

超市餐饮化

厨房场景下的超市业态前景分析

三级厨房替代链：初级农产品 → 切配菜 → 熟食

1000亿+ 现场制售市场 | 92% 熟食配备率 | 40%-55% 熟食毛利率

超市餐饮化不是预测，是正在发生的事实

从“买菜自己做”到“完全不用做”的递进覆盖



核心逻辑：毛利率从**15%-25%**递进到**40%-55%**，价值链逐级攀升，但运营能力要求也逐级提高

市场数据确认：千亿赛道已经爆发

不是预测，是行业正在大规模转向

1000亿+

现场制售食品市场规模
2025年百强超市已突破千亿

10%-20%

熟食占门店营收比
仅次于生鲜的核心增量

92%

大中型超市熟食配备率
新开店强制规划熟食档口

35%+

短保方便菜年增速
领跑全行业，叮东同比涨70%+

独立一级部门

头部连锁已将熟食加工部从生鲜板块拆分为
独立一级部门，战略级业务

1000+工厂涌入

原来给餐饮企业供货的工厂正在转向商超渠
道，供应链端大规模切换赛道

7490亿预制菜

2026年预制菜市场规模预计7490亿，新鲜短
保方便菜成为结构性升级核心方向

数据来源：中国连锁经营协会2025报告 / 叮东买菜 / 行业调研

谁在买什么：人群与产品层级匹配

赖先生的判断 — 多场景覆盖 “不会做、不想做、做不了”



核心洞察：年轻人主消费 Level 2+3 / 老年人主消费 Level 1+3 / 双职工家庭全层级覆盖

隐藏价值：化损耗为利润

超市餐饮化不只是增加品类，是改写整个生鲜板块的损耗结构

未餐饮化 — 生鲜损耗模型

- 生鲜损耗率：8%-15%
- 临期蔬果、肉类直接报废
- 损耗 = 纯成本流出
- 毛利率：15%-25%（被损耗拖累）

结果：高损耗压缩利润空间
生鲜越多，损耗绝对值越大



餐饮化后 — 损耗转利润模型

- 临期蔬果 → 当天加工成切配菜
- 临期肉类 → 当天加工成熟食
- 损耗 = 转化为高毛利产品
- 熟食毛利率：40%-55%

结果：损耗结构被根本改写
生鲜板块从“成本中心”变为“利润中心”

案例：永辉民心广场店餐饮化后同比增长**500%**，“好吃、好逛、好待着”成为新标签

社区食堂：超市餐饮化的同赛道入口

“以青补老”模式已跑通，多地第二个月即盈亏平衡

“以青补老”运营模式

- 老年人：政府补贴3元/人，低于市场价
- 年轻人：按市场价消费，占比超50%
- 志愿者/外卖员：扩大客流基数
- 团餐配送：日均300+份，增加收入

各地跑通案例

- 河南许昌：日均1200人次，第2个月盈亏平衡
- 广州越秀：日均1000人，六成老人
- 西安高新：AI机器人烹饪+无感支付
- 南京：869个城市助餐点，全龄友好

超市餐饮化与社区食堂是同一条赛道的两个入口

社区食堂 = 餐饮端切入

超市熟食 = 零售端切入



最终汇合在同一个供应链需求上 — 中央厨房能力

竞争格局：四类玩家各有优劣

超市餐饮化赛道已经有明确的玩家布局

传统商超自建

永辉 / 物美 / 重百
调改+熟食档口

优势：已有门店网络和客流
劣势：缺乏餐饮基因，人才短缺

餐饮供应链转型

千味央厨 / 安井
1000+工厂涌入

优势：成熟加工能力和产业链
劣势：不懂零售，缺少C端经验

即时零售平台

叮咚 / 盒马
短保方便菜+前置仓

优势：供应链闭环，数字化能力强
劣势：重资产模式，覆盖范围有限

社区食堂/团餐

政府主导+社会运营
全龄友好

优势：政府补贴，刚需客流稳定
劣势：保本微利，难以规模化

四个关键成功要素

这不是简单的引流工具，是结合了零售效率与餐饮体验的复杂生意

1. 中央厨房能力

标准化 + 规模化生产
熟食加工从门店向中央厨房集中
是支撑规模化的关键基础设施

即食毛利显著高于传统商品，是超市盈利能力最强的品类之一

2. 冷链短保链路

0-4°C恒温冷链
保质期4-5天，当日生产当日上架
最大程度保留食材原生口感

短保赛道竞争核心落脚于供应链能力，全产业链自主可控是核心竞争力

3. 损耗管控

临期生鲜转熟食
化损耗为利润
销售预测 + 工艺流程优化

损耗管控能力直接决定熟食业务的实际盈利能力，是运营精细化的核心

4. 食安合规

加工环节多，操作复杂
管理难度远超预包装食品
一次事件可能毁掉一个店

分类标准不统一、跨区域监管困难，是行业共性挑战

三个必须正视的风险

CCFA警告：“若自营生鲜尚未做好，盲目开工熟食可能操之过急”

风险 1

专业化人才断档

菜品研发 / 烹饪制作 / 运营管理
复合型人才严重短缺
这是最容易被忽视的门楣

风险 2

中央厨房重资产

投入巨大，高人工高损耗
中小超市难以独自承担
这正是galingas的机会

风险 3

食品安全高压

加工环节多，操作复杂
管理难度远超预包装食品
一次食安事件可能毁掉一个店

CCFA会长彭建真：

“这本质上是一门结合了零售效率与餐饮体验的复杂生意，绝非简单的引流工具”

galingas 卡位：超市餐饮化的基础设施提供商

不是自己开食堂，而是帮区域超市搭熟食供应链+中央厨房+人才培养体系

供应链赋能

帮超市搭熟食供应链+中央厨房链路
1000+工厂想进商超但找不到门路
做整合+品控+垫资，这是核心能力

垫资代采

餐饮供应链金融切入
工厂转商超渠道需要账期支持
超市上熟食需要采购资金
卡在中间做金融服务

硬折扣调改

餐饮区+生鲜区一体化规划
调改不只是货架调整，现在要加上
熟食档口的空间设计和动线规划

社群代运营

熟食预售+社区团购融合
熟食最适合社群预售
提前一天在群里接龙，第二天门店取货
零损耗模式

总结：三句话讲透

超市餐饮化的未来前景与galingas的机会

1

超市餐饮化是确定性趋势，不是预测

1000亿+市场已经爆发，92%配备率，独立一级部门，1000+工厂涌入。赖先生的判断方向完全正确。

2

三级产品链是价值攀升的梯子

初级农产品(15-25%毛利) → 切配菜(30-40%) → 熟食(40-55%)，每升一级毛利翻倍，但运营复杂度也翻倍。化损耗为利润是隐藏价值。

3

galingas的机会在“基础设施”而非“自己做”

区域中小超市自己搞不动（人才缺、资产重、食安高压），这正是galingas作为“基础设施提供商”的价值区间。

超市餐饮化分析

厨房场景下的超市业态前景

做强做大不如做稳 | 防风险比赚钱更重要

galingas | 400-077-0083 | galingas.com