



方便食品 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 方便食品市场的前景和产品创新
- 消费者对方便食品的食用频率和食用场景
- 消费者认为的方便面的健康因素以及对口味的兴趣
- 消费者对方便食品的认知
- 自热食品的消费阻碍
- 在方便面和自热食品细分市场维持增长的策略

51%的自热汤重度用户在夜宵场景食用自热汤，表明自热汤品牌可以利用强有力的场景化营销。

新冠疫情增强了消费者的健康意识，使得“减少”类宣称在方便面新品中的占比上升，尤其是在过去两年。然而，2022年初，中国遭受了（由奥密克戎Omicron变种引起的）新冠病例大规模复发的冲击，这将进一步提升2022年的居家消费。长期封控措施（如4-6个月）也可能导致消费者囤积方便食品的意愿增加，从而促进该品类的销量。

该市场面临的最大威胁是来自预加工食品和外卖食品的竞争。方便食品一方面需要强调其在便利性和性价比方面的优势，另一方面要继续提升食材的新鲜度，以避免消费者流失到其他品类。

英敏特观察到方便食品市场的两大增长机遇：一是增强方便面产品的“添加”类属性，以满足消费者日益增长的健康需求；二是利用场景化营销策略，在早餐时段定位三世同堂家庭，并投资针对夜宵场景的自热汤。



由于居家食品消费量较疫情前大幅减少，方便食品市场在过去一年出现下滑。面对来自预加工食品和外卖食品的竞争，方便食品品牌需要进一步强化产品中的‘添加’属性，并利用场景化营销来保持未来的增长。”

– 殷如君，高级研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义
- 不包括

综述

- 市场

数据1: 方便面市场零售销售额，中国，2016-2021年

数据2: 自热食品市场零售销售额，中国，2019-2021年

- 2022年新冠疫情影

数据3: 英敏特情境假设概述与对方便面市场的影响，2022年

数据4: 新冠疫情下的方便面市场销售额情境预测，2016-2026年

- 公司与品牌
- 领先品牌受到新兴品牌的挑战

数据5: 方便面市场的领先企业（按销售额份额区分），2020-2021年

- 上市新品的健康度和多样性不断提升

- 消费者

- 速食粥正在兴起，而自热火锅失去动力

数据6: 消费频次，2022年

- 夜宵场景蕴藏机遇

数据7: 消费场合——方便面，2022年

数据8: 消费场合——非面类方便食品，2022年

- “添加”类属性更可能与健康挂钩

数据9: 健康因素，2022年

- 对地域风味的方便面兴趣浓厚

数据10: 对面的口味的兴趣，2022年

- 自热食品的首要消费阻碍是食材的新鲜度

数据11: 自热食品的消费阻碍，2022年

- 自热食品不太受欢迎，而冷藏型方便面仍属于小众产品

数据12: 对方便食品的认知，2022年

- 我们的观点

议题与洞察

- 增强方便面的“添加”类属性
- 现状
- 启示

数据13: 好哩!燕麦麸荞麦面，中国，2022年

- 利用方便早餐解决方案瞄准三世同堂家庭

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 现状
- 启示

数据14: 开小灶的速食馄饨，中国，2021年

- 借助夜宵场景推广自热汤

- 现状

- 启示

数据15: 李子柒推出的自热汤产品，中国，2020年

市场规模与细分

- 2021年增速下降

数据16: 方便面市场零售销售额，中国，2016-2021年

- 自热食品的增长势头放缓

数据17: 自热食品市场零售销售额，中国，2019-2021年

数据18: 方便食品销售额的市场份额（按细分市场区分），中国，

2019-2021年

市场因素

- 对安全问题的担忧不断增长
- 寻求健康优质的食品
- 方便面的价格上涨

新冠疫情影 (含市场预测)

- 新冠疫情：中国市场情况简述
- 新冠疫情对市场和消费者的影响
- 经济状况和消费信心都有所下滑
- 受囤货需求驱动，食品和饮料消费支出加速

数据19: 全国消费变化趋势——花费变多了，2020-2022年

数据20: 上海消费变化趋势——花费变多了，2020-2022年

- 必需类居家食品的消费降级趋势

数据21: 消费升级/降级计划——必需类居家食品 (o) ，
2021-2022年

- 市场预测
- 轻微影响下，价格上涨或将促使市场增速回升

数据22: 新冠疫情下的方便面市场销售额情境预测，2016-2026年

- 中度影响下，居家时间增多将推动消费量
- 重度影响下，囤购行为和消费群体扩大或将进一步刺激销售

数据23: 疫情期间的囤货偏好，2022年

市场份额

- 康师傅和统一仍然主导方便面市场

数据24: 方便面市场的领先企业（按销售额份额区分），
2020-2021年

报告内容

综述

[PDF格式完整报告](#)

演示文稿

[互动式数据手册](#)

想要了解更多内 容？

该报告是系列报告中的一篇，
旨在为您提供对该市场更全面
的了解。

英敏特2020年报告均包含专门
针对新冠疫情的研究和预测。
世界领先品牌依靠英敏特报告
获取最全面、客观和可操作的
市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。



数据25: 方便面市场的领先企业（按销售量份额区分），

2020-2021年

- 白家阿宽冲刺IPO
- 资本继续流入方便食品市场

营销活动

- 品牌联名热门IP，瞄准年轻一代

数据26: 白家阿宽 x 《王者荣耀》，中国，2021年

数据27: 日清 x 《鬼灭之刃》，日本，2021年

- 利用创新的跨界玩法提升品牌形象

数据28: 单身粮 x 日清合味道薯片，中国，2021年

数据29: 拉面说 x PMPM套装，中国，2021年

数据30: 三养 x 2080牙膏，韩国，2020年

- 利用虚拟意见领袖触及更多消费者

数据31: 白象的虚拟偶像/代言人，中国，2022年

- 传递原料的正宗性和高品质

数据32: 开小灶新推出的大米产品“田间玉”，中国，2022年

新产品趋势

- 方便面的健康光环日益增多

数据33: 带“减少”类宣称的方便面新品占比，中国，2017-2022年

数据34: 带“减少”类宣称的方便面产品示例，中国，2021-2022年

数据35: 带“棕榈油提取”宣称的方便面新品占比，中国，

2017-2022年

- 方便米饭产品的多元化形式

数据36: 方便米饭产品示例，中国，2021年

数据37: 自嗨锅推出的速食粥产品，中国，2021年

数据38: 黄小猪推出的速食粥产品，中国，2022年

- 专为儿童设计的方便食品

数据39: 秋田满满儿童速食粥产品，中国，2021年

数据40: 拉面说为儿童设计的新品“小小拉面说”，中国，2021年

数据41: 康师傅儿童方便面，中国，2020年

- 日本市场增强营养的趋势折射出中国市场的同等需求

数据42: 带“添加”类宣称的方便食品新品占比，中国，2017-2022

年

数据43: 带“添加”类宣称的方便面产品示例，日本，2021-2022年

消费频次

- 速食粥渗透率进一步增加

数据44: 消费频次——渗透率，2021vs2022年

数据45: 消费频次，2022年

- 自热火锅失去动力

报告内容

综述

[PDF格式完整报告](#)

演示文稿

[互动式数据手册](#)

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据46: 消费频次——吃自热火锅每月1次以上 (按年龄区分) ,
2021vs2022年

- 核心家庭和三世同堂家庭的消费频率最高

数据47: 消费频次——每月1次以上 (按居住情况区分) , 2022年

消费场合

- 面条的食用场合通常更广泛

数据48: 消费场合——方便面, 2022年

数据49: 消费场合——非面类方便食品, 2022年

- 夜宵场景的多元化选择

数据50: 消费场合——夜宵场景消费的前五大品类 (按消费频次区分) , 2022年

- 三世同堂家庭更倾向于在早餐场合食用方便食品

数据51: 消费场合——早餐场合 (按居住情况区分) , 2022年

健康因素

- 配菜包的品质和面条品质同等重要

数据52: 健康因素, 2022年

数据53: 健康因素——TURF分析, 2022年

- Z世代最关注非油炸宣称

数据54: 健康因素——前五名因素 (按代际区分)

- “添加”类属性比“减少”类属性受到的认可度更高

数据55: 健康因素——“添加”类属性 (按居住情况区分) , 2022年

对面的口味的兴趣

- 对地域风味兴趣浓厚

数据56: 对面的口味的兴趣, 2022年

数据57: 对面的口味的兴趣——频度分析, 2022年

- 女性和三世同堂家庭表现出更多兴趣

数据58: 对面的口味的兴趣 (按性别区分) , 2022年

数据59: 对面的口味的兴趣 (按居住情况区分) , 2022年

- 传统品牌需加强风味

数据60: 对面的口味的兴趣 (按对餐饮品牌和传统方便食品品牌的看法区分) , 2022年

自热食品的消费阻碍

- 食材的新鲜度是首要顾虑

数据61: 自热食品的消费阻碍, 2022年

- 三世同堂家庭要求更多的口味选择

数据62: 自热食品的消费阻碍——前五名阻碍 (按居住情况区分) , 2022年

- 为“一人食”改善口味和增加分量

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇，
旨在为您提供对该市场更全面
的了解。

英敏特2020年报告均包含专门
针对新冠疫情的研究和预测。
世界领先品牌依靠英敏特报告
获取最全面、客观和可操作的
市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据63: 自热食品的消费阻碍 (按对一人食以及与家人朋友分享的偏好区分) , 2022年

对方便食品的认知

- 自热食品不太受青睐，尤其是在60后中

数据64: 对方便食品的认知——消费者偏好，2022年

数据65: 对方便食品的认知——消费者偏好 (按代际区分) , 2022年

- 消费形式取决于居住情况

数据66: 对方便食品的认知——消费形式，2022年

数据67: 对方便食品的认知——消费形式 (按居住情况区分) , 2022年

- 传统品牌应提供更多高性价比选择

数据68: 对方便食品的认知——口味vs便利性，2022年

数据69: 对方便食品的认知——对餐饮品牌和传统方便食品品牌的偏好 (按收入区分) , 2022年

- 冷藏型方便面的发展仍然任重道远

数据70: 对方便食品的认知——冷藏vs常温粉/面，2022年

数据71: 对方便食品的认知——冷藏vs常温粉/面 (按认同“我更经常购买需冷藏的方便粉/面”区分) , 2022年

美食达人

- 他们是谁？

数据72: 美食达人类型，2022年

数据73: 美食达人类型 (按代际区分) , 2022年

- 新趋势探索者更喜欢新类型的方便产品

数据74: 方便面的消费频次——每周1次或更多 (按美食达人类型区分) , 2022年

数据75: 非面条类方便食品的消费频次——每周1次或更多 (按美食达人类型区分) , 2022年

- 挑剔消费者更可能对健康因素产生共鸣，并对区域风味更感兴趣

数据76: 健康因素 (按美食达人类型区分) , 2022年

数据77: 对面的口味的兴趣 (按美食达人类型区分) , 2022年

附录——市场规模与预测

数据78: 轻微影响情境下的方便面总零售销售额及预测，中国，2016-2026年

附录——市场细分

数据79: 方便面市场的零售销售额和市场份额 (按市场细分区) , 2019-2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。



附录——新冠疫情情境预测方法与假设

- 轻微影响、中度影响与重度影响情境概述
- 情境预测方法

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击mintel.com。