



2026年中国速冻食品 行业报告：连锁餐饮标 准化提速，驱动速冻食 品B端市场扩容

报告解读

2026 年中国速冻食品行业报告：连锁餐饮 标准化提速，驱动速冻食品 B 端市场扩容

- 一、研究背景评估
- 二、范围与边界确认
- 三、核心摘要提炼
- 四、关键数据抓取与呈现
- 五、风险与机遇诊断

一、研究背景评估

项目	说明
研究机构	勤策消费研究
机构权威性说明	勤策消费研究是一家专注于全球消费洞察与市场研究的专业机构，长期跟踪消费品行业，拥有自有的数据监测体系和行业专家网络。报告数据来源包括国家统计局、艾媒咨询、美团、企业财报（如安井食品、三全食品）等公开及权威渠道，并引用其自有的行业分析模型。在消费品细分领域（如食品饮料、餐饮供应链）具有一定研究积累和行业参考价值。
样本数量	报告未明确给出具体样本量，其数据主要基于宏观统计数据、行业公开数据及企业财报，属于行业总量分析。
研究时间范围	核心数据覆盖 2019-2025 年 ，并对 2026-2029 年 进行预测；部分数据截至 2025 年 Q2、2024 年全年等。
权威性评估	中高（数据来源多元，引用多个权威机构，分析框架清晰）
时效性评估	高（报告发布于 2026 年，覆盖 2025 年最新数据及 2026 年预测）

二、范围与边界确认

维度	说明
细分行业	主要研究 中国速冻食品行业 ，细分为速冻调制食品（火锅料等）、速冻菜肴制品（预制菜）、速冻面米制品（水饺、汤圆等），同时涉及方便食品大行业、餐饮连锁化、团餐、西式餐饮等关联领域。
地域市场	以 中国大陆市场 为核心，部分数据涉及全球速冻食品市场（北美、亚洲、西欧等）对比。
用户群体	B 端：连锁餐饮企业、团餐公司、西式快餐品牌等；C 端：家庭消费者，特别是单身人群、年轻群体。

三、核心摘要提炼

速冻食品市场从“基础饱腹”转向“便捷与品质”双重驱动。2025 年 Q2 速冻食品是食品饮料酒类目中唯一销售额同比增长的类目（+1.3%），火锅丸料、速冻肠领涨。消费者在单人进餐时选择方便食品的比例达 53.2%，其中速冻食品占 50.2%。

连锁餐饮标准化提速，驱动速冻食品 B 端市场扩容。2024 年中国餐饮连锁化率提升至 23%，501-1000 家规模品牌门店数年同比涨幅达 93.6%。团餐市场 2024 年规模 2.07 万亿元，预计 2024-2029 年 CAGR 为 9.1%；西式餐饮 2024 年规模 9,175 亿元，预计 CAGR 为 9.8%，均为速冻食品 B 端重要增长引擎。

行业呈现“一超多强”格局，整合预期加速。安井食品以约 6.6%市占率居首，CR5 约 15%，集中度仍有较大提升空间。人均速冻食品年消费量约 10 公斤，远低于美国、日本，渗透潜力大。产品创新方向为健康化（清洁标签、低脂低糖）、便捷化（一人食包装）和场景化（空气炸锅系列）。

核心观点总结表：

层面	核心结论
市场表现	2025 年 Q2 速冻食品销售额同比+1.3%，为食品饮料酒类唯一正增长类目。
驱动因素	连锁餐饮标准化、团餐扩张、西式餐饮渗透、冷链基础设施完善、家庭渗透率提升。
竞争格局	“一超多强”：安井食品市占约 6.6%，三全、思念为第二梯队，CR5 约 15%。
渠道趋势	B 端（餐饮供应链）增速优于 C 端（零售），餐饮连锁化率 23%且持续提升。
消费场景	一人食（速冻食品占方便食品选择 50.2%）、家庭备餐、户外、办公室等多元场景。
未来方向	健康化、便捷化、场景化产品创新；行业整合加速；出海与国际化布局。

四、关键数据抓取与呈现

数据内容	数值	数据来源
2025 年 Q2 速冻食品销售额同比增速	+1.3%	数据来源：国家统计局，勤策消费研究
2024 年中国消费者单人进餐选择方便食品的比例	53.2%	数据来源：国家统计局，艾媒咨询，勤策消费研究
方便食品中选择速冻食品的占比	50.2%	数据来源：国家统计局，艾媒咨询，勤策消费研究
2024 年中国餐饮连锁化率	23%	数据来源：美团，勤策消费研究
2024 年中国团餐市场规模	20,671 亿元	数据来源：勤策消费研究
2024 年全球速冻食品市场规模	4,177 亿美元	数据来源：国家统计局，勤策消费研究
2024 年中国速冻食品行业 CR5	约 15%	数据来源：企业报告，Wind，勤策消费研究

五、风险与机遇诊断

类型	说明
主要挑战与风险	1. 传统速冻面米制品增长乏力：速冻饺子等品类受现包饺子品牌冲击，产品同质化严重，2025 年 Q2 份额下降（P7）。 2. C 端零售渠道承压：商超客流下滑、价格战激烈，三全食品零售市场收入连续两年下滑（P24）。 3. 预制菜增速放缓：安井食品速冻菜肴制品 2024 年增速降至 10.73%，前期爆发后热度下降（P21-22）。 4. 原材料价格波动：谷物价格虽趋稳，但肉类加工价格指数长期低位震荡，影响企业盈利稳定性（P14）。 5. 行业竞争加剧：价格战在 2025 年虽企稳，但中小企业面临生存压力，行业整合加速（P19）。
被低估的潜在增长机会	1. B 端餐饮供应链扩容：餐饮连锁化率提升（23%），501-1000 家规模品牌门店数同比+93.6%，速冻食品企业可通过定制化服务深度绑定连锁客户（P16）。 2. 团餐市场标准化需求：团餐规模超 2 万亿，CAGR 9.1%，对食品安全和出品一致性要求高，与速冻食品特性高度契合。

类型	说明
	(P10) 。 3. 西式餐饮本土化渗透：西式餐饮增速 9.8%，高于行业整体，烹饪方式标准化，利于速冻食品供应（P10）。 4. 一人食与健康化产品：单身人群扩大，小包装、营养均衡的速冻套餐有较大空间；清洁标签、低脂低糖产品成创新方向（P6, P19）。 5. 冷链基础设施完善：冷藏车数量从 2019 年 21.5 万辆增至 2024 年 49.5 万辆，冷链物流市场规模 CAGR 9.6%，支撑渠道下沉与新品拓展（P10）。 6. 出海与国际布局：中国企业通过出口、海外建厂、跨境并购开辟新增长曲线，响应全球速冻食品需求（P11）。 7. 空气炸锅等小家电适配品类：丸类等适配空气炸锅的品类增长强劲，可围绕小家电场景开发专属产品（P7）。