



中國農業大學

项目编号:

创新训练项目 立项申请书

项目名称		研究消费者对预制菜态度的影响因素		
项目执行时间		2023 年	项目团队人数	1 人
项目负责人	姓名	文韬	学号	2022311250426
	手机	15983867821	院系班级	工商 2201
			电子邮箱	1960961854@qq.com
项目成员 1	姓名		学号	
	手机		院系班级	
			电子邮箱	
项目成员 2	姓名		学号	
	手机		院系班级	
			电子邮箱	
导师情况	姓名		职务职称	
	电话		电子邮箱	
填表日期	2023 年 12 月 16 日			
项目简介 (100 字以内)				
<p>此项目旨在研究消费者对预制菜的态度从而为相关产家提出相应措施。此项目将主要使用问卷调查的方式收集消费者对预制菜的态度和偏好。调查内容包括消费者对预制菜的接受程度、购买频率、使用目的、对品质和卫生安全的关注程度等方面的问题。通过分析调查结果,研究者将得出消费者对预制菜的整体态度和市场需求的结论。</p>				

一、申请理由

(内容应包括自身具备的知识条件、特长、兴趣和已有的知识基础)

作为工商管理的学生，我已经学习过消费者行为理论，宏观经济学，社会经济调查方法等课程，具备市场调研的基本知识和技能，包括问卷设计、数据收集和分析等方面的知识。同时对我国目前的预制菜发展现状很感兴趣，对烹饪也颇有心得，故想通过此次项目进行研究，也为相关行业发现发展方向。

二、立项背景

(包括研究意义、国内外研究现状、趋势、参考文献和其他有关背景材料)

一、研究背景

随着经济的发展和社会的进步，主食的内涵也在发生着深刻的变迁，主食的概念不断被赋予新的时代特征。因此，现代主食概念中，也包括了能够满足人们营养摄入需求的以畜禽、水产品、果蔬等为原料制成的菜肴营养主食。

同时，随着我国城镇化、工业化和市场化的快速发展和户均人口的减少，人们的餐饮方式与消费观念正逐步从消费型向享受型转变，安全、美味、营养、方便、快捷成为菜肴产品消费的基本要求。30多年来，中国人在吃的方面发生了很大变化，从米袋子、菜篮子到餐桌子，长期以家庭自制为主的格局正在向社会化供应的方向发展。

预制菜肴加工业是指应用现代科学技术和先进装备，以量化、标准化、

机械化、自动化加工代替传统手工制作方式，实现加工生产的过程。由预制菜肴加工业生产的产品称为预制菜肴加工产品。预制菜肴加工业将使人们从繁重的厨房劳动中解脱出来，预制菜肴加工产品除作为家庭代用餐频繁出现在百姓餐桌外，还可以提供给企事业单位、学校、部队、医院及旅游流动人口团体人群的消费，成为我国城乡居民食物消费的重要形式之一。(1)

预制菜在我国早期是随方便、休闲、预调理食品的发展出现，作为传统菜肴工业化受到关注。中国农业科学研究院(10)(11)从日本引进该类技术并进行相关的研究和产业化应用示范，并在2013年对预制菜肴的加工技术进行讨论。2016年国务院办公厅国办发[2016]93号文提出“鼓励主食工业化发展，研制生产一批传统米面、杂粮、预制菜肴等产品”，2021年农业农村部农产发[2021]2号中出现“创新发展农商直供、预制菜肴、餐饮外卖、冷链配送”，从政府层面明确了“预制菜肴”的类型。现行标准中涉及预制菜术语和分类的标准共有6项，其中包括4项地方标准和2项团体标准，分别由保定市市场监督管理局、南宁市市场监督管理局、广东省食品学会、广东省农业标准化协会4家单位发布。标准主要从原料种类、加工方式、贮存方式、食用方式等方面对预制菜进行了分类。例如，按照食用方式的不同，预制菜可分为即食预制菜、即热预制菜、即烹预制菜和即配预制菜。具体的产品类别划分及定义见下表(4)

分类原则	预制菜类别	定义
原料种类	植物源性原料类	以植物源性原料(蔬菜、水果、粮食及其制品)为主料加工而成的预制食品
	动物源性原料类	以动物源性原料(畜禽蛋、水产品及其制品)为主料加工而成的预制食品
	食用菌类原料类	以食用菌及其制品为主料加工而成的预制食品
	其他原料类	以其他类(除植物源性、动物源性、食用菌类原料外)食品原料及其制品为主料加工而成的预制食品
加工方式	生制类	未经加热成熟的即食或非即食预制菜
	熟制类	经加热成熟的即食或非即食预制菜
	生熟混制类	部分主料经过熟制的预制菜
贮存方式	冻藏类	经过冻结工艺加工并在冷链状态下贮存、流通、销售的预制食品
	冷藏类	在冷藏状态下流通、销售的预制食品
	常温类	在自然温度条件下流通、销售的预制食品
食用方式	即食类	开封后可直接食用的预制食品
	即热类	开封后经过加热即可食用的预制食品
	即烹类	开封后仅需简单烹制即可食用的预制食品
	即配类	经过清洗、分切等简单加工处理，再配以或不配以辅料加工而成的预制食品

20世纪90年代后期，随着麦当劳、肯德基进入我国，餐饮连锁化逐步扩大，净菜配菜应运而生。2010年后，农产品加工热潮推动工业化主食、方便预制食品和预调理肉制品发展，这类肉制品中出现了即烹型预制菜产品(12)。2014年前后外卖平台推动料理包供给市场，工业化菜肴在其中大显身手，预制菜逐步得到认可。2019年后疫情爆发并持续，宅家消费预制半成品及成品菜肴需求激增，预制菜产业发展成为热点。(2)

现今各企业纷纷挤入预制菜热门赛道，肉制品加工企业在原来的罐头食品、预调理肉制品、军需食品基础上，推出以肉类为主要原料的各式预制菜产品，餐饮业则通过中央厨房建设进行产业延伸和新途径拓展。公开资料称，预制菜及其相关企业2015年突破4000家，2018年达到8000家，2020年新注册1.25万家，目前已超过6.8万家，近58%成立于5年内。(3)2021年、2022

年这两年的新增预制菜企业数量有所下降,分别为 4 212 家和 3 470 家,据《2022 年中国预制菜产业发展报告》显示,截至 2022 年 12 月 29 日,我国预制菜相关企业 7.59 万家(7)。随着国家对预制菜产业扶持力度的持续加大,叠加“宅经济”的快速兴起,预制菜产业规模迅速壮大,呈现双位数的快速增长率。据艾媒咨询数据显示,中国预制菜市场规模 2019 年达 2 445 亿元,2021 年市场规模约 3 459 亿元,规模扩大了 1 014 亿元,预计未来中国预制菜市场规模将进一步扩大,到 2023 年将达到 5 165 亿元(8)。据农业农村部数据显示,预制菜近几年年产值处于高增长率态势,稳定在 20%左右,目前已培育国家重点龙头企业(预制菜产业相关) 500 家以上,其中规模超百亿 15 家以上(9)。2026 年可能突破万亿元(13)。从目前发展形势来看,预计未来 6 到 7 年中国预制菜行业有望成为“下一个万亿餐饮市场”。

预制菜是预制食品和农产品精深加工发展的必然产物,是预调理食品、工业化菜肴等在新形势下的技术延伸和产品升级。以预制菜为中心,在上游连接和促进肉类、果蔬、调味品等的生产,在中游与净菜配菜、肉制品和粮油果蔬加工以及餐饮工业化的中央厨房融合,并以包装、运输、食品添加剂、设备制造等产业为支撑,在下游带动餐饮供应、农贸批发、生鲜零售、冷链物流、电商快递等产业共同发展,所形成的链条比传统食品加工工业更长,相互依托和带动的产业更多。因此,预制菜成为餐饮和食品加工工业寻求突破发展瓶颈的最好抓手,以及拓展产业发展新途径和刺激经济增长的新途径,政府也在脱贫致富与乡村振兴,以及产业的融合与重塑等方面对其寄予厚望。

二、研究内容

本次研究旨在考察大众消费者对预制菜的了解程度与接受程度,并探究影响消费者对预制菜态度的可能因素,分析这些因素是如何影响消费者的判断取向的。同时为相关产家商家提出经营建议和改进方法。

三、研究意义

实践意义

1. 了解市场需求:通过了解市民对预制菜的态度和看法,可以掌握市场对这个产品的接受程度,为生产商或供应商提供决策依据。2. 指导产品改进:市民的反馈可以帮助企业发现预制菜在口感、营养、卫生等方面的问题,从而进行相应的改善和优化。3. 推动行业健康发展:通过对公众意见的收集和分析,政府相关部门可以对预制菜行业发展提出更准确的引导和建议,促进行业健康有序发展。4. 提高消费者满意度:了解消费者的需求和期望,有助于企业和商家更好地设计和提供满足顾客需求的预制菜产品和服务,从而提高顾客满意度。5. 社会舆论监测:通过对预制菜这一话题的调查,也可以在一定程度上反映社会舆论对此类食品的认知和态度,为企业形象塑造和企业社会责任等方面的考量提供参考。

理论意义

1. 丰富消费行为理论:通过对消费者对预制菜的态度、消费意愿及其影响因素的研究,可以丰富和完善消费行为理论,为消费者行为研究提供更多实证数据和理论依据。2. 提高食品安全意识:如果大多数市民对预制菜的安全性表示关注,这会促使生产企业更加重视食品安全生产和管理,提高整个行业的安全水平。3. 为消费心理研究提供数据:了解消费者的需求、期望

和担忧,从预制菜的角度分析消费者心理。

参考文献

- 【1】 张泓,李慧超.我国预制菜肴加工产业发展现状及趋势[J].农业工程技术(农产品加工业),2014,(07):26-27.
- 【2】 王卫,张锐,张佳敏,吴周林.预制菜及其研究现状、存在问题和发展展望[J].肉类研究,2022,36(09):37-42.
- 【3】 韦顺.预制菜:高增长低渗透的新赛道[J].股市动态分析,2022,(02):52-53.
- 【4】 师景双,杨振东,袁慧,王骏,胡梅,胡明燕.预制菜标准现状综述[J].食品工业,2023,44(08):203-206.
- 【5】 杜晓利.富有生命力的文献研究法[J].上海教育科研,2013(10):1.
- 【6】 郑晶晶.问卷调查法研究综述[J].理论观察,2014(10):102-103.
- 【7】 搜狐.2022年中国预制菜产业发展报告[EB/OL].(2023-01-03)[2023-05-05].https://www.sohu.com/a/624072073_101283
- 【8】 艾媒咨询.2022年中国预制菜行业发展趋势研究报告[EB/OL].(2022-03-10)[2023-05-05].<https://www.iimedia.cn/c400/83927.html>.
- 【9】 苗雁.预制菜消费升温“95后”群体成消费主力[EB/OL].(2022-09-28)[2023-05-05] https://food.cnr.cn/jdt/20220928/120220928_526022346.shtml.MIAO Y.The consumption of prefabricated vegetables is rising,and the "post-95" group becomes the consumer[EB/OL].(2022-09-28)[2022-05-05].https://food.cnr.cn/jdt/20220928/t20220928_526022346.shtm.
- 【10】 张泓,张春江,张雪.提升我国传统菜肴加工业水平的主要途径[J].农业工程技术,2012,26(9):28-33.DOI:10.3969/j.issn.1673-5404.2Dm2.9.Dm
- 【11】 张泓,黄峰.肉类预制菜肴加工中的品质形成与保持[J].肉类研究,2013,27(7):53-57.
- 【12】 张泓,李慧超.我国预制菜肴加工产业发展现状及趋势[J].农业工程技术,2014(7):15-25.
- 【13】 韦顺.预制菜:高增长低渗透的新赛道[J].股市动态分析,2022(2):52-53.DOI:10.3969/j.issn.1671-0401.2022.02.030.
- 【14】 李琪,王璐瑶.基于ABC态度模型的消费者重复购买意愿研究[J].商业研究,2016(11):17-23+52.DOI:10.13902/j.cnki.syyj.2016.11.003.
- 【15】 康娟,李志刚.基于ABC态度模型的可追溯农产品购买意愿研究[J].北方园

三、特色与创新

如今随着时代的发展,生活节奏正在逐渐变得越来越快,人们往往没有很多的时间花在烹饪上,但人们对美食的不懈追求,促进了预制菜的应运而生,但不同于传统的烹饪方法,预制菜所蕴含的食品健康安全问题,保存问题等也逐渐显露出来,通过对影响消费者对预制菜态度的因素进行研究分析,可以为预制菜相关产业提出未来的发展方向和解决消费者顾虑的方法。

四、实施计划及方案

(包括进度安排、研究方案、实验方案、技术路线等)

研究方法

1.文献研究法被广泛应用于社会科学和人文科学研究,是指研究者经过大量的文献阅读后,对浩如烟海的文献进行提炼、归纳、整理、串联和分析,进而提出新问题、形成新观点、发现并解释矛盾、进行理论迁移和创新的过程,其又可称为文献调查法、情报文献研究法被广泛应用于社会科学和人文科学研究,是指研究者经过大量的文献阅读后,对浩如烟海的文献进行提炼、归纳、整理、串联和分析,进而提出新问题、形成新观点、发现并解释矛盾、进行理

论迁移和创新的过程，其又可称为文献调查法、情报/资料研究法。(5)本研究收集整理国内预制菜发展和现状等方面的研究成果，对现有结论进行了归纳和总结。在此基础之上，首先，兼顾选题的理论和实践意义，提出研究问题；其次，将理论模型和实际生活经验相结合，构建研究框架，提出研究问题假设；第三，根据提出的问题进行问卷设计；第四，通过文献积累，对研究结果进行解释和讨论，并将本研究结果与前人研究结论进行比较分析，找出相似点和差异点，分析可能原因。

2. 问卷调查法是一种常用的实证研究方法，在实际操作过程中，先由研究人员设计好标准化问卷，并通过邮寄或发送链接等方式将问卷分发到被调查者手中，目前，通过走访或问卷星、见数、收奖网等互联网平台，可以做到线上线下同步收集样本。研究人员将收集上来的原始数据进行有效性审核，通过审核的数据可进一步处理分析，最终得出相关结果。问卷调查法是一种常用的实证研究方法，在实际操作过程中，先由研究人员设计好标准化问卷，并通过邮寄或发送链接等方式将问卷分发到被调查者手中，目前，通过走访或问卷星、见数、收奖网等互联网平台，可以做到线上线下同步收集样本。研究人员将收集上来的原始数据进行有效性审核，通过审核的数据可进一步处理分析，最终得出相关结果。(6)该方法将实际生活中错综复杂的社会现象，通过统计方法得出各元素间客观的数理关系，以更客观的反映现实情况。本研究主要针对大众消费者开展问卷调查，通过问卷星平台发布标准化问卷，收集样本数据，采用调节作用分析法、中介分析方法、利用回归、方差分析、描述性统计等多种实证工具，分析不同消费者群体对预制菜的态度差异及其背后的影响因素，得出研究结果。

理论模型

基于 ABC 态度模型理论，分三个维度：认知阶段，以感知风险、感知价值为变量，情感阶段，以预期期望、满意度为变量，行为阶段以购买预制菜意愿为变量，并以消费者的经验习惯为调节变量构建消费者购买预制菜意愿的理论模型。

1. 理论基础

霍夫兰和卢森堡于 1960 年提出 ABC 态度模型(又名三元态度模型)，通过三维的心理过程说明消费者态度的形成。模型强调了认知、感情和行为之间的相互关系，并运用层级效应的概念来解释这三种元素的相对影响，提出在标准学习层级，认知通过影响情感进而影响行为；在低介入层级，认知通过行为来影响情感；在经验层级，情感通过行为影响认知。认知是个人对态度标的物的知识与信念，情感是个人对态度标的物的感觉，行为则是个人对态度标的物的行动或行为倾向。(1)

感知价值。Zeithaml 提出顾客感知价值是消费者在所得与所失的感知基础上，对某一产品效用的总体评价，并通过实证研究证实消费者对产品或服务的感知利得越高时，对价值的感受也随之提高，而高的感知价值则会提高消费者对产品的购买意愿。

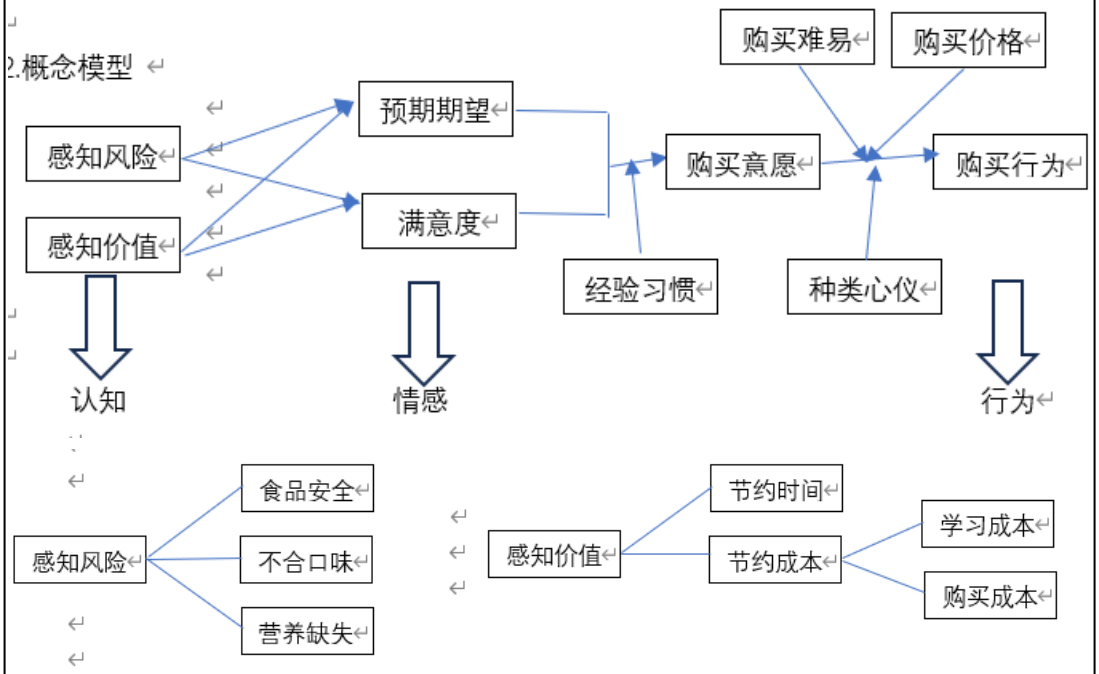
感知风险。感知风险源于心理学，Bauer(1960 年)首次提出感知风险的概念，Stone 等认为感知风险是一种对损失的预期，对损失预期的把握越大，消费者感受到的风险就越大。

假设

情感反应是由认知思维过程触发，这表明价值判断影响人们的感知满意度。李东进等通过实证证实如果消费者获得的感知价值水平较高，符合消费期望的水平越高，就越容易形成较好的满意水平，感知风险越高，顾客的购买意愿就越低，感知风险会激发客户喜欢或讨厌的感觉，进而影响他们的信念、态度和意愿。同时我们认为消费者的生活习惯和饮食习

惯也会对预制菜的态度产生影响，最终通过消费者对预制菜的购买意愿来测定消费者对预制菜的态度。假设消费者对预制菜的感知价值正向影响满意度，对预制菜的感知风险负面影响满意度，消费者对预制菜的感知价值影响正向预期期望，对预制菜的感知风险影响负向预期期望。

这里预设感知风险为食品安全，消费者口味习惯，对营养摄入需求这三大方面，感知价值为节约时间和节约成本两大类，其中成本细分为学习烹饪方法烹饪机巧这些学习成本，和购买食材所需要花费的材料费、运输费、储存费等这些购买成本。



时间	研究计划
2023. 12-2024. 2	查阅文献，进行分析归纳总结，找出前人研究的优点与不足
2024. 3-2024. 5	根据模型设计初步问卷并发放试验
2024. 6-2024. 10	根据初步问卷的结果适当调整问卷，进行更深一步的研究，对收集到的数据进行分析总结，指出问题提出建议
2024. 11	根据指导老师意见进行修改，提交结题报告

五、实施基础与条件

(包括项目实施应具备的专业知识、基本仪器、设备及实施条件)
 消费者行为理论，宏观经济学，社会经济调查方法等课程，具备市场调研的基本知识和技能，包括问卷设计、数据收集和分析等方面的知识。通过问卷星等软件进行问卷设计和发放，以及问卷的打印和线下的实体发放和回收。

六、预期成果

(包括发表论文、竞赛获奖、申请专利及其他)
 项目总结报告 《研究消费者对预制菜态度的影响因素》项目总结报告
 论文 消费者对预制菜态度的影响因素研究和相关产业的发展建议

七、经费预算


(包括大概支出科目、金额、计算根据及理由)

经费预算总额： 400 元
 问卷印刷费用 300 元 预计印刷问卷 150 份，每份 2 元
 资料费 100 元

序号	仪器、材料、药品名称	单位	数量	单价	总价
1					
2					
3					

4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
合计					

八、申请人签名

项目负责人： 

项目团队成员：

2023 年 12 月 17 日

九、导师意见

签名

年 月 日

十、专家组意见

专家签名:

年 月

日