

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

NIQ

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn



并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

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

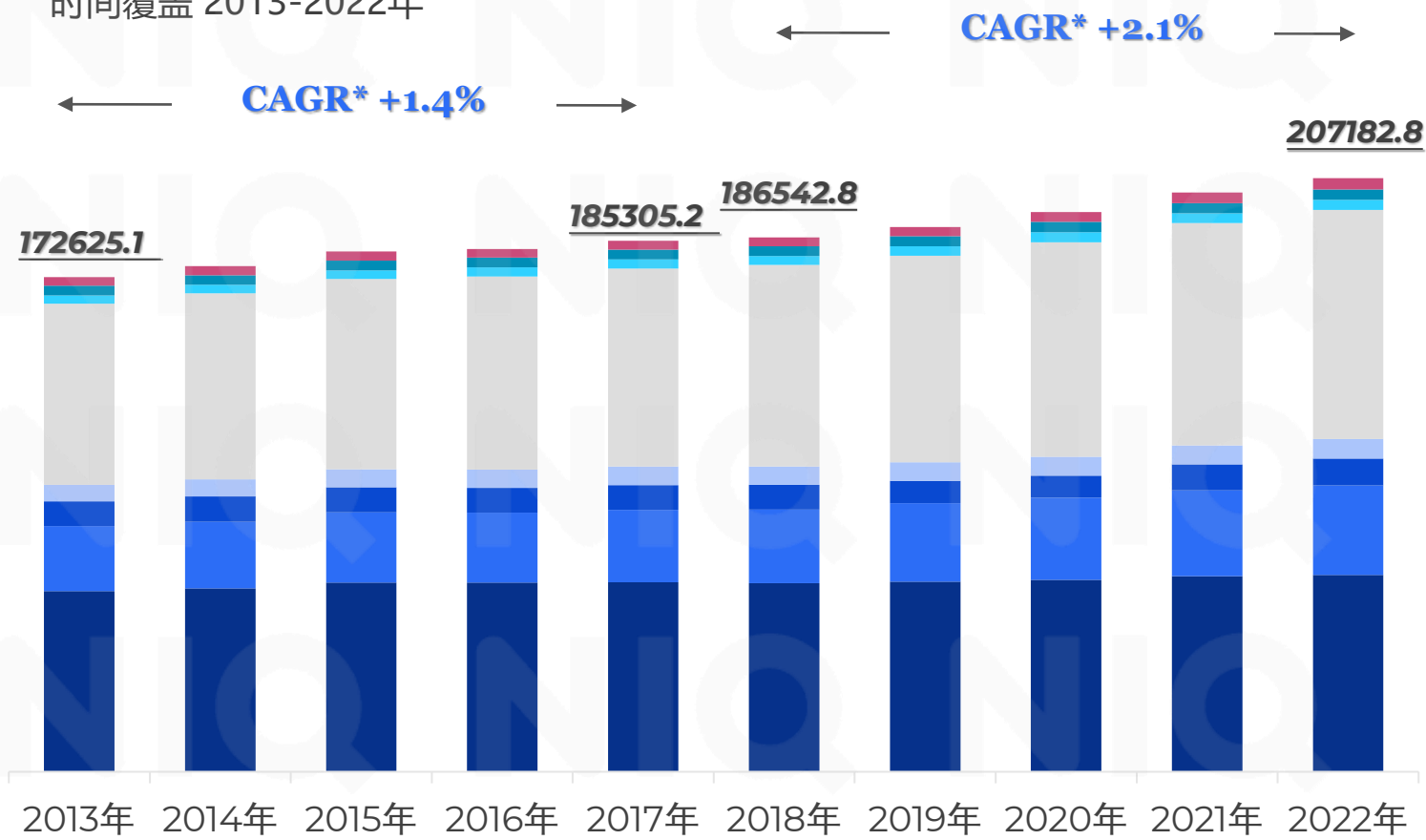
01 粮油生鲜行业现状

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

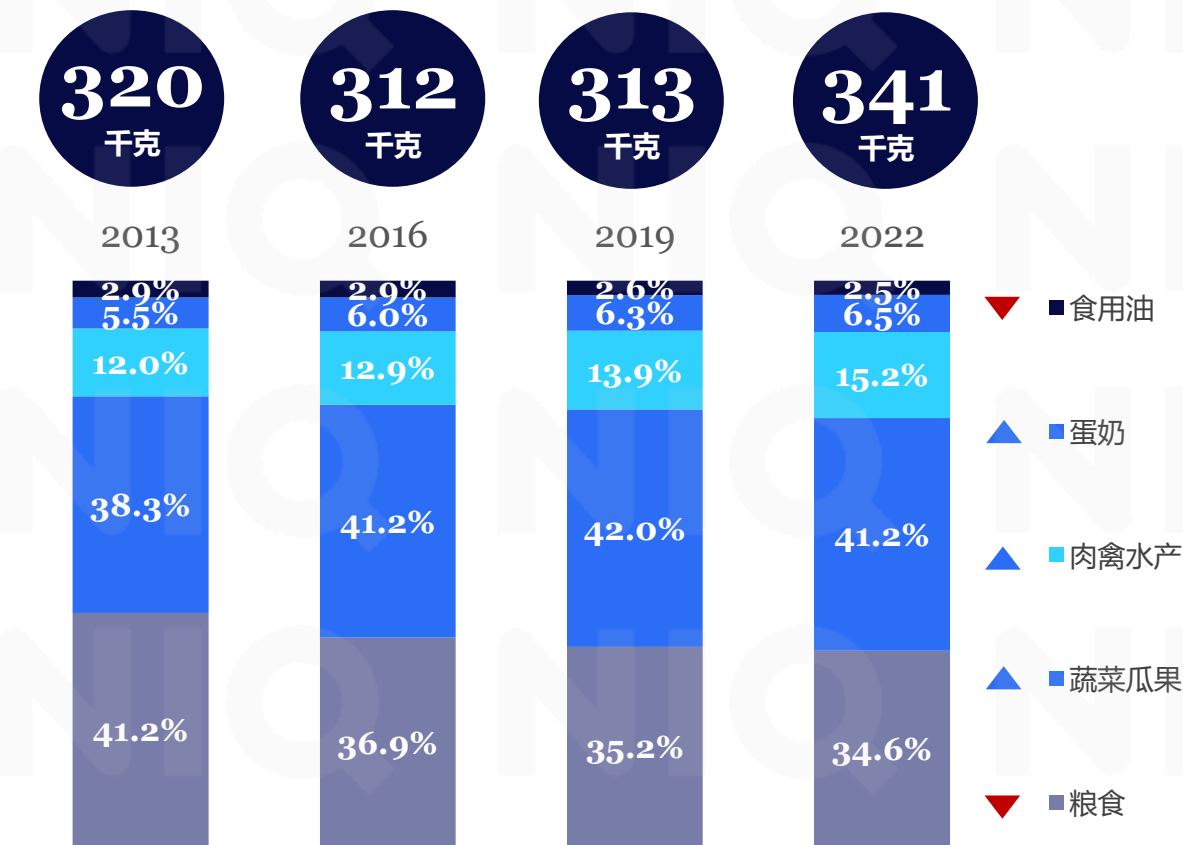


全国粮食蔬果肉类产量 增速对比
时间覆盖 2019-2022年

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%

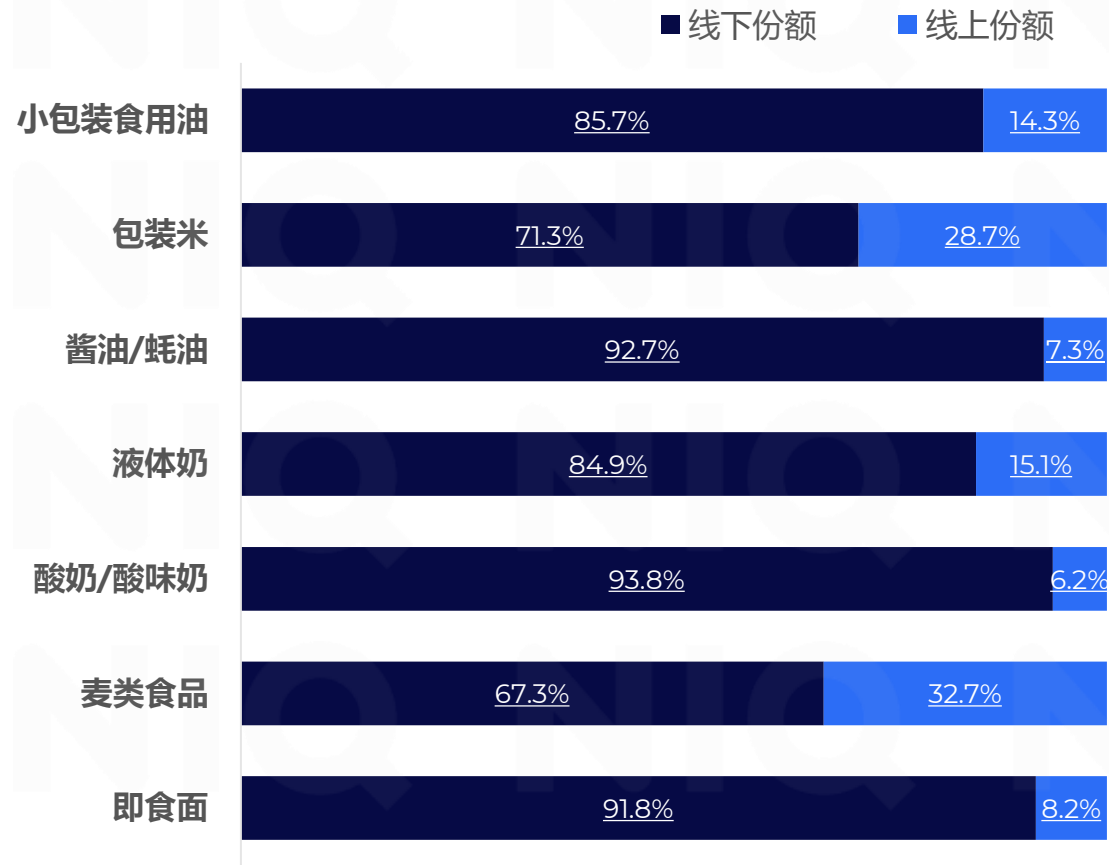
95后人群选择
每周**3**次以下（低频）做饭

+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

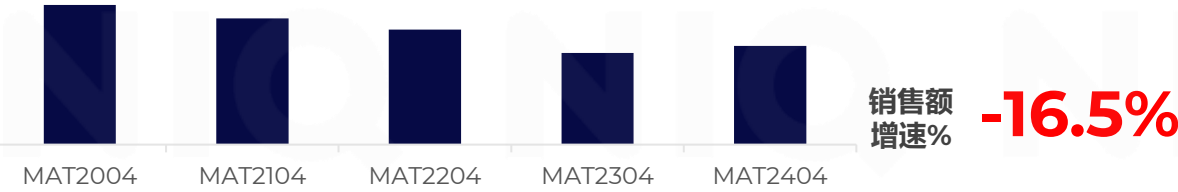
粮油疫情后基本盘规模收缩

全国线下渠道粮油销售规模 及MAT2404对比MAT2004增速

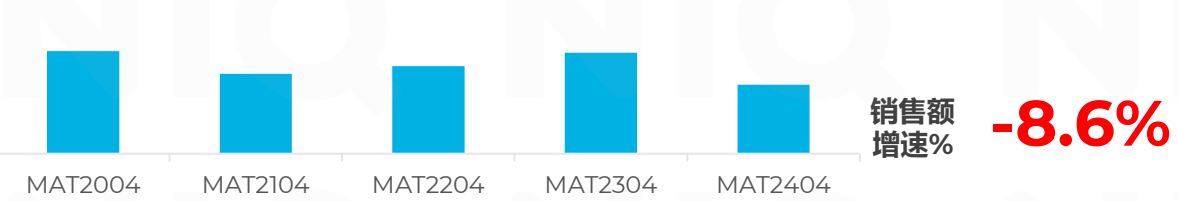
小包装食用油



包装米



包装面粉



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

瓜果蔬菜



肉禽水产



蛋类乳品



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

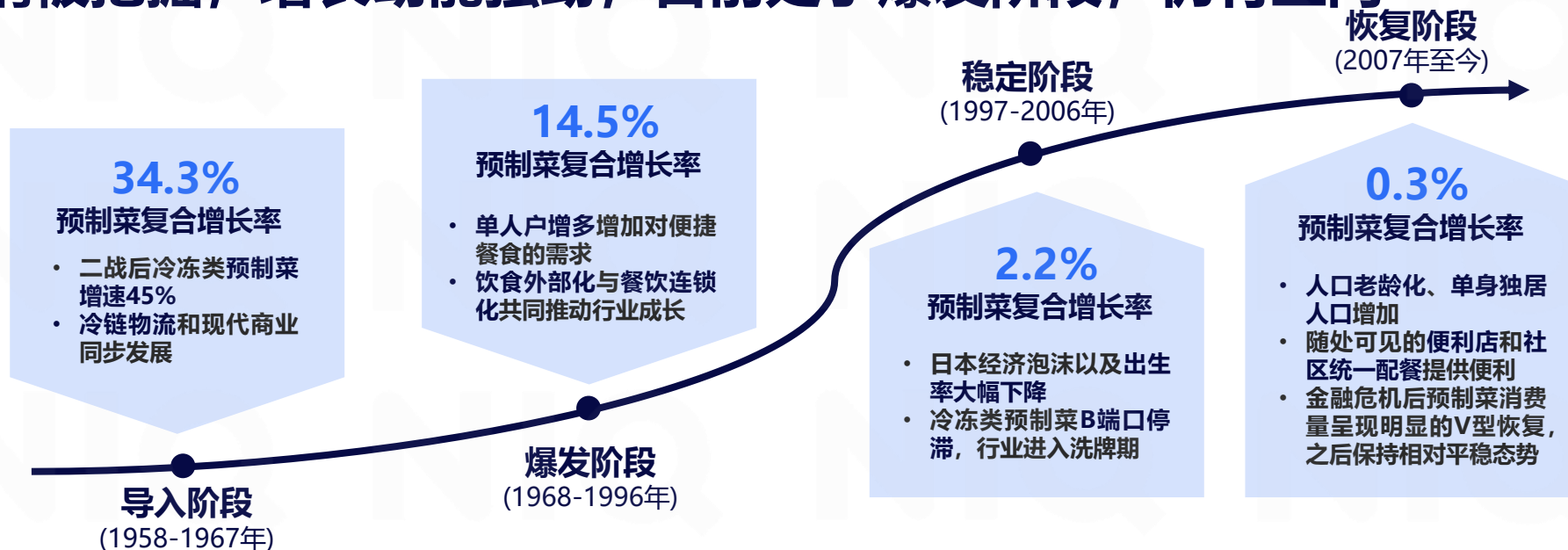


> 60%

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 产地直销	优 冷链物流发达	高	大型连锁零售 综合配送平台
日本农业协会	多 多级制竞价	高 冷链物流发达	优	综合超市为主 小型食品超市崛起
中国个体农户	多 分级制经销	欠 常温物流为主	低	传统渠道为主 新兴渠道涌现



发达国家
生鲜现代渠道销售占比



发达国家
冷链运输占比



中国
生鲜现代渠道销售占比



中国
冷链运输占比



中国电商及新兴渠道
生鲜现代渠道销售占比



中国果蔬
冷链运输占比

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%



盒马鲜生 会员店

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

润燥止咳
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

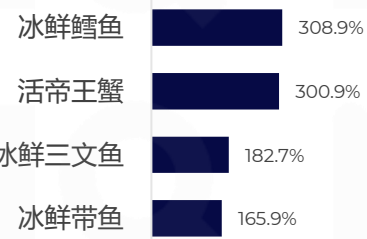
冷藏乳品

新鲜液体奶
销售额份额% **+0.3%**

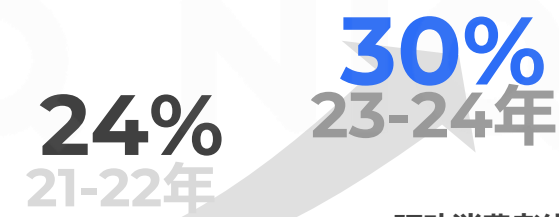
冷藏酸奶
销售额份额% **+1.0%**

冰鲜水产

进口冰鲜水产
销售额增速% **+78.8%**



冷链配送



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

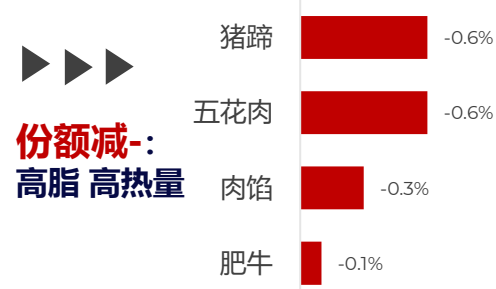
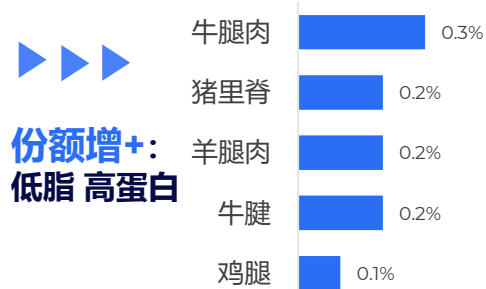
精研多元 高蛋白饮食

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



4.0 蛋白牛奶

现代渠道
份额提升 +0.2%

现代渠道
额增速 +62.2%



A2 蛋白牛奶

现代渠道
份额提升 +0.3%

现代渠道
额增速 +21.4%



优诺 5.0

- 5.0g蛋白
- A2 蛋白
- 高钙

金典超滤奶

- 6.0g蛋白
- 高钙
- 低脂



希腊酸奶

蛋白质×3
浓醇×3



山姆希腊式酸奶

- 3倍牛奶浓缩
- 10.0g蛋白
- 奶酪口感

希腊酸奶

4.6 亿次浏览

山姆希腊式酸奶

341.6 万次浏览



吾岛希腊酸奶

- 4倍牛奶浓缩
- 9.0g蛋白
- 酸奶碗挖着吃

全国线下
额增速 +771.0%



■ 铺货效力 (in 1000 CNY)

■ 包装规格效力 (in 1000 CNY)

■ 单点销售件数效力 (in 1000 CNY)

■ 平均价格效力 (in 1000 CNY)

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%

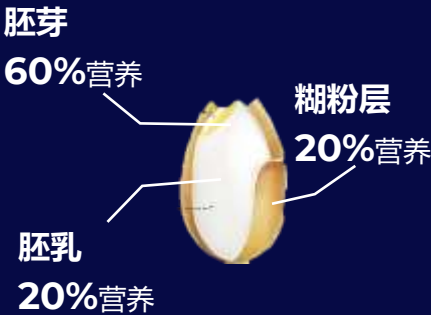
+0.2%

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



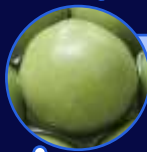
五黑五红汤圆
三全于23年12月上市

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

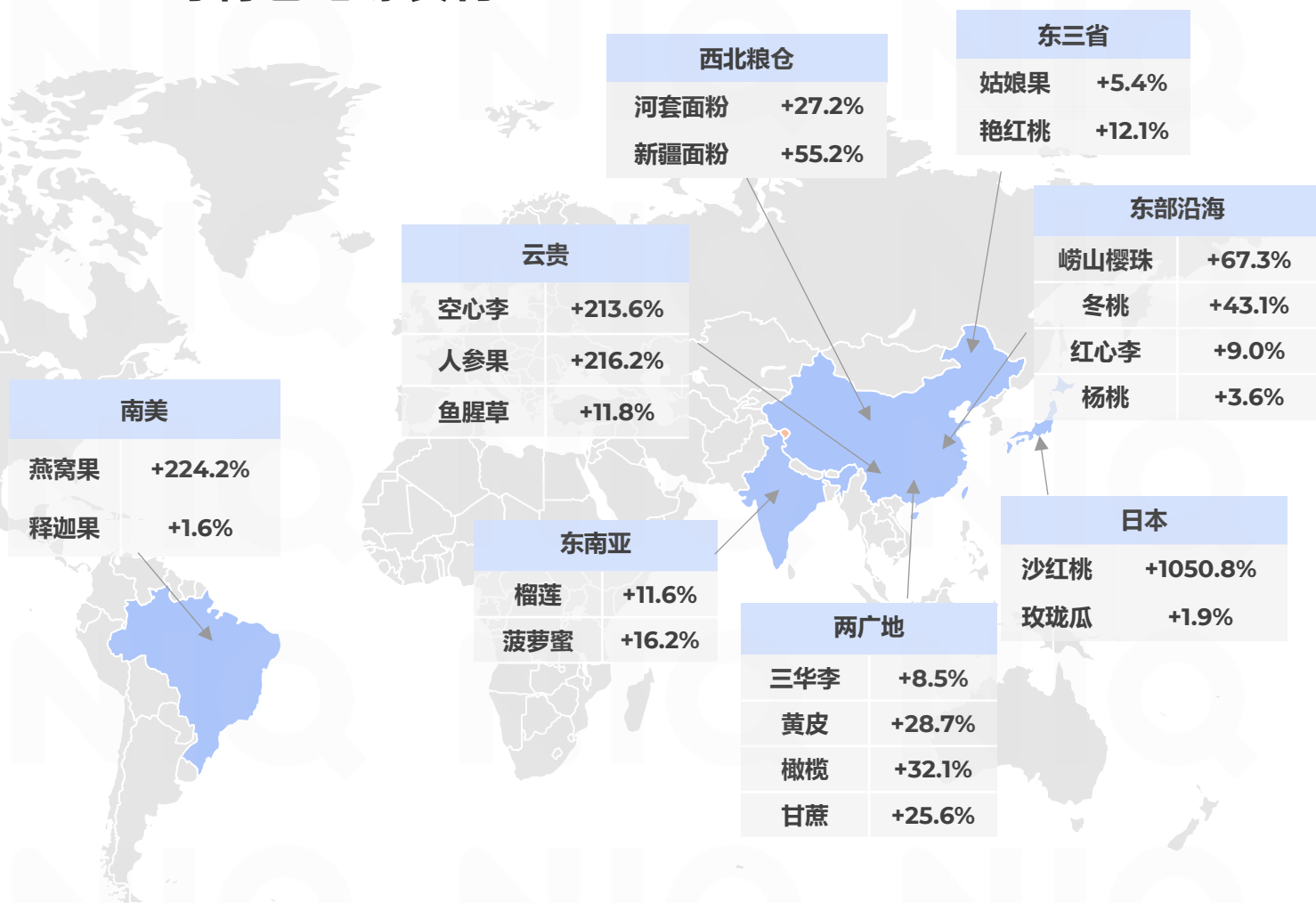


PART THREE

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

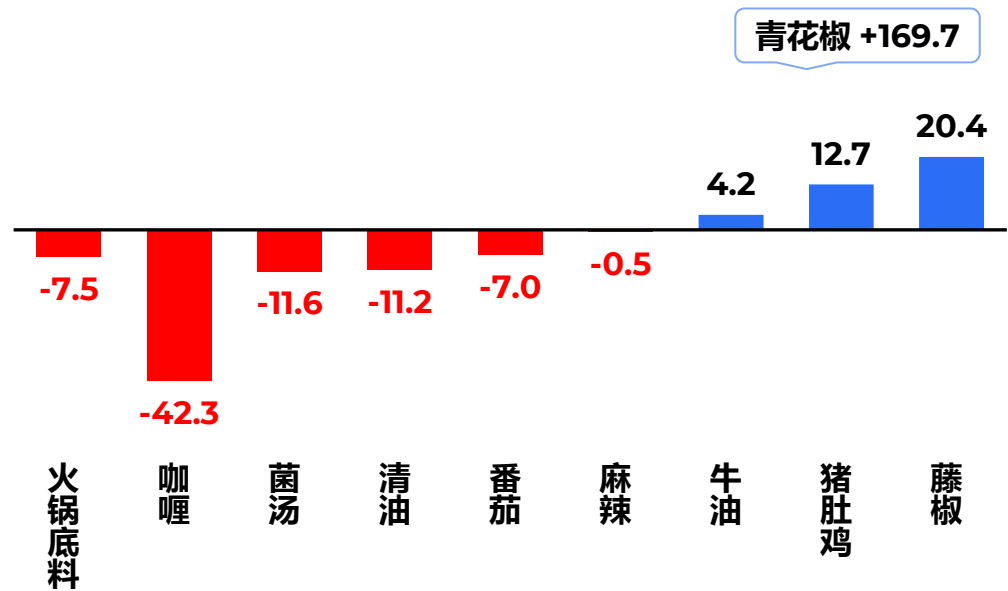


地域美味附加值



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

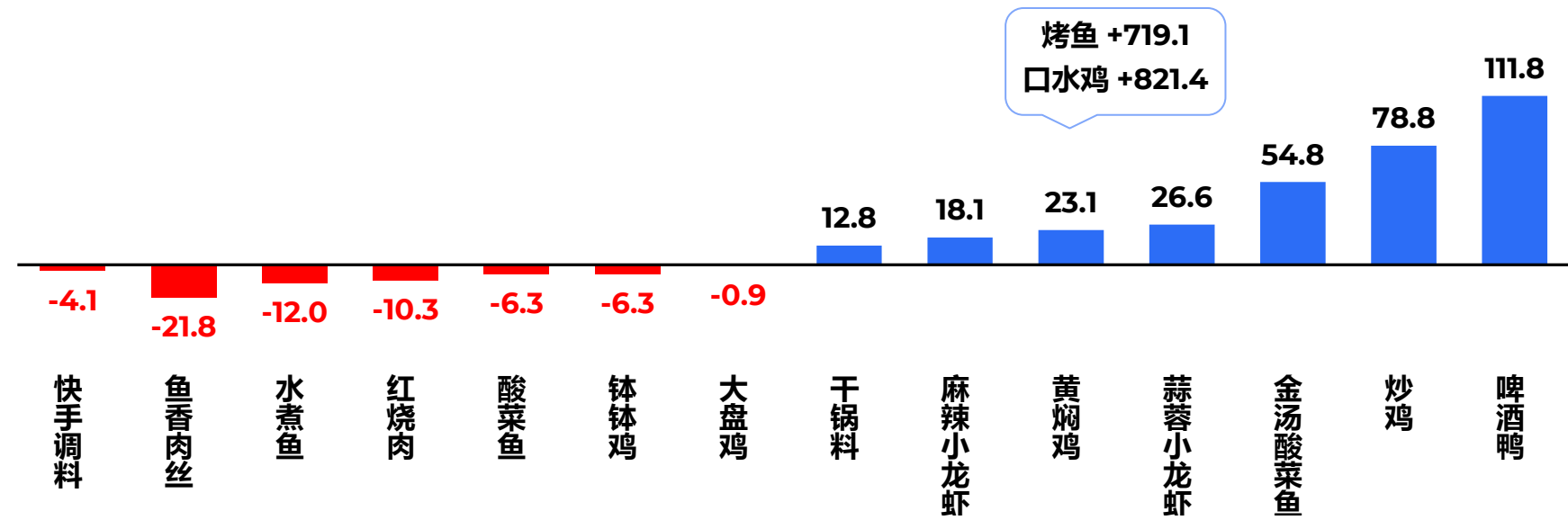
刻钟厨房柳州螺蛳粉火锅汤底
24年2月全国线下上新



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

胖东来免费榨汁
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

03

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

问题	问题类型	处理办法	处理部门
生鲜 品质	1. 买到的肉与电商平台显示不符	生鲜品质问题：第一时间与供应商沟通，确认问题原因，并第一时间下架问题商品，同时启动退换货流程。	生鲜部门
	2. 有怪味、变质、霉变等质量问题	生鲜品质问题：第一时间与供应商沟通，确认问题原因，并第一时间下架问题商品，同时启动退换货流程。	生鲜部门
	3. 商品过期	生鲜品质问题：第一时间与供应商沟通，确认问题原因，并第一时间下架问题商品，同时启动退换货流程。	生鲜部门
商品 价格	1. 商品标价错误	商品价格问题：第一时间与供应商沟通，确认问题原因，并第一时间下架问题商品，同时启动退换货流程。	生鲜部门
	2. 价格虚高	商品价格问题：第一时间与供应商沟通，确认问题原因，并第一时间下架问题商品，同时启动退换货流程。	生鲜部门
	3. 价格波动大	商品价格问题：第一时间与供应商沟通，确认问题原因，并第一时间下架问题商品，同时启动退换货流程。	生鲜部门
服务 态度	1. 服务态度差	服务态度问题：第一时间与供应商沟通，确认问题原因，并第一时间下架问题商品，同时启动退换货流程。	生鲜部门
	2. 服务态度差	服务态度问题：第一时间与供应商沟通，确认问题原因，并第一时间下架问题商品，同时启动退换货流程。	生鲜部门
	3. 服务态度差	服务态度问题：第一时间与供应商沟通，确认问题原因，并第一时间下架问题商品，同时启动退换货流程。	生鲜部门

胖东来
生鲜原价赔付+免费送产品



快速响应 高效回馈
天价赔偿900万
给予报案者10万奖励

关于新乡胖东来餐饮客户
“擀面皮加工场所卫生环境差”的调查报告

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
90天退换保证



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