/2)

- 从供应链、消费者特征、终端门店经营三个维度对比看，佐餐卤制食品消费场景逐渐由家庭佐餐向休闲场景渗透，消费的地域差异明显，其产品的食材口味更丰富、工艺流程更繁琐，对供应链的要求更高

#### 中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析

		佐餐卤制食品	休闲卤制食品
供应链	上游原材料种类	多以红肉和整禽为主	以鸡、鸭、素食为主
	上游原材料品类	品类多且全，牛、猪等原材料价格波动较大	品类小而专，禽类原材料供给标准化，集中采购价格较低
	供应链案例	紫燕食品自建冷链配送车队，打造遍布全国的冷链物流网络，实现从工厂到餐桌全程不断链，最大限度延长产品的生命周期	以周黑鸭为代表的休闲卤制品的物流体系，都呈现出批量小、频次高、速度快等特点，要求企业有更完善的仓储物流体系和食品保鲜能力
	代表产品	夫妻肺片、烧鸡、手撕鸡、卤牛肉、猪头肉以及各类素食	鸭脖、鸭翅、凤爪、鸭头、鸭舌、鸭锁骨等
	生产工艺	通常以老汤和香料进行长时间慢卤的传统工艺，配以标准化和高效的现代化生产线	通常会采用现代化的生产工艺和设备，如真空包装、高温杀菌、快速冷却等
	产品定位	作为配菜用于佐餐，并逐步向休闲场景渗透	非正餐食用的休闲食品
消费者特征	消费需求	对营养、健康的要求高，需求较为稳定	非必需品，成瘾性强，需求随消费升级逐步扩大
	核心客群	到店购买的主力人群为有家庭的人，价格敏感度较高；通过外卖购买的人群主要由年轻人构成	以中青年群体为主，价格敏感度较低，偏冲动型消费
	店面选址	多靠近农贸市场、社区商超	多位于人流较旺的地区，如社区、商场、交通枢纽等
终端门店经营模式	人工要求	较高，需负责切割、配菜、调味、搅拌、称重等	较低，通常以定量装形式售卖
	区域属性	较强，个体工商户及区域连锁品牌居多	较弱，规模企业向全国化布局
	人均消费	30-60元	30-45元
	门店坪效	5-15 万元/平米	3-10万元/平米

来源：头豹研究院编辑整理

### 3.1 存量市场——中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析 (2/2)

- 佐餐卤制食品企业的收入结构更加均衡，供给侧的品种相对休闲卤味更加多元化，同时产品更加追求新鲜和营养健康，门槛更高，相应的护城河也更稳固

#### 中国佐餐卤制食品与休闲卤制食品对标分析

产品对标分析

##### 佐餐卤制食品

- 产品定位：**佐餐卤制食品消费具有较强的刚性需求属性，消费频次较高，消费者基数庞大。

##### 营养价值及健康性

- 佐餐卤制食品原材料更为多样，包括整禽、猪肉、牛肉、羊肉等众多类别，在营养价值方面较为丰富。

##### 休闲卤制品

- 产品定位：**休闲卤制品作为日常饮食消费产品，具备一定群众基础。

##### 营养价值及健康性

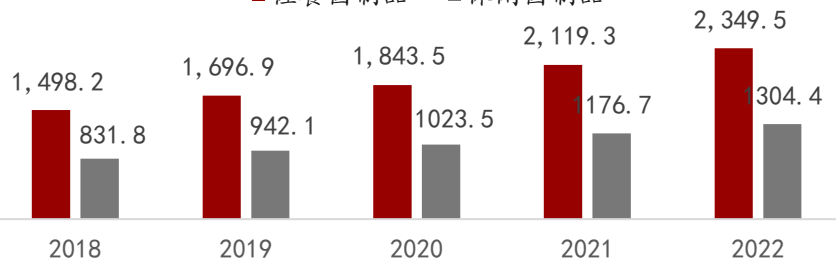
- 休闲卤制食品原材料较为单一，多为鸭副产品、鸡副产品，在营养价值方面相对较低，但为了迎合消费者的健康需求，现在很多休闲卤制食品品牌也开始注重产品的营养搭配和健康性。

行业对标分析

#### 中国佐餐卤制食品和休闲卤制品行业规模，2018-2022

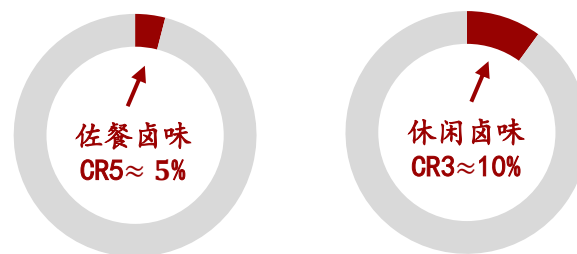
【单位：亿元】

■ 佐餐卤制品 ■ 休闲卤制品



#### 中国佐餐卤制食品和休闲卤制品行业集中度，2022

【单位：百分比】



随着消费者需求升级及市场竞争加剧，佐餐卤味行业进一步出清，市场集中度呈上升趋势，具备产品优势和规模化能力的全国性佐餐卤味品牌逐渐抢占市场，通过提高产品质量和服务水平、创新产品形态和口味等手段来提升市场竞争力，并逐渐向休闲卤味市场渗透。

总结

- 由于佐餐卤制食品的口味和营养价值得到越来越多消费者的认可，其市场前景更加广阔。此外，随着中式快餐和外卖市场的快速发展，佐餐卤制食品的市场份额也将得到进一步提升。
- 从佐餐卤制品和休闲卤制品的市占率差异来看，目前佐餐卤制食品市场集中度更低，对于具备产品创新能力和供应链把控能力的企业来说，未来市占率增长想象空间更大。

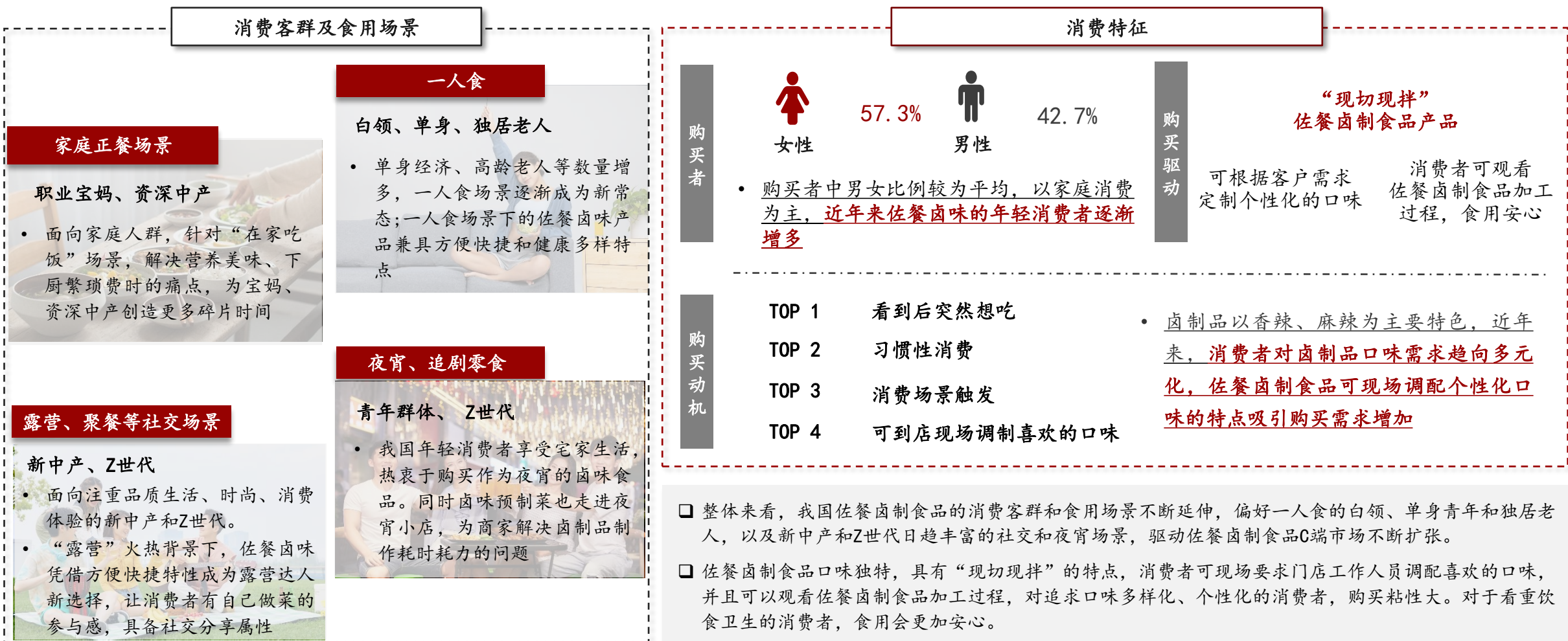
佐餐卤味的口味和特点可以满足休闲场景下的消费者需求，降维兼容休闲场景，佐餐卤味品牌具备更多的市场机会和发展空间



## 3.2 增量市场——C端需求分析

- 佐餐卤制食品的消费客群与消费场景日趋多元化。佐餐卤制食品具有“现切现拌”、可现场根据客户需求调配口味的特点，对追求个性化口味的消费者购买粘性极大

### 中国佐餐卤制食品需求端分析



来源：微播易、头豹研究院编辑整理

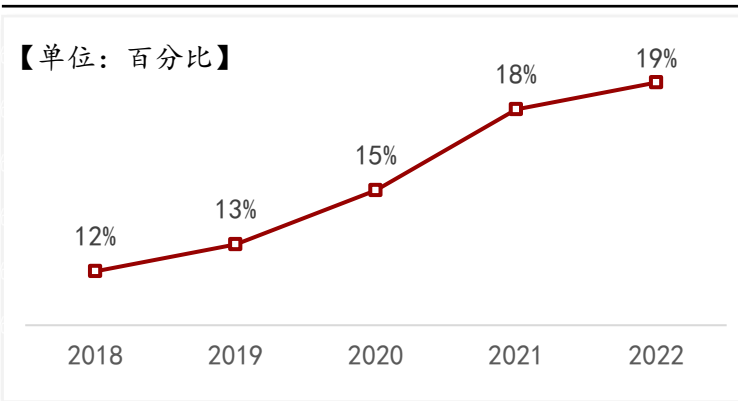
## 3.2 增量市场——B端需求分析

- 中国预制菜行业B端市场规模持续增长，其中以佐餐卤味为代表的即食类产品具备冷鲜、口味丰富和即时零售属性，符合消费者对于食品安全、口味多样化、出餐便捷的刚性需求，渗透率提升空间广阔

### 中国预制菜行业B端市场发展对佐餐卤味行业驱动因素分析

- 预制菜在新的时代发展背景下已成为餐饮企业“降本增效”的关键工具，从B端到C端的发展历程也彰显了行业的发展潜力。
- 美团数据显示，2018-2022年我国餐饮连锁化率持续上升，2022年已达到19%，餐饮市场连锁化进程不断加快，对菜品的标准化提出了更高要求，**餐饮连锁化率提升增加了对预制菜的需求**。其中，小型连锁餐饮企业为预制菜发展提供了较大空间。**小型连锁企业由于资金或规模限制较难通过自建中央厨房获得更高的经济性，为预制菜的发展提供了较大的空间。**

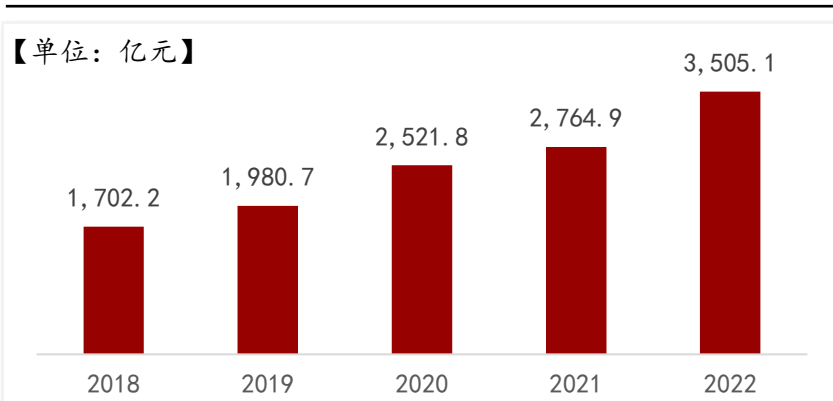
中国餐饮连锁化率, 2018-2022



来源：中国连锁经营协会、头豹研究院编辑整理

中国预制菜产品品类划分	分类	示例	描述	
	即食食品		无需任何额外准备、加热或烹饪打开包装即可食用的产品，佐餐卤味为代表性产品	一般为常温、冷鲜包装
	即热食品		需微波炉等加热方可食用的成品食品，口味丰富	一般为冷冻、冷藏、常温包装，食品添加剂成分较多
	即烹食品		已初步深加工，按份分装冷藏或常温保存的食材及必需的调味品可立即入锅调理的原料食品	一般为冷冻包装，食品添加剂成分较多
	即配食品		新鲜食材经过筛选、清洗、去皮、分切等简单预加工，按份分装的半成品生料需自行烹饪与调味	一般为冷鲜包装，保质期1-3天

中国预制菜行业B端市场规模, 2018-2022



- 2022年，中国预制菜行业B端市场规模达3,505.1亿元，且近年来呈持续上涨趋势。
- 分品类看，即烹和即配类产品为目前餐饮场景主要产品品类，而以佐餐卤味为代表的即食类产品具备的冷鲜、口味丰富和即时零售属性，更符合消费者对于食品安全、口味多样化、出餐便捷的刚性需求趋势，渗透率提升空间广阔。

### 3.2 增量市场——供给端分析

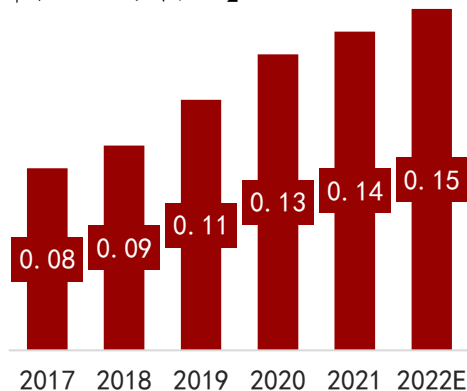
- 冷链物流及新技术的不断发展增强了佐餐卤制食品企业跨区域运输的能力，规模企业的跨区域经营模式有效加强生产及销售效率，推动行业规模企业进一步扩容

#### 中国佐餐卤制食品供给端分析



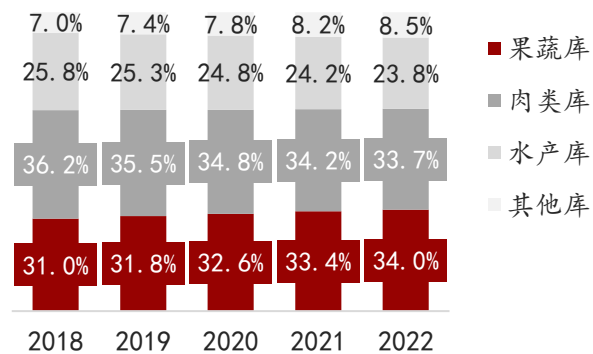
中国人均冷库容量, 2017-2022E

【单位：立方米/人】



中国冷库分类占比, 2018-2022

【单位：百分比】



- 我国人均冷库容量持续增长。2022年，我国冷库容量将达0.15立方米/人，十年间实现将近翻两番增长。
- 完善的供应链建设能够稳定佐餐卤味产能和终端价格，降低运输成本，达到及时配送及实现柔性化生产目的。冷链物流的发展有效扩大了佐餐卤制食品的配送范围，提升了产品的配送效率，推动佐餐卤制食品规模企业设立集中生产工厂，降低鲜货卤制产品单位生产成本和运输成本，加强了卤制食品企业跨区域运输的能力，克服了卤制品的区域限制，“中央厨房”式集中化生产将逐渐替代家庭式小作坊，在提高企业生产效率的同时，保障产品质量安全以及稳定较高的品质，推动行业中采用规模化、现代化生产的跨区域经营企业进一步扩容。

### 3.3 政策端分析

- 近年来，国家产业政策及法律法规的不断出台推动卤制食品安全质量的提升，同时持续加大市场管理和处罚力度，大量小作坊企业因卫生及质量问题退出市场，为区域性、全国性经营的规模企业提供发展空间

#### 中国佐餐卤制食品政策端分析

时间	政策	相关内容
2023.07	《国家发改委发布关于恢复和扩大消费措施的通知》	□ 培育'种养殖基地+中央厨房+冷链物流+餐饮门店'模式，挖掘预制菜市场潜力，加快推进预制菜基地建设，充分体现安全、营养、健康的原则，提升餐饮质量和配送标准化水平。
2023.02	《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》	□ “提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平”，要求“培育发展预制菜产业”。该政策利好不止于方向指导，还在于和乡村振兴战略深度链接，以及可能带来的产业支持。
2022.09	《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》	□ 健全企业责任体系。食品生产经营企业要建立健全食品安全管理制度，落实食品安全责任制。企业要支持和保障食品安全，食品安全员依法开展食品安全管理工作。
2021.03	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年（2021-2025年）规划和2035年远景目标纲要》	□ 大力发展绿色食品产业，支持绿色食品等重大项目建设，完善食品药品质量安全追溯体系；食品制造产业加快越向万亿级，壮大绿色食品产业链，形成具有竞争力的万亿级产业集。
2021.01	《食品生产企业农产品深加工典型模式培育和推广办法》（征求意见稿）	□ 力争用3年左右时间培育和推广一批食品生产企业农产品深加工典型模式，在主要食用农产品原料品种、食品工业主要行业类别和全国各省级行政区域3个维度实现全覆盖。
2020.01	《食品生产许可管理办法》	□ 食品生产企业实行一企一证，食品药品监管部门按照食品风险程度对食品生产实施分类许可；省级以上地方食品药品监管部门负责本行政区内的食品生产许可监管工作。

- 近年来，我国食品安全国家产业政策及法律法规不断出台，**推动卤制食品安全质量提升与市场规范**，持续加大市场管理和处罚力度，强化对市场上不合格小作坊企业、不合格产品和假冒伪劣产品的清理和打击，加速质量管理体系建设，提高全行业的产品质量水平。随着我国食品卫生安全标准进一步提高，大量小作坊企业食品卫生和质量安全会因难以达到国家标准而被迫退出市场，**推动区域性、全国性经营的规模企业扩大市场份额，促进行业的良性发展。**

### 3.4 舆论端分析

- 预制菜市场将加速建立统一的产品标准体系、认证体系、溯源体系等有效管理机制，即食类和即配类预制菜的冷鲜属性和“配料表干净”属性更易被市场和消费者接受，相关产品在预制菜市场的增速将显著提升

#### 预制菜舆论风波对佐餐卤制食品行业影响分析

##### 社会舆论与争议点

###### 学校食堂用预制菜,惨遭家长怒怼,学校:全面下架预制菜



2023年9月22日 近日,湖南怀化沅陵县辰州中学的食堂在使用预制菜问题上引发了广泛关注和争议。一位家长在家长会上怒斥学校,称小孩子的健康都没有了,还读什么书。学校随后表示将全面下架预制菜和...

独角戏中意

###### 预制菜进校园遭抵制,江苏省采取严厉措施:咋解决预制菜信任...



2023年9月21日 在这种情况下,如果强行将预制菜引入学校,不仅会引起学生家长们的强烈反对,而且还会引发一系列的连锁反应,包括但不限于食物质量问题的增多、学校声誉受损、甚至对未来餐饮行业发展...

璐璐说点事

###### 家长怒斥预制菜“连健康都没有了,还读什么书?”教育部终于...



2023年9月25日 家长们的焦急与愤怒可以想象,甚至有家长激动地质问:“连健康都没有了,还读什么书?”事件的发酵使得怀化这所中学做出决策,停止供应所有预制菜。面对这样的舆论风波,有些人仍然...

洞鉴财经

##### 受安全性、添加剂等方面的担忧,预制菜(预制食材)正处于风口浪尖之上



- 速冻食品
- 隔夜菜
- 防腐剂添加
- 色素添加
- 含盐含油量高
- 口感不佳
- 劣质食材
- 劣质料理包

##### 现状分析



- 关于预制菜肴的定义,政策端相关部委处于征求意见阶段,目前讨论的要点有:第一,防腐剂的使用与规范;第二,是否使用冷冻食材;第三,是否用半成品菜肴。



- 预制菜本身具备:出品稳定、食品安全可控、成本控制、菜品多样性等优势,其技术与食品安全性也达标,只是在监管机制还没有完全成熟的情况下,部分生产企业降低“标准”以及材料的不公开透明导致家长对此产生恐惧心理。



- 从具体品类来看,舆论关注点集中在速冻半成品及料理包预制菜品类,主要涉及冷冻类食材的营养流失问题、保质期较长引发的对食品添加剂含量过高的担忧、生产过程中食材的安全性等。

##### 机遇预判

- 因此,预制菜赛道会加速出台规范政策,相关品类覆盖会进一步收窄。不同使用场景及消费群体对应的预制菜产品应有不同等级的规范要求。**随着政策端的规范,预制菜市场渗透率有望进一步提升。**

- 预制菜不应和“打包菜、隔夜菜”划等号,产品应兼顾安全性和营养性,减少化学防腐剂、合成色素和食品添加剂的使用,建立从采购到工厂到餐桌的全供应链数据追溯及标准化体系。**因此,预制菜行业将进一步出清,利好规模化和具备全供应链可溯源能力的头部企业。**

- 因此,相较于即热和即烹类预制菜产品保质期较长带来的食材健康和食品安全隐患,**即食类和即配类预制菜的冷鲜属性和“配料表干净”属性更易被市场和消费者接受,加之佐餐类产品口味丰富,预计佐餐卤味产品在预制菜市场的增速将显著提升。**

# Chapter 4

洞察二：连锁品牌市场空间增大，  
市场集中度进一步上升，兼容小  
作坊份额

- 4.1 行业市场集中度分析
- 4.2 行业主要参与企业分析
- 4.3 行业投融资环境及动态热点追踪



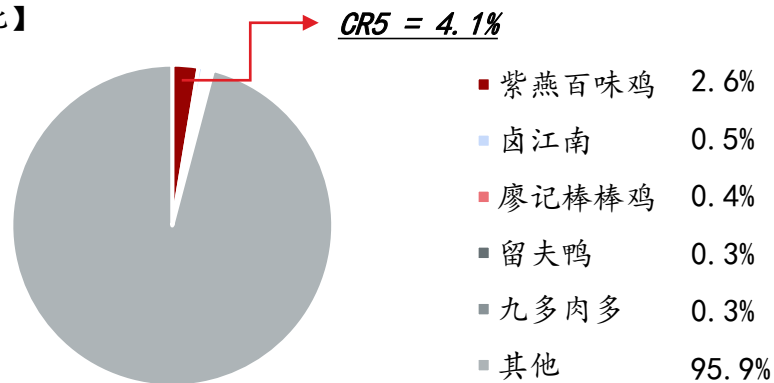
## 4.1 中国佐餐卤制食品行业——市场集中度分析

- 中国佐餐卤制食品行业的市场竞争集中度较低，但是从2020年起到2022年市场集中度不断上升，同时市场中的新进入者数量攀升，新进入者中包括休闲卤味企业和其他食品加工企业，预计未来市场竞争将加剧

### 中国佐餐卤制食品市场集中度分析

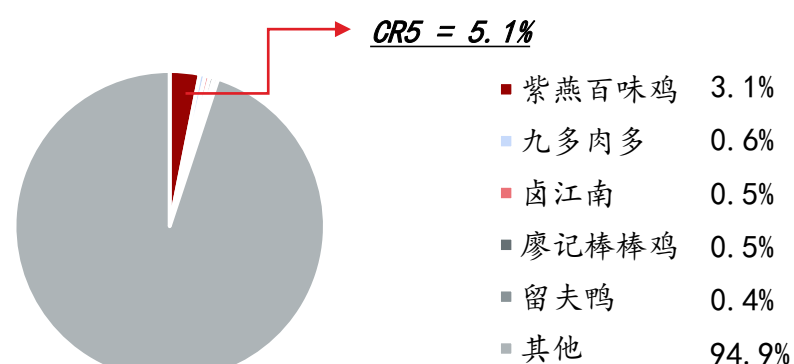
2020年中国佐餐卤味市场集中度

【单位：百分比】



2022年中国佐餐卤味市场集中度

【单位：百分比】



□ 整体来看，中国佐餐卤制食品市场较为分散，头部企业包括紫燕百味鸡、卤江南、廖记棒棒鸡、留夫鸭、九多肉多等。







□ 市场集中度从2020年到2022年不断上升，市场中五家头部企业的市场集中度从2020年的4.1%上涨至2022年的5.1%。

□ 由于中国佐餐卤制食品行业前景广阔，新进入市场中的参与者不断增多，未来佐餐卤味市场的竞争将会更加激烈。佐餐卤制食品行业虽然发展多年，仍存在许多小型、非品牌化的生产商占据大量市场份额的情况。然而，随着消费者对佐餐卤制食品的需求增加和消费观念的转变，佐餐卤制食品行业的繁荣度不断提高，吸引了更多的规模以上企业和新兴企业的参与。同时，一些主要生产休闲卤制食品的企业也开始尝试进入佐餐卤制食品领域，进一步显示了佐餐卤制食品市场的吸引力和广阔前景。

## 4.2 中国佐餐卤制食品行业——竞争格局分析

- 紫燕食品作为“佐餐卤制食品第一股”，线下门店规模及体量在同业中遥遥领先，是中国佐餐卤制食品行业中的龙头企业

### 中国佐餐卤制食品行业竞争格局分析

梯队	品牌名称	客单价	门店数量	市场布局		产品矩阵	商业模式
				覆盖省级行政区	覆盖城市		
第一梯队	 紫燕百味鸡	32.19元	6503家	32个	225个	百味鸡、藤椒鸡、五香手撕鸡、夫妻肺片、酸汤肥牛等	经销模式为主
	 窑鸡王 KILN CHICKEN KING	52.33元	1551家	25个	222个	原味窑鸡、香辣窑鸡、盐焗鸡等	直营+加盟
	 九多肉多 —JIU DUO ROU DUO—	22.29元	1285家	10个	53个	麻油鸡、猪头肉、牛肉、烧鸡、猪蹄等	直营+加盟
第二梯队	 卤江南手撕鸡	31.82元	954家	6个	16个	滋味鸡、香卤鸭胗、香卤猪爪、宰相牛肚等	加盟为主
	 留夫鸭 <small>熟食家</small>	34.06元	841家	5个	22个	现卤土鸭、茄汁排条、猪蹄、桂花酱鸭等	加盟为主
	 廖记棒棒鸡	35.78元	637家	30个	84个	廖记棒棒鸡、金汤夫妻肺片、掌中宝、无骨鸡爪等	直营+加盟

□ 紫燕食品作为“佐餐卤制食品第一股”，门店数量高达6503家，覆盖城市225个，规模及体量在同业中遥遥领先，是中国佐餐卤制食品行业龙头企业。卤江南和廖记棒棒鸡是全国性佐餐卤制食品企业，早期均以现卤现卖的农贸市场夫妻店起家，后期因开展连锁扩张，采取中央工厂生产+冷链物流运输，逐渐发展为全国性的卤制品品牌。值得注意的是，在过去的一年里，窑鸡王品牌凭借聚焦大单品和高效供应链的优势，通过加盟连锁方式迅速拓店，在佐餐卤制食品行业规模企业中门店数量增速显著，是近一年来我国佐餐卤制食品市场中门店数量增速最快的品牌。

□ 佐餐卤制食品传承悠久并且市场广阔，吸引了大量小微作坊式企业加入，导致市场集中度较低。目前，佐餐卤制食品领域的市场竞争更多源自于规模企业对于小微作坊式企业的挤压，品牌企业间竞争相对缓和。

来源：窄门餐眼、各公司官网、头豹研究院编辑整理数据截至2023年9月7日



## 4.3 中国佐餐卤制食品行业——投融资环境及动态热点追踪

- 佐餐卤制食品行业的融资环境目前比较活跃，投资者对行业的未来发展前景也比较看好；投资者在投资时通常考虑多个因素，包括品牌实力、市场前景、经营模式、竞争情况等

### 中国佐餐卤制食品投融资环境分析

时间	公司名称	轮次	规模	投资方
2023-01	卤江南食品	股权融资	-	网聚资本
2022-10	火号	A轮	数千万人民币	奥牛资本、青桐资本
2022-09	紫燕百味鸡	IPO上市	6.36亿人民币	公共股东
2021-11	廖记棒棒鸡	战略投资	-	味美鲜食品
2021-10	九多肉多	A轮	数亿人民币	光大控股
2021-10	五香居	Pre-A	1500万人民币	-
2021-09	卤江南	战略投资	-	网聚投资
2021-05	菊花开手撕藤椒鸡	B轮	1亿人民币	万物资本、中源资本、不惑创投、浅石创投
2020-06	卤林传奇	天使轮	数百万美元	星纳赫资本、内向基金、穆棉资本
2018-09	辣卤世家	天使轮	-	丰厚资本、泽厚资本
2018-08	热辣生活	B轮	1.4亿人民币	高榕资本、经纬创投、五岳资本、方创资本
2017-10	黄太后	A轮	数千万人民币	高榕资本
2015-10	山林食品	战略投资	-	九穗禾投资
2012-10	德州扒鸡	A轮	-	启赋资本、天图资本

2

□ 2021年，社区餐饮兴盛，即买即走、买到即食的佐餐卤味熟食受到消费者青睐。佐餐卤味市场在紫燕百味鸡递交招股书后吸引了大量关注。

1

□ 2017年开始，头部卤制品企业营收增速快，卤制品相关企业注册数量明显攀升，投资方开始关注该赛道。

□ 中国佐餐卤制食品行业的融资环境将不断向好发展，原因在于：一方面，随着我国居民的口味偏好趋向多样化与个性化，与休闲卤味相比，消费者更愿意购买“现切现拌”的佐餐卤味，促使佐餐卤味需求端扩容，越来越多的投资者开始关注佐餐卤味行业，并愿意进行投资。另一方面，消费者的购物习惯也在发生改变，更多的倾向于选择社区商业和线上购物等方式，这为佐餐卤味行业提供了更多的销售渠道和机会，也进一步吸引了投资者的关注。一些知名的佐餐卤味品牌已经获得了多轮融资，并且这些品牌的门店数量也在不断增加。

来源：IT桔子，头豹研究院编辑整理

# Chapter 5

洞察三：B端与C端消费新趋势下，  
供应链能力助力佐餐企业构筑护城河

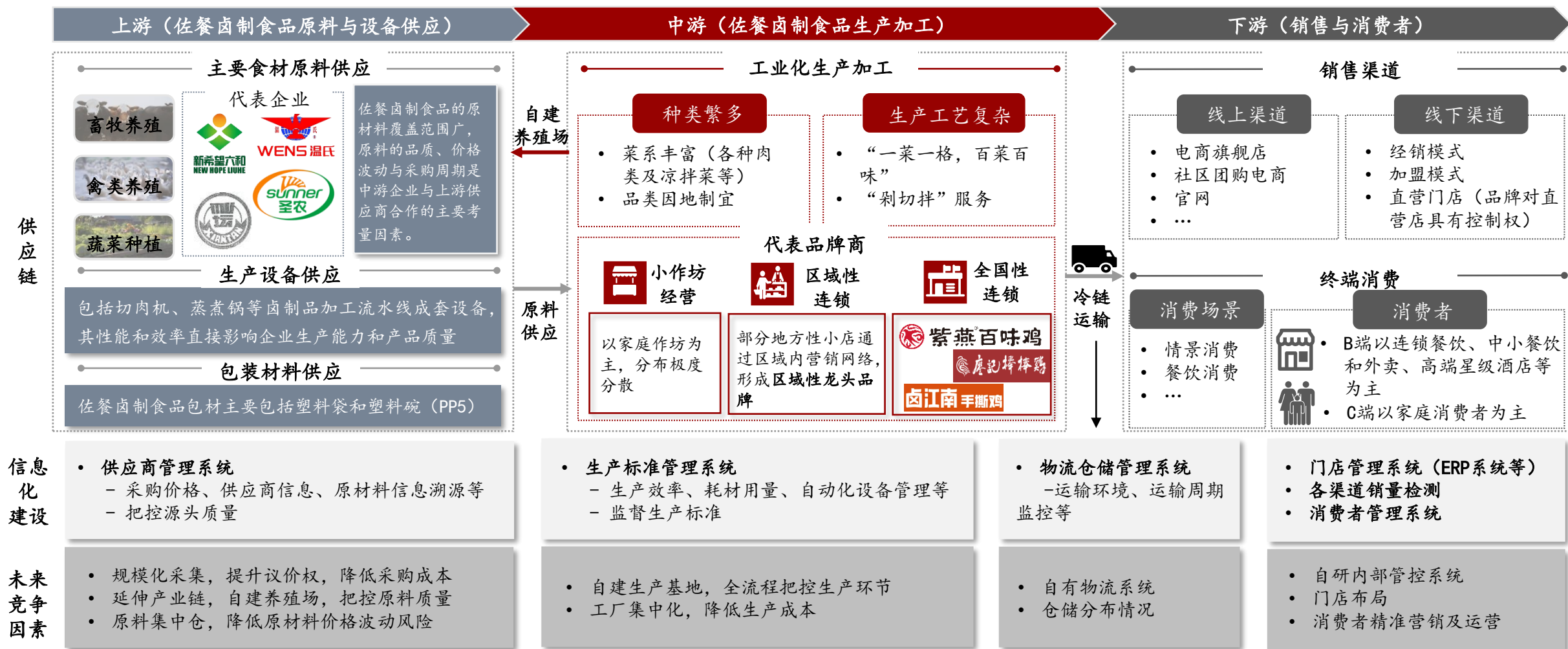
- 5.1 供应链图谱总览
- 5.2 上行供应链分析
- 5.3 下行供应链分析



## 5.1 供应链图谱总览

- 中国佐餐卤制食品行业供应链根据产品生产流程可分为上游的原材料与设备的供应环节，中游的卤制品生产环节和下游的产品流通、销售环节

中国佐餐卤制食品供应链图谱



来源：各公司官网、头豹研究院编辑整理

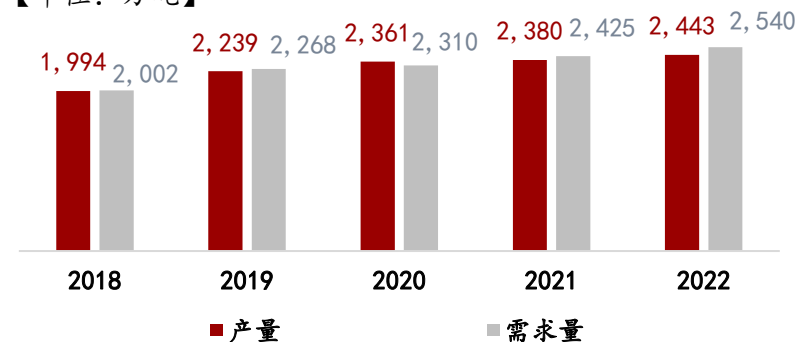
## 5.2 上行供应链分析 (1/2)

- 佐餐卤制食品上行供应链主要覆盖原材料供应商，包括禽肉、牛肉和猪肉；目前禽肉市场整体较为稳定，牛肉市场供不应求，对进口的依赖度不断攀升，猪肉市场整体呈现供过于求态势

### 中国佐餐卤制食品供应链上行分析——肉类原材料供需关系

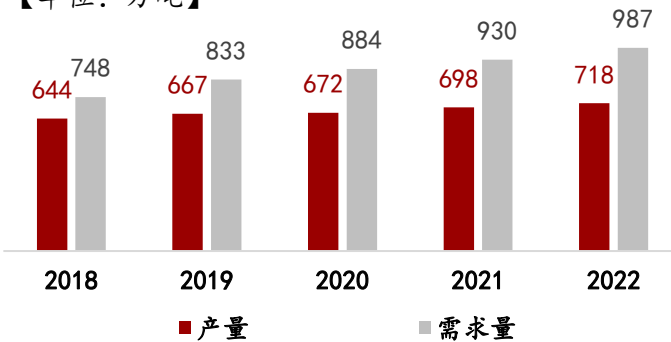
中国禽肉产量和需求量，2018-2022

【单位：万吨】



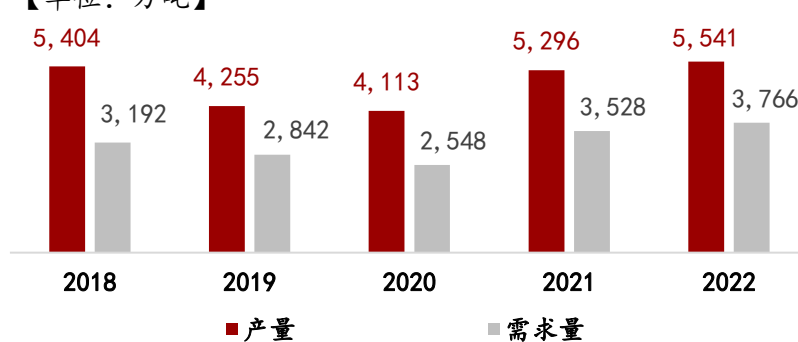
中国牛肉产量和需求量，2018-2022

【单位：万吨】



中国猪肉产量和需求量，2018-2022

【单位：万吨】



注：需求量是依照国家统计局的人均消费量乘以人口数量得来，其中人口数量以14亿人口计算

- 中国禽肉产量较为稳定，需求量和产量较为接近，禽肉市场整体基本处于供需平衡。**首先，从产量上看，中国的禽肉产量持续增长。2018-2022年，中国禽肉产量持续增长，到2022年，中国禽肉产量为2,443万吨，同比增长22.5%。禽肉作为我国肉类消费的重要组成部分，在我国肉类消费市场中占据重要地位。其次，从需求量上看，中国禽肉需求量也呈现震荡上行的发展态势。此外，在中国肉类总产量中，猪肉产量占有50%以上的比重，远高于其他畜种比重，而禽肉在肉类总产量中的比重仅次于猪肉。
- 中国牛肉的产量增长速度低于需求量增长速度，并且市场呈现供不应求的情况。**中国已经成为全球前三的牛肉生产大国，围绕肉牛养殖、屠宰和牛肉生产的产业版图逐渐形成。但由于本土肉牛养殖成本高、出栏周期长等原因，国内牛肉产量供不应求，且需求缺口呈逐步扩大趋势。为满足国内旺盛的牛肉需求，中国牛肉进口量逐年增长，最新数据显示，2022年中国牛肉进口依赖度达36%。
- 中国猪肉市场供给量远高于需求量，价格不断下降，市场面临亏损。**在2020年高猪价带来的高利润的激励下，2021年中国生猪养殖业高速扩张，养殖规模大幅增长，猪肉产量明显提升，猪肉价格大幅下降。2022年国内生猪产能继续释放，猪肉产量维持增长趋势，但在上一年行业大幅度亏损的背景下，2022年全国猪肉产量增幅明显放缓。

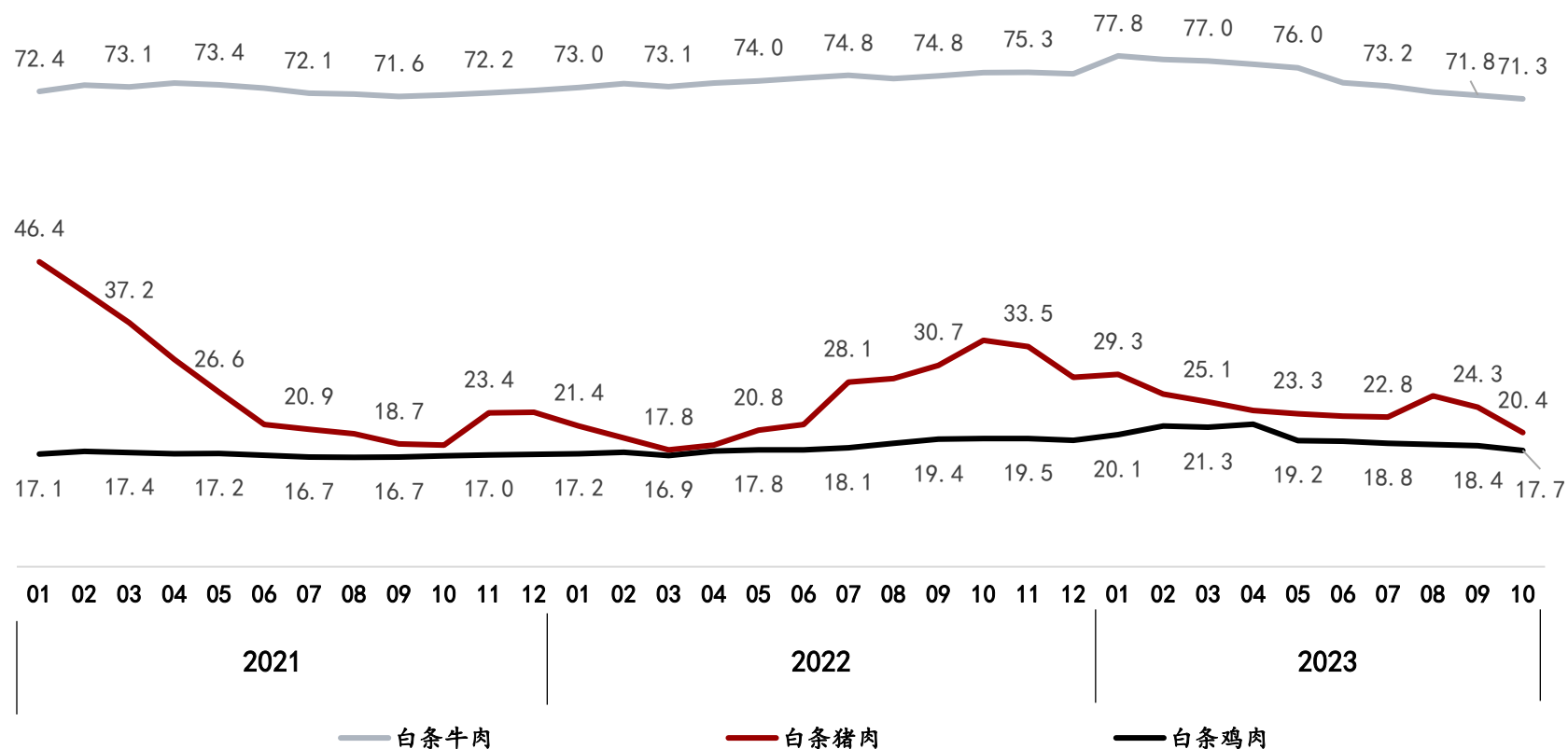
## 5.2 上行供应链分析 (2/2)

- 佐餐卤制食品上行供应链中肉类原材料的价格整体呈现稳中略降的局面，有利于佐餐卤制食品中游制造企业降低成本，扩大利润空间

### 中国佐餐卤制食品供应链上行分析——肉类原材料市场价格

中国肉类市场价格，2018-2023

【单位：元/公斤】

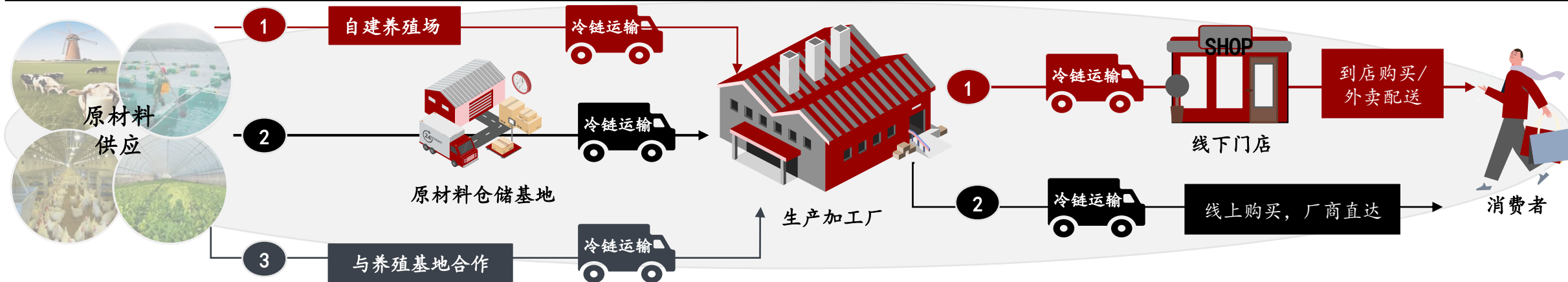


- 中国牛肉市场价格偏高，但是从今年开始有逐步下降的走势。由于今年我国国产牛肉库存高筑，同时国际贸易恢复，进口牛肉价格走低并大规模涌入市场，导致今年牛肉价格在低位震荡。
- 中国猪肉价持续走低，对于猪肉为原材料的佐餐卤味产品而言，成本较低。我国白条猪肉市场价格夏季价格低，冬季价格高，2021年至2023年期间，我国猪肉市场价格整体呈现持续震荡走低态势。对于以猪肉作为原材料的佐餐卤制食品企业而言，成本较低。
- 鸡肉价格相对猪肉和牛肉而言较低，并且价格处于较为稳定的阶段。以鸡肉为主要原材料的佐餐卤味，其成本较低，成本上涨的风险也较低，对中游加工企业的影响不明显。

## 5.3 下行供应链分析

- 标准化供应链的建设是佐餐卤制食品的核心竞争力，在供应链下行环节，随着冷链技术的升级与厂商生产和销售网络的布局优化，品牌商在生产成本、加工效率、配送周期以及销售把控等多环节全面实现降本增效

### 中国佐餐卤制食品供应链下行分析



#### 标准化供应链

#### 上游合作

- 头部企业致力于与上游紧密合作发展
  - 延伸至上游供应链，通过合并、自建工厂等形式，形成“养殖-屠宰-食品加工”的产业链
  - 建立原材料仓储基地，减少原材料的价格波动

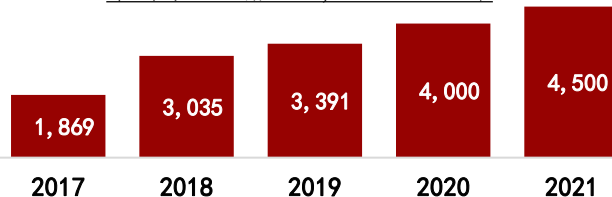
#### 生产加工

- 自建工厂+核心技术
  - 生产方式包含自主生产、委托加工、OEM等方式
  - 其中头部企业通过重点区域生产基地布局，辐射全国产能布局
  - 核心技术提升生产效率与竞争力

#### 物流配送

- 全程冷链运输，确保产品品质
  - 包括与第三方物流合作、自建冷链品牌为主

中国冷链运输规模，2017-2021年



#### 终端销售

- 终端销售监控
    - 对销售环节及门店操作实时监控
- 中国卤制食品销售渠道，2021年
- |      |     |    |     |
|------|-----|----|-----|
| 线下门店 | 63% | 外卖 | 17% |
| 电商平台 | 17% | 其他 | 3%  |

来源：阿里研究所，头豹研究院编辑整理

# Chapter 6

## 中国佐餐卤制食品发展趋势及未来思考

- 6.1 供给端发展趋势
- 6.2 需求端发展趋势



## 6.1 供给端发展趋势

- 我国佐餐卤制食品行业整合加速，打造差异化的竞争优势成为参与企业的发展关键，头部企业供应链进一步整合延伸

### 中国佐餐卤制食品行业发展趋势分析

#### 规模较个体经营户及地方性品牌将被加速替代整合

随着我国佐餐卤制食品的生产技术水平不断提升，佐餐卤制食品生产标准化、规模化及供应链水平不断提高，高效推动行业整合加速，行业集中度将进一步提升



#### 行业整合加速

早期，佐餐卤制食品生产以单店小作坊为主，存在大量繁琐冗余的手工环节，生产效率低、成本管控难度较大且安全卫生得不到保证。

目前，行业内部分规模化企业已具备了开展标准化、规模化及自动化生产的资金储备、技术储备和供应链条件，并已着手布局，以便在未来的竞争中占据先机。这种趋势正在改变目前国内佐餐卤制食品行业的供应格局。

未来，随着消费者对产品品质要求的提升以及对品牌知名度的偏好逐渐增强，拥有规模化运作能力的企业将进一步抢占市场份额，行业市场集中度也将进一步提高。

#### 差异化的竞争优势成为行业内参与企业的发展关键

佐餐卤制食品的品类和口味进一步细分，通过产品创新以及对赛道的进一步细分打造差异化优势成为参与企业的破圈关键



#### 细分产品品类及口味

例如，龙头企业紫燕食品在2023年前三季度，推出了“乐山钵钵鸡”、“爽口蹄花”、“手撕鸡”等多款新产品，持续加码新品研发投入，力争以突出的美味和品质获得更多消费者的青睐。

#### 头部企业供应链进一步整合延伸

佐餐卤制食品品牌的强地域性特征要求佐餐企业在追求规模增长的同时强化供应链的整合延伸，提升链路流通效率，实现各环节的降本增效



#### 强化供应链能力

例如，紫燕食品在全国建立5个高标准的生产基地作为供应链体系的关键节点，同时引入智慧大数据服务平台和多重现代电子化信息管理系统，构建高效率的供应链体系，涵盖了佐餐卤制产品生产的各环节，并通过物流和仓储系统的整合，实现效率提升。



## 6.2 需求端发展趋势

- 我国佐餐卤制食品C端消费需求呈现年轻化、健康化趋势，年轻群体逐渐成为消费主力；B端餐饮企业与佐餐卤制食品行业合作深化，将佐餐卤制食品端上门店餐桌

### 中国佐餐卤制食品行业发展趋势分析

#### C端消费需求呈现年轻化、健康化趋势，年轻群体逐渐成为消费主力



以Z世代为主的年轻群体  
逐渐成为佐餐卤制食品消费主力

#### 年轻群体卤制品消费特征

- 1 喜欢尝试新口味
- 2 注重美味和卫生
- 3 做饭意愿不高，希望购买价格划算且方便的佐餐/代餐

Z世代消费者的消费需求和观念更为独特和多样化，喜欢通过点外卖的方式购买美味卫生、价格划算的卤制品作为餐桌饮食。在工艺上对热卤、冷卤、炸卤等创新产品接受度更高，食用场景向露营、卤味火锅等方向延伸，未来佐餐卤制食品企业在产品推新时，将迎合年轻消费者的需求，以增加产品的粘性和复购率。

#### B端餐饮企业与佐餐卤制食品企业深化合作，将佐餐卤制食品端上门店餐桌

B端餐饮企业青睐预制菜：预制菜可以有效减少B端餐饮店的食材成本、人工成本和后厨面积，帮助餐饮店提升利润率水平，并减少顾客等待的时间



佐餐卤味企业布局预制菜具有天然优势

中国佐餐卤制食品行业规模企业发挥供应链优势不断扩展渠道，与B端餐饮企业深化合作，积极布局预制菜领域。

#### 佐餐卤制食品行业规模企业布局预制菜领域

代表企业	布局领域	模式
紫燕食品	To B	以To B预制菜条线为主，供给连锁餐饮企业以及铁路列车餐饮，发挥公司强大的产品研发、生产加工以及交付能力优势
物只卤鹅	To B、To C	To B: 供给上海、北京的专业酒楼、粤菜连锁企业 To C: “人找货”，通过直播带货等方式触达消费者
五香居	To C	赋能旗下“你好鸭”品牌，推出半成品预制菜熟食，以夫妻店的模式在线下推广

# Chapter 7

## 代表性案例

- 7.1 行业优质供应链企业案例解析：紫燕食品
- 7.2 行业优质供应链企业案例解析：安井食品
- 7.3 行业优质供应链企业案例解析：窑鸡王
- 7.4 行业优质供应链企业案例解析：留夫鸭
- 7.5 行业优质供应链企业案例解析：廖记棒棒鸡



## 7.1 行业优质供应链企业案例解析：紫燕食品（1/6）

- 紫燕食品是行业领先的卤制品熟食生产企业，于2022年9月成功登陆上交所主板，是“中国佐餐卤制食品第一股”，多年来始终严格保障产品稳定优质，并聚焦年轻一代消费者喜好进行多样化的营销方式

### 企业案例——紫燕食品行业地位及竞争优势

#### 企业地位

- 紫燕食品是行业领先的卤制品熟食生产企业，产品以鲜货产品为主、预包装产品为辅。公司与2022年9月成功登陆上交所主板，是“中国佐餐卤制食品第一股”。
- 凭借高品质、多样化的卤制食品、良好的品牌形象和品牌文化、跨区域布局的连锁销售模式、细致周到的服务体验以及贯穿产业链各环节的产品质量控制体系，紫燕食品已经发展成为卤制品行业内具有较强竞争力和影响力的企业之一。



#### 产品优势

以鲜货产品为主，预包装产品为辅

- 紫燕食品凭借独特的配方和标准化工艺，以川卤口味为基础，揉合粤、湘、鲁众味，创造出以夫妻肺片招牌产品、整禽类产品、香辣休闲系列产品等为主的上百种精选美食，覆盖川卤、油卤、鲜卤、糟卤、盐卤、白卤、酱卤、老卤、热卤、冷卤等十大特色卤制风味，应用场景以佐餐消费为主，休闲消费为辅。



夫妻肺片



百味鸡



藤椒鸡

#### 营销优势

紫燕食品围绕产品品质、用户选择和差异化三个维度强化品牌营销

##### 产品品质优势

- 紫燕食品凭借着多年来在大型食品供应商的优质货源、标准工厂内的自动化存储设备等现代化技术、以及全程智能温控的冷链体系配送等领域的持续深耕，坚持“好原料+好工艺”，能够严格保障产品品质的优质稳定。

##### 用户选择优势

- 紫燕食品聚焦年轻一代消费者喜好，紧随新兴消费趋势，近年来积极与热门游戏以及影视IP联合。例如：紫燕斩获2022·腾讯游戏人生“最佳经营共创品牌”奖项，并在2023年将与元气森林联名。

##### 差异化优势

- 紫燕食品基于契合度高、关联性强的IP，积极创新，推出一系列新菜品。2023年，紫燕在青岛、苏州等五地分别推出了爽口蹄花和酱香牛腱肉两款新品；在兰州、银川两地推出多重风味的爽脆三丝新品。此外，紫燕积极开展线上活动，邀请多个kol/koc花式种草紫燕菜品，通过真实的社交分享吸引更多消费者。

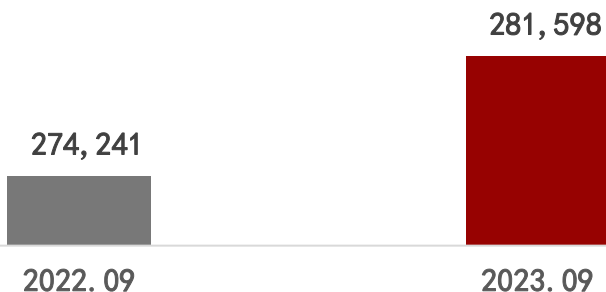
## 7.1 行业优质供应链企业案例解析：紫燕食品（2/6）

- 紫燕食品整体经营情况保持稳健向好，2022年9月至2023年9月期间公司营业总收入与营业利润均实现规模增长；公司鲜货类产品营收占比有所下降，而预包装产品营收占比呈上升态势

### 企业案例——紫燕食品财务分析

紫燕食品营业收入变动情况，2022.09-2023.09

【单位：万元】



紫燕食品营业利润变动情况，2022.09-2023.09

【单位：万元】

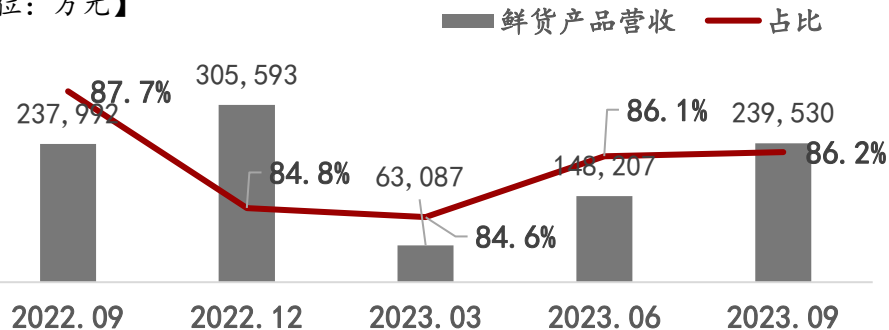


从2022年第三季度至2023年第三季度期间财务情况来看，紫燕食品整体经营保持稳健向好，营业总收入与营业利润均实现规模增长。

紫燕食品主营产品营收变动情况，2022.09-2023.09

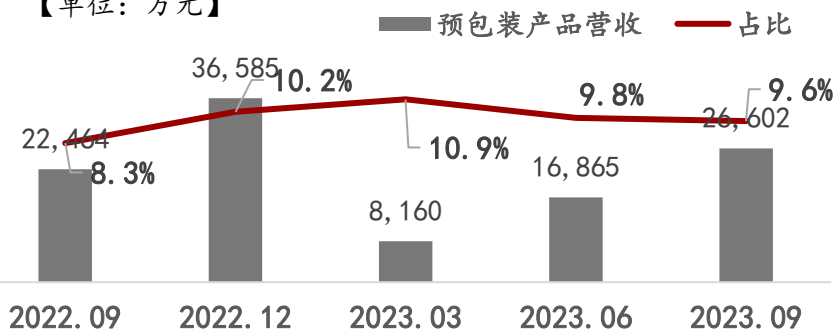
鲜货类产品营收情况

【单位：万元】



预包装产品营收情况

【单位：万元】



鲜货类产品是紫燕食品核心产品品类，在2022年第三季度和2023年第三季度期间，鲜货类产品营收占比有所下降，而预包装产品营收占比呈上升态势。

## 7.1 行业优质供应链企业案例解析：紫燕食品（3/6）

- 在经营模式上，紫燕采取集中与分散结合的采购方式，产品均为自主生产，通过销售预测系统生成配送计划，并采用以经销为主的连锁经营模式

### 企业案例——紫燕食品经营模式分析

#### 采购模式

##### 集采平台 集中采购

- 公司总部采购中心根据对主要原材料供应状况和行情走势分析预测，结合各生产基地汇集的需求信息，统一制定相应采购计划，与上游供应商统一商谈合作，有利于公司对品质及成本的有效管控。

##### 生产基地 分散采购

- 地方采购是指各生产基地各自筛选附近合适的供应商进行原材料采购，以保证原材料新鲜度以及满足当地特色产品的生产需求，地方采购的原料主要是蔬菜及部分佐料。

#### 生产模式

公司的主要产品均为自主生产

##### 销售预测系统

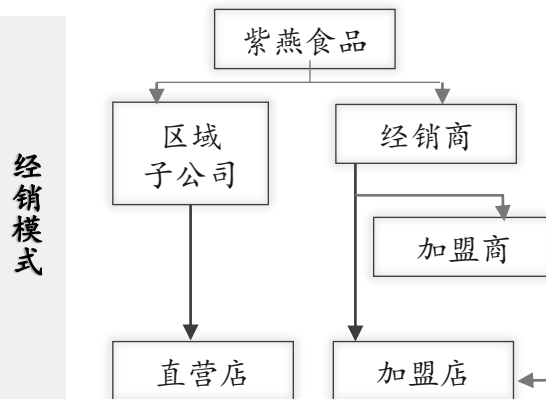
通过对中长期店铺销售数据、短期店铺销售数据及产品市场需求量进行分析，对当日门店订货数量进行预测，从而给出不同产品的生产计划建议，公司生产部门对预测数据进行人工审核后形成生产计划单，并安排各生产基地生产，从而保障鲜货产品生产 and 供货的及时性。

##### 产品配送

公司中台系统汇总各加盟门店、直营门店在指定时间向公司发送产品订单，公司中台系统对订单及存货进行自动匹配，由公司自有冷链配送公司根据店铺订单进行发货及冷链配送。

#### 运营模式

采用以经销为主的连锁经营模式，同时构建了包括电商渠道销售、商超渠道销售、团购模式等其他渠道在内的多样化立体式营销网络体系



经销模式

- 建立了“公司-经销商-终端加盟门店-消费者”的两级销售网络，有利于降低公司自行开发终端加盟门店在时间、成本上的不确定性以及对终端渠道的管理复杂度，有效降低运营成本，利于公司集中优势力量完成产品研发、质量控制及供应链管理。

直营模式

截至2023年上半年 直营店数量 **35家** 分布于上海、武汉等地区

- 公司对各直营门店拥有控制权，统一财务核算，享有门店产生的利润，并承担门店发生的一切费用开支。公司主要采取经销模式销售，保留少数直营门店主要是出于店铺形象设计、获取消费者反馈、累积门店经营管理经验及人员培训等目的。

其他

- 公司通过其他销售渠道销售的产品以包装产品为主，主要销售渠道包括商超渠道、电商渠道、团购渠道等。

## 7.1 行业优质供应链企业案例解析：紫燕食品（4/6）

- 数字化与智能化应用赋能佐餐卤制食品行业，作为佐餐卤制食品行业龙头企业，紫燕食品积极推动数字化和智能化生产的应用，引领行业发展

### 企业案例——紫燕食品数字化与智能化应用赋能行业

#### 传统佐餐卤制食品企业面临痛点

##### 研发沟通效率低

- 研发涉及多部门、多业务、多成员协同，缺少有效平台连接所有项目成员

##### 项目知识管理弱

- 项目文档没有体系化存储、分享，成果回收不便，无法复制最优项目经验

##### 业务流程管控弱

- 研发项目管理标准化缺少流程固化，不利于研发项目全周期PDCA管控

##### 研发决策数据少

- 缺乏对项目过程中各类数据进行统一分析管理，不能高效支撑研发决策

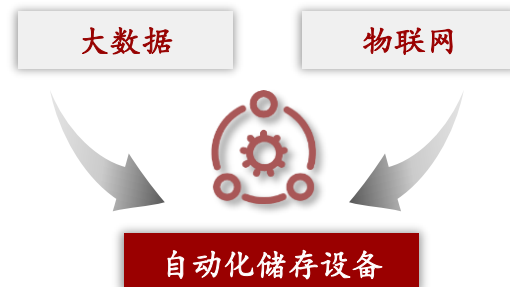
□ 作为我国佐餐卤制食品行业龙头企业，紫燕食品2023年半年度报告显示，公司实现归属净利润1.80亿元，同比增长55.11%；实现扣非净利润1.42亿元，同比增长52.10%。

□ 随着市场回暖，小型佐餐卤制食品企业间竞争加剧，区域和全国性企业追求高效增长，从而面临一系列管理问题，例如：传统佐餐卤制食品企业内部层级多、链条长，各环节信息难以实现精细化管理，运转效率较低，响应市场变化存在滞后性。各企业纷纷加码数字化转型，借助数字化与智能化技术，赋能企业供应链、产品研发、市场营销等关键环节。

#### 紫燕百味鸡

作为佐餐卤制食品行业龙头企业，紫燕食品积极推动数字化和智能化生产的发展，将公司的生产管理提升到了一个全新的水平，引领行业发展。

- 通过引入物联网和大数据技术，紫燕食品广泛应用自动化储存设备，简化生产流程，提升仓储效率。
- 应用自动化储存设备，可使原材料和成品的储存更加高效可控，有效减少库存损耗，同时提升生产灵活性，能够更快地响应市场需求的变化。



#### 自动化订单处理

- 有助于提高生产计划的准确性，确保原材料和生产能力的最佳利用。
- 使客户能够享受到更快的订单交付服务，同时，降低订单处理过程中出现错误的风险。

#### 创新举措

#### 智能订单拣选流水线

- 实现并增强了产品质量的一致性和可追溯性
- 智能订单拣选流水线能够更快速地处理订单，并在拣选过程中减少人为因素产生的错误，进一步确保产品的质量和完整性。
- 同时，拣选流水线可以记录每个订单的处理过程，使得产品的追溯变得更加精确和可靠。

## 7.1 行业优质供应链企业案例解析：紫燕食品（5/6）

- 供应链是佐餐卤味食品行业建设的关键一环，紫燕食品积极推动了中国佐餐卤制食品行业中智慧供应链的应用发展，引入了智慧大数据服务平台和多重现代电子化信息管理系统，构建了高效率的供应链体系

### 企业案例——紫燕食品积极构建高效供应链体系

#### 佐餐与休闲卤制品供应链需求特征

不同细分赛道的卤味品牌，对其产品品类、门店选址以及供应链体系提出了不同的要求

##### 休闲卤制品

- 产品品类较为集中，鸭类卤味产品较多，需深加工程度较高，供应链打造相对简单。

##### 佐餐卤制食品

- 更偏向于家庭消费，对于产品口味、新鲜度的要求更高。
- 鸡、鸭等禽类、海鲜类以及蛋类产品较受欢迎。例如，紫燕食品的大单品是夫妻肺片、百味鸡、藤椒鸡等以鸡、鸭、牛、猪为原料的产品，以及蔬菜、水产品、豆制品为原料的卤制品。
- 产品涵盖范围更广，产品多而杂，供应链打造难度更大。

□ 佐餐卤制食品对于新鲜度和现做现拌的口味灵活度要求更高，产品保鲜期更短，导致佐餐卤制食品品牌的地域性更强。

□ 在供应链方面，需要品牌的工厂、生产基地或中央厨房与门店所覆盖的区域相匹配，品牌门店在规模企业追求增长时，对供应链体系提出更高的要求和挑战。

来源：紫燕食品、头豹研究院编辑整理

#### 紫燕百味鸡

紫燕食品积极推动了中国佐餐卤制食品行业中智慧供应链的应用发展，引入了智慧大数据服务平台和多重现代电子化信息管理系统，构建了高效率的供应链体系。

- 供应链体系的管理需要有良好的原材料采购及库存管理能力、稳定的产品加工及交付能力、强大的生产与门店销售端的协调能力和配送能力。



- 紫燕食品的智慧供应链体系不仅涵盖了佐餐卤制产品生产过程的各个环节，还通过物流和仓储系统的整合，实现了全面智能化的管理。并在全国建立5个高标准的生产基地，作为供应链体系的关键节点。

## 7.1 行业优质供应链企业案例解析：紫燕食品（6/6）

- 中国佐餐卤制食品行业规模企业发挥供应链优势不断扩展渠道，积极布局预制菜领域，紫燕食品凭借全方位供应链体系，能够实现最佳的冷链快捷供应以及最大程度的产品保鲜，在布局预制菜领域具备天然优势

### 企业案例——紫燕食品深化布局预制菜领域

#### 中国佐餐卤制食品企业传统经营模式

直营

经销商-连锁加盟

- 直营模式带来高管理成本以及扩张缓慢的问题
- 加盟连锁带来品牌声誉受损及维护成本过高的问题



#### “卤制品本身就是预制菜”

卤制品属于广义预制菜的范畴（即食类），预制菜中的酱卤制品市场容量巨大，在连锁餐饮、新媒体电商等渠道深受餐饮品牌和消费者喜爱。佐餐卤制食品品牌作为生产销售型企业，拥有强大的生产和供应链能力，在拓展预制卤制食品业务上具备突出优势。



紫燕百味鸡

作为行业龙头企业，紫燕食品凭借全方位供应链体系，能够实现最佳的冷链配送距离、快捷供应以及最大程度的产品保鲜，在布局预制菜领域具备天然优势。

#### 我国预制菜行业特点

##### 市场特点

- 参与者众、竞争激烈、集中度低；佐餐卤味作为其中一个细分赛道，竞争相对缓和

##### 市场现状

- 预制菜在B端餐饮已得到广泛应用，渗透率稳步提升，C端随着家庭小型化逐渐放量

##### 优势企业特征

- 渠道触达能力强、产品品牌优势突出
- 供应链完整

#### 冷链物流配送

前一天下单、当天生产、当日或次日配送到店

全国32个省份门店

- 紫燕食品依托全国5个生产基地，形成以最优冷链配送距离作为辐射半径，快捷供应、最大化保鲜的全方位供应链体系，能达到前一天下单、当天生产、当日或次日配送到店的要求，保证了产品的新鲜程度，实现直接、快捷、低成本的产品配送效应，在布局预制菜领域具备强大优势。



## 7.2 行业优质供应链企业案例解析：安井食品

- 安井食品主要从事速冻火锅料制品、速冻面米制品和速冻菜肴制品等速冻食品的研发、生产和销售，于2017年成功上市，是我国速冻食品行业龙头企业

### 企业案例——安井食品

#### 企业介绍



福建安井食品股份有限公司  
FU JIAN ANJOY FOODS CO., LTD.

- 安井食品集团股份有限公司成立于2001年12月，主要从事速冻火锅料制品、速冻面米制品和速冻菜肴制品等速冻食品的研发、生产和销售。公司已在国内布局10大生产基地。
- 2017年2月，安井食品集团股份有限公司在上海证券交易所主板挂牌上市，股票代码“603345”。经过多年发展，安井食品现已成长为国内速冻食品行业龙头企业。

#### 主要产品

##### 火锅料制品

##### 米面制品

##### 菜肴制品



包点类



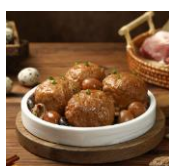
肠类



汤圆/水饺



包点系列



四喜丸子



宫保牛肉

#### 竞争优势

##### 良好的成本管控

安井食品直接材料成本占主营业务成本近八成，良好的成本管控有利于企业稳定经营、保持稳定盈利能力。公司规模效应带来更低成本，原材料采购议价权强。公司成本管控灵活，调整成本结构应对原材料价格提升，并坚持“高质中高价”策略，适时提价消化成本压力。

##### 渠道优势

安井食品以经销商模式为主，积极助力渠道扩张，同时加强对经销商的整合力度，精简经销商队伍，选择优质大商重点培养，并加大全渠道建设，经销商数量随业务规模扩张。公司根据不同区域市场成熟度和渠道结构情况，制定了不同的经销商客户管理策略。

##### 产品优势

安井食品实施“战略大单品”营销策略，推动营收增长。公司持续不断推出适销对路的新品，许多新品成长为公司“战略大单品”。

此外，安井食品专注新品研发及推广，“产地研”模式为区域性新品研发助力。

## 7.3 行业优质供应链企业案例解析：窑鸡王

- 窑鸡王成立于2013年，是一家集生产、配送、招商加盟、餐饮连锁为一体的综合型餐饮服务企业，以“窑鸡”为核心产品，近年来拓店速度较快

### 企业案例——窑鸡王

#### 企业介绍



□ 窑鸡王是深圳市窑鸡王餐饮服务有限公司旗下品牌，创立于2013年。自成立以来，窑鸡王一直致力于鸡、鸭等家禽类特色小吃的研发、生产及推广。经过多年的创新经营，已成为一家集生产、配送、招商加盟、餐饮连锁为一体的综合型餐饮服务。

□ 目前公司建有广东、天津、江苏、湖北、重庆、河南6个生产基地，已在全国200+城市开设连锁门店，遍布全国一、二线城市及周边地区。

#### 主要产品



招牌窑鸡



卤香鸡



卤香鸭脖

- 以窑鸡为核心产品，同时推出鸡汤、盐焗鸡心、卤味鸭脖、香辣小龙虾球、卤味鹌鹑蛋、卤味素食等多种产品。

#### 竞争优势

##### 完整的供应链系统

公司拥有集产、供、销于一体的完整供应链系统，已建有深圳、天津、江苏、湖北、重庆、新乡6个生产基地。从采购源头、生产加工、成品存储、物流运输、门店售卖等实施全方位的质量管理。

##### 加盟连锁高效运营

以特许加盟为经营模式，由总部运输食材至各加盟门店，同时线上运营也由总部负责，订单发送至各门店后，门店只需烤制即可出餐，运营效率高；同时品牌给加盟商的让利幅度较大，吸引大量投资者加入，拓店速度快。

##### 产品集中度较高

公司以窑鸡为核心产品，产品集中度高，在中餐供应链中，鸡肉供应链成熟度高，更易达到高水平的产品的标准化程度，在门店迅速拓张时对供应链的要求较低。

##### 精准聚焦客群

窑鸡王产品出售以外卖为主，门店营业时间最晚到凌晨5点，以夜宵场景为特色买点，聚焦加班到深夜的打工人。以O2O平台作为重点营销投放渠道，以达人种草的方式，利用鸡肉低脂肪高蛋白质的特点获得都市年轻人的青睐。

## 7.4 行业优质供应链企业案例解析：留夫鸭

- 留夫鸭成立于2008年，以成为百姓餐桌解决方案的首选熟食品牌为目标，在鸭货的基础上不断丰富产品种类，是中国佐餐卤制食品行业的知名品牌

### 企业案例——留夫鸭

#### 企业介绍



- 留夫鸭是上海留夫企业管理咨询有限公司的健康熟食连锁品牌。“留夫鸭”品牌注册于2005年，品牌含义是留住家人的美味，主营家庭健康熟食系列产品。窄门餐眼显示，目前品牌共有800余家门店，覆盖5个省份。
- 留夫鸭采用现代标准生产工艺，用三十余种中草药烹制出美味健康的风味小吃，其以麻、辣、香、甜为主要特色，以不添加任何色素、亚硝酸钠、防腐剂为生产原则。

#### 主要产品



鸭锁骨



全鸭

#### 真空包装零食

- 以包装形式分类，留夫鸭提供真空包装零食和锁鲜包装熟食两大类产品，同时推出优惠组合，便于消费者购买。
- 产品以鸭货为主，包括全鸭、鸭头、鸭舌、鸭脖、鸭翅等。

#### 锁鲜包装熟食

#### 竞争优势

##### 稳定的禽类供应链

鸭类产品线：从育苗、饲养、屠宰、加工等多个环节严格把控，从养殖源头保障食品安全，追求食材品质。

鸡类产品线：留夫鸭与“餐饮土鸡食材服务商”温氏佳味合作，拥有“自有生态农场、自有屠宰、自有熟食工厂”三位一体全产业链的多重保障。

##### 优质产品体系

留夫鸭选择自带流量和品质背书的“土味”食材，在推广招牌爆品“土鸭”的同时，推进“土鸡”类产品，形成了“土鸭+土鸡”的双爆品结构。

##### 多渠道运营模式

通过信息化多渠道运营模式，留夫鸭将销售渠道分为线上线下，通过结合第三方平台、品牌植入、直销团购、加盟直营等模式全面覆盖各个圈层的布局，最终触达到精准的用户，达成品牌转化及留存。

##### 新零售新渠道销售布局

留夫鸭积极通过新媒体渠道开启更深层次的品牌布局，例如：邀请林依轮作为品牌形象代言人、通过李佳琦直播间造势营销、在小红书、B站等平台种草。

## 7.5 行业优质供应链企业案例解析：廖记棒棒鸡

- 廖记棒棒鸡是我国西南地区知名的熟食品牌连锁企业，在2020年被绝味食品收购，2023年以来加速开店，提升廖记品牌影响力和经营规模

### 企业案例——廖记棒棒鸡

#### 企业介绍



- 廖记棒棒鸡是一家加盟品牌，隶属廖记食品连锁股份有限公司，1993年在四川成都创建品牌，公司于2020年成立，创始人为廖氏三兄弟：廖钦弘、廖钦勇和廖钦明。
- 目前，廖记棒棒鸡在全国拥有600多家连锁店，门店分布最多的城市是成都、重庆、武汉、宜昌、北京等地，主打无骨鸡爪、口水鸡、夫妻肺片等产品，口感的主要特点是麻、辣、鲜、香，客单价在30元到40元之间。

#### 主要产品



无骨鸡爪



卤香鸡块



藤椒兔肉



夫妻肺片



卤香腐竹

#### 竞争优势

- 自建研发和物流基地** 公司拥有食品生产研发与物流配送基地。基地中包含办公楼、生产用厂房、生活配套房，建有多条各品类生产线，并配有冷链运输车、净水处理设备和污水处理设备，可满足品牌连锁门店的货物供应。
- 生产配送安全** 为产品提供了安全、无缝的保鲜技术，每项产品从原料加工到店铺销售都要经过10道质量检验。
- 质量控制体系** 公司设置了完整的质量控制体系及关键质量控制点，对供应商实行建档管理，定期检查考核，让所有原辅料采购均能追溯到源头，所有进厂原料都符合国家相关质量管理标准。
- 连锁加盟拓店加速** 公司从2013年开始逐渐放开加盟，从坚持直营到采用“托管经营”的加盟方式，加快拓店速度以进一步实现市场扩张。

# 中国佐餐卤制食品行业——总结

## Direction

1

### 对行业现状及市场空间的洞察

佐餐卤制食品具备稳定的消费基础和广泛的消费群体，并可向下兼容休闲消费场景

- 佐餐卤制食品作为餐桌配菜，是我国历史悠久的饮食文化中不可或缺的存在，更加贴近我国居民饮食习惯，具备稳定的消费基础，消费群体广泛，可向下兼容休闲消费场景，产品可随消费者喜好定制口味，更匹配消费者需求。此外，预包装产品的出现使佐餐卤制食品的消费场景更加多元化，预计未来我国佐餐卤制食品市场规模将保持稳定增长势头。

## Direction

2

### 对竞争格局的洞察

行业集中度较为分散，目前中国佐餐卤制食品市场仅存在紫燕食品一家上市企业

- 佐餐卤制食品行业首家上市企业紫燕食品的规模及体量在同业中遥遥领先，是中国佐餐卤制食品行业龙头企业。目前行业中仍以大量小作坊经营的单店为主，部分区域性企业积极向全国市场布局。未来，随着生产标准化、规模化及供应链水平不断提高，高效推动行业整合加速，我国佐餐卤制行业集中度将进一步提升。

## Direction

3

### 对未来趋势的洞察

佐餐卤制食品企业发展的核心是供应链持续升级，规模企业立足供应链体系拓展预制菜业务

- 供应链升级是我国佐餐卤制食品企业未来发展持续增量的核心要素。规模企业将持续应用数字化与智能化赋能供应链建设，发展智慧供应链，扩大配送范围，在企业进行区域扩张的同时保证产品新鲜度。企业立足完善的供应链体系的优势，将进一步拓展预制佐餐卤制食品业务。

# 头豹研究院方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

# 沙利文方法论

- ◆ 沙利文布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 沙利文依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 沙利文融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 沙利文本篇报告基于以下假设编制而成：
  - ◆ 中国的经济在未来十年可能会保持稳定增长；
  - ◆ 中国的社会、经济和政治环境在预测期内可能会保持稳定；
  - ◆ 购买力上升、城市化进程加快、健康意识增强、消费升级、零售渠道日益多样化和产品创新等市场驱动力可能会推动中国软饮料市场的增长；
  - ◆ COVID-19疫情的潜在影响。

# 法律声明

- ◆ 报告著作权归沙利文与头豹研究院共有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得沙利文与头豹研究院同意进行引用、刊发的，须在允许的范围内使用，并注明出处为“沙利文&头豹研究院”，且不得对报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 沙利文与头豹研究院分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，沙利文与头豹研究院可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 报告的部分信息来源于公开资料，沙利文与头豹研究院对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映沙利文于发布报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，沙利文与头豹研究院可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。沙利文与头豹研究院不保证报告所含信息保持在最新状态。同时，沙利文与头豹研究院对报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



# 头豹研究院简介

- ◆ 头豹由沙利文于2018年孵化，是基于深度行企分析的全资本生命周期价值提升专家。截至目前，头豹拥有15万+注册机构用户，5,000+全行业行企研究产出，100万+原创数据元素。头豹用户覆盖了超过70%的投融资机构、金融机构和资本市场服务机构。此外，头豹也是国内主要媒体的数据及内容提供商，与多家主流媒体签订战略合作，深受国内广大股民、投资者、财经读者、产业读者的信赖。
- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2022.6

## 四大核心服务

### 研究咨询服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

### 企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“内容+渠道投放”一站式服务

### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

### 园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

# 研报阅读渠道

◆ 头豹官网：登录 [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) 阅读更多研报

◆ 头豹小程序：微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

◆ 行业精英交流分享群：邀请制，请添加右下侧头豹研究院分析师微信



扫一扫  
进入头豹微信小程序阅读报告



扫一扫  
实名认证行业专家身份

## 详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521