

2020年中国方便食品市场前景研究报告- 市场运营态势与未来动向研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国方便食品市场前景研究报告-市场运营态势与未来动向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/495063495063.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

疫情期间，我国消费者大都宅于家中自我隔离而不能出门，也使得消费场景受限。从食品饮料行业各细分行业受疫情影响情况来看，相对酒类、乳制品即饮渠道的受限，适应居家场景、自带“宅家属性”的方便类食品在疫情期间不仅终端销售情况不错，并且在疫情期进一步培育了新的消费者。

具体来看，疫情期间，部分产品如自加热产品在这期间由“可选”变成了“必选”。据每日优鲜统计的数据显示，2020年1月23-2月23日，“自嗨锅”销量环比增长12倍，面条及方便面的销量环比增长28倍。

2020年1月23-2月23日每日优鲜品类销量环比增长情况

数据来源：电子商务协会

在疫情前，我国方便食品消费人群主要以女性（约占比65%）为主，从年龄来看，在2019年方便食品销售额中，85后、90后消费者贡献了近五成的销售额，95后则是销售额增长最快的年龄段，这样的结构也是由于年轻人更愿意尝试新品类，此外方便食品也更符合“宅文化”。

2019年中国方便食品销售额的性别分布

数据来源：公开资料整理

2019年中国方便食品销售额的年龄段分布

数据来源：公开资料整理

在受到疫情影响后，我国方便食品的消费人群或将进一步打开。据调查数据显示，疫情期间，消费者在生鲜购物上花费的时间远超平时，其中生鲜电商在2020年春节后2周中比平日增长96.4%。同时在疫情期间，电商平台用户数量也显著增长，在新增的各电商平台用户中，年龄分布在30岁以上人群的占比显著增加。

2020年春节假期各类电商日均总时长变化

数据来源：电子商务协会

2020年春节后两周各类电商日均总时长变化

数据来源：电子商务协会

2020年1月综合电商行业新增用户年龄分布

数据来源：公开资料整理

2020年春节后两周综合电商行业新增用户年龄分布

数据来源：公开资料整理

从方便类食品—自热火锅、自热米饭线上的销售情况分析：2020年1-2月，淘宝平台上的自热火锅、自热米饭的销售量及销售额均比2019年同期增长不少。

不过，自热米饭的线上销售规模远不及自热火锅，这主要是因为2020年1月底，消费者开始对自热米饭进行囤货，同时消费者更倾向于购买组合装产品，从而导致2020年1月-2月自热米饭销量与销售额出现了较大差距；又2月春节和疫情对物流和厂家生产造成了限制，使得部分自热米饭缺货，从而导致2月自热米饭销量和销售额均有所下滑。

2019年2月-2020年2月自热火锅、自热米饭线上销量统计

数据来源：淘数据

2019年2月-2020年2月自热火锅、自热米饭线上销售额统计

数据来源：淘数据

从即食火锅品牌销售情况来看，2020年2月，淘宝平台上海底捞销售量及销售金额均远远高于其他品牌，其销售量达到74万件，销售金额达4090万元；其次是莫小仙，即食火锅销售量为51万件，销售金额达1244万元。

2020年2月淘宝即食火锅品牌销售量top15

数据来源：淘数据

2020年2月淘宝即食火锅品牌销售金额top15

数据来源：淘数据

从方便米饭品牌销售情况来看，2020年2月，淘宝平台上海福盛销售量最高，达到22万件，销售金额为410万元；其次是自嗨锅品牌，销售量约为19万件，销售金额达690万元。在销售额方面，2020年2月，方便米饭销售金额最大的是阿宽品牌，销售额达到了1633万元。

2020年2月淘宝方便米饭品牌销售量top15

数据来源：淘数据

2020年2月淘宝方便米饭品牌销售额top15 数据来源：淘数据

从自热米饭和自热火锅的整体销售情况可以看出，两者销售规模差距还是比较大。自热米饭和自热小火锅在销量、销售额以及竞争格局上的差异，归根到底是源于品类的“便利性”替代优势不显著。

自热火锅既解决了一个人出去吃火锅的孤独感；又能减少自己居家做火锅会耗费的精力，相较而言，自加热小火锅性价比优势突出。而自热米饭对于外出吃饭的场景替代并不强，且和外卖、超市便当相比在价格上也不具备很强的吸引力，同时米饭品类消费者的价格敏

感度也要高于火锅品类，种种因素使得消费者们会优先选择自热火锅。

自热火锅优势

一人食

单人外出吃火锅会使消费者具有孤独感，也容易出现菜品吃不完、不能点到自己想吃的菜品的情况。自热小火锅使消费者能独自在家吃火锅。

操作简便

自己在家做火锅需要花大量时间准备食物，吃完后还要收拾餐具，非常麻烦。

经济实惠

外出吃火锅客单价高，市面上火锅店客单价大部分在60-130元之间;而小火锅价格通常不超过40元。

资料来源：公开资料整理

自热米饭劣势

替代性不强

独自外出吃米饭类产品较为常见，消费者没有心理负担，因此自热米饭对于外出吃饭场景替代性不强。

没有价格优势

市面上米饭类外卖及超市的米饭套餐类食品有许多也在20-30元的价格段，导致自热米饭没有价格优势。

资料来源：公开资料整理（LSM）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国方便食品市场前景研究报告-市场运营态势与未来动向研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国方便食品行业发展概述

第一节 方便食品行业发展情况概述

- 一、方便食品行业相关定义
- 二、方便食品行业基本情况介绍
- 三、方便食品行业发展特点分析

第二节 中国方便食品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、方便食品行业产业链条分析
- 三、中国方便食品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国方便食品行业生命周期分析

- 一、方便食品行业生命周期理论概述
- 二、方便食品行业所属的生命周期分析

第四节 方便食品行业经济指标分析

- 一、方便食品行业的赢利性分析
- 二、方便食品行业的经济周期分析
- 三、方便食品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国方便食品行业进入壁垒分析

- 一、方便食品行业资金壁垒分析
- 二、方便食品行业技术壁垒分析
- 三、方便食品行业人才壁垒分析
- 四、方便食品行业品牌壁垒分析

五、方便食品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球方便食品行业市场发展现状分析

第一节 全球方便食品行业发展历程回顾

第二节 全球方便食品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲方便食品行业地区市场分析

一、亚洲方便食品行业市场现状分析

二、亚洲方便食品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲方便食品行业市场前景分析

第四节 北美方便食品行业地区市场分析

一、北美方便食品行业市场现状分析

二、北美方便食品行业市场规模与市场需求分析

三、北美方便食品行业市场前景分析

第五节 欧盟方便食品行业地区市场分析

一、欧盟方便食品行业市场现状分析

二、欧盟方便食品行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟方便食品行业市场前景分析

第六节 全球方便食品行业重点企业分析

一、企业A

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

二、企业B

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

三、企业C

1、企业介绍

2、企业主营产品

3、企业经营分析

第七节 2021-2026年世界方便食品行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球方便食品行业市场规模预测

第三章 中国方便食品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品方便食品总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国方便食品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国方便食品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国方便食品行业运行情况

第一节 中国方便食品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国方便食品行业市场规模分析

第三节 中国方便食品行业供应情况分析

第四节 中国方便食品行业需求情况分析

第五节 中国方便食品行业供需平衡分析

第六节 中国方便食品行业发展趋势分析

第五章 中国方便食品所属行业运行数据监测

第一节 中国方便食品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国方便食品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国方便食品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国方便食品市场格局分析

第一节 中国方便食品行业竞争现状分析

一、中国方便食品行业竞争情况分析

二、中国方便食品行业主要品牌分析

第二节 中国方便食品行业集中度分析

一、中国方便食品行业市场集中度分析

二、中国方便食品行业企业集中度分析

第三节 中国方便食品行业存在的问题

第四节 中国方便食品行业解决问题的策略分析

第五节 中国方便食品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国方便食品行业需求特点与动态分析

第一节 中国方便食品行业消费市场动态情况

第二节 中国方便食品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 方便食品行业成本分析

第四节 方便食品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国方便食品行业价格现状分析

第六节 中国方便食品行业平均价格走势预测

一、中国方便食品行业价格影响因素

二、中国方便食品行业平均价格走势预测

三、中国方便食品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国方便食品行业区域市场现状分析

第一节 中国方便食品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区方便食品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区方便食品市场规模分析

四、华东地区方便食品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区方便食品市场规模分析

四、华中地区方便食品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区方便食品市场规模分析

四、华南地区方便食品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国方便食品行业竞争情况

第一节 中国方便食品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国方便食品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国方便食品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 方便食品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国方便食品行业发展前景分析与预测

第一节 中国方便食品行业未来发展前景分析

- 一、方便食品行业国内投资环境分析
- 二、中国方便食品行业市场机会分析
- 三、中国方便食品行业投资增速预测

第二节 中国方便食品行业未来发展趋势预测

第三节 中国方便食品行业市场发展预测

- 一、中国方便食品行业市场规模预测
- 二、中国方便食品行业市场规模增速预测
- 三、中国方便食品行业产值规模预测
- 四、中国方便食品行业产值增速预测
- 五、中国方便食品行业供需情况预测

第四节 中国方便食品行业盈利走势预测

- 一、中国方便食品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国方便食品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国方便食品行业投资风险与营销分析

第一节 方便食品行业投资风险分析

- 一、方便食品行业政策风险分析
- 二、方便食品行业技术风险分析
- 三、方便食品行业竞争风险分析
- 四、方便食品行业其他风险分析

第二节 方便食品行业企业经营发展分析及建议

- 一、方便食品行业经营模式
- 二、方便食品行业销售模式
- 三、方便食品行业创新方向

第三节 方便食品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国方便食品行业发展战略及规划建议

第一节 中国方便食品行业品牌战略分析

- 一、方便食品企业品牌的重要性
- 二、方便食品企业实施品牌战略的意义
- 三、方便食品企业品牌的现状分析
- 四、方便食品企业的品牌战略
- 五、方便食品品牌战略管理的策略

第二节 中国方便食品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国方便食品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国方便食品行业发展策略及投资建议

第一节 中国方便食品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国方便食品行业定价策略分析

第三节 中国方便食品行业营销渠道策略

- 一、方便食品行业渠道选择策略
- 二、方便食品行业营销策略

第四节 中国方便食品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国方便食品行业重点投资区域分析
- 二、中国方便食品行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/495063495063.html>