

2024郑州预制菜肴展览会8.8郑州预制菜展

产品名称	2024郑州预制菜肴展览会8.8郑州预制菜展
公司名称	上海朗盛展览服务有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市金山区张堰镇松金公路2072号9106室
联系电话	18616866514 18616866514

产品详情

近日，盒马牵头成立预制菜生态联盟，盒马CEO侯毅透露，今年10月份将开出以预制菜为核心的全新品类结构的盒马鲜生门店，预计5000平方左右。（延伸阅读：[快讯 | 盒马牵头成立预制菜联盟，安井、千味、广酒、国联、龙大等加入](#)）

值得注意的是，舌尖英雄、趣店等面向C端的预制菜项目纷纷“烂尾”。那么，预制菜面向C端到底行不行？预制菜线下门店能有多少想象空间？

1

盒马将开5000平预制菜门店

若成功将提高全国门店预制菜比例

预制菜这个炙热风口，吸引着新老玩家持续加码。据公开报道，自2017年入局半成品菜领域后，阿里巴巴旗下品牌盒马在预制菜领域持续发力，不断深耕。今年4月消息，盒马调整采购部，将自有品牌、预制菜及大进口部门新增为一级部门；今年5月，盒马的上海央厨正式投产；5月9日，盒马在上海发起预制菜生态联盟。该生态联盟将整合预制菜“产-学-研-销”的全链路，推动行业健康、快速发展。同时透露，今年10月份将开出以预制菜为核心的全新品类结构的盒马鲜生门店，预计5000平方左右。此外，侯毅还表示，如果这家门店成功，明年盒马全国门店的预制菜比例会进一步提升，成为盒马第一大品类。

图片来源：网络

盒马目前已经有100多家预制菜门店，预计今年年底将突破200家。盒马的预制菜业务，已经从最初的“半成品菜”发展到现在的“预制菜”，涵盖了从原材料采购到生产加工再到终端销售的全产业链。盒马的预制菜业务，已经成为其核心业务之一，也是其未来发展的重点方向。

提及预制菜门店，不得不说的是舌尖英雄卖预制菜不行？
2022年1月，郑州首家“舌尖英雄”门店开业，凭借“舌尖英雄”的宣传攻势，立拿高0元新队媒体上的“舌尖英雄”正火时，线下却呈现冰火两重天的景象。

短短8月时间，舌尖英雄北京首店就向据悉店该店为2022年1月才刚刚开张。让人意想不到的，同样是2022年8月左右，郑州8家“舌尖英雄”门店，几乎同时间闭店。

此外，深圳、烟台等多地门店停歇1家，曾因单轮融资6亿而备受关注的舌尖英雄，被曝迎来关店潮。（据企查查小程序显示，广州、天津、上海、郑州、青岛、贵阳……几乎所有城市的门店都已关闭，没

除了舌尖英雄，去年烧钱1.5亿元，闹得沸沸扬扬的趣店预制菜，也中途夭折，官方账号已经停更。

除了“热热闹闹”的舌尖英雄和趣店，值得一提的还有开设预制菜门店的“预制菜第一股”味知香。根据最新发布的财报，味知香去年开办的农贸市场加盟店数量并不少，其去年新增加盟店559家。

图片来源：味知香与此同时，味知香的单店平均收入也在连年下滑。有媒体报道，2022年，味知香来自加盟渠道收入约4.26亿元，单店平均收入约25.11万元；而在2018年至2021年，其加盟店单店平均收入分别为34.10万元、32.43万元、28.65万元、26.29万元。从往年数据看来，味知香的开店业务似乎也不尽如人意。不过，据“味知香半成品菜”官号5月16日消息，味知香5月上半月，火热新增35店。今年的开店业务到底如何，还需要拭目以待。

市场调研机构前瞻产业研究院表示，2022年中国预制菜市场规模超过4000亿元，同比增长21.3%。该市场不仅规模大，且增速惊人。但值得注意的是，预制菜整体销量B端与C端的占比大约为“八二开”，即80%的销量在B端。那么，面向C端开预制菜门店，到底能不能行得通？

味知香底表称，预制菜门店是其未来发展的战略目标。珍味小梅园创始人浦预制菜仍极具潜力和传统生鲜产品相比，客单价更高的预制菜毛利率要高出10%—20%。从长期来看，C端

图片来源：网络

得委来此避免地遭逢分拆情增速放缓后，人们会重新回到购物中心、街边的餐饮店中，C端预制菜市场厮杀随着东局者不断增多，C端预制菜市场竞争也将更加激烈。除盒马、珍味小梅园、因此，从已有的市场案例来看，做好面向C端的预制菜线下店生意并不容易。

尽管盒马虽有众多优势在身，但也要面临不小的挑战。陈慧芳也表示，在预制菜领域，盒马关注用户渗透和复购。其中渗透是看客人是否接受它、认知它，复购则是商品力核心的代表，“越来越多用户去复购、去宣传的时候，我们的GMV、销售额、规模才会越来越大，这是一个循环的过程。”