

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據，乃摘錄自弗若斯特沙利文報告（為本公司委託獨立全球顧問公司弗若斯特沙利文編製的市場研究報告）以及各種政府官方刊物及公開市場研究可用資源。本公司委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製弗若斯特沙利文報告。來自政府官方來源的資料未經我們、聯席保薦人、[編纂]、任何[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問，或參與[編纂]的任何其他人士或各方（弗若斯特沙利文除外）獨立核實，亦未就其準確性發表任何聲明。有關本集團行業相關風險的討論，請參閱本文件「風險因素－與我們的行業及業務相關的風險」。

全球速凍食品行業概覽

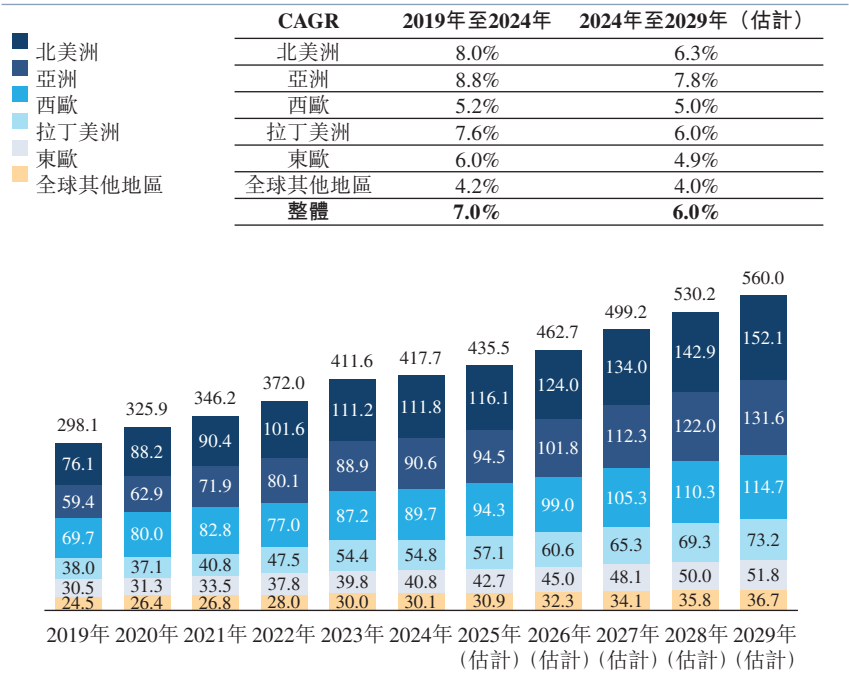
速凍食品是指以水產食材、肉類、穀物、粉末狀配料、豆類等為主要原材料，配以水、油、調味品等輔料，經清洗、切配、調味、醃製、烹飪、速凍等工序製作而成，專為用餐場景設計的預包裝食品。速凍工藝能夠使食品的熱中心溫度迅速降至-18℃以下。速凍食品應在該溫度下進行存儲、運輸和銷售。

近年來，全球速凍食品行業在穩健的基礎上取得了顯著增長。2019年至2024年，全球速凍食品行業的市場規模以7.0%的CAGR增長，2024年達4,177億美元。展望未來，在客戶滲透率提升、產品品類延伸、技術進步及基礎設施完善等因素驅動下，全球速凍食品行業預計持續穩健增長。2024年至2029年，預計全球速凍食品行業CAGR達6.0%。就區域規模而言，北美、亞洲及西歐為全球速凍食品行業市場規模最大的地區。2024年，亞洲速凍食品市場規模達906億美元，預計未來五年將以7.8%的CAGR領先所有地區市場的增長率。

行業概覽

全球速凍食品行業按地區劃分的市場規模（按收入計）

十億美元，2019年至2029年（估計）



資料來源：世界銀行、弗若斯特沙利文

速凍食品主要市場概覽

全球各國的速凍食品行業處於不同發展階段。中國是全球第二大速凍食品市場，目前尚處於成長期，有龐大的增長空間。東南亞作為新興市場處於快速發展期，市場規模及行業集中度方面均呈現快速提升趨勢。英國、美國及日本等國家的速凍食品行業已進入成熟階段，其特點為增長穩定、市場集中度較高。

部分國家及地區速凍食品行業的市場規模及行業集中度

國家／地區	速凍食品行業的市場規模 (2024年)	市場規模CAGR (2024年至2029年 (估計))	五大公司市場份額 (按2024年收入計)
美國	616億美元	6.7%	~ 43%
中國	314億美元	9.4%	~ 15%
德國	169億美元	5.8%	~ 35%
英國	118億美元	5.6%	~ 40%
日本	99億美元	3.1%	~ 70%
東南亞	107億美元	14.0%	< 5%
－ 印度尼西亞	32億美元	14.1%	< 8%
－ 菲律賓	12億美元	13.5%	< 5%
－ 泰國	10億美元	14.5%	< 7%

資料來源：有關國家統計局及產業協會、弗若斯特沙利文

行業概覽

- **中國的速凍食品行業。**於2024年，中國的市場規模達314億美元，為該行業的第二大市場，而與成熟市場相比，中國的速凍食品行業尚處於成長期。隨著餐飲業恢復增長、個人客戶及家庭消費的增加以及企業和個人客戶滲透率的提升，中國速凍食品行業於2024年至2029年預計將以9.4% CAGR快速增長。另一方面，該行業仍然相對分散，前五大市場參與者按2024年收入計僅佔15%的市場份額，遠低於成熟市場的集中度（即美國為43%，英國為40%及日本為70%），顯示了市場集中度進一步提升的巨大潛力。2024年，中國人均速凍食品消費量為10.0千克，遠低於成熟市場（即美國為62.6千克、英國為45.9千克及日本為25.3千克）。
- **英國速凍食品行業概覽。**歐洲是全球速凍食品行業的重要組成部分，擁有悠久的發展歷史及成熟的消費模式。該市場的主要參與者包括本地公司及跨國企業。英國的速凍食品市場相對成熟，按2024年收入計，前五大公司的市場份額約為40%。雖然領先參與者均屬跨國公司，受益於龐大供應鏈、品牌知名度及多樣化的產品，惟市場尚未步入壟斷狀態，並無單一參與者在行業中佔據主導地位。這為新進入者帶來機遇，彼等可以通過引入差異化產品（例如迎合華人社區等特定消費群體的產品）以佔據市場份額。英國擁有完善的冷鏈物流系統，可確保速凍食品於從生產至零售的整個運輸過程中維持所需溫度。該高效基礎設施支持速凍食品的經銷可靠，並促進市場增長。按2024年收入計，英國速凍食品的市場份額為118億美元，預計2029年將達至155億美元，CAGR為5.6%。
- **東南亞的速凍食品行業。**東南亞的速凍食品行業起步較晚，正經歷迅速發展，於2024年，市場規模達到約107億美元，於2024年至2029年的CAGR預計達14.0%。與此同時，該行業仍然高度分散，前五大市場參與者按2024年收入計的合併市場份額低於5%。本土並無龍頭公司，顯示進一步整合機會巨大。該地區人口基數大及方便用餐的趨勢日增，因此較容易接受速凍食品，尤其是在中國受歡迎的速凍食品。因為速凍食品的生產工藝及質量穩定性，龐大的清真食品市場（尤其是全球清真食品消費人口最多的印尼）帶來獨一無二的商機。此外，東南亞在清真食品行業建立的聲譽很可能會提高主要市場參與者在全球清真市場的認可度。

行業概覽

- **成熟市場的速凍食品行業。**於美國、英國及日本等國家，速凍食品行業發展成熟，具有市場規模大、市場集中度高的特點。特別是在美國，速凍食品行業發展歷史悠久，市場成熟，其競爭格局穩定且集中。於2024年，按收入計，五大領先參與者約佔總市場份額的43%。近年來，隨著中國品牌及文化出海，中餐在全球的滲透率穩步增加。全球中餐市場正快速增長，2024年至2029年的CAGR為8.6%。因此，速凍調製食品的出口市場預計迎來快速發展階段。在餐飲行業，以火鍋及麻辣燙為代表的餐飲企業領導海外擴張，在全球速凍食品市場發展勢頭強勁。預計2029年海外火鍋餐廳市場規模將達704億美元，2024年至2029年的CAGR為10.1%，隨著火鍋及類似烹飪方式在全球擴張，將為速凍調製食品帶來顯著的增長機遇。全球市場的企業及個人客戶對速凍食品的接納程度正不斷提升，顧客群逐步擴展至非華人群體，展現出持續的增長潛力。

全球各地供應不同的食材，因此可以在全球範圍內採購及生產，從而為開發本地化運營創造成本優勢。這為企業提供從優質產區採購原材料來開發高端產品的機會。

中國速凍食品行業概覽

中國的速凍食品主要包括速凍調製食品、速凍菜餡製品、速凍麵米製品，以及其他如速凍湯羹製品等。

- **速凍調製食品。**速凍調製食品指以水產食材及／或肉類為主要原材料，搭配穀物、豆類和蛋類等其他原材料及調味料，經調製、加工成型，速凍等工藝生產的預包裝食品。
- **速凍菜餡製品。**速凍菜餡製品指以水產食材及／或肉類為主要原材料，配以其他原料及調味料，經預加工（如分切、攪拌、醃製、滾揉、成型和調味）及／或預烹調（如炒、炸、烤、煮或蒸）和速凍等工藝製成的預包裝菜餡產品。速凍菜餡製品主要包括半成品和成品菜餡產品，最終食用前仍需要加熱和烹飪。

行業概覽

- **速凍麵米製品**。速凍麵米製品指的是以小麥、大米、玉米及其他穀物製品等糧食為主要原材料，同時搭配其他原材料和調味料，經預煮和速凍等工藝製成的預包裝食品。

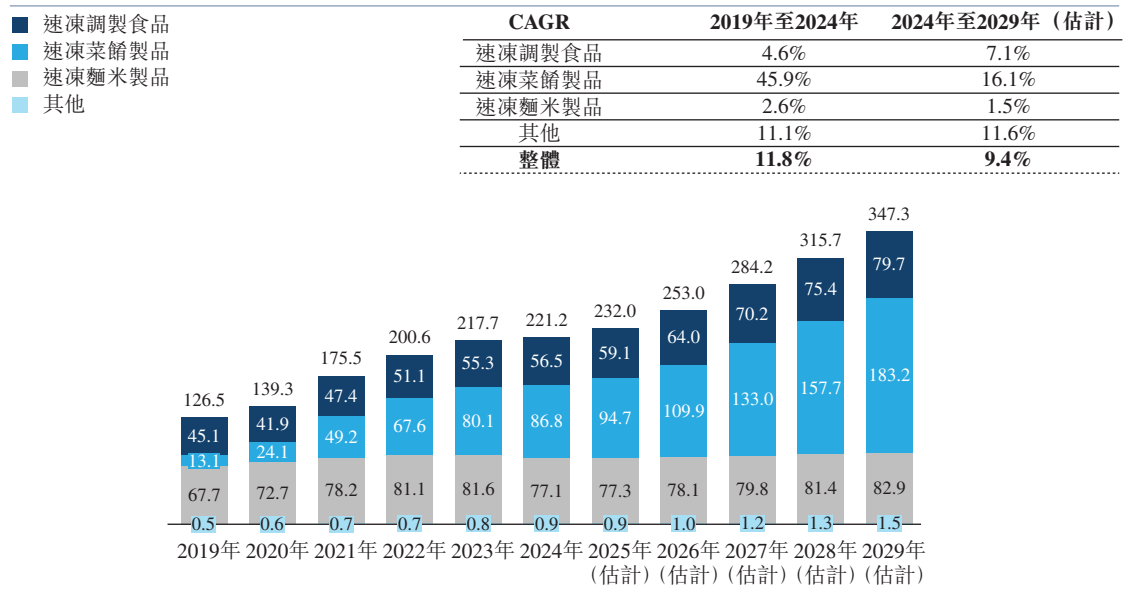
中國速凍食品行業的市場規模

相較於日本、美國等速凍食品行業發展成熟的市場，中國的速凍食品行業尚處於成長期。2019年至2024年，該行業經歷快速增長，CAGR達11.8%，2024年達人民幣2,212億元。受惠於餐飲業務需求增長、個人客戶滲透率提升導致家庭消費增加、產品質量及營養提升以及冷鏈基礎設施完善等多個因素驅動，中國速凍食品行業將繼續擴張。該行業於2024年至2029年的CAGR預計達9.4%，增長速度預期超過其他餐飲相關行業（如主食、零食、油、調料、液態奶），顯示增長潛力強勁。按2024年收入計，速凍食品佔包裝食品市場20%以上份額。包裝食品指預先定量包裝及製作在特定材料和容器中的產品，主要包括即食食品、即熱食品、即烹食品及即配食品。

中國速凍食品行業概覽

中國速凍食品按產品類型劃分的市場規模（按收入計）

中國速凍食品行業按產品類型劃分的市場規模（按收入計）
人民幣十億元，2019年至2029年（估計）



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國速凍食品行業的驅動因素

中國餐飲市場中連鎖餐廳的份額不斷提高

中國餐飲業連鎖餐廳的比例由2019年的13.3%上升至2024年的22.0%。該比例仍低於該等成熟市場（美國約55%，日本約50%），預計將繼續上升。該等連鎖餐廳包含火鍋、麻辣燙、燒烤等多樣化的中式餐飲形式，所有該等形式均會產生對標準化及預處理食材的大量需求。速凍食品企業可提供優質的產品，確保多地口味一致性，從而很好地滿足該等連鎖餐廳的需求。此外，隨著線下消費情景的復甦並改善，中國餐飲業於2024年錄得穩定增長。2024年，按收入計的市場規模達至人民幣55,718億元，2019年至2024年的CAGR以3.6%增長。預計未來中國餐飲業將繼續擴張，進而帶動中國的速凍食品需求增長。

團餐業務追求標準化、品質化及效率化

2024年團餐市場的市場規模為人民幣20,671億元，特點是供應商主要以團體形式提供餐食與服務。該市場近年來快速發展，2024年至2029年預計CAGR為9.1%。團餐行業需要高標準化水平品質保證要求，尤其是在食品安全、品質穩定及營運效率等方面，該等均與速凍食品的特點不謀而合。因此，速凍食品行業預期將從團餐市場的擴張中顯著受益。

西式餐飲增長

2024年中國西式餐飲市場規模達人民幣9,175億元，佔整體餐飲市場的16.5%。2024年至2029年，該市場的CAGR預計將達9.8%，超過中國整體餐飲市場。該增長動力源於西式菜餚更本土化、菜單選擇多元化，以及向低線城市擴張。此外，與中式餐飲相比，西式餐飲較為簡單的烹調方法使速凍食品的生產易於實現標準化，實現一致的品質及口味。因此，西式餐飲廣泛使用速凍食品推動了速凍食品行業的增長。

家庭消費情景中個人客戶的滲透率不斷提升

速凍食品提供了極大的便利性及多樣性，有效地解決了家庭客戶在節奏日益加快的生活方式中所面臨的時間限制。可支配收入的增加進一步支持不斷增長的需求，中國居民的人均可支配收入從2019年的人民幣30,733元增至2024年的人民幣41,314元，

行業概覽

CAGR為6.1%。隨著購買力提升，顧客追求更多樣化、更優質、更方便、更美味的選擇，憑藉烹調簡單方便的特點，速凍食品在家庭中的滲透率不斷提高，成為日常生活中不可或缺的一部分。

提升冷鏈基礎設施以奠定穩固基礎

在供給側（包括原材料供應）改善、技術提升及冷鏈基礎設施發展的帶動下，中國速凍食品行業經歷了穩定的增長。中國是最大的豬肉生產國，亦是畜禽肉、水產的主要生產國，確保速凍食品生產的原材料供應穩定充足。在自動化及智能技術等技術發展下，處理效率的提高使速凍食品公司能夠迅速應對不斷變化的市場需求。冷鏈基礎設施，尤其是冷藏車的擴張，為速凍食品行業的發展奠定堅實基礎。自2019年至2024年，冷藏車的數量由215,000輛增加至495,000輛，支撐行業的增長。該基礎設施提升促進冷鏈物流市場的擴張，由2019年的人民幣3,390億元增加至2024年的人民幣5,360億元，CAGR為9.6%。冷鏈基礎設施的加強提高運輸效率，減少產品虧損，並建立更可靠的經銷網絡。因此，供給側的改善導致速凍食品公司的效率提升，降低運營成本，進而為終端客戶提供價格更為相宜的產品。與此同時，效率提高及經銷網絡擴張亦擴大產品種類及可及性，為客戶提供更多選擇，進一步促進速凍食品行業的發展。

未來行業機遇

- **行業整合預期加速：**隨著客戶需求的多樣化及市場競爭的加劇，加上併購政策的鼓勵及併購機會的出現，速凍食品行業的整合預計將加速。過去五年，速凍調製食品行業前五大企業的市場份額從2019年的約17%增至2024年的22%。依賴單一銷售渠道或產品類別的企業可能面臨成長限制，難以滿足客戶日益多樣化的需求。相比之下，擁有多樣化產品組合及全渠道策略的企業將能夠進一步擴張。該等企業擁有強大的供應鏈整合能力、創新能力及廣泛的市場覆蓋範圍，能夠更好地應對市場變化，並利用產品及渠道之間的協同效應提升整體競爭力。
- **拓展至全球市場：**全球速凍食品行業在不同國家處於不同的發展階段。隨著全球對速凍食品需求的持續增長，中國速凍食品的國際化為未來的擴張提供了重要的

行業概覽

機遇。該轉變反映了全球對便捷、優質速凍食品的需求日益增長，使中國企業進軍國際市場，推動全球行業進一步發展。

- **多元化消費場景：**速凍食品行業正經歷轉型，在不同的消費場景中不斷擴展。除傳統的家庭及餐廳外，旅遊景區、社區便利店、食堂以及折扣店等場所亦迅速擴張。與此同時，消費者對食品安全的意識日益提升，帶動了對健康、營養選擇的需求增加，使得速凍食品更受歡迎。
- **全國產品擴張及季節性產品全年供應：**速凍食品行業正逐漸擴大其地理覆蓋面，現在全國各地均可買到地區特色食品。此外，由於消費者對迎合不同口味及場合的多樣化、便利的餐飲選擇的需求日益增長，季節性的節日食品亦開始全年供應。該轉變突顯了該行業對不斷變化的客戶喜好的適應能力，提供更廣泛的產品以滿足不同地域及季節的需求。

中國速凍食品行業的進入壁壘、威脅與挑戰

進入壁壘

- **銷售網絡：**多元化的銷售網絡是新速凍食品公司的主要進入壁壘，因為彼等需要建立直銷、分銷等多種銷售渠道，以實現市場覆蓋的廣度及深度。此外，經銷模式通常要求與全國各地的經銷商建立緊密穩定的合作關係，需要長期的市場培育及渠道維護。建立這樣的銷售網絡需要時間、資金投入及地方資源，令新進入者短期內難以建立大規模的銷售網絡。
- **規模壁壘：**速凍食品產業規模化企業受惠於對上游供應商更強的議價能力，能夠以更低成本取得原料，優化供應鏈效率。另一方面，建立速凍食品生產設施需要在先進生產設備、冷鏈物流基礎設施及質量控制系統方面進行大量資本投資。規模經濟使公司能夠將這些成本分攤到更大的產量中，從而提高整體效率及盈利能力。
- **生產技術：**速凍食品行業的生產依賴速凍技術，因為該等技術可確保從原材料採購到製成品交付的各生產階段均符合嚴格的質量標準。該等速凍技術可保留食品的營養價值及口感，並延長產品的保質期。為實現這一點，企業必須配備精密的

行業概覽

生產設備、高度標準化及嚴格的質量保證系統，以確保整個生產過程的一致性及效率。對於新進入者而言，缺乏關鍵的技術專長、設備投資、行業經驗及資金支持令其難以於短期內建立起具有競爭力的速凍技術系統。

- **品牌：**在速凍食品行業，知名品牌一直以來憑藉始終如一的产品質量及熱門產品，獲得消費者的強烈信任並吸引忠實的客戶群，從而鞏固其市場地位。對於新進入者而言，需要在品牌建設及營銷方面作出大量投資及長期的投入，以獲得消費者的信任及認可，從而對新進入者設置巨大壁壘。

本集團在产品開發、銷售網絡拓展及生產能力方面已形成飛輪效應。本集團持續推出橫跨各種品類的大單品，打造出兼顧多樣化市場需求的強大產品組合。同時，本集團遍佈全國的廣泛銷售網絡確保市場覆蓋，觸達餐飲及家庭烹飪場景的企業客戶和個人消費者。本集團的生產模式及生產能力帶來規模經濟效應，有利於提高成本效益並鞏固其競爭優勢。

威脅及挑戰

- **原材料價格波動：**速凍食品的成本高度依賴原材料，而原材料的供應及價格容易受到極端天氣事件或自然災害的影響。該等事件可直接影響農作物產量、畜牧生產、海產品供應及整體原材料供應，從而導致短缺及價格波動。此等不確定性對企業維持穩定的原材料成本及供應構成重大挑戰，要求企業採取多元化採購及建立戰略庫存等策略來規避風險。
- **冷鏈物流的可靠性及成本挑戰：**速凍食品行業對冷鏈物流的依賴高於其他食品相關行業，供應鏈的每一個環節，包括生產、倉儲、運輸及銷售，均需要嚴格的溫度控制。冷鏈中的任何故障或不穩定因素（如溫度波動或設備故障）均可能導致產品變質，進而影響食品質量、消費者體驗及品牌聲譽。因此，速凍食品行業對可靠的冷鏈設備及穩健的冷鏈管理有著很高的要求。此外，冷鏈設施的建設及維護需要大量的資本投資，包括冷藏車、冷藏設施及其他相關基礎設施的持續維護，這對企業的成本控制帶來挑戰。

行業概覽

中國速凍食品行業競爭格局

本集團在中國速凍食品行業中排名第一，保持主導地位，於2024年市場份額約為6.6%。

下表為2024年按速凍食品收入計中國前五大速凍食品企業：

排名	公司名稱	市場份額
1	本集團	6.6%
2	公司A	3.3%
3	公司B	2.9%
4	公司C	1.3%
5	公司D	0.9%

資料來源：各公司的公開資料或文件、弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 公司A是一家於1997年成立的私人公司，總部位於中國鄭州。公司提供一系列主要產品類別，包括速凍水餃、湯圓、麵條及其他相關食品。
- (2) 公司B是一家於1992年成立並於深圳證券交易所上市的上市公司，總部位於中國鄭州。公司的經營範圍主要包括速凍食品、便捷餐、罐頭食品、糕點及其他相關產品的生產及銷售。
- (3) 公司C是一家於1978年成立的私人公司，總部位於中國香港。公司的主要產品包括速凍餃子、包子、湯圓及其他相關食品。
- (4) 公司D是一家於1975年成立的私人公司，總部位於中國台灣。公司的主要產品包括速凍肉丸、香腸、肉製品、餃子及其他相關食品。

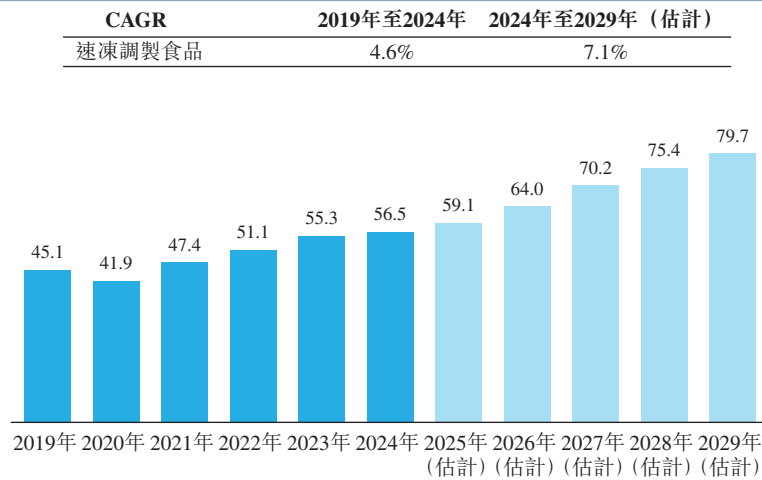
中國速凍調製食品行業

中國的速凍調製食品行業近年呈現強勁增長。2020年，飲食業因公共衛生事件而限制營業時間，加上供給側生產中斷，令該年的產業增長受限。2019年至2024年，行業市場規模的CAGR為4.6%，於2024年達人民幣565億元。在火鍋、麻辣燙、燒烤等就餐方式日趨多元化，以及對優質產品的需求日益增加等多個因素驅動下，中國速凍調製食品行業有望實現快速增長，2024年至2029年預計CAGR為7.1%。

行業概覽

中國冷凍食品行業的市場規模（按收入計）

人民幣十億元，2019年至2029年（估計）



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

中國速凍調製食品行業競爭格局

按2024年收入計，本集團在中國速凍調製食品行業中排名第一。下表為2024年按收入計中國前五大速凍調製食品企業：

排名	公司名稱	市場份額
1	本集團	13.8%
2	公司D	2.6%
3	公司E	2.1%
4	公司F	1.9%
5	公司G	1.7%

資料來源：各公司的公開資料或文件、弗若斯特沙利文

附註：

- 公司E為一家於2004年成立的私人公司，總部位於中國漳州。公司的主要產品包括速凍麵米製品、速凍菜餡製品及其他相關食品。
- 公司F為一家於2005年成立並於深圳證券交易所上市的上市公司，總部位於中國福州。公司主要從事速凍肉丸、魚丸、速凍菜餡製品及其他相關食品的生產及銷售。
- 公司G為一家於2005年成立並於上海證券交易所上市的上市公司，總部位於中國濰坊。公司主要從事速凍菜餡製品（主要包括香腸、炸物）及其他相關食品的研發、生產及銷售。

行業概覽

中國速凍調製食品行業的未來趨勢

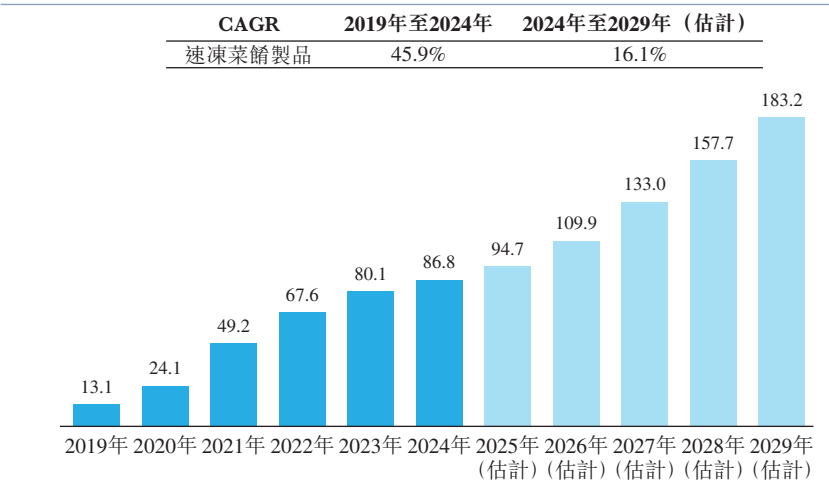
- 餐飲及家庭消費中的受歡迎程度及市場滲透率增加。於餐飲業，連鎖經營滲透率提升，推動對標準化及安全化餐飲解決方案的需求增加。速凍調製食品能為連鎖餐廳量身定制解決方案，有效滿足該等需求，從而提高了市場滲透率。對於個人消費者而言，新零售及電商平台的日益普及，大幅擴大了速凍調製食品的市場覆蓋範圍，使其得以接觸到更廣泛的顧客群，因而推動了家庭消費增長。
- 高質價比的速凍調製食品具有巨大擴張潛力。顧客日益重視營養價值及食品安全，對價廉物美的速凍調製食品的需求持續提升。若干餐飲業（如火鍋）的連鎖店比例不斷提高，顧客平均消費不斷增加，刺激對此類產品的需求。此外，在中國，包括旅遊景區、社區便利店、食堂、折扣店等新消費場景快速發展，培育顧客對速凍食品（如火山石烤腸等）的消費習慣。鎖鮮產品線亦為速凍調製食品升級的典型代表。

中國速凍菜餚製品行業

中國速凍菜餚製品行業正處於起步階段，但已呈現大幅增長，2019年至2024年的CAGR為45.9%，2024年達人民幣868億元。快速增長的速凍菜餚製品行業主要是受到餐飲業及個人客戶需求增長的推動。餐飲業以強調標準化及效率的連鎖經營為特點，隨著連鎖經營的滲透率持續上升，對速凍菜餚製品的需求亦有所增加。對於個人顧客而言，在節奏加快的生活方式中，對於方便烹調的需求逐漸增加，這導致家庭消費越來越偏好速凍菜餚製品。中國市場對新產品的接受度較高，尤其是調味小龍蝦相關產品及調味雞肉產品等預製菜餚。該行業預計將保持強勁增長，2024年至2029年的CAGR達16.1%。

行業概覽

中國速凍菜餡製品行業的市場規模（按收入計）
人民幣十億元，2019年至2029年（估計）



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

中國速凍菜餡製品行業競爭格局

按2024年收入計，本集團在中國速凍菜餡製品行業中排名第一。下表為2024年中國前五大速凍菜餡製品企業：

排名	公司名稱	市場份額
1	本集團	5.0%
2	公司H	1.6%
3	公司I	1.6%
4	公司J	1.2%
5	公司K	0.8%

資料來源：各公司的公開資料或文件、弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 公司H為一家於1993年成立的私人公司，總部位於中國成都。公司研發涵蓋火鍋食材、燒烤食材、香腸等多個品類。代表性產品包括速凍豬皮、香辣牛肉及其他相關食品。
- (2) 公司I是一家於2001年成立並於深圳證券交易所上市的上市公司，總部位於中國湛江。公司主要從事水產品加工及銷售。生產速凍菜餡製品只是其業務的一小部分。公司I速凍食品主要包括速凍風味魚、小龍蝦及其他相關食品。
- (3) 公司J為一家於2006年成立的私人公司，總部位於中國廈門。公司主要從事速凍菜餡製品的研發、生產及營銷，主要產品包括速凍蒜香小排、牛仔骨及其他相關食品。
- (4) 公司K為一家於2006年成立的私人公司，總部位於中國莆田。公司的產品主要包括速凍調製食品，其中代表性產品包括速凍蠔油牛柳、黑魚片及其他相關食品。

行業概覽

中國速凍菜餚製品行業的未來趨勢

中國的速凍菜餚製品行業仍處於發展早期階段。該行業較為分散，以2024年的收入計算，前五大企業僅佔中國10.2%的市場份額，相較於成熟市場有顯著提升空間。隨著對優質產品的需求及行業標準上升，致力追求卓越的企業很可能獲得競爭優勢。中國速凍菜餚製品行業國家標準的出台，標誌著監管體制的重大轉變，為行業的持續發展奠定堅實的基礎。

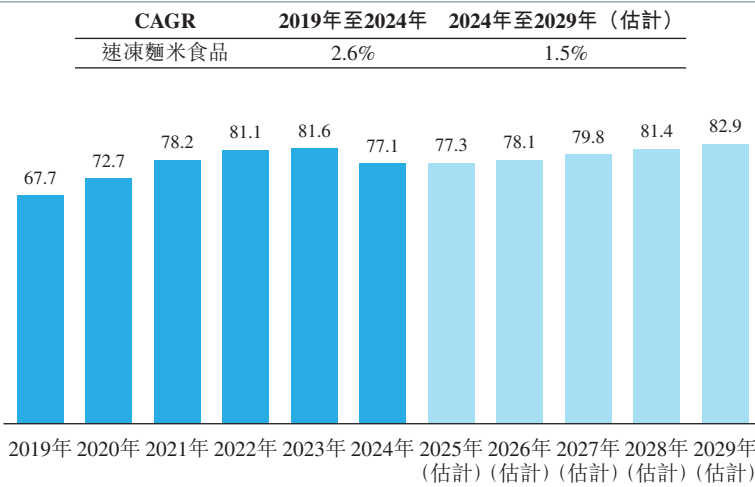
注重產品品質的同時，供應鏈及經銷能力亦越來越重要。速凍菜餚製品以多元口味及更豐富的產品種類而在其他速凍食品中脫穎而出。隨著行業日漸成熟及企業在全國範圍擴張，高效的供應鏈及經銷網絡變得越來越重要。

中國速凍麵米製品行業

中國速凍麵米製品行業近年進入成熟期，傳統產品與新式產品呈現差異化態勢。2019年至2024年，行業市場規模的CAGR為2.6%，2024年前達人民幣771億元。新式產品多元化、顧客喜好及消費場景擴展等多個因素預計帶動持續穩定增長。行業預計2024年至2029年的CAGR為1.5%。餃子、湯圓、粽子等傳統產品由於與中國飲食文化深度融合，發展週期長，產業已趨成熟，從而處於穩定發展階段。相比之下，燒麥及手抓餅等新興產品的增長更快。該等創新產品迎合不斷變化的客戶偏好，促進持續需求，並反映行業產品趨向更多元化的轉變。

中國速凍麵米製品行業的市場規模（按收入計）

人民幣十億元，2019年至2029年（估計）



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國速凍麵米製品行業競爭格局

按2024年收入計，本集團在中國速凍麵米製品行業排名第四；而按同年新興速凍麵米製品（指除傳統速凍麵米製品（即餃子、湯圓、粽子）外）收入計，則排名第一。

下表為2024年按收入計中國前五大速凍麵米製品企業：

排名	公司名稱	市場份額
1	公司A	8.8%
2	公司B	7.3%
3	公司C	3.7%
4	本集團	3.2%
5	公司L	1.8%

資料來源：各公司的公開資料或文件、弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 公司L為一家於2012年成立的上市公司，總部位於中國鄭州。公司的主要產品包括速凍油條、包子及其他相關食品。

中國速凍麵米製品行業的未來趨勢

速凍麵米製品行業的多樣化及創新特色日益凸顯。傳統的速凍麵米製品，如餃子、湯圓、粽子等，經過多年的發展，已經進入成熟階段。與此同時，新興的速凍麵米製品，如手抓餅及燒麥，正日益受到消費者的青睞，具備獨特的吸引力及開拓新市場領域的潛力。該等新興的速凍麵米製品正成為行業的主要增長動力，並提供了重要的發展機會。此外，生產過程的進步及創新預計將擴大速凍麵米製品的種類，以迎合客戶不斷變化及多樣化的喜好。

行業概覽

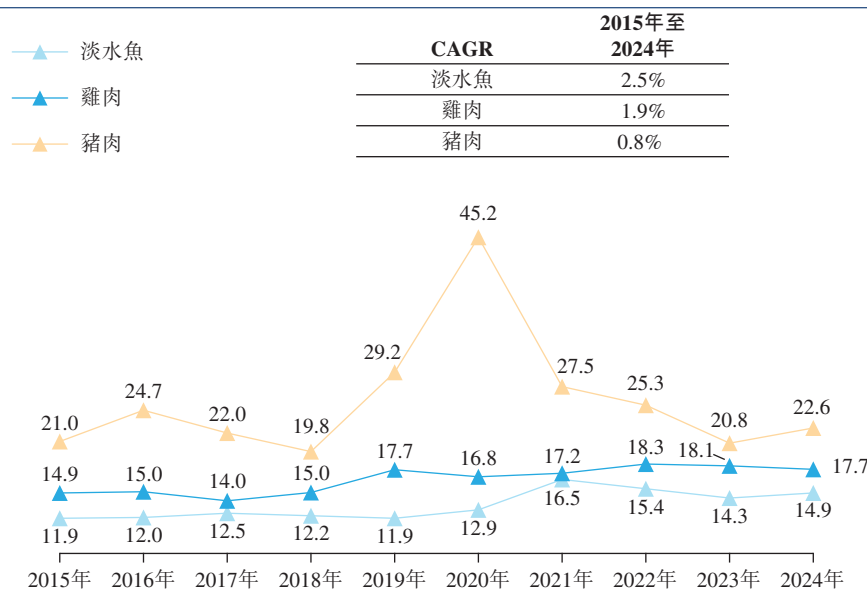
速凍食品及主要原材料的歷史價格趨勢

近年來，中國經濟穩步增長。然而，經濟前景的不確定性使得消費者在支出方面更加謹慎。儘管政府已出台多項政策鼓勵消費，但要重建消費者信心尚需時日。因此，這種謹慎的態度可能會在短期內減緩消費增長，而中國的速凍食品價格預計將在未來兩到三年內保持穩定。從積極的方面來看，由於可支配收入及購買力持續不斷上升，加上有效的宏觀經濟政策，預計消費者信心將於三年內恢復至正常水平。此反彈可能使得中國速凍食品價格穩步上漲。

下圖為速凍食品行業主要原材料價格趨勢圖。由於公共衛生事件對養魚業的影響，淡水魚供應減少，導致2021年淡水魚價格上漲。到2024年，淡水魚價格達到每千克人民幣14.9元。雞肉價格於2015年至2024年整個期間保持相對穩定，於2024年達到每千克人民幣17.7元。然而，豬肉價格於期內出現波動。2018年非洲豬瘟的爆發減少了活豬的供應，導致其價格於2020年達到高峰。隨著其後豬肉供應恢復及需求減弱，豬肉價格下降，最終於2024年減少至每千克人民幣22.6元。2022年至2023年期間，主要原材料價格普遍下跌。由於本集團速凍食品的平均售價保持穩定，本集團的毛利率增加。

主要原材料價格

人民幣元／千克，2015年至2024年



CAGR	2015年至 2024年
淡水魚	2.5%
雞肉	1.9%
豬肉	0.8%

*註：主要原材料價格為全年平均價格

資料來源：中華人民共和國商務部、弗若斯特沙利文

行業概覽

隨著非洲豬瘟的影響消退，預期豬肉價格於未來一段時期將遵循典型的豬肉價格週期。2025年，隨著商品豬的產量預期增加，並假設市場需求穩定，豬肉價格有望企穩，而不會大幅波動。此外，預計2025年至2029年，雞肉及淡水魚的價格將呈穩步上升趨勢。

資料來源

為[編纂]，我們委聘獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文就全球速凍食品行業、中國速凍食品行業、中國速凍調製食品行業、中國速凍菜餚製品行業及中國速凍麵米製品行業進行分析，並編製有關報告。弗若斯特沙利文是一家獨立的全球顧問公司，於1961年在紐約成立。該公司提供行業研究及市場策略，並提供發展諮詢及企業培訓。就所提供的市場研究服務，我們已向弗若斯特沙利文支付人民幣680,000元的費用，我們相信該費用與市場價格相符。

在編製與準備弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文採用了以下假設：(i)全球社會、經濟及政治環境於2025年至2029年的五年間（「預測年度」）很可能維持穩定；(ii)新興地區的購買力預計會持續快速提升，而發達地區則會穩定增長；(iii)公共衛生事件的影響是階段性及短暫的，中國經濟呈現長期向好的基本面；及(iv)相關行業驅動因素（如不斷增長的購買力及其他關鍵驅動因素）很可能於預測年度驅動速凍食品行業的發展。

除另行註明外，本節所載所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文編製弗若斯特沙利文報告乃基於詳細的一手研究（包括與若干領先行業參與者討論速凍食品行業的現狀）以及二手研究（包括審閱公司報告、獨立研究報告及基於其本身研究數據庫的數據）。董事經採取合理審慎措施後確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，整體市場資料概無重大不利變動而令有關資料存在重大保留意見、相互抵觸或對有關資料造成影響。