

# 日啖三餐 朝朝暮暮的烟火气

粮油生鲜行业洞察报告

中国零售商分析与洞察团队  
China Customer Success Retailer  
2024年8月



# 目录

---

01 粮油生鲜行业现状

02 直面多元化饮食冲击

03 探讨零售商发展机遇



# 目录

---

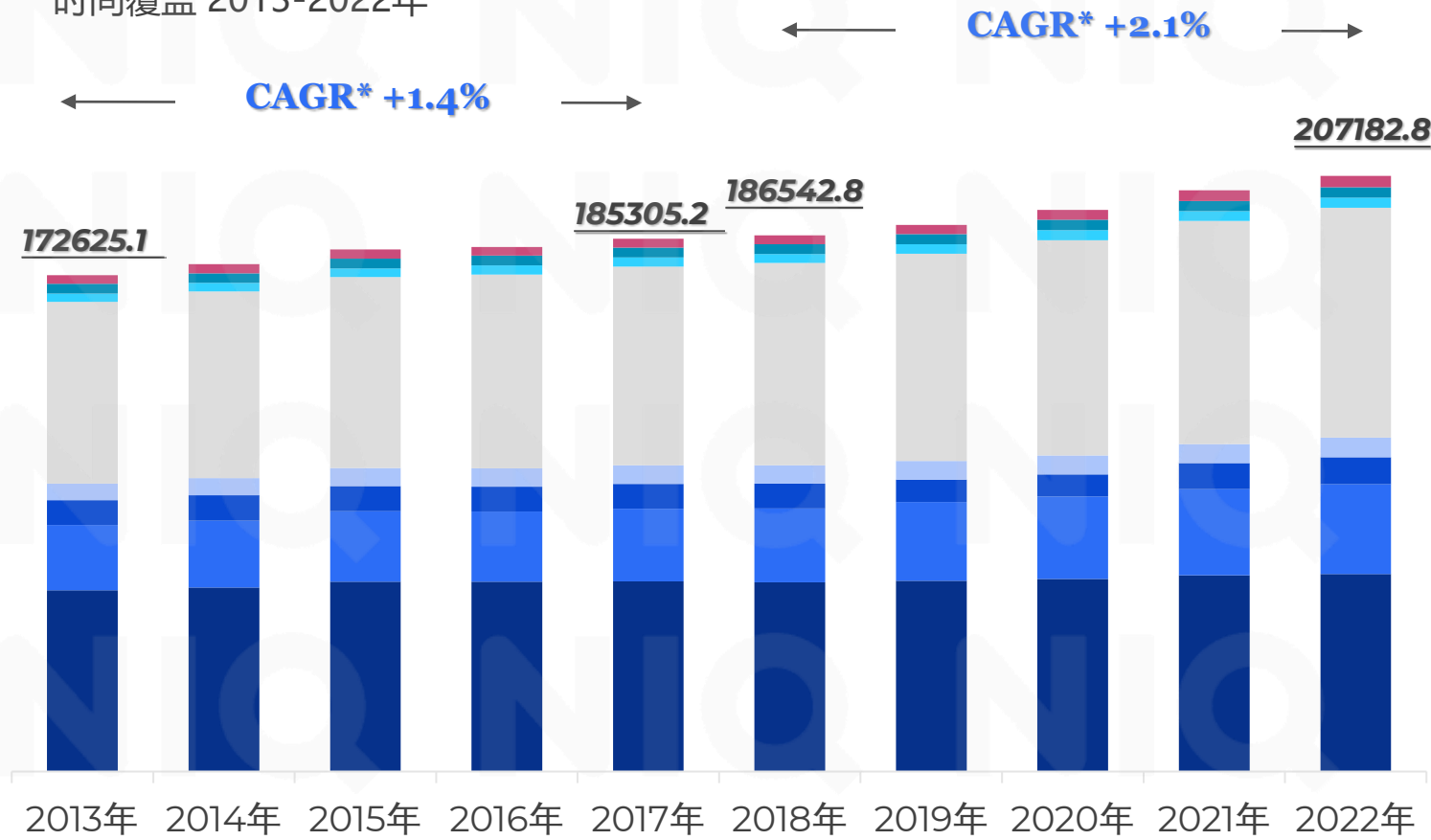
**01 粮油生鲜行业现状**

**02 直面多元化饮食冲击**

**03 探讨零售商发展机遇**

# 供给端：各品种稳定增长，水果蔬菜产量提升较大

全国粮食蔬果肉类产量 (万吨)  
时间覆盖 2013-2022年



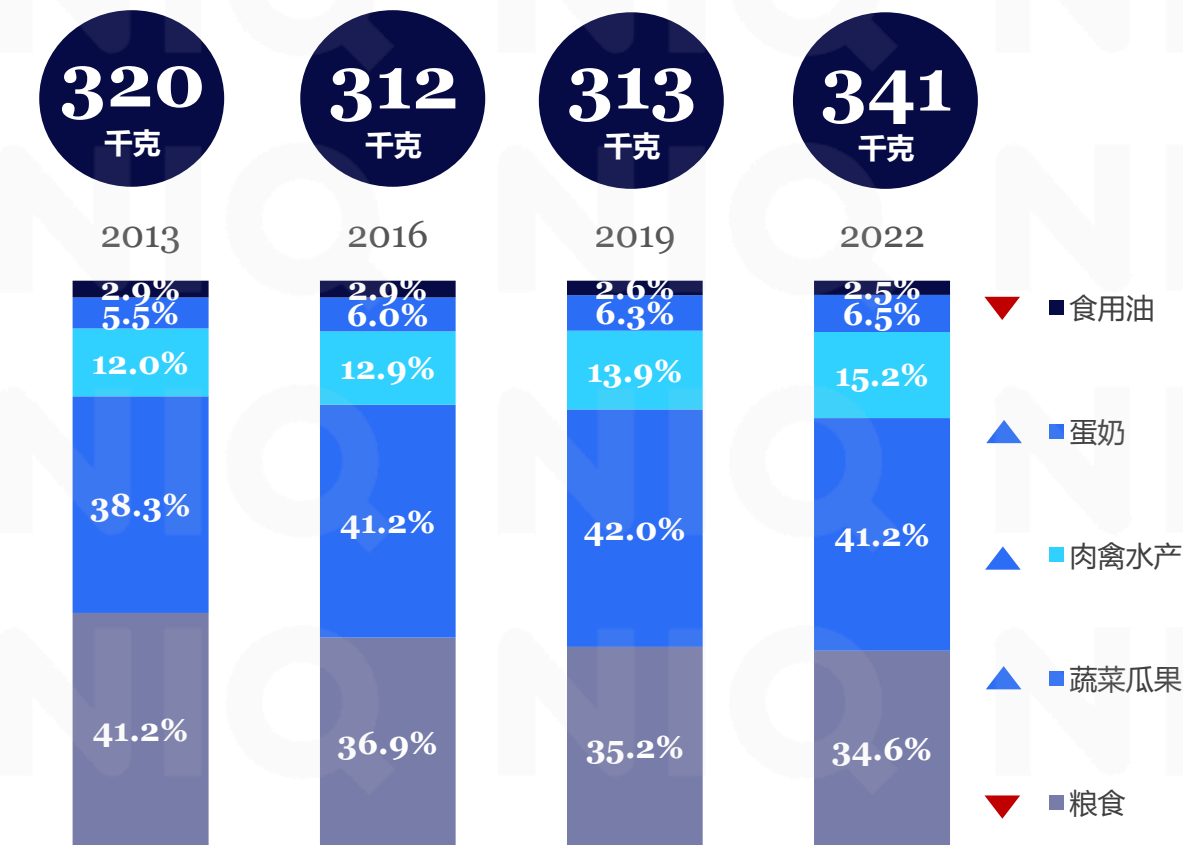
全国粮食蔬果肉类产量 增速对比  
时间覆盖 2019-2022年

| 品类    | 增速     |
|-------|--------|
| 粮食产量  | +4.4%  |
| 水果产量  | +21.8% |
| 肉类产量  | +8.2%  |
| 水产品产量 | +6.3%  |
| 蔬菜产量  | +13.7% |
| 禽蛋产量  | +10.5% |
| 食用油产量 | +6.4%  |
| 牛奶产量  | +27.8% |



# 需求端：人均消费稳定，科学膳食观逐渐养成

中国居民食物消耗量及膳食结构变化



中国消费者计划增加消费品类Top3:



50%  
生鲜食品/蔬果等

39%  
营养保健品

34%  
生鲜肉类

# 目录

---

**01 粮油生鲜行业现状**

**02 直面多元化饮食冲击**

**03 探讨零售商发展机遇**



# 多元化饮食选择，挤压家中就餐场景需求

外食

餐厅堂食  
外带外卖

中食

开封即食  
简单烹煮

内食

在家烹饪  
即食生鲜



## 外出就餐及外卖常态化

66%

一线及新一线城市25-35岁消费者  
每周外食**2**次及以上

65%

全国便利店外卖消费者  
每周外卖**2**次及以上

## 日渐被替代的传统家庭厨房

44%

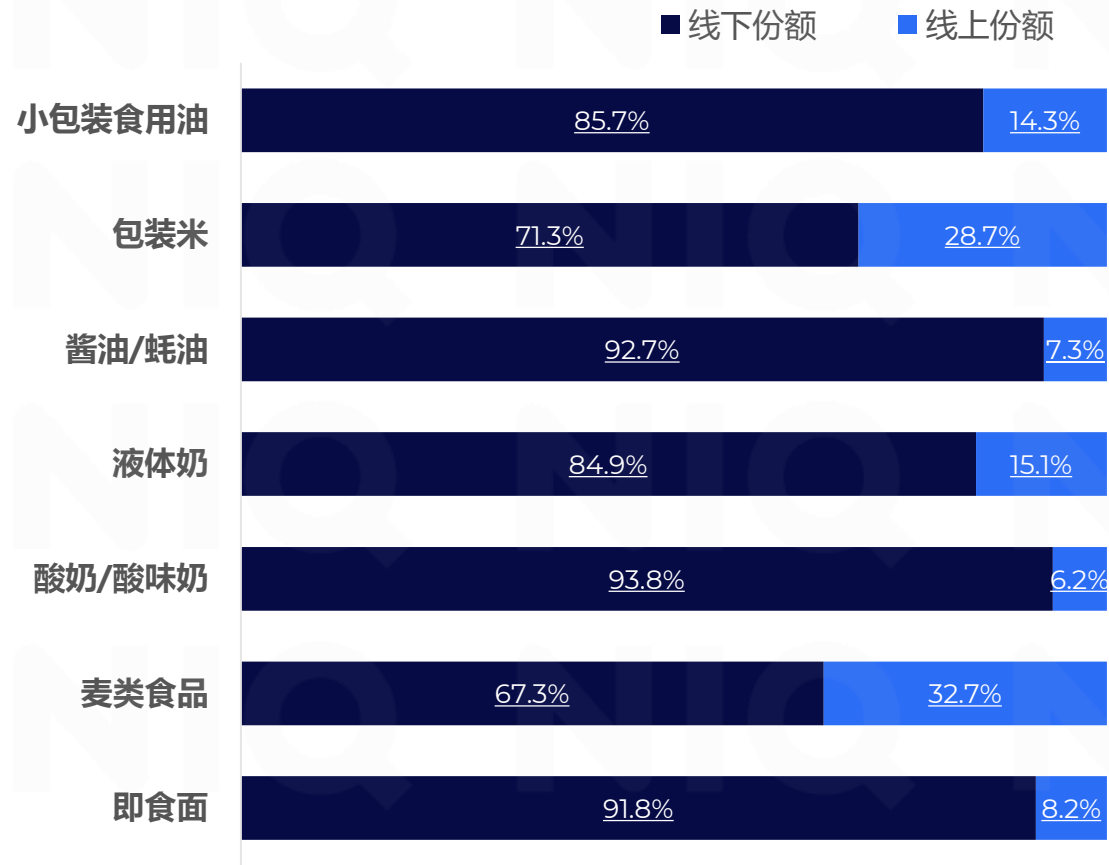
95后人群选择  
每周**3**次以下（低频）做饭

+21%

预制菜22年增速  
预计在30年将增至**15%-20%**

# 内食线下市场仍占基本大盘，大卖场为代表的传统线下渠道渗透率高举

全国线上线下渠道销售额份额对比  
MAT2404



线上线下主要购买渠道  
生鲜品类渗透率及忠诚度对比

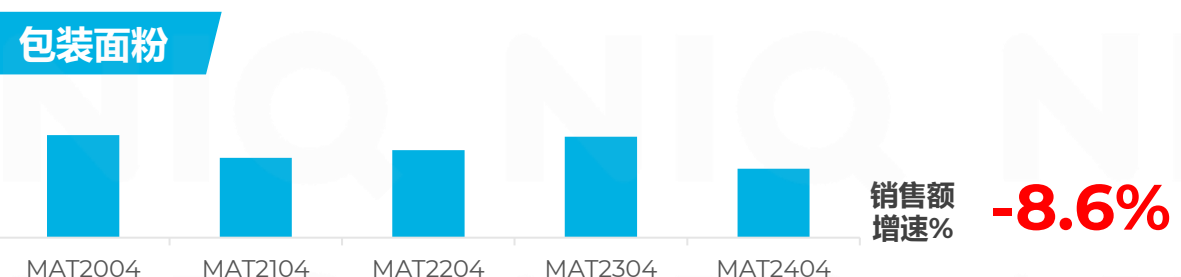
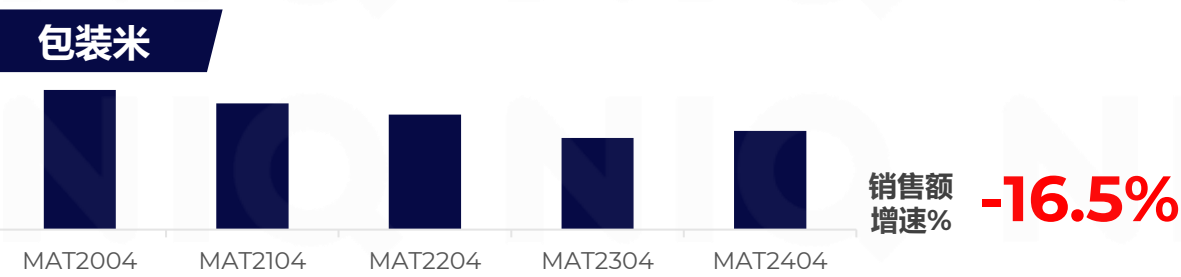
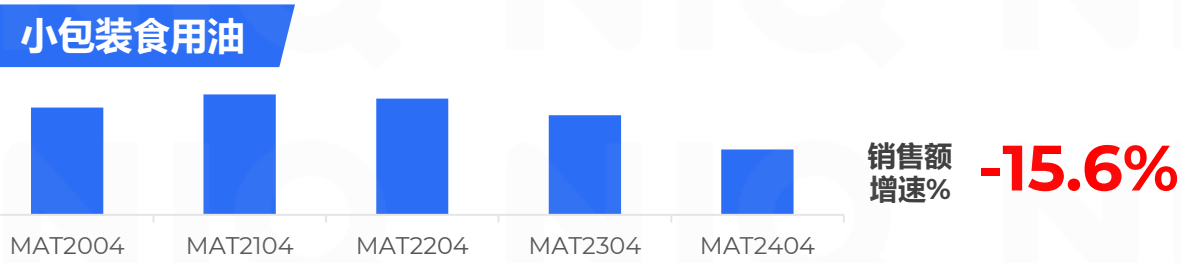




# 内食消费结构呈现动态变化

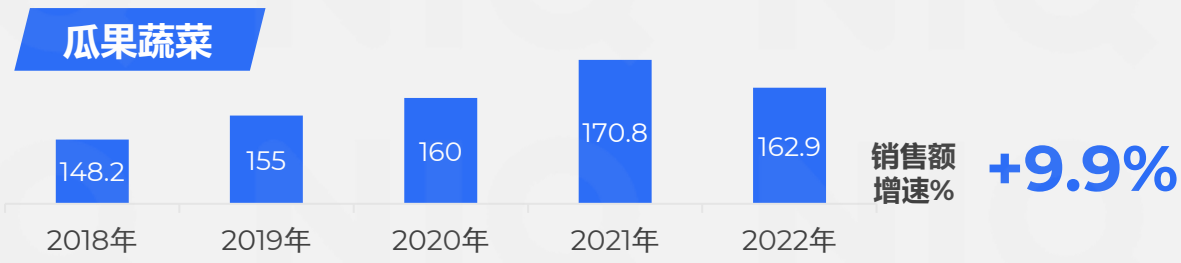
## 粮油疫情后基本盘规模收缩

全国线下渠道粮油销售规模 及MAT2404对比MAT2004增速



## 蔬果肉禽乳品人均消费均正向增长

人均年度蔬果肉禽消耗量 (KG) 及近五年增速 2018-2022年



# 预制菜C端需求因疫情被挖掘，增长动能强劲；目前处于爆发阶段，仍有空间

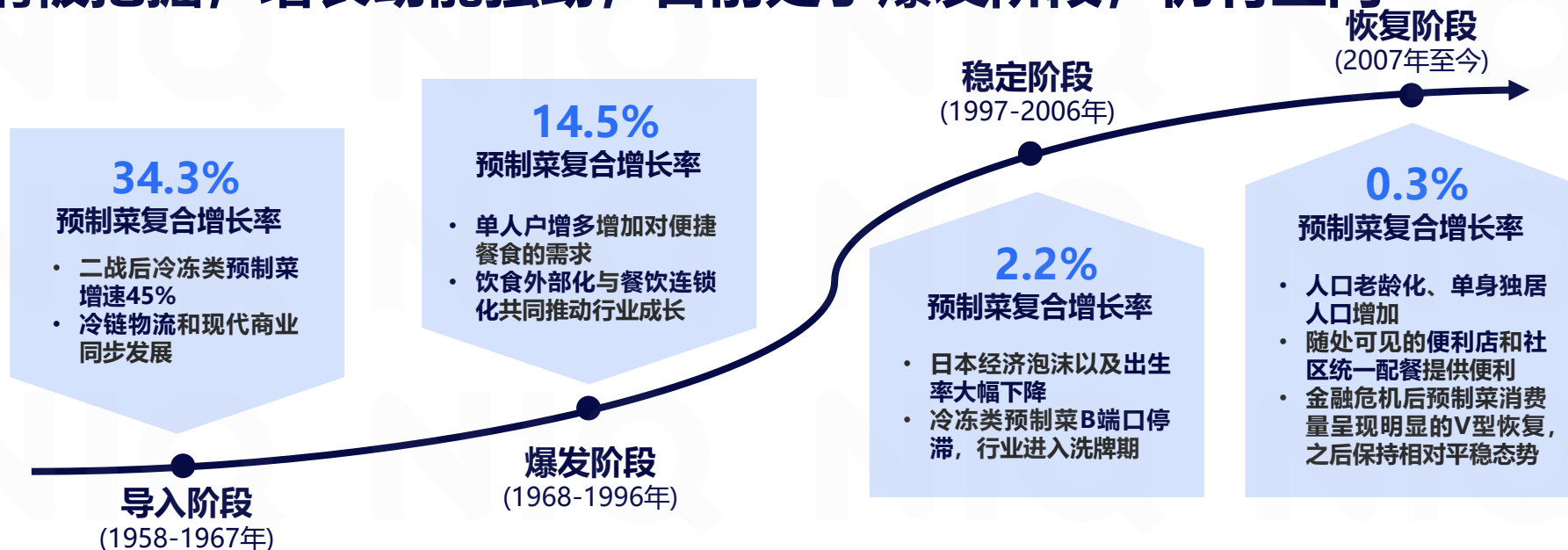


> 60%

预制菜行业渗透率

6 : 4

B端 : C端占比



10-15%

预制菜行业渗透率

8 : 2

B端 : C端占比

## 中国进程处于日本爆发阶段，发展趋势蒸蒸日上





# 转型中的国内农业现代化体系



中美日生鲜农产品主要流通模式对比

| 生产主体   | 流通环节       | 物流设施        | 流通效率 | 销售渠道               |
|--------|------------|-------------|------|--------------------|
| 美国合作社  | 少<br>产地直销  | 优<br>冷链物流发达 | 高    | 大型连锁零售<br>综合配送平台   |
| 日本农业协会 | 多<br>多级制竞价 | 高<br>冷链物流发达 | 优    | 综合超市为主<br>小型食品超市崛起 |
| 中国个体农户 | 多<br>分级制经销 | 欠<br>常温物流为主 | 低    | 传统渠道为主<br>新兴渠道涌现   |

数据来源：桌面研究

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



# 目录

---

**01 粮油生鲜行业现状**

**02 直面多元化饮食冲击**

**03 探讨零售商发展机遇**



# 零售商面临棋局布阵

粮油需求量下降

生鲜水果/乳制品/预制菜上升

情况下如何发展？



粮油



生鲜水果



乳制品



预制产品





# 从消费需求出发

## 探索解决方案



# 求质保量的消费者TOP5需求

1

新鲜/鲜活的品质保证

2

健康营养的产品

3

满足味蕾体验

4

购买便捷性

5

服务/环境加持



商品力



服务体验

# 满足消费者需求 提升业绩增长潜力



## 鲜

把控源头  
输送新鲜主题



## 养

健康高营养  
提升产品品质



## 味

犒劳中国胃  
打造美味盛宴



## 快

快速便捷  
覆盖不同人群



## 爱

以爱之名  
提供优质服务





## ***PART ONE***

---

**想做拿手好菜 食材“鲜”是关键**

# 包装锁鲜



# 技术变革

## 急冻锁鲜

**盐冻活虾：**鲜活捕捞后经海水急冻，保留鲜美品质佳



**[速冻点心]急冻锁鲜：**通过急冻隧道，内部水分凝结成微/纳米级冰晶，细胞壁完整，减少水分流失

三全食品 “-35度活性动态锁鲜”  
思念 “纳米冰晶锁鲜”  
湾仔码头 “-30~-40度速冻锁鲜”

## 生物保鲜新工艺



南街村保鲜湿面  
白象鲜面传  
.....

**鲜湿面生物保鲜技术、微生物控制**  
细分、淀粉老化机理及其控制等，  
腐败率由4%降至10万分之一以下

**方便面湿面系列**  
额增幅 **+24.2%**

## 低氧锁鲜



为保持大米风味并防霉防虫，  
充入二氧化碳保鲜

— 全国线下TOP100大米单品，**29**支为**低氧锁鲜**，

— 金龙鱼**TOP25**大米单品，**23**支为**低氧锁鲜**

## FD冻干技术

冻干配菜 冻干汤料 冻干面



**低温环境下，有效控制食物**  
水分流失，需要时复原，保  
护鲜美口感与质量

线上方便面品牌较多  
海福盛、和厨、无名小厨、  
壮面、星菜.....





购买蔬菜水果  
前三考虑因素

## 新鲜/当季最为关注，线下渠道仍存空间

+2% 平均上涨 vs 去年 +1.5%

48%

蔬菜是否新鲜

38%

蔬菜是否当季

32%

是否  
无公害/有机蔬菜



水果是否新鲜

40%

水果甜度/熟度是否高 33%

水果是否当季

28%

-4%



线上

电商/团购/O2O

+5%



小型超市

+4%



大卖场

+3%



超市

+2%



新零售

+2%



食杂店

购买渠道变化



# 食时菜

顺应中国传统节气

## 季节新食材的营销打法 ——不时不食



春笋

+34.3%增速

腌笃鲜

好食材帮衬预制菜

春



源头

采摘



加工



配送



超抗氧化  
当季尝鲜

水八仙



榴莲

4-9月



夏季热销水果  
20.6%份额  
+28.9%增速

夏



秋藕

9-10月

秋季热销水果  
1.8%份额  
+49.5%增速

润嗓止咳  
益血益气



秋月梨

秋

冬笋萝卜  
保卫战

“冬吃萝卜夏吃姜  
不劳大夫开处方”



萝卜

冬笋

车厘子

2月



冬季热销水果  
32.0%份额  
+187.2%增速

冬

# 增加冷链投入，做有效配送陈列

人均冷库容量对比



## 冷链冷藏需求增长

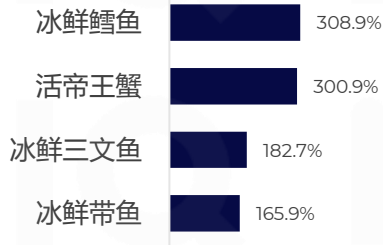
冷藏乳品

新鲜液体奶  
销售额份额% **+0.3%**

冷藏酸奶  
销售额份额% **+1.0%**

冰鲜水产

进口冰鲜水产  
销售额增速% **+78.8%**



冷链配送

**24%** 21-22年  
**30%** 23-24年

驱动消费者线上购买生鲜的因素 (占比%)

## 高效终端冷藏

垂直冷柜

有效利用空间



步入冷藏

沉浸式保鲜



保鲜运输

店到家的质保





# 零售现制工作坊，提升引流新技能



## 烘焙面包-消费者驱动偏好

Top1 产品新鲜、品质有保证

人群渗透率



67%



52%



- 当天制作售卖
- 物料新鲜、确保品质
- 看得见的生产过程
- 更安心、更放心

## 零售增加现做现卖业务吸引客流



- 现做小食堂
- 热气美味
- 满足便利性需求



- 现制真材实料
- 还原包装图片
- 热气腾腾有锅气



现磨芝麻粉



现包馄饨饺子



现煮小火锅/烧烤





## ***PART TWO***

---

**健康营养食谱 讲究内“养”食补**

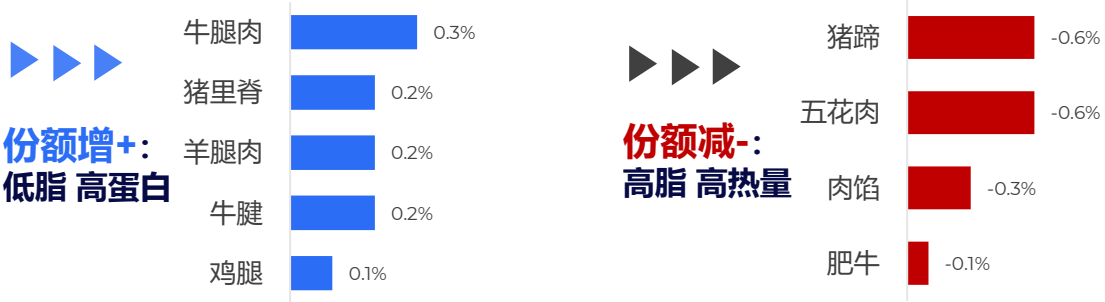
# 精研多元 高蛋白饮食

## 消费者TOP3饮食习惯

| 全球      | 中国      | 北美      | 欧洲      |
|---------|---------|---------|---------|
| 低脂饮食    | 低糖/0糖饮食 | 高蛋白饮食   | 高蛋白饮食   |
| 低糖/0糖饮食 | 低热量饮食   | 低脂饮食    | 低脂饮食    |
| 高蛋白饮食   | 低脂饮食    | 低糖/0糖饮食 | 低糖/0糖饮食 |

## 科学吃肉

√低脂  
√高蛋白  
√美味依旧



## 内卷鲜奶

含量+++  
营养叠叠乐



## 希腊酸奶

蛋白质×3  
浓醇×3



# 多元素营养物质进阶补充

## 食用油

### 由高质原料带来高含量天然营养物质

**高油酸花生油**  
精选高油酸花生原料，含量远高于普通花生油(35%)。原生油酸更稳定。

**高谷维素稻米油**  
只取米胚和米皮(稻米5%)，富含64%营养，高谷维素、植物甾醇。

**高植物甾醇粟米油**  
精选优质胚芽原料，适温压榨，保留天然甾醇、亚油酸、维E。

销售额份额 **+0.2%**

**+0.3%**

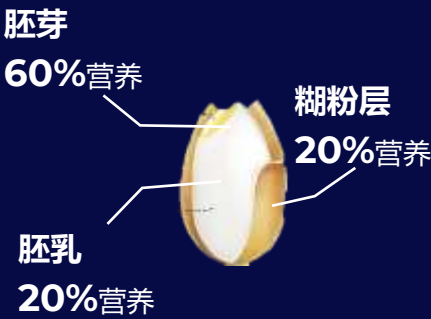
**+0.2%**

### 新兴健康油种持续涌现

| 新兴油种         | 2404抖音小包装食用油销售排名        |
|--------------|-------------------------|
| 核桃油：亚油酸、亚麻酸  | No.9：纯正一级纯核桃油物理冷榨5斤装    |
| 山茶油：油酸，微量元素  | No.20：纯山茶油非转基因农家5斤装     |
| 沙棘籽油：黄酮、有机酸  | No.53：佩优棘新疆精选沙棘油250ml   |
| 牛油果油：高油酸、高烟点 | No.64：晟麦牛油果油1L富含Omega-9 |

## 粮食

### 大米杂粮



胚芽米：量增幅 **+11.6%** 维生素、微量元素  
杂粮：额增幅 **+11.8%** 蛋白质、微量元素  
糯米：额增幅 **+5.3%** 蛋白质、烟酸

### 粗粮主食



**五黑五红汤圆**  
三全于23年12月上市

**五黑五红粽子**  
思念于24年4月上市



**杂粮手抓饼**  
22年10月上市  
MAT份额 **5.5%**

三年  
额份额%



**青汁汤圆**  
23年1月上市  
MAT份额 0.3



**黄米粽子**  
1.1 → 1.5 → 4.4



**黄米汤圆**  
4.1 → 6.8 → 7.2



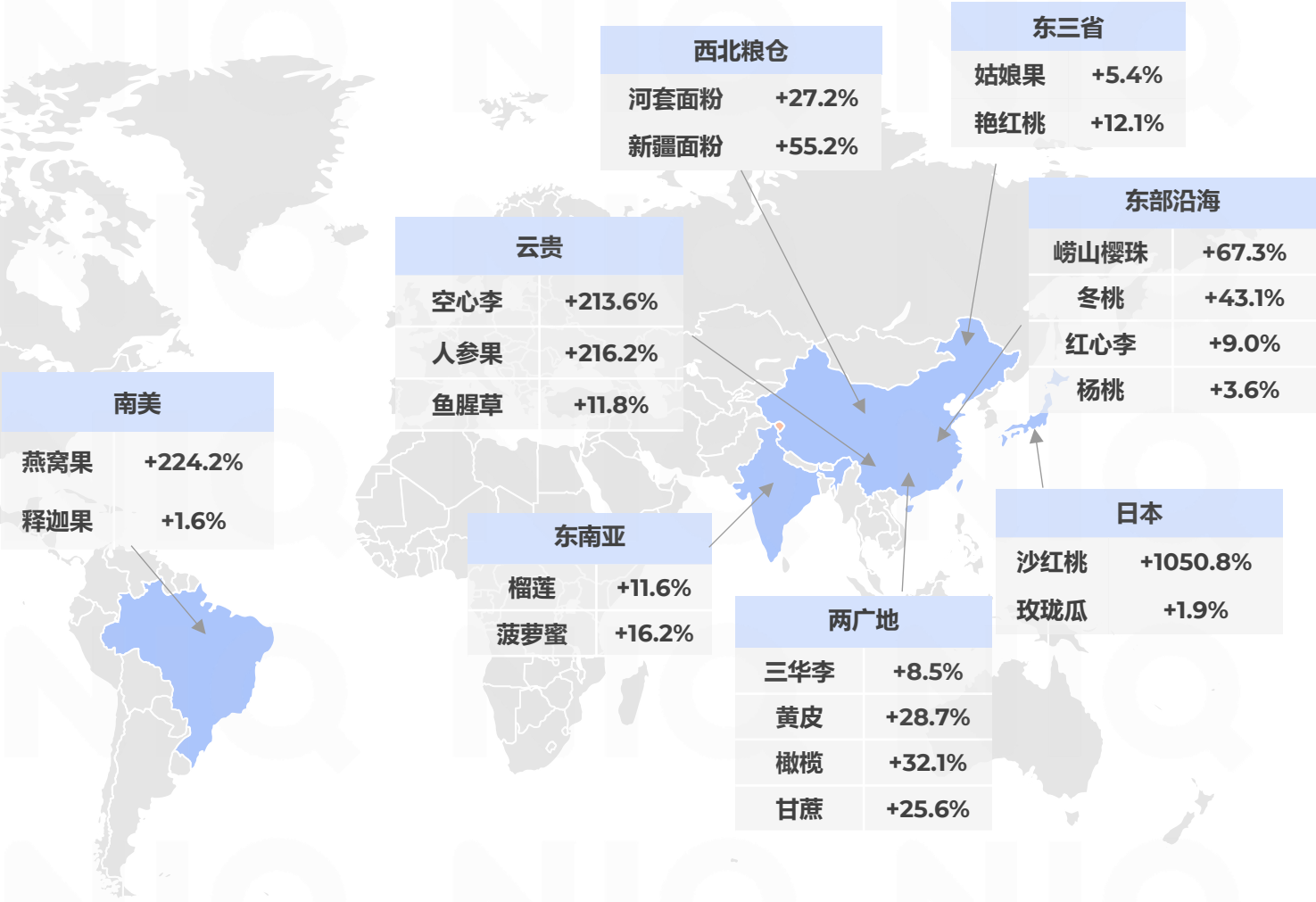
## ***PART THREE***

---

**饕餮美食 包罗万象 创鲜 “味” 来**

# 寻味四海，布局地缘特色食物

## 寻特色地缘食材



## 地域美味附加值



**地标本味**

**+36.0%**

地标农产品  
线上年均增长

**五常大米**

全国线下  
额增速 **+12.1%**

**阿克苏苹果**

生鲜数据  
额增速 **+9.7%**



**礼送鲜甜**

**+15.0%**

水果礼盒增速  
NIQ水果数据库



龙泉驿水蜜桃礼盒  
125元/盒

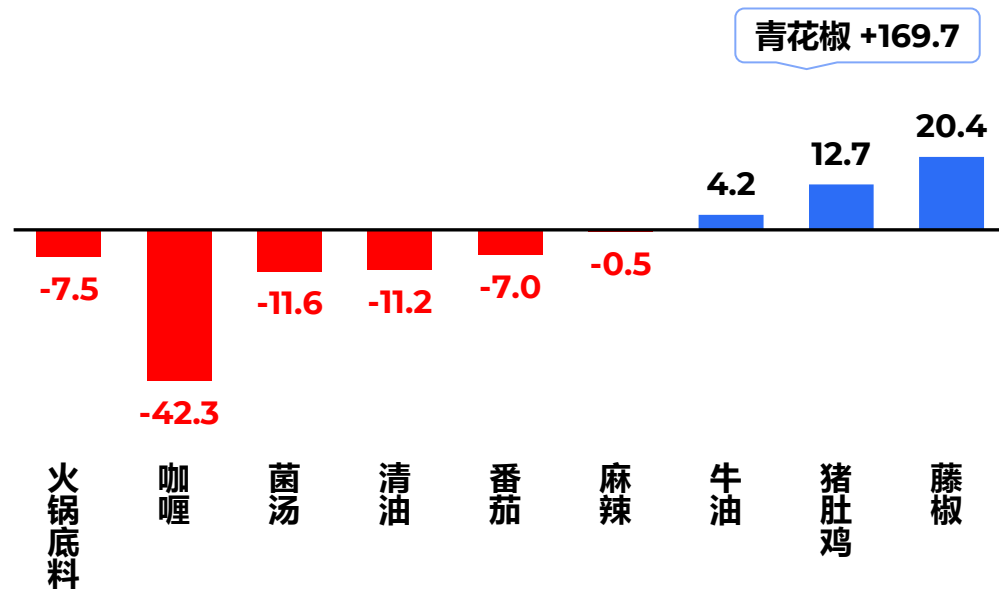


新疆库勒苹果礼盒  
128元/盒



# 火锅底料

## 探索地域特色口味



太太乐汤之鲜糟粕醋火锅汤底  
23年11月全国线下上新

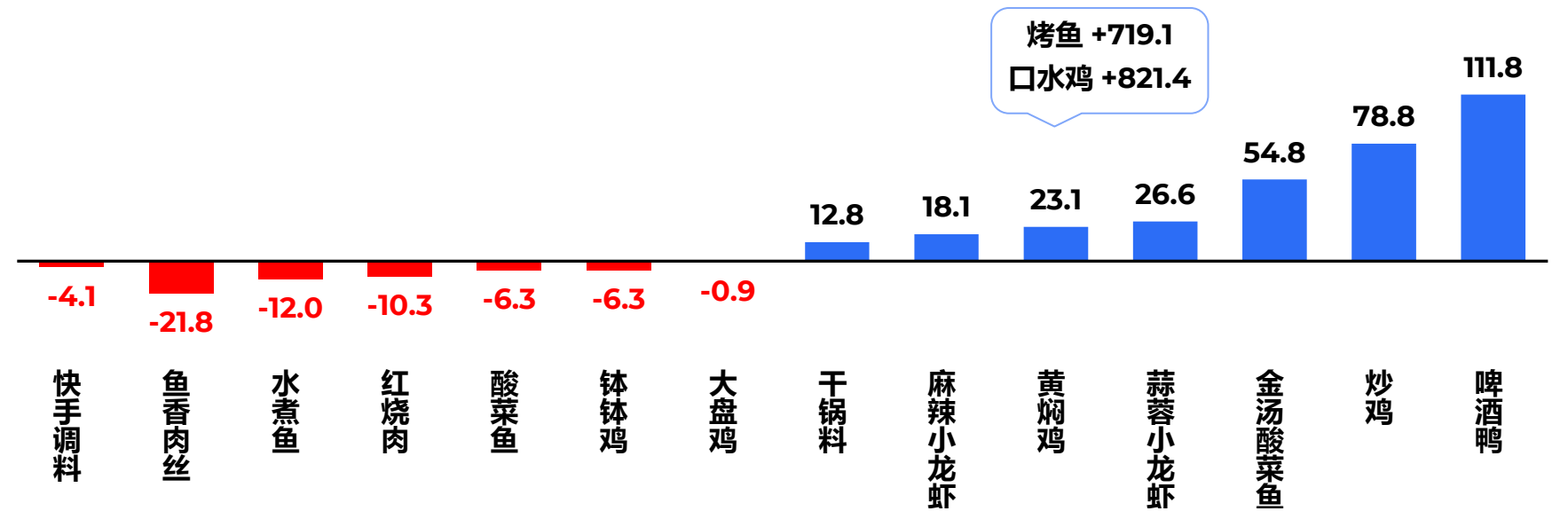
刻钟厨房柳州螺蛳粉火锅汤底  
24年2月全国线下上新



加点滋味日式关西寿喜烧风味汤底  
24年2月全国线下上新

# 快手酱料

## 样式愈多口味愈重



烤鱼 +719.1  
口水鸡 +821.4

数据来源：NIQ零售研究：全国线下 | MAT2404

主要水果种类对比国家水果总产量占比%  
及该品种销售额增幅

20.1% 西瓜

瓜果类

品种  
差异



口感  
升级

麒麟瓜 +12.0%



脆甜爽口  
含糖量高

地雷瓜 +10.2%



南方现代渠道  
个头小 脆甜  
方便携带

压砂瓜 +221.3%



南方现代渠道  
皮厚沙瓤  
甜度高个大

4.4% 甜瓜

梨瓜 +2.6%



清脆多汁  
清香气息

玉菇瓜 +10.2%



冰淇淋口感  
多汁甜蜜

蜜罐瓜 +221.3%



脆甜爽口  
皮薄肉厚

19.2% 柑橘类

园林水果类

耙耙柑 +49.9%



丑甜  
肉皮分离

蜜橘 +3.2%



酸甜爽口  
皮薄汁多

金钱桔 +105.2%



脆甜多汁  
连皮可食

15.2% 苹果

阿克苏 +9.7%



冰糖心  
香气浓

维纳斯 +108.2%



皮薄 带奶香  
黄金苹果

瑞雪 +48.4%



口感脆甜  
青苹果

6.2% 梨

秋月梨 +43.8%



脆甜无渣  
汁水丰富

玉露香梨 +6.5%



黄绿果皮  
核小汁多

脆蜜梨 +6693.7%



果肉细腻  
肉质雪白



## ***PART FOUR***

---

**精致 “快” 捷 享受更多休闲时光**



即热：一招制胜，秒变大厨的便捷厨房美味



# 即食：摆脱厨房的零售商饮食体验

**READY  
TO  
Eat**

水果切盒拼配，需求日益旺盛

**+60.0%**

美团果切搜索量增速

**+79.7%**

NIQ 水果切盒增速

果切即时零售主要玩家



酸奶果切盒  
跨界联动



三拼/四拼  
一份价格 多重享受



盲盒果切  
水果吃出惊喜感

提供店内即食的饱餐食物

海外精品便利店小食烘焙区



国内畅吃食堂：性价比王者





## ***PART FIVE***

---

# 以 “爱” 之名 用心服务



# 01

## 权威专业

中国消费者愈发追求**专业性**

24%

关注**农药检测公示**

19%

关注**可追溯生产源头**

19%

店员**产品知识丰富**  
给到**专业建议**



### 提升可信度 看得到的产品背书



**检测食用油质量**  
拒绝“干滚油”  
优质福临门食用油  
12小时必换



**海报突出甜度优势**  
水果增加展示海报  
甜度卖点突出  
标明最佳保存方式



**农残公示墙**  
零售商之举  
买得放心  
一目了然



**产品包装展现卖点**  
最佳酸甜比  
优质产地孕育好果  
帮助抓取关键点



### 关注店内沟通 体现零售专业价值



**设生鲜专业指导岗位**  
新加坡FairPrice  
专业指导帮助挑选  
从源头到上架  
多维度解答疑惑  
更丝滑的购物体验



**帮助消费者辨识真伪**  
一看**地理标志**  
二看**国标**  
三看**配料表**  
通常**配料标注品种为：**  
**五优稻4号/稻花香2号**

# 02

## 沉浸 体验



### 选择大卖场/超市而非网购原因

31%

更适合**随心所欲**  
浏览和选择商品

30%

满足**放松和享受**购物  
的情感需求

29%

更适合购买**新鲜食品/熟食**

28%

不定期**促销**活动

22%

可以在购买前**试用**产品



### 提供更贴心生鲜购买服务 触动由选到购



豪放试吃+配套服务  
超市试吃成为引流话题



胖东来代加工服务  
扶持更多零售商效仿  
爆改后步步高免费海鲜加工



### 贴心选购环节 满分购物体验



生鲜免费冰



榴莲挑选手套



新增微波炉电子秤



塑料带滚水球



**严格  
售后**

## 消费者对售后服务的反馈意见

**17%**

## 售后及退换货的便捷性



## 提供更加高效合理的服务售后保障

## 注重顾客情绪

## 重视品牌口碑

## 真诚是必杀技

| 行业       | 海鲜的类型                                   | 赔偿办法                                                                                       | 法律依据           |
|----------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 海鲜<br>餐厅 | 1. 买回家吃和卖出去<br>的小鱼不同价                   | 按照原价赔偿！<br>1. 商家必须把本条鱼放回海里放生<br>2. 如果多条同种鱼一件卖钱就赔多条，同<br>种多条同种的卖钱比买钱贵与与卖钱和放生<br>之差价也等于卖钱和放生 | 所有餐厅！<br>所有餐厅！ |
|          | 2. 有养殖的，比如三<br>宝鱼有差价                    | 按照差价赔偿！把本条鱼放回海里放生                                                                          |                |
|          | 3. 海鱼是养殖的                               | 按照养殖的小鱼卖价赔偿或者放生！是放生<br>的话等于零赔偿！                                                            | 国航酒店、<br>金、金、金 |
| 海鲜<br>酒楼 | 1. 常用品养殖                                | 按照原价赔偿，如果当天没有货就按照当天<br>的最低卖价赔偿！                                                            | 所有餐厅！          |
|          | 2. 海鱼、野生海产出<br>卖价低                      | 按照本条鱼当天的最低卖价赔偿！是放生<br>的话等于零赔偿！                                                             | 一品市            |
|          | 3. 有卖比大得多的海<br>产时不好处理的海鲜<br>出清比平时卖的人多便宜 | 按照当天最低卖价！15折吧，如果当天是海<br>鲜便宜其他海鲜，当天就按便宜                                                     | 超市             |
|          | 4. 没卖完的便宜卖生<br>鲜海鲜                      | 按照当天最低卖价！15折吧，如果当天是海<br>鲜便宜其他海鲜，当天就按便宜                                                     | 所有餐厅！          |
|          | 5. 三文鱼、鲑鱼、海<br>参、鳕鱼、北极贝其比卖<br>价便宜是养殖的   | 按照当天最低卖价赔偿！是放生三折赔偿！<br>是放生三折赔偿！                                                            | 所有餐厅！          |
| 海鲜<br>超市 | 买上斤的比超市便宜公<br>司的比超市便宜，比如游<br>游游游        | 按照当天最低卖价赔偿！是放生三折赔偿！<br>是放生三折赔偿！                                                            |                |
| 海鲜<br>酒楼 | 买游游游游游游游游游                              | 按照当天最低卖价赔偿！是放生三折赔偿！<br>是放生三折赔偿！                                                            | 所有餐厅！          |
| 海鲜<br>酒楼 | 买游游游游游游游游游                              | 按照当天最低卖价赔偿！是放生三折赔偿！<br>是放生三折赔偿！                                                            | 所有餐厅！          |
| 海鲜<br>酒楼 | 买游游游游游游游游游                              | 按照当天最低卖价赔偿！是放生三折赔偿！<br>是放生三折赔偿！                                                            | 所有餐厅！          |

**胖东来**  
**生鲜原价赔付+免费送产品**

顾客反馈胖东来  
“擀面皮”加工场所卫生环境差  
胖东来发文：要求相关商户恪守关保  
全业态同步对联营品牌进行排查

网络画面

擀面皮事件发酵

纵览新闻

胖东来菜市场餐饮部里边

快速响应 高效回馈  
天价赔偿900万  
给予报案者10万奖励

最有诚意的公关  
最高级的阳谋  
最有性价比的广告

售后增值服务



山姆为门店订单特设售后区



比优特超市优质售后  
被戏称“东北胖东来”



# 总结

## 提升商品力，拓宽产品矩阵；实实在在增强服务新体验



### 鲜

- 源头严选，加工提速求鲜
- 锁鲜技术革新
- 果蔬依时令而食
- 冷链及冷藏陈列升级
- 现制工坊引流



### 养

- 高蛋白饮食
- 微量元素等活性物质补充
- 负担减法关键词
- 有机食品
- 现代古法养生



### 味

- 丰富的地域美食
- 口感、品质升级



### 快

- 即烹便捷料理
- 即热一步成菜
- 即食摆脱厨房
- 即达万物到家



### 爱

- 展现权威专业
- 增强沉浸体验
- 保障严格售后

### 零售商策略

- ✓ 强化产品新鲜属性
- ✓ 以场景和细节打动消费者

- ✓ 布局多元健康饮食产品线
- ✓ 宣传营养主张，直击痛点

- ✓ 关注美食多样化需求
- ✓ 跨品种/地域/渠道  
拓宽产品矩阵

- ✓ 细分人群场景
- ✓ 满足各人群对便捷的诉求

- ✓ 引导成为更精明的买家
- ✓ 提供更细节服务体验
- ✓ 提升好感度，加强品牌粘性

# Q&A 问答环节



即刻扫码，获取本次直播报告！

**NIQ**