

方便食品 - 中国 - 2023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

- 方便面和自热食品的市场规模和增长前景。
- 方便食品市场的营销活动与新产品趋势。
- 消费者对方便食品的消费频次和食用场景。
- 消费者眼中的方便面高端化属性。
- 消费者对方便食品和自热食品的偏好。
- 拉动冲泡型方便面和自热食品消费的产品战略。

“夜宵时”是方便食品的首要食用场合，其提及率为48%。纵享仍是方便食品的重要卖点，这尤其能吸引在加班或熬夜时寻求快捷犒赏的脑力劳动者。

新冠疫情增加了居家场景，也带动了囤货需求。这两个因素双双推动了方便食品于2022年的增长。自疫情以来，消费者对其支出越来越谨慎。方便食品品牌必须进行产品升级和突显独特的产品特性以保持增长。

该市场面临的最大威胁是来自相邻品类的竞争，包括预加工食品 and 外卖食品。虽然便利的特征仍是让方便食品独树一帜的竞争优势，但品牌需加大在产品口味和营养价值的投资力度以吸引对价格敏感的消费者，尤其是在疫情之后。

方便食品品牌可把握机遇，持续升级现有产品，并瞄准具备强劲消费需求的客群。英敏特建议品牌在自热米饭和火锅产品的营销宣传中巧用夜宵场景，同时提升方便面的口味和营养价值以瞄准高频用户和高收入者。



“新冠疫情的缓解导致方便食品品类的增速放缓。由于该品类面对日趋激烈的内部和外部竞争，品牌需升级其产品的口味和营养价值以展现独特卖点，借此吸引在疫情发生后对价格更为敏感的消费者。”

— 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

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 不包括

综述

- 议题与洞察
- 升级汤底以及粉/面口感以提高冲泡型方便面的消费量
数据1: 汤达人肥汁米线，中国，2022年
- 提供营养强化和情绪益处锁定高学历消费者
数据2: 含有功能性成分的方便面示例，全球，2022-2023年
- 自热米饭和自热火锅可切入夜宵场景
数据3: 带有“夜宵”宣称的自热食品，中国，2023年
- 市场综述
- 市场于**2022年**呈增长态势，但从长期来看预计将会放缓
- 地域风味获得资本进一步加持，导致竞争加剧
- 疫情后的审慎消费趋势
- 我们的观点

市场规模与细分

- 居家场景的增加提高市场增速
数据4: 方便面市场零售销售额，中国，2017-2027年
- 自热食品保持增速但预计将逐渐降温
数据5: 自热食品市场零售销售额，中国，2020-2022年
数据6: 方便食品销售额的市场份额（按细分市场区分），中国，2020-2022年

市场因素

- 囤货行为在封控时期有所增长
数据7: 疫情期间的囤货偏好，2022年
- 消费者对其支出更为谨慎
数据8: 对未来经济状况的展望，2022-2023年
- 膳食指南向中国居民推介“东方健康膳食模式”

市场份额

- 统一和白象展现强劲增长势头
数据9: 方便面市场的领先企业（按销售额份额区分），2021-2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

数据10: 方便面市场的领先企业（按销售量份额区分），
2021-2022年

- 地域风味获得资本青睐

营销活动

- 巧用元宇宙概念
数据11: 康师傅的“元宇宙寻味小镇”，中国，2022年
- 设立线下泡面工厂
数据12: 白象泡面工厂，中国，2022年
- 通过创新联名锁定年轻消费者
数据13: 王老吉 × 臭宝联名礼盒，中国，2022年

新产品趋势

- 自有品牌方便面崛起
数据14: 自有品牌方便面新品占比，中国，2018年4月-2023年3月
数据15: 自有品牌方便面产品示例，中国，2022-2023年
- 荞麦面逐渐增长
数据16: 荞麦方便面在所有新品中的占比，中国，2018年4月-2023年3月
数据17: 荞麦方便面产品示例，中国，2022-2023年
数据18: 乖小蛮维铁婴幼儿荞麦营养面，中国，2022年
- 推出不同分量的产品以瞄准特定消费群体
数据19: 空刻“BIG1份半”意大利面，中国，2022年
数据20: 空刻与迪士尼（Disney）联名的MINI小食盒意大利面，中国，2022年
数据21: 统一旗下的汤达人推出“大大杯”系列，中国，2022年
- 日本：应急冻干米饭
数据22: 永谷园冻干速食米饭，日本，2022年

消费频次

- 除了自热米饭之外，方便食品的消费频次与去年基本持平
数据23: 消费频次，2023年
数据24: 消费频次——至少每月1次，2022-2023年
数据25: 自热米饭的消费频次——至少每月1次（按年龄区分），
2022-2023年
- 儿童家长展现强劲需求
数据26: 消费频次——渗透率（按家庭构成区分），2023年
- 脑力劳动者往往是高频用户
数据27: 消费频次——每周1次或更多（按教育程度区分），2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

食用场合

- 夜宵是最热门的场景
数据28: 食用场合，2023年
- 为单身消费者和新手妈妈设计代餐
数据29: 食用场合——“代替正餐”（按家庭构成区分），2023年
- 为脑力劳动者提供快捷、放松的犒赏
数据30: 食用场合——部分场合（按教育程度区分），2023年

购买渠道

- 线下渠道仍受到欢迎
数据31: 购买渠道，2023年
数据32: 购买渠道（按性别区分），2023年
- 高收入者偏好线上渠道
数据33: 购买渠道——线上渠道（按个人月收入区分），2023年
- 利用新兴渠道瞄准三世同堂家庭
数据34: 购买渠道——部分渠道（按居住成员区分），2023年

尝新动机

- 尝试新颖的口味是首要动机
数据35: 尝新动机，2023年
- 口味和短视频对女性的吸引力高于男性
数据36: 尝新动机——前五大动机（按性别区分），2023年
数据37: 尝新动机——“短视频（α）推荐”（按性别和年龄区分），2023年
- 推出定制化产品以瞄准家长和脑力工作者
数据38: 尝新动机——“针对特定人群（α）设计”（按家庭构成和教育程度区分），2023年

面的高端化属性

- 汤底仍最受重视
数据39: 面的高端化属性，2023年
- 加强成分的营养价值和改进粉/面口感以瞄准高收入者
数据40: 面的高端化属性——部分属性（按个人月收入区分），2023年
- 通过高端汤底和筋道的粉/面瞄准冲泡型方便面的高频用户
数据41: 面的高端化属性（按用热水冲泡的方便面的消费频次区分），2023年

对方便食品 and 自热食品的偏好

- 自热形式的受欢迎度较低
数据42: 对方便食品 and 自热食品的偏好，2023年
- 夜宵场景为自热米饭和火锅带来机遇

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43: 对方便食品和自热食品的偏好——“偏好自热形式”（按食用场合区分），2023年

美食达人

- 他们是谁？
数据44: 美食达人，2023年
数据45: 美食达人（按代际区分），2023年
- 挑剔消费者寻求可靠的推荐以及有形价值
数据46: 尝新动机——“家人/朋友/同事推荐”（按美食达人区分），2023年
数据47: 面的高端化属性——部分属性（按美食达人区分），2023年
- 情绪化食客偏好夜宵场景
数据48: 食用场合——“夜宵时”（按美食达人区分），2023年

附录——市场规模与预测

数据49: 方便面市场的零售总额和预测，中国，2017-2027年

附录——市场细分

数据50: 方便食品的零售销售额和市场份额（按市场细分区分），中国，2020-2022年

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
交互式数据手册

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](https://www.mintel.com)。