

面条 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“方便面市场预计将在未来五年基本持平，在消费者健康意识增强的情况下出现小幅下滑。为了推动增长，品牌需要瞄准核心用户群（20多岁的消费者），各尽其能迎合消费者的饮食偏好（如为零食场合提供更多的小包装方便面，推出原料更好更考究的方便面）。同时，区域差异也是品牌在全国各地推广不同的面条产品时应该予以重视的关键因素。”

— 李宇静，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 面条品牌如何拉拢年轻消费者？
- 方便面品牌如何回应消费者更高的饮食标准？
- 消费者在面条饮食习惯和购买因素上的区域差异有哪些？

由于缺乏足够亮眼的产品创新，以及消费者的健康意识日益加强，方便面销售额自2014年来下行走低。尽管袋装方便面在销售额占比上仍然更胜一筹，但该细分市场的增长动力不及杯/碗装方便面。品牌需要迎合中国消费者不断变化的饮食习惯和偏好，如提供更健康的食物，或投资更多进行口味创新，从而拉动增长。

本报告提供包装面条和方便面消费者的消费行为信息，并进一步分析消费者更感兴趣的面条类型、通常会在哪些场合食用这类面条产品。同时，本报告还探究了消费者考虑的重要因素，以帮助品牌制定更有效的市场营销和销售策略。

购买这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

面条 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

您所需要了解的

定义

数据 1: 东、南、西、北和中部地区消费群体的定义

综述

市场

数据 2: 中国方便面零售市场销售额, 2010-2020年

公司与品牌

数据 3: 方便面前十大公司的销售份额, 2012-2014年

消费者

拉面是最受消费者欢迎的面条

数据 4: 喜欢吃的面条种类, 2015年10月

方便面成为中国消费者的零食选择

数据 5: 吃方便面和包装面条的场合, 2015年10月

传统/本地风味的面条更受青睐

数据 6: 对面条口味和烹饪方式的偏好, 2015年10月

安全是推广健康包装面条时需强调的要点

数据 7: 对健康的包装面条产品的定义, 2015年10月

高收入者乐于尝试新品牌

数据 8: 对方便面品牌的态度 (按家庭月收入区分), 2015年10月

消费者愿意优先为健康和口味支付溢价

数据 9: 愿意为购买方便面付更多钱的因素, 2015年10月

我们的观点

议题与洞察

面条品牌如何拉拢年轻消费者?

现状

启示

数据 10: 卡通包装的方便面新品范例, 日本和中国, 2014-2015年

数据 11: 汤达人线下营销活动, 中国, 2015

方便面品牌如何回应消费者更高的饮食标准?

现状

启示

数据 12: 富含蔬菜或谷物的方便面产品范例, 英国和中国, 2014年

消费者在面条饮食习惯和购买因素上的区域差异有哪些?

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

面条 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

市场——您所需要了解的

方便面市场基本持平

袋装方便面销售额占比更高，但增速更慢

市场规模和预测

方便面市场基本持平

数据 13: 中国方便面零售市场销售额，2010-2015年

大厂商开始推出高端系列产品重塑产品形象

方便面市场也许会在未来五年历经下滑

数据 14: 中国方便面零售市场销售额，2010-2020年

市场因素

消费者忙碌的生活节奏可能阻碍面条零售市场的发展

争夺预加工面条市场

瞄准不愿意放弃垃圾食品的消费群体

市场细分

袋装方便面市场零售份额更高，但增速放缓

数据 15: 中国方便面市场零售额（按细分市场区分），2010-2014年

重点企业——您所需要了解的

四大公司领衔方便面市场发展

方便面品牌推出高端系列构建品牌形象

中国方便面市场仍有发展空间

市场份额

方便面市场高度集中

数据 16: 方便面前十大公司的销售额份额，2012-2014年

竞争策略

方便面品牌推出高端系列，收取更高溢价

数据 17: 康师傅和统一品牌推出的颠覆创新方便面产品，2014年

日清与今麦郎部分道扬镳

谁在创新？

方便面

2015年新品上市力度减弱

数据 18: 中国方便面市场新推出产品（按上市类型区分），2011-2015年

便捷性相关的宣称依旧位居榜首

数据 19: 方便面新品热门宣称，中国，2011-2015年

数据 20: 方便面新品的部分宣称（按国家区分），2011-2015年

具有有机宣称的新品存在发展契机

数据 21: 具有有机宣称的方便面产品举例，以色列和英国，2014-2015年

市场倡导更多口味创新

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

面条 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 22: 方便面新品的热门口味，中国，2011-2015年

数据 23: 关注“清爽口味”的方便面产品举例，日本，2015年

包装面条

包装面条市场新品上市更加活跃

数据 24: 中国包装面条市场新产品（按上市类型区分），2011-2015年

“不含添加剂/防腐剂”是最受欢迎的宣称

数据 25: 包装面条新品的热门宣称，中国，2011-2015年

“低/无/少”宣称产品发展空间广阔

数据 26: 具有“低/无/少”宣称的包装面条新品，中国，2011-2015年

数据 27: 具有“低/无/少”宣称的包装面条新品（按国家区分），2011-2015年

消费者——您所需要了解的

方便面是中国消费者的零食选择

安全是健康包装面条的关键

消费者的保守态度限制方便面市场发展

健康和口味是消费者最愿意多付钱的两大产品特点

喜欢吃的面条种类

拉面是最受欢迎的面条

数据 28: 喜欢吃的面条种类，2015年10月

吸引年轻消费者的机会

数据 29: 喜欢吃的面条种类（按年龄区分），2015年10月

高收入人群喜欢尝试独特的面条类型

数据 30: 喜欢吃的面条种类（按家庭月收入区分），2015年10月

地域对消费者饮食偏好有影响

数据 31: 喜欢吃的面条种类（按区域区分），2015年10月

吃方便面和包装面条的场合

方便面是中国消费者的零食选择

数据 32: 吃方便面和包装面条的场合，2015年10月

小包装方便面有机会满足消费者需求

数据 33: 小包装方便面在中国所有方便面新品中的比例，2015年

年轻人仍是方便面市场的消费主力

数据 34: 吃方便面的场合（按年龄区分），2015年10月

推广高端面条产品的机会

数据 35: 吃方便面的场合（按个人月收入和家庭月收入区分），2015年10月

吃面条的偏好和习惯

北部和内陆地区消费者更爱将面条当主食吃

数据 36: 吃面条的偏好和习惯（按区域区分），2015年10月

不同人口特征消费群的面条喜好差异

数据 37: 吃面条的偏好和习惯，2015年10月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

面条 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

消费者喜欢国货和在家自己做面条

数据 38: 面条购买习惯偏好, 2015年10月

传统/本地风味的热面更受青睐

数据 39: 对面条口味和烹饪方式的偏好, 2015年10月

对健康的包装面条产品的定义

安全是健康包装面条的关键

数据 40: 对健康的包装面条产品的定义, 2015年10月

高收入者看重“有机”和“进口”宣称

消费者青睐具有“低/减/少”宣称的面条

数据 41: 包装上“低/无/少”宣称醒目的面条产品范例, 日本、韩国和台湾, 2015年

区域差异也会影响人们的健康标准

数据 42: 对健康的包装面条产品的定义(按区域区分), 2015年10月

冷藏和外国品牌面条影响甚微

吃方便面的偏好

袋装方便面更受消费者青睐

数据 43: 对产品包装的态度(按区域区分), 2015年10月

消费者的保守态度限制方便面市场发展

数据 44: 对方便面品牌的态度(按家庭月收入区分), 2015年10月

大多数消费者喜欢煮泡面并自行搭配额外配菜食用

数据 45: 对方便面烹饪方式的态度, 2015年10月

愿意为购买方便面付更多钱的因素

健康和口感有潜力促使升级消费

数据 46: 愿意为购买方便面付更多钱的因素, 2015年10月

配菜能满足消费者需求

“有机”和“是知名餐厅/面馆生产的”是收取溢价的关键

数据 47: 愿意为购买方便面付更多钱的因素(按家庭月收入区分), 2015年10月

数据 48: 与知名餐馆拉面同口味的方便面范例, 日本, 2014-2015年

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更喜欢吃乌冬面

数据 49: 喜欢吃的面条种类(按消费者分类区分), 2015年10月

健康包装面条产品的商机

数据 50: 对健康的包装面条产品的定义(按消费者分类区分), 2015年10月

知名餐厅/面馆生产的方便面有待发力

数据 51: 愿意为购买方便面付更多钱的因素(按消费者分类区分), 2015年10月

附录——市场规模和预测

数据 52: 中国方便面零售市场销售额, 2010-2020年

附录——研究方法

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

面条 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

研究方法

扇形图预测

英敏特城市精英人群

为什么要定义“英敏特城市精英人群”？

他们是谁？

数据 53: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征 (按性别、年龄和个人收入区分)

数据 54: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征 (按婚姻状况、城市级别和教育水平区分)

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com