

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列報告

# 粉面菜蛋消费洞察调研

Consumer Trends Report Series - Survey of Powdered Noodles with Vegetables and Eggs Consumers

2025年5月

尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

尚普咨询集团作为中国领先的独立市场研究机构，自2008年成立以来，始终深耕市场研究领域，获得国家统计局首批颁发涉外调查许可资质，累计完成各类专业咨询项目逾20,000项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

17年来，依托对超过15,000个消费品类的长期监测及千万级线上商家的动态追踪，结合对海量消费者样本需求特征与偏好的深刻洞察，尚普咨询持续在各类细分赛道构建专业、精准的市场研究体系。在消费需求持续迭代、市场竞争日益复杂的背景下，洞悉品类趋势成为企业制胜未来的关键。

2025年上半年，面对中国市场的新格局与消费趋势的变化，尚普咨询集团发布《洞察2025：消费趋势系列报告》。旨在通过专业的市场扫描与前瞻分析，揭示各品类的核心发展趋势、竞争态势及消费者行为变迁，为行业参与者提供权威的数据支撑与明晰的战略指引，助力把握2025年市场先机。

# CONTENTS

# 目 录

- 1 核心发现
- 2 品类洞察
- 3 消费洞察

# 核心发现1：年轻女性主导下沉市场消费

-  18-35岁消费者占比55%，26-35岁达30%，突显年轻化核心群体。
-  女性采购决策占比49%，远超男性30%，强化女性消费主导地位。
-  二线及以下城市消费占比63%，非一线市场成增长重心。

## 启示

### ✓ 聚焦年轻女性目标群体

针对18-35岁女性开发定制产品和营销策略，提升品牌吸引力和市场份额。

### ✓ 深化下沉市场渠道布局

加强二线及以下城市分销网络和本地化推广，把握消费转移机遇并扩大覆盖。

## 核心发现2：高频小包装即时消费主流

 每周购买频次占30%，每日购买10%，显稳定高频消费模式。

 单包装偏好20%，双包18%，小规格产品便于即时食用需求。

 大包装需求低于5%，批量购买意愿弱，小批量化趋势显著。

### 启示

#### ✓ 优化小包装产品组合

扩充单包、双包等小规格SKU，强调便携性和即食性，满足主流消费习惯。

#### ✓ 强化高频次促销激励

通过限时折扣和会员计划刺激每周购买行为，培养用户忠诚并提升复购率。

 味道好为首因占50%，方便快捷40%，核心决策聚焦产品体验。

 健康诉求增长，蔬菜养生面偏好9.0%，显饮食升级趋势。

 价格实惠影响30%，品牌信任25%，辅助因素平衡成本与品质。

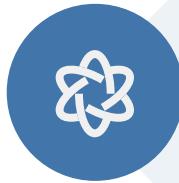
## 启示

### ✓ 创新口味健康属性

研发多元风味和低脂高纤配方，突出健康元素，迎合消费者营养升级需求。

### ✓ 提升全渠道便利体验

简化线上线下购买流程，优化支付和配送效率，增强消费者便捷性和满意度。



## 1、产品端

- ✓ 优化小包装设计
- ✓ 强化健康口味创新



## 2、营销端

- ✓ 聚焦社交媒体推广
- ✓ 利用用户口碑传播



## 3、服务端

- ✓ 简化线上购买流程
- ✓ 提升客服响应效率

## 1、研究内容

Research Contents

- 洞察 粉面菜蛋消费行为、消费场景、消费模式；
- 剖析 消费者产品偏好、使用反馈，价格敏感度、支付意愿；
- 对比 主要品牌忠诚度、品牌竞争行为、竞争烈度；
- 挖掘 #行业#消费者营销潜力。

## 2、研究对象

Research Object

- 最近1年内购买过粉面菜蛋的消费者；
- 性别、所在城市（一线、新一线、二线、三线）平均分布；
- 聚焦家庭月收入中等水平（3-8万元）人群；
- 聚焦家庭日常采购主要决策者。

## 3、研究方法

Research Method

投放形式

在线定量调研

投放区域

中国大陆（不含港澳台），充分覆盖主要城市

投放时间

2025年5月

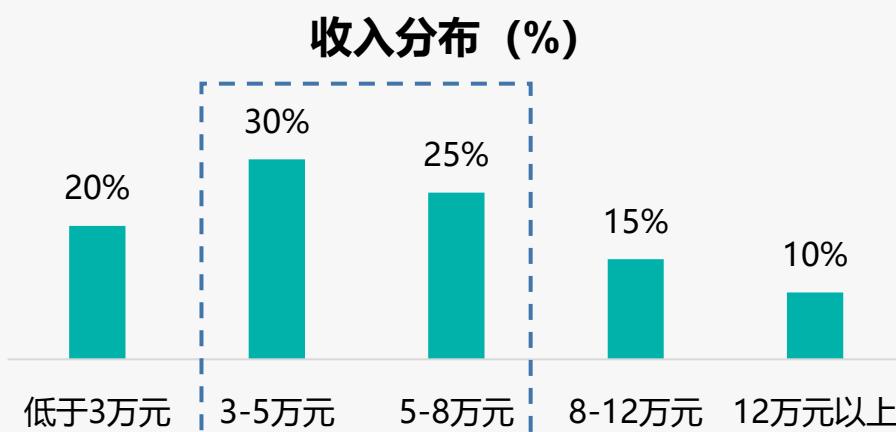
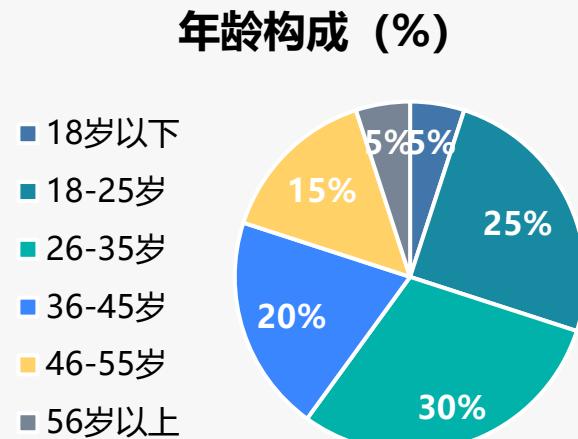
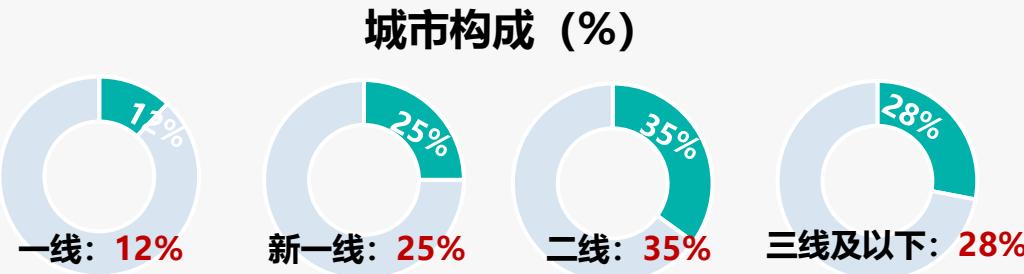
样本数量

N=3672

# 粉面菜蛋消费年轻女性主导下沉市场主力

- ◆ 消费者年龄集中于18-35岁，占比55%，26-35岁最高达30%；采购决策妻子角色比例49%，远高于丈夫的30%，突出年轻化与女性主导特征。
- ◆ 城市分布二线占35%，三线及以下28%，新一线25%；收入以3-5万元层为主占30%，5-8万元占25%，显示下沉市场和中低收入群体为核心。

## 2025年中国粉面菜蛋消费者画像



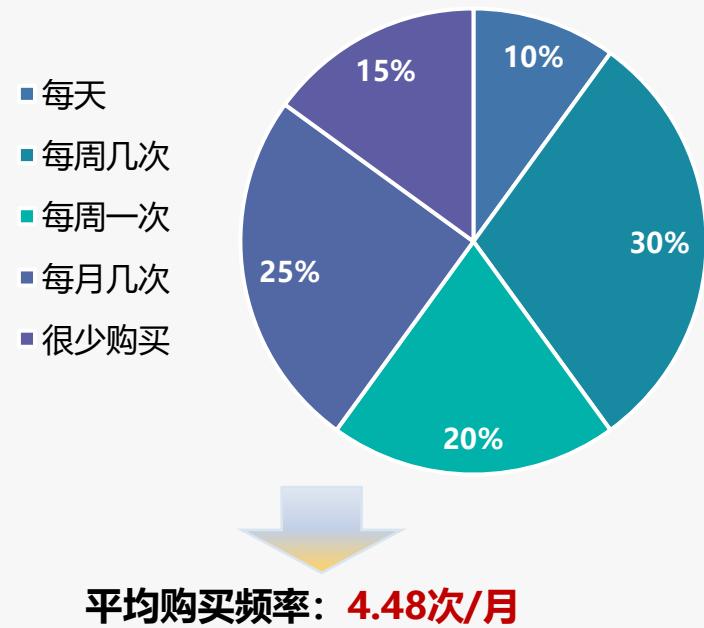
样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 粉面菜蛋高频小包装消费为主流，品牌需优化产品策略

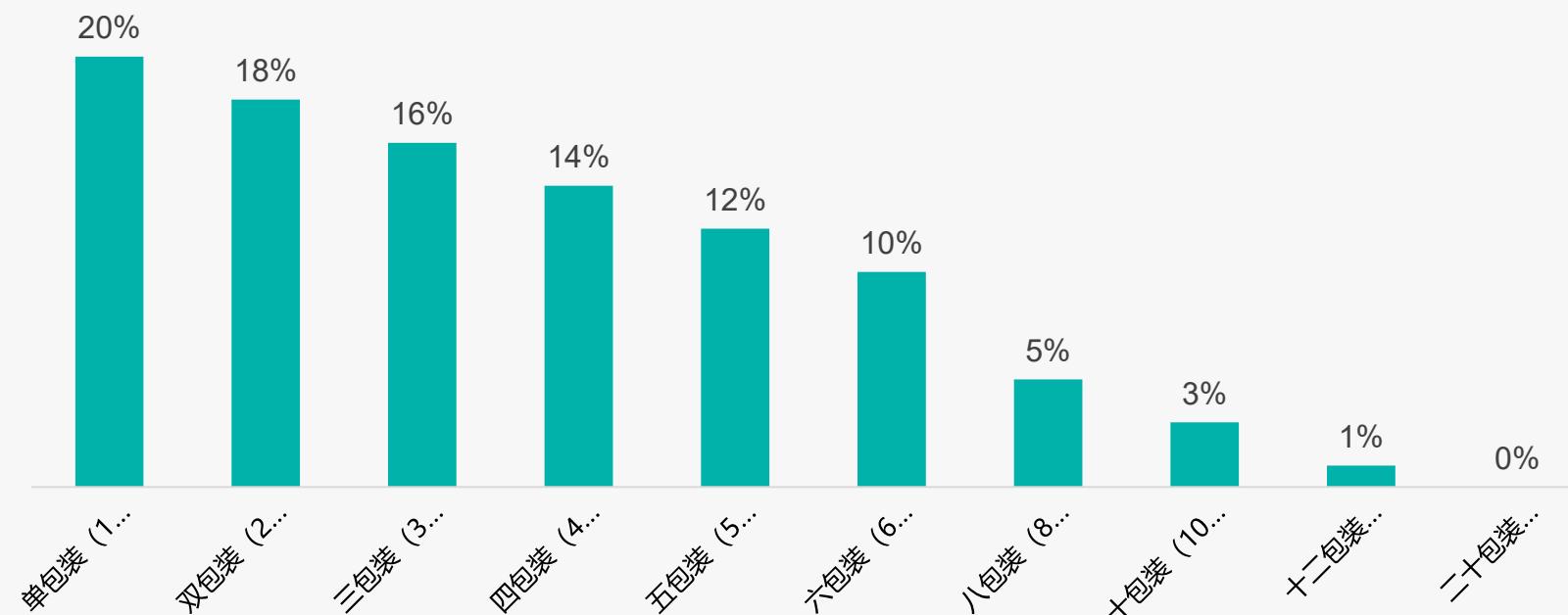
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆ 粉面菜蛋消费调查样本3672人：购买频率每周几次占30%最高，每天10%；单次规格单包装20%领先，双包装18%和三包装16%次之。
- ◆ 分析显示消费者偏好小规格包装占比高，便于即时消费；大包装需求弱。高频次小批量趋势下，建议优化小包装产品线并强化促销。

2025年中国粉面菜蛋消费者购买频率



2025年中国粉面菜蛋消费者单次购买产品规格



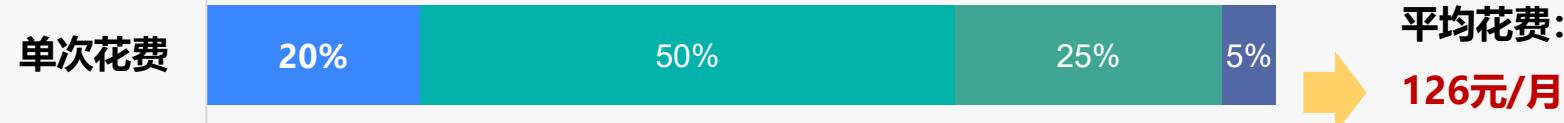
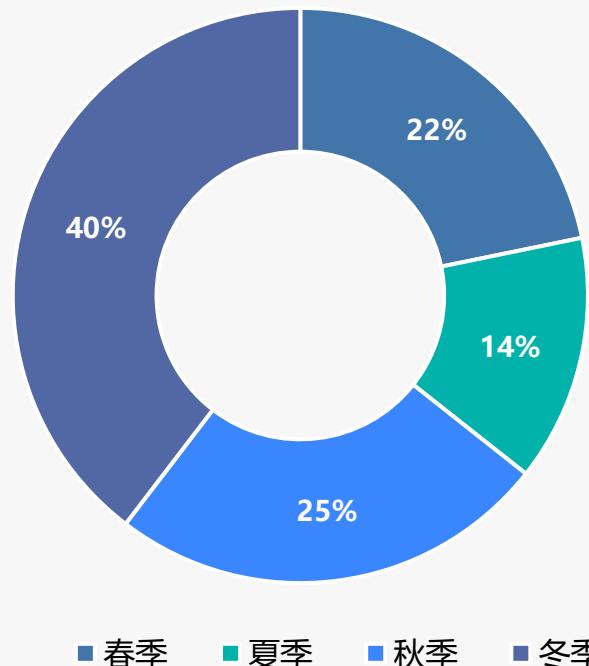
样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 消费主力5-10元区间，冬季需求高峰，便携包装需提升优化

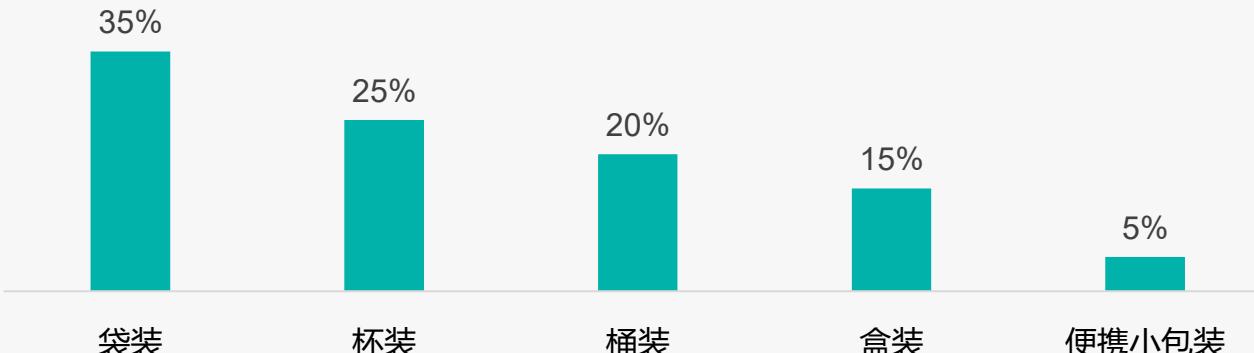
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆单次购买支出50%集中于5-10元区间，主导消费选择；冬季购买比例40%，远超春季22%、夏季14%和秋季25%，突显价格带集中和强季节性影响。
- ◆包装偏好中袋装以35%领先市场，便携小包装仅5%，比例最低，反映便携产品开发不足，存在显著优化空间以满足需求。

## 2025年中国粉面菜蛋消费者购买季节高峰



## 2025年中国粉面菜蛋消费者偏好包装类型

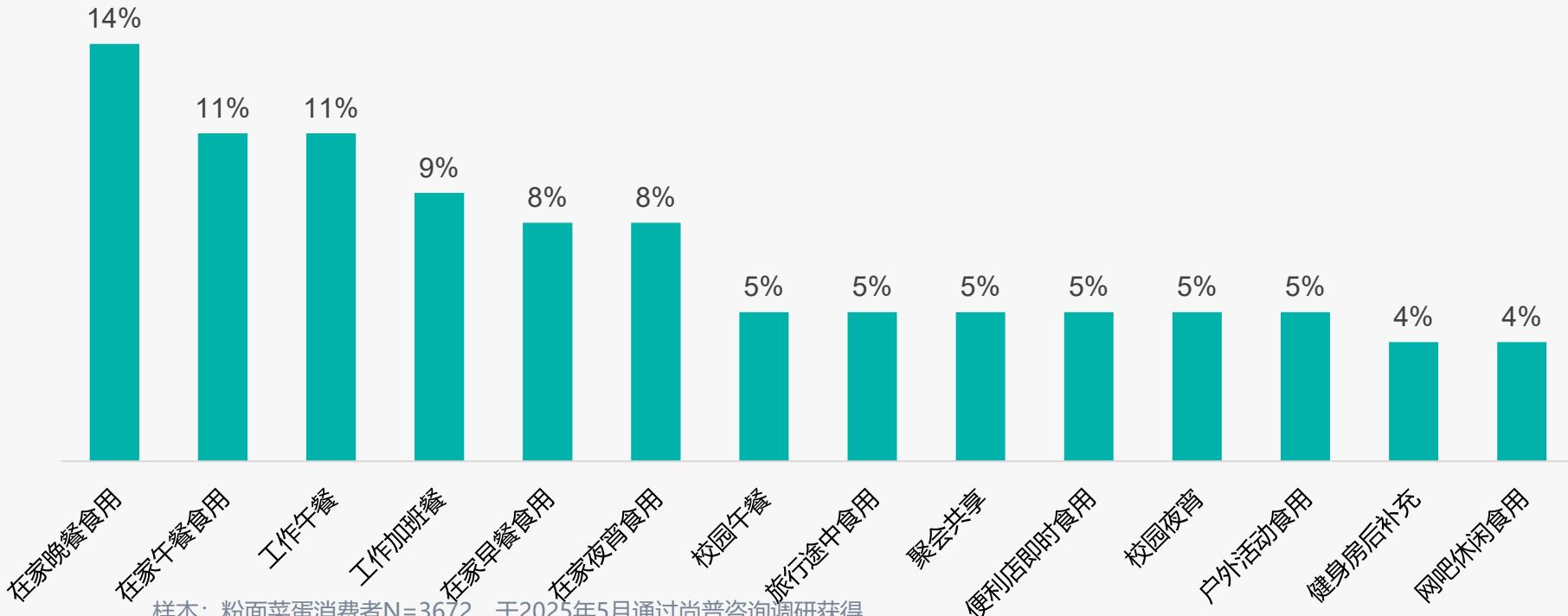


样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 粉面菜蛋消费以午餐晚餐为主导，便捷餐饮需求突出

- ◆ 消费数据显示，午餐时段占比约30%，晚餐占35%，夜宵占15%；工作场景如工作午餐和加班餐占比显著，家庭晚餐场景占14%。
- ◆ 产品作为快速餐饮解决方案，满足上班族便捷需求和家庭消费基础，夜间消费增长潜力大，适合现代忙碌生活节奏。

2025年中国粉面菜蛋消费者消费场景



2025年中国粉面菜蛋消费者时段偏好分布

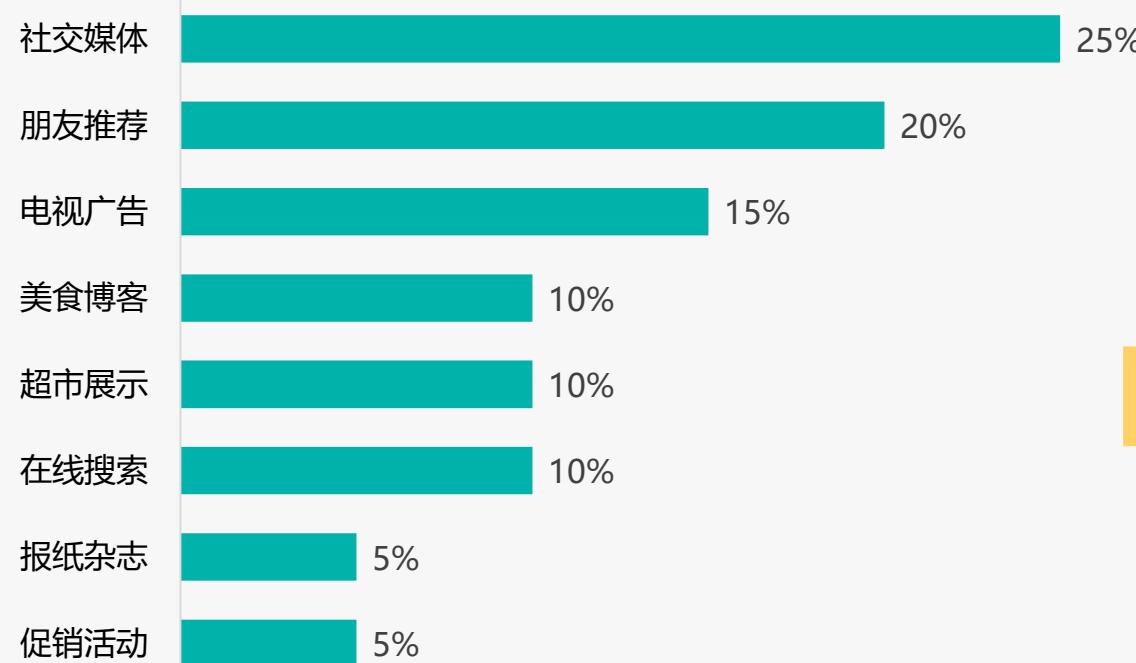


# 数字社交主导认知，实体零售引领购买，电商潜力显著

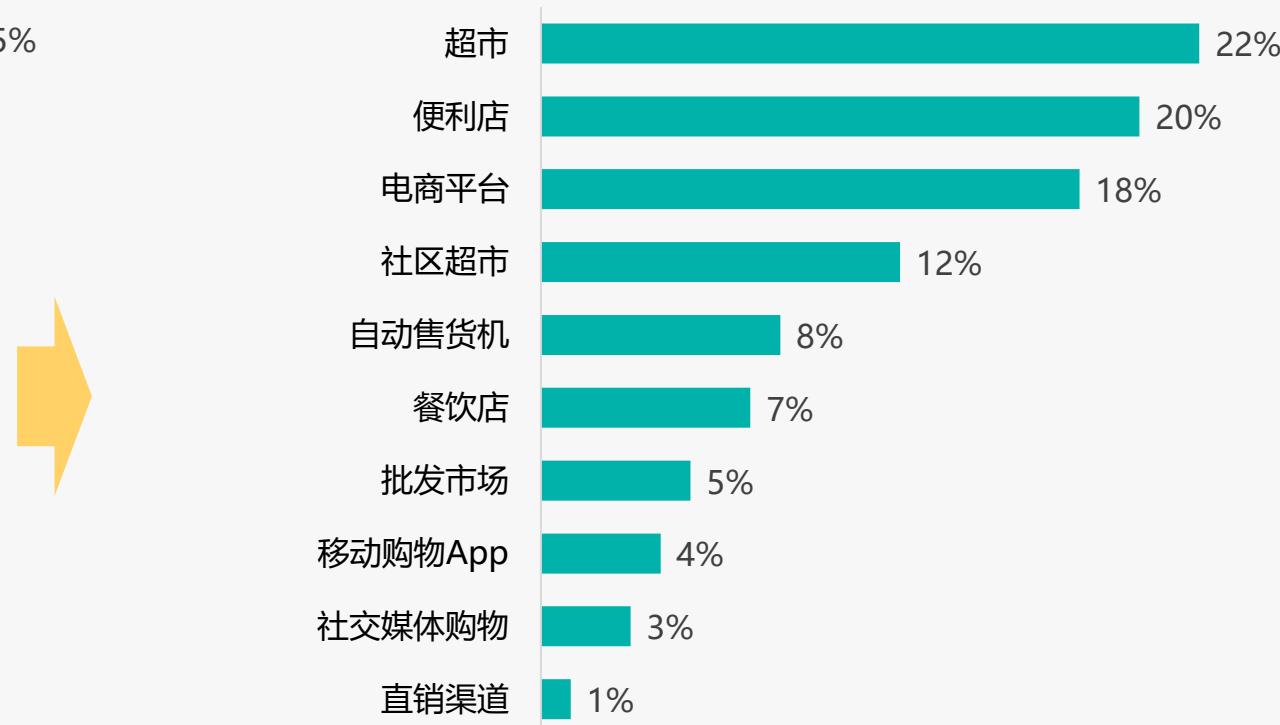
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆产品认知渠道中社交媒体占比25%最高，朋友推荐20%次之，突显数字营销核心性及口碑传播重要性。
- ◆购买行为以超市22%主导，便利店20%和电商18%紧随，反映实体零售优势与线上增长空间显著。

2025年中国粉面菜蛋消费者了解产品渠道



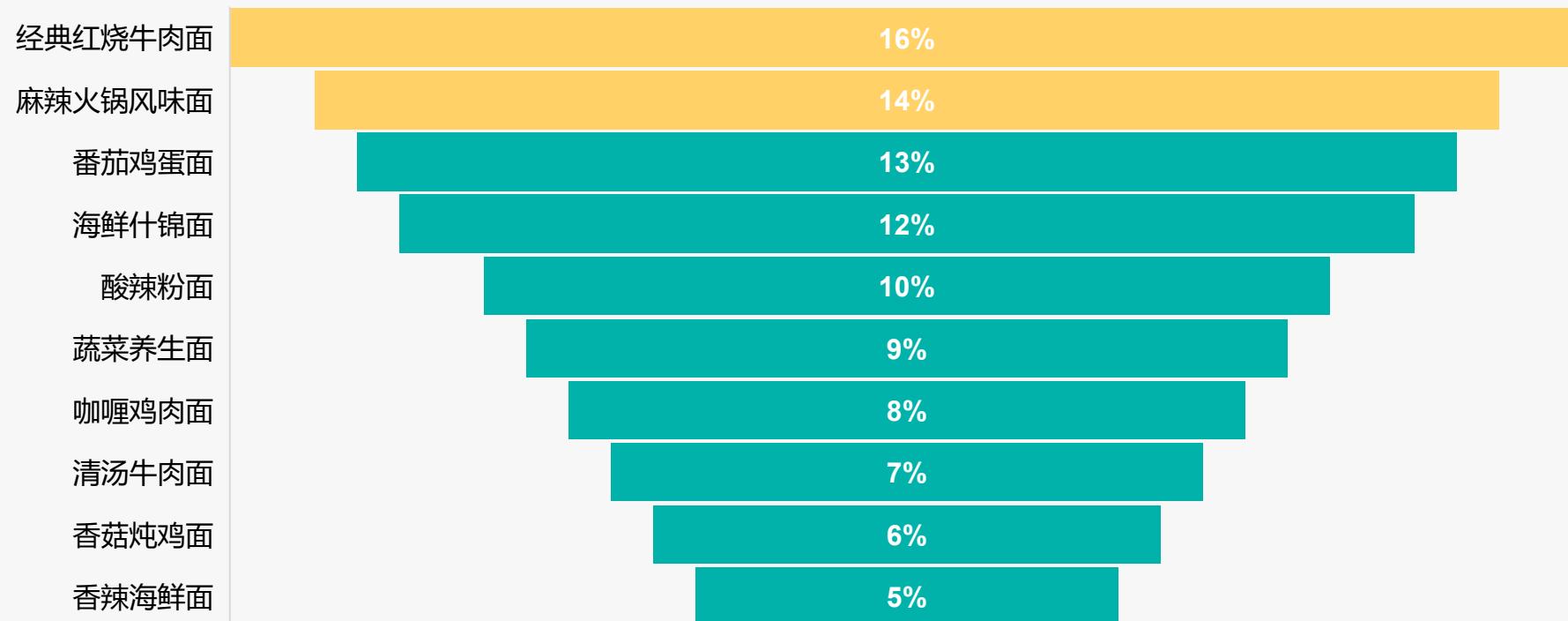
2025年中国粉面菜蛋消费者购买产品渠道



样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 3672名消费者偏好分布显示经典红烧牛肉面15.8%居首，麻辣火锅风味面14.4%第二，番茄鸡蛋面13.1%第三，健康类蔬菜养生面9.0%增长明显，香辣海鲜面5.2%最低，体现传统与健康并存趋势。
- ◆ 偏好高度分化，经典口味主导市场，辣味需求强劲，健康趋势如蔬菜养生面上升，香辣海鲜面需求弱，创新需强化多元风味和健康属性以驱动消费。

## 2025年中国粉面菜蛋消费者产品类型偏好



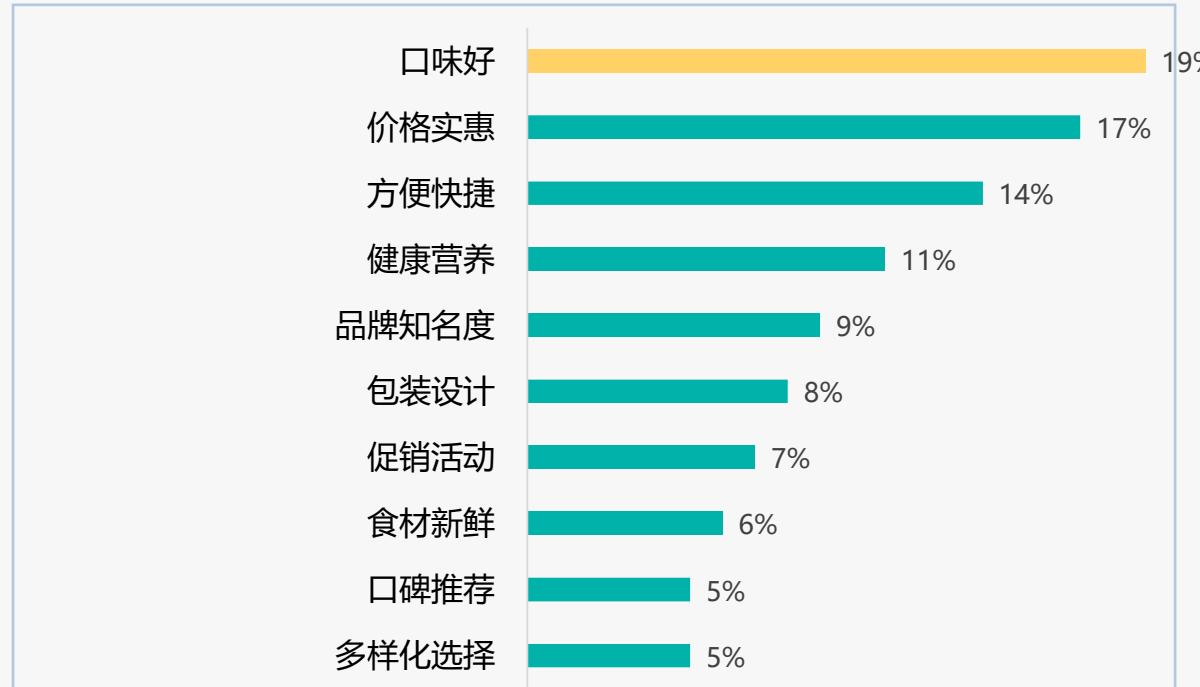
样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 口味和便利性主导粉面菜蛋消费决策

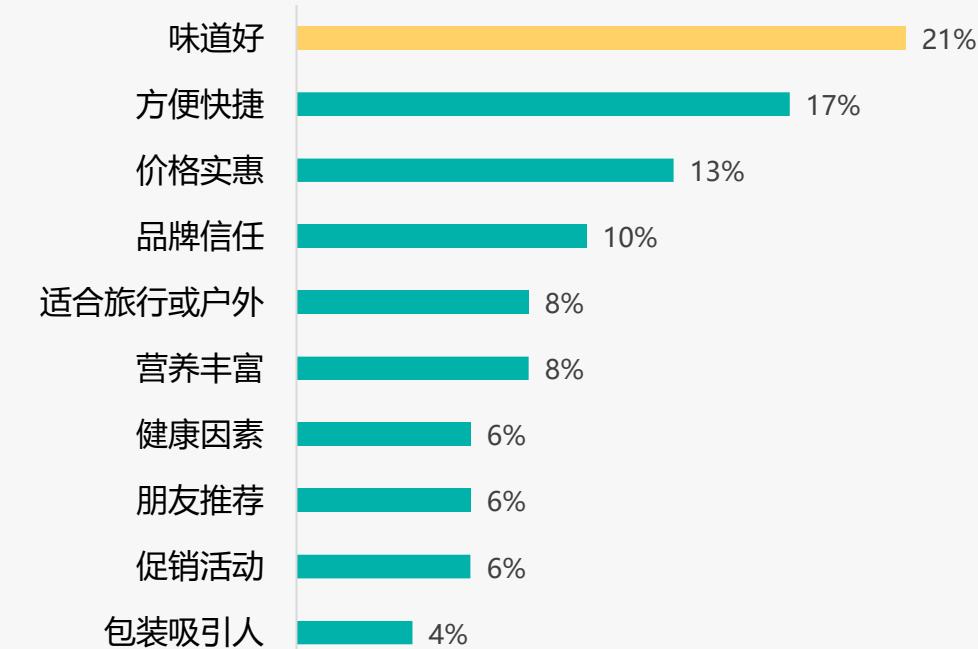
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆味道好50%为首要购买原因，方便快捷40%，价格实惠30%，品牌信任25%，健康因素15%、促销活动15%、朋友推荐15%，包装设计10%作用有限。
- ◆口味和便利性主导消费决策，品牌忠诚度影响显著，辅助因素如包装吸引力较弱。

## 2025年中国粉面菜蛋吸引消费者购买关键因素



## 2025年中国粉面菜蛋消费者购买产品原因

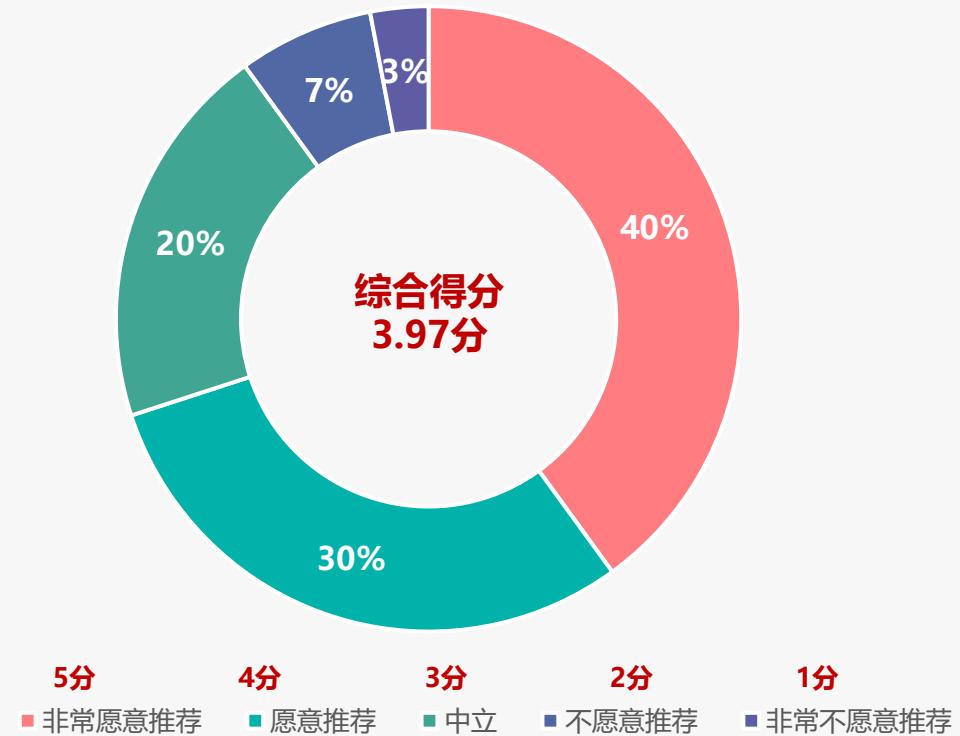


样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

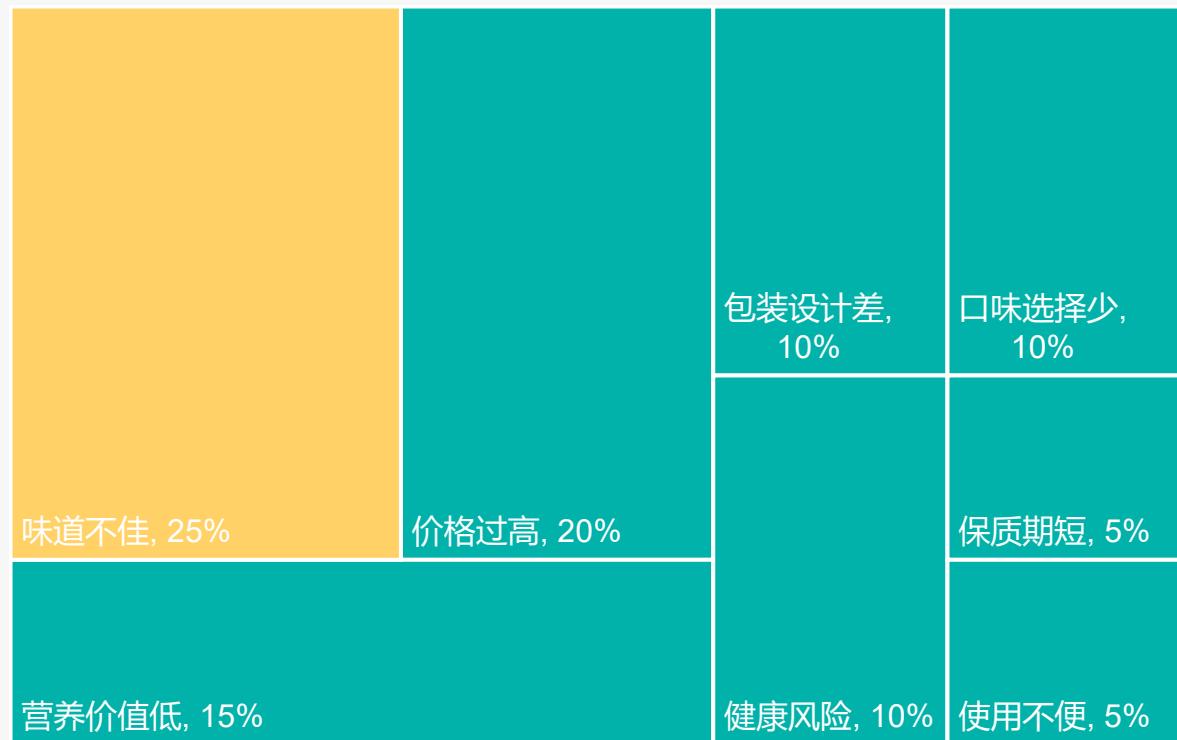
# 粉面菜蛋行业痛点突出但推荐意愿强劲

- ◆ 粉面菜蛋消费痛点集中于味道不佳(25%)、价格过高(20%)和营养不足(15%)，体现消费者对口感优化、成本控制及健康提升的强烈需求。
- ◆ 推荐意愿分布显示70%消费者愿意或非常愿意主动推荐产品，仅10%持负面态度，突显高口碑传播潜力与市场接受度。

2025年中国粉面菜蛋消费者主动向他人推荐意愿



2025年中国粉面菜蛋消费者不愿推荐原因



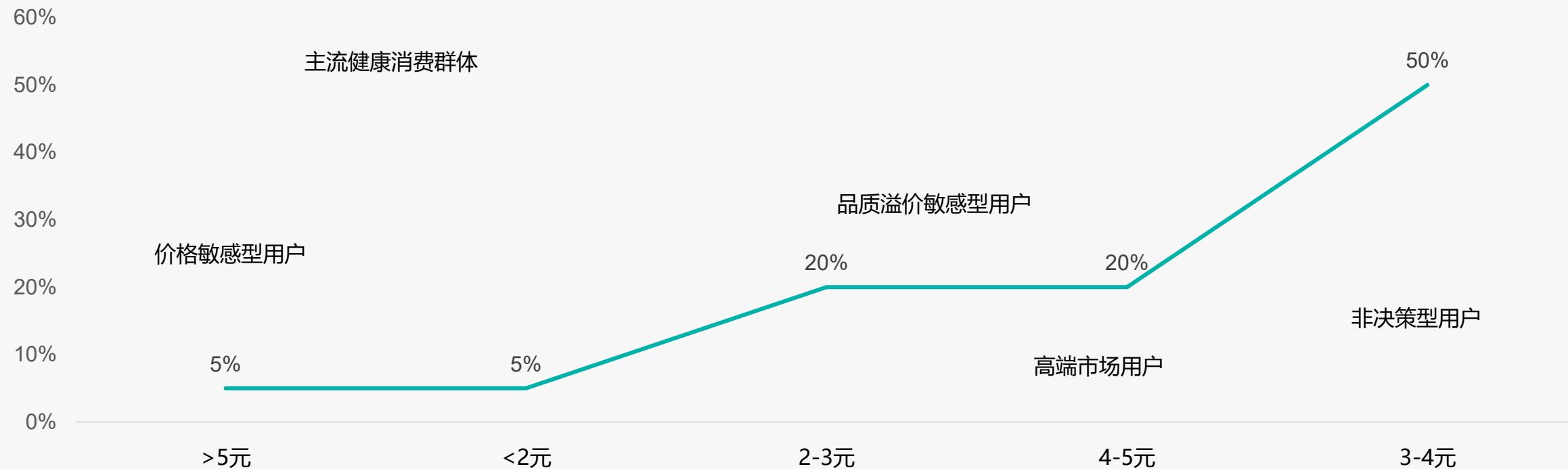
样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 粉面菜蛋单包装消费者偏好3-4元核心定价策略

尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆ 单包装粉面菜蛋消费者价格接受度数据显示：3-4元区间占50%为市场主导，2-3元和4-5元各占20%需求均衡，低于2元和高于5元均不足5%接受度低。
- ◆ 企业应优先采用3-4元核心定价策略，以响应主流消费者偏好并提升份额，同时覆盖2-5元中等价格带维持需求平衡。

## 2025年中国粉面菜蛋消费者价格接受度



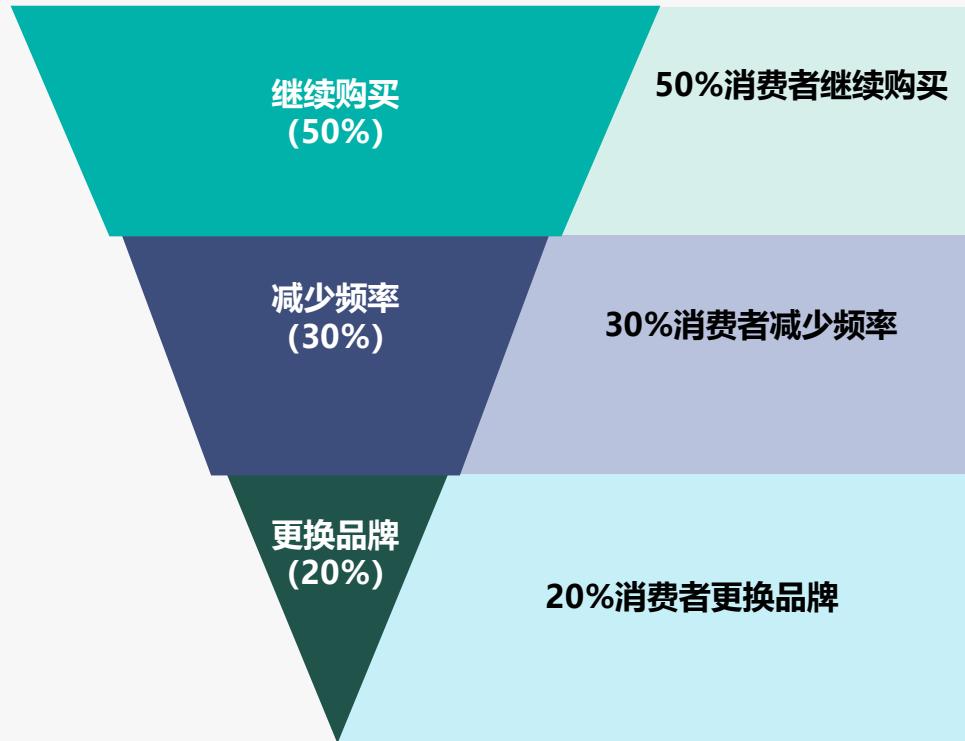
样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

注：以单包装（1包）规格粉面菜蛋为标准核定价格区间

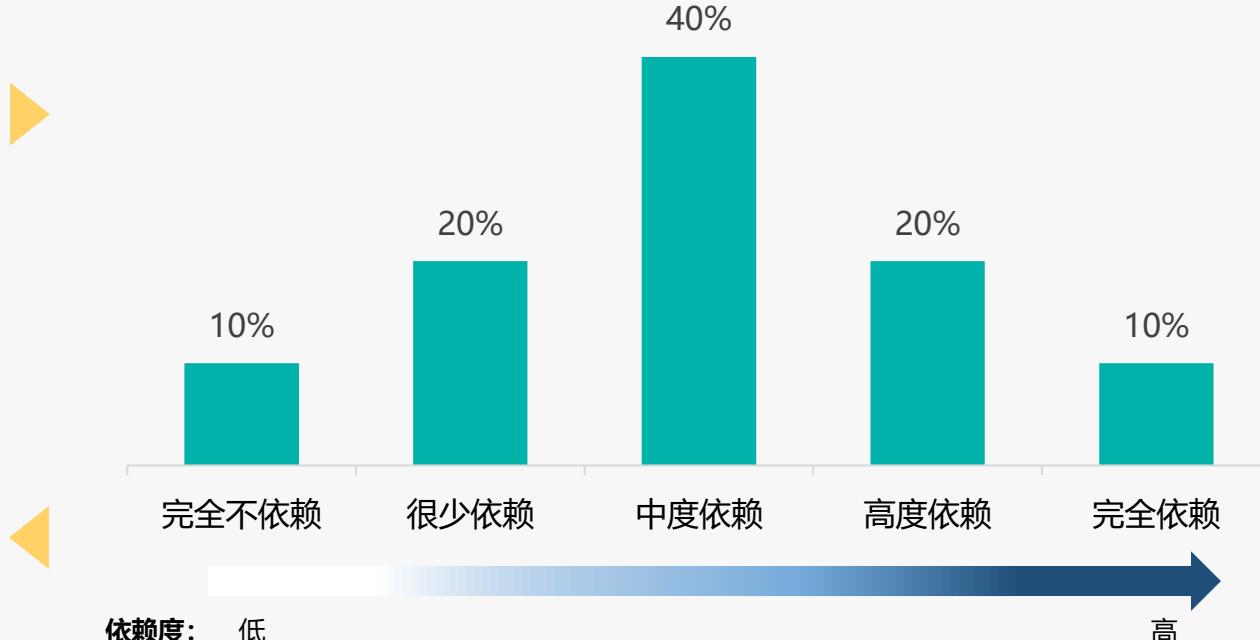
# 价格敏感和促销依赖主导消费者购买决策

- ◆价格上涨10%后，50%消费者继续购买，体现强品牌忠诚；30%减少购买频率，20%更换品牌，价格敏感凸显。此变化突显定价对消费决策的关键影响。
- ◆促销依赖中，40%中度依赖，高度和完全依赖合计30%，表明促销活动对维持消费行为至关重要，是行业营销的核心杠杆。

## 2025年中国粉面菜蛋消费者价格上涨10%后购买行为



## 2025年中国粉面菜蛋消费者对促销活动依赖程度



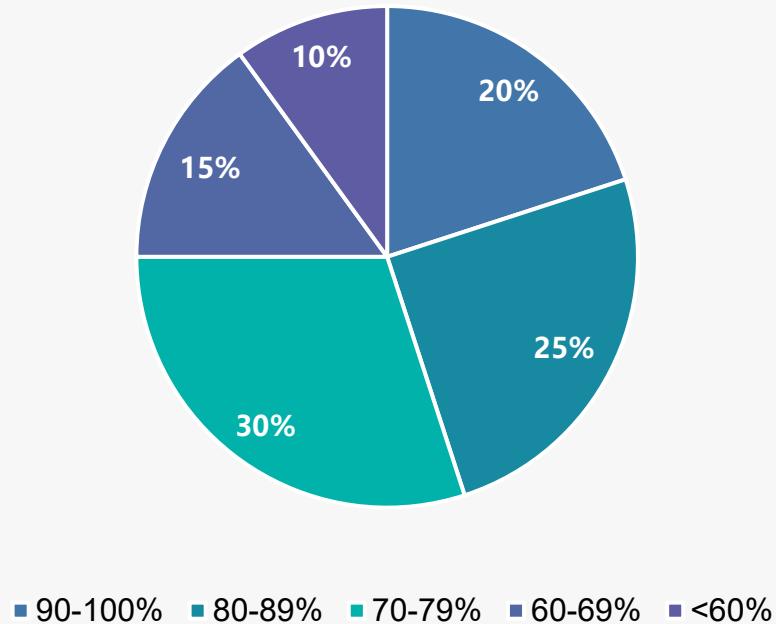
样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 粉面菜蛋消费者忠诚度高价格敏感健康关注显著提升

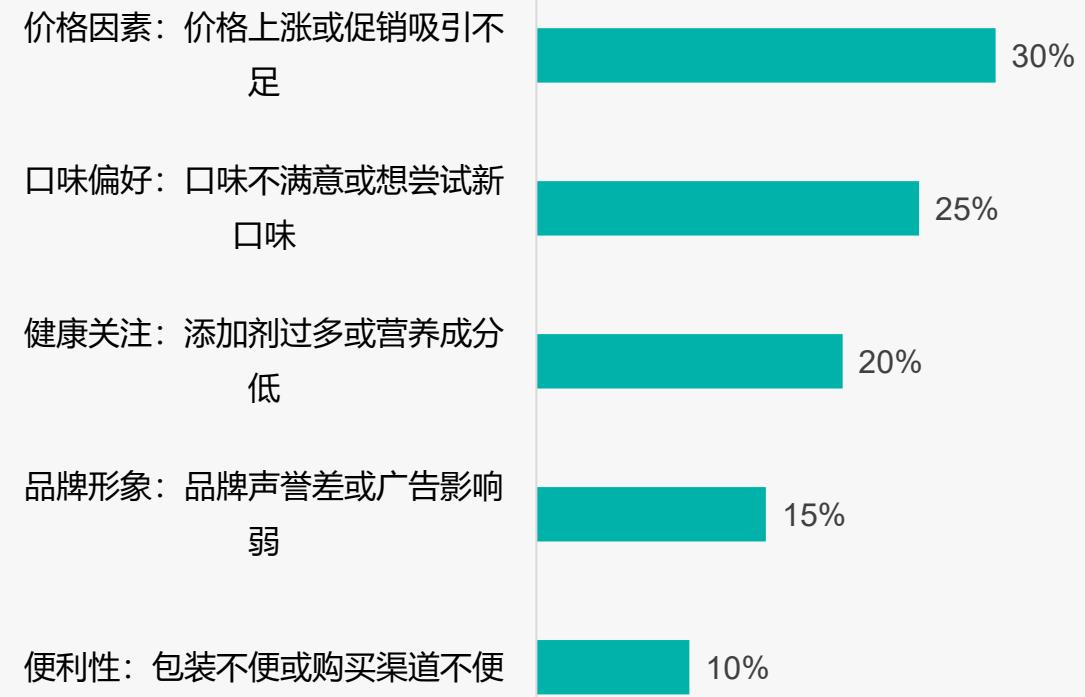
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆ 消费者复购率数据显示高忠诚度，75%受访者复购率超70%，其中70-79%区间占比30%最高，显著体现品牌粘性强。
- ◆ 品牌转换原因中价格因素占30%主导，健康关注以20%次之，反映消费者对成本控制和健康属性敏感度提升。

## 2025年中国粉面菜蛋消费者固定品牌复购率



## 2025年中国粉面菜蛋消费者品牌转化原因

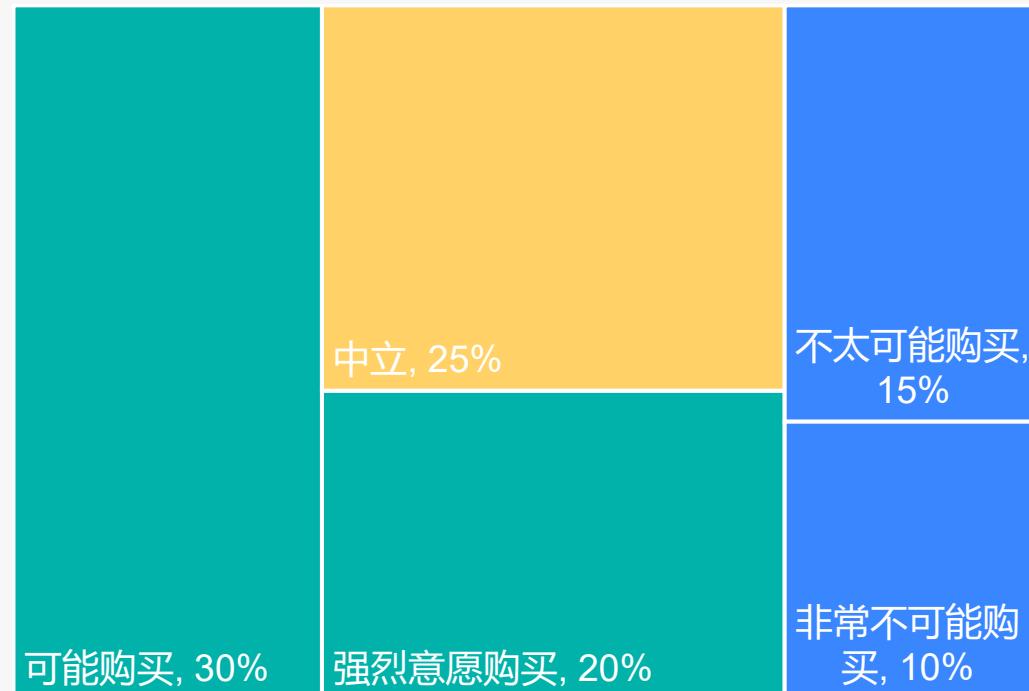


样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 正面态度主导市场，但需优化服务转化中立群体

- ◆ 粉面菜蛋消费者态度分布显示：中立占比30%最高，满意25%和非常满意20%合计45%显优势，不满意15%与非常不满意10%总计25%需改进。高比例中立反映信息不足，市场认知需提升。
- ◆ 调研分析指出，45%正面反馈虽主导，但25%负面及30%中立不容忽视。品牌应优化产品服务，加强针对性营销减少不确定性，转化潜在客户巩固份额。

2025年中国粉面菜蛋消费者购买品牌产品意愿



2025年中国粉面菜蛋消费者对品牌产品态度

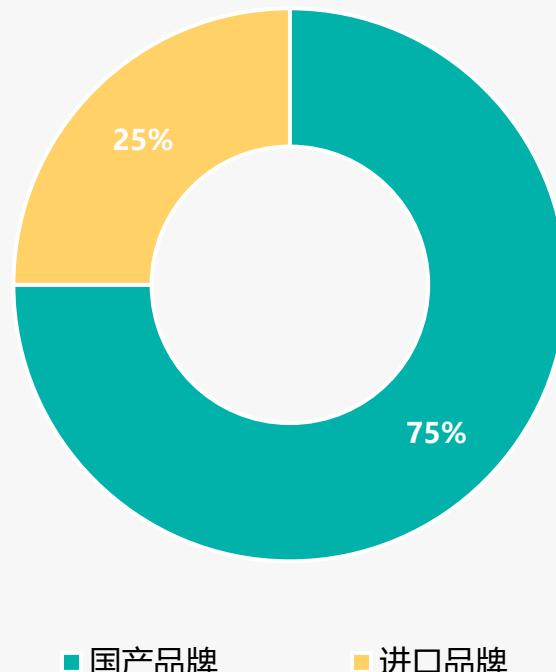


样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

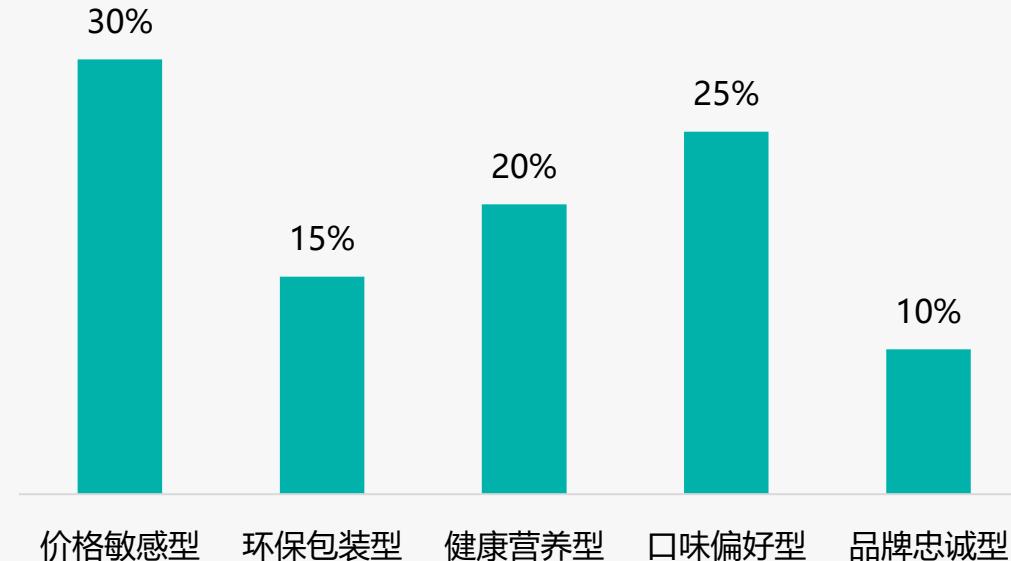
# 粉面菜蛋消费者重价格口味，国产品牌主导市场

- ◆ 粉面菜蛋消费者调研显示75%选择国产品牌，进口仅25%，反映本土主导；偏好类型中价格敏感型30%最高，口味偏好型25%。
- ◆ 品牌忠诚度最低仅10%，表明消费者更注重价格和口味等产品属性，决策以实际需求为主。

## 国产品牌vs.进口品牌



## 2025年中国粉面菜蛋消费者品牌选择偏好



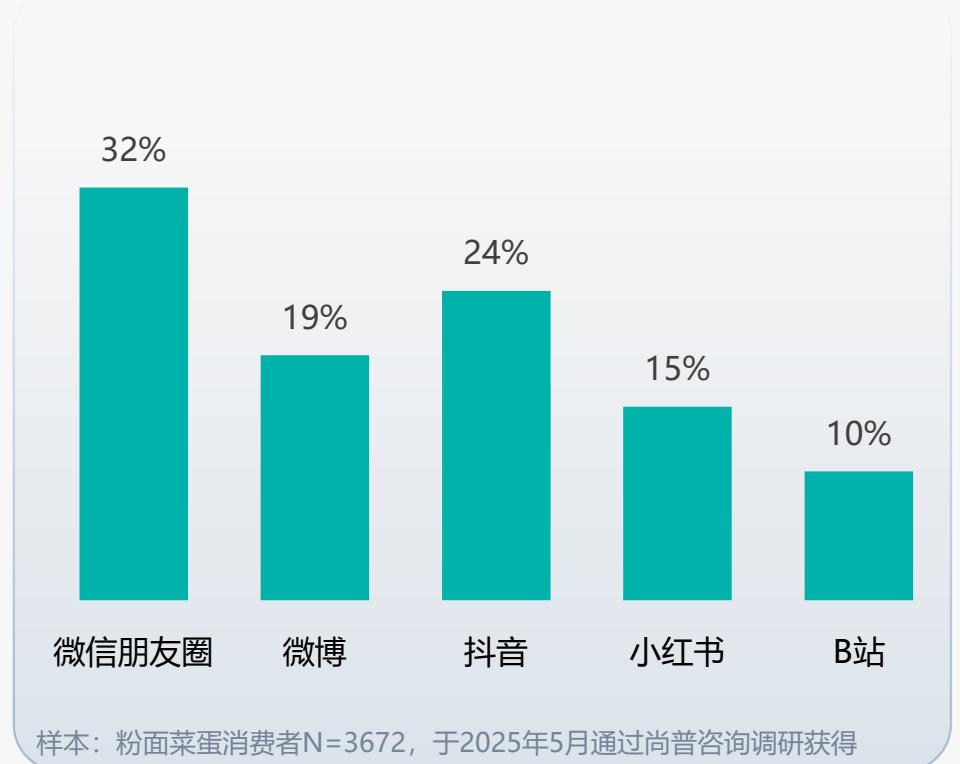
样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 粉面菜蛋消费者分享集中主流平台偏好实用内容

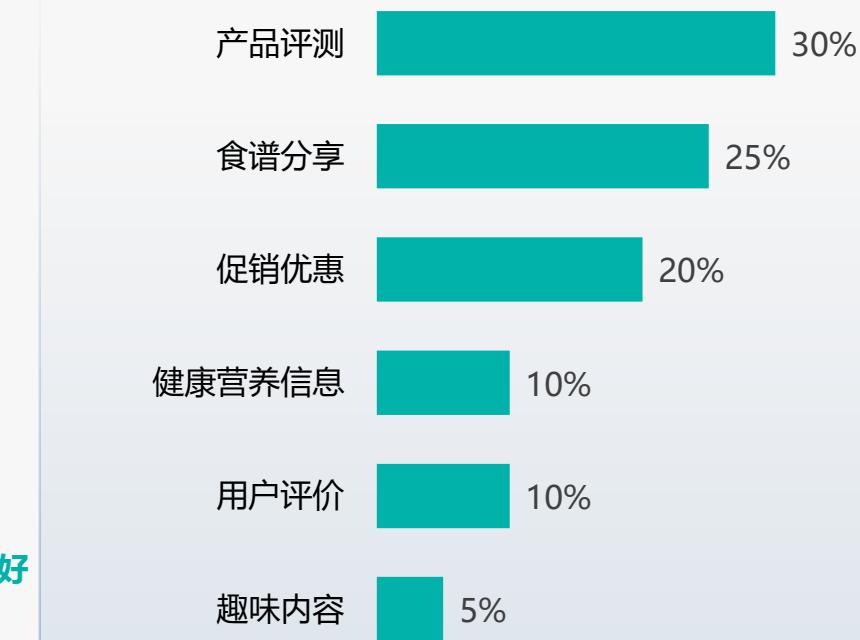
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆ 粉面菜蛋消费者社交分享高度集中：微信朋友圈占比54.5%，抖音占40.8%，两者覆盖95.3%分享量，凸显主流平台主导作用和用户强依赖性。
- ◆ 内容偏好产品评测占30%居首，食谱分享25%，促销优惠20%，实用信息主导；用户评价和健康信息各10%，趣味内容仅5%。

## 2025年中国粉面菜蛋消费者社交分享渠道



## 2025年中国粉面菜蛋消费者社交内容偏好

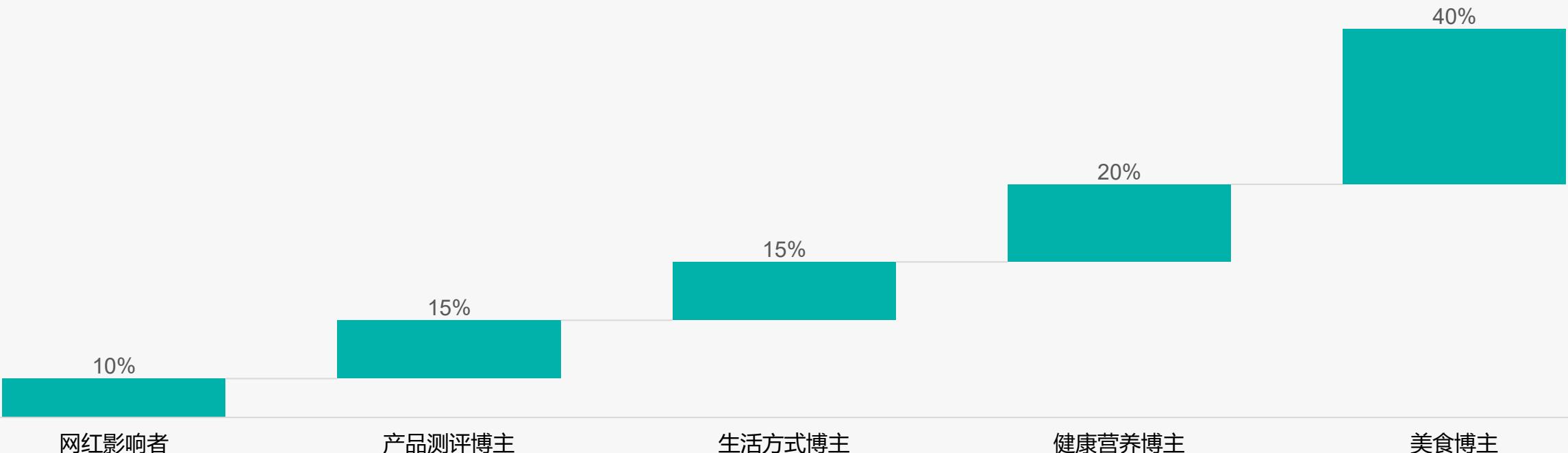


样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 粉面菜蛋消费者信任专业博主主导，网红影响力弱

- ◆ 消费者最信任美食博主（40%），健康营养博主次之（20%），突显产品口味与健康需求在粉面菜蛋消费中的核心重要性。
- ◆ 产品测评和生活方式博主各15%信任度，网红影响者仅10%，表明专业评测和生活场景关键，网红影响力较低。

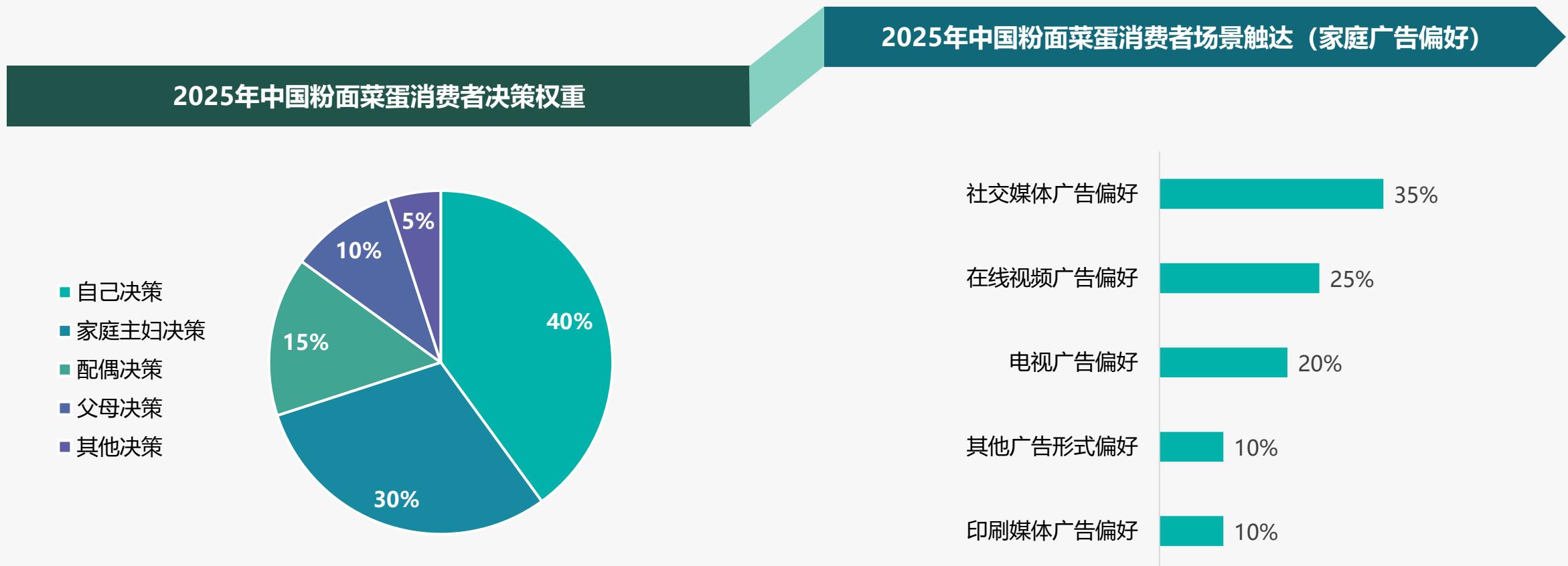
## 2025年中国粉面菜蛋消费者信任博主类型



样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 数字广告与自主决策主导粉面菜蛋消费

- ◆ 粉面菜蛋消费决策分布：40%自主决策，30%家庭主妇决策，15%配偶决策，10%父母决策，5%其他决策，突显消费者独立性和家庭主妇核心作用。
- ◆ 广告偏好分析：35%社交媒体偏好，25%在线视频偏好，20%电视偏好，10%印刷媒体偏好，10%其他形式，数字渠道合计60%占优，表明数字营销主导地位。

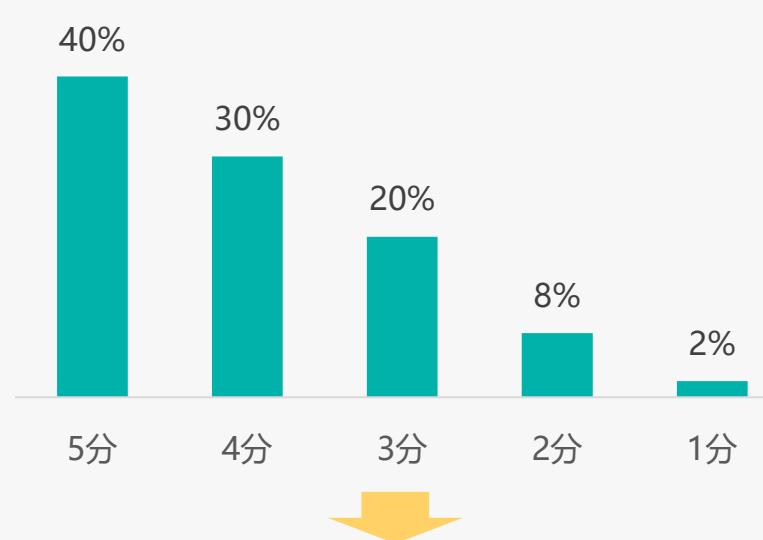


样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

# 粉面菜蛋线上客服退货服务优秀购买流程需优化

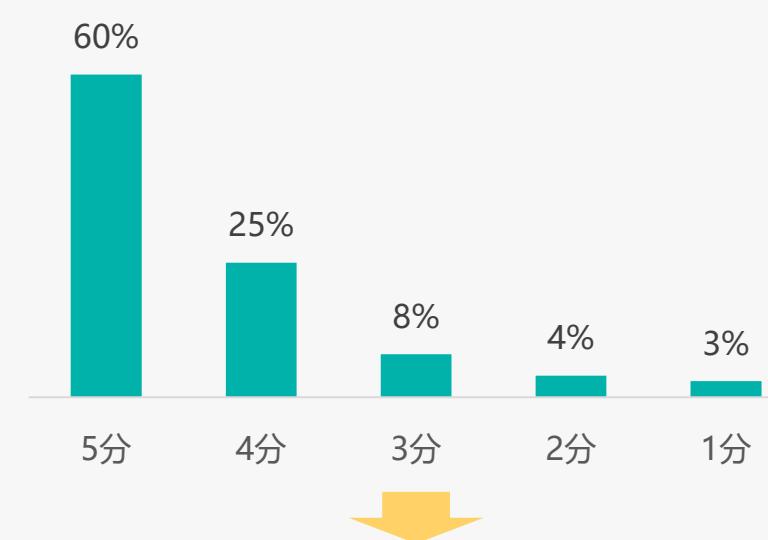
- ◆客服与退货服务满意度极高，约60%用户打5分满分，25%打4分，服务环节获广泛好评，表现卓越可靠。
- ◆线上购买流程满意度较低，仅40%打5分，30%打4分，余下30%中低分，需优化导航支付等环节提升体验。

2025年中国粉面菜蛋消费者  
线上购买流程满意度



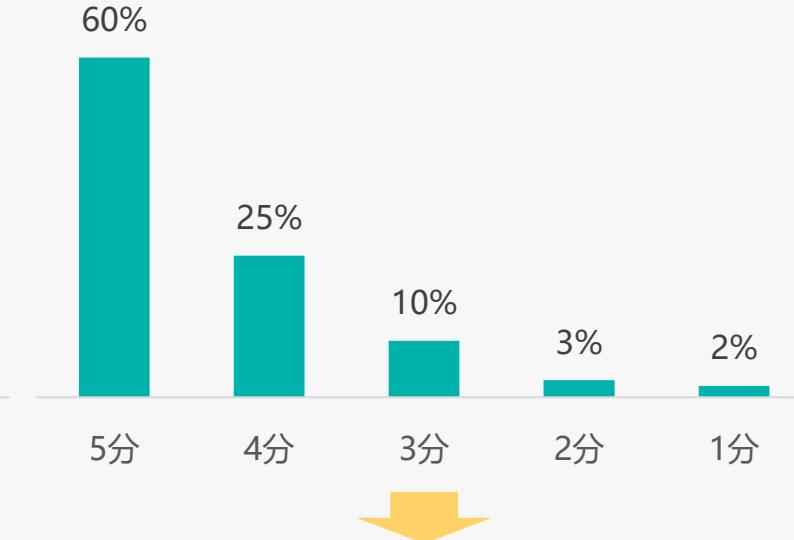
线上购买流程均分：3.98

2025年中国粉面菜蛋消费者  
退货体验满意度



退货体验均分：4.35

2025年中国粉面菜蛋消费者  
客服体验满意度

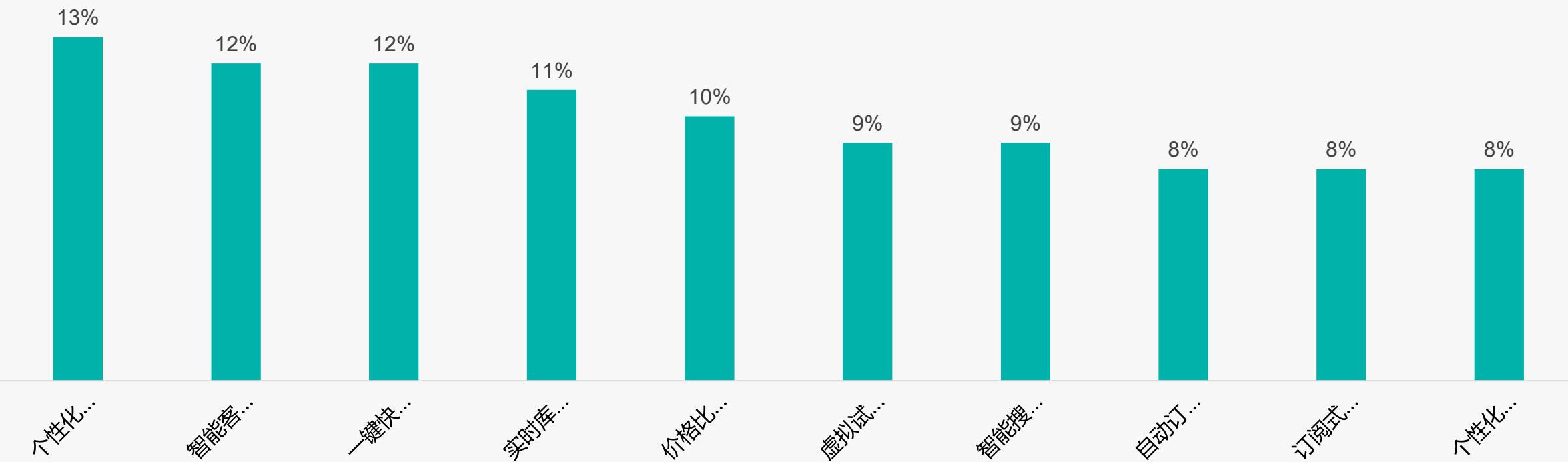


客户体验均分：4.38

样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 粉面菜蛋线上购物智能服务体验分布：个性化推荐41%、智能客服38%、一键下单35%领先；虚拟试吃27%、优惠券24%较低。
- ◆ 分析强调个性化和效率是关键驱动力，如高使用率服务；虚拟试吃低接受度需优化创新功能实用性。

## 2025年中国粉面菜蛋消费者期待智能服务体验



样本：粉面菜蛋消费者N=3672，于2025年5月通过尚普咨询调研获得

2008年，北京尚普信息咨询有限公司作为独立的商业咨询机构成立，是中国最早成立的专业市场研究公司之一。是首批取得国家统计局涉外调查许可资质的咨询机构，2022年公司正式更名为尚普咨询集团，致力于为企业战略决策提供专业解决方案。

成立以来，尚普咨询集团一直作为独立的市场研究团体为企业、政府、科研院所所提供战略转型、市场进入、行业投资可行性评估、竞争对手研究、消费者研究、海外市场开拓等方面的咨询与服务。尚普咨询集团累计完成各类咨询项目20000余项。



010-82885719 / 021-61397134 / 0755-89696476



<http://www.survey.shangpu-china.com>



北京市海淀区东升科技园三期东畔科创中心B座6层、7层



上海市黄浦区河南南路33号新上海城市广场18层



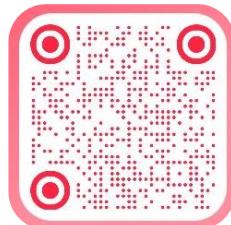
深圳市福田区海田路1039-2中国凤凰大厦2栋26层



企业公众号



企业抖音号



企业小红书号

## 版权声明

本报告由尚普咨询集团制作，其版权归属于尚普咨询集团。未经尚普咨询集团书面许可，任何组织和个人均不得以任何形式复制、传播或输出至中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告进行的相关商业行为，都将构成对《中华人民共和国著作权法》以及其他相关法律法规和国际公约的违反。

## 免责条款

本报告所呈现的行业数据、行业动态及市场趋势预测，源自尚普咨询集团专业团队综合运用多种研究手段，如深度桌面研究、精准行业访谈、全面市场调研等精心分析所得。同时，部分素材汲取自公开渠道，并融合尚普咨询集团独家监测数据，经由尚普咨询集团先进统计预测模型运算生成；企业相关数据大多通过实地访谈采集。尚普咨询集团在信息处理过程中，竭尽全力确保信息的精确性、全面性与可信度，但受限于研究环境的复杂多变，难以做到万无一失，故不作绝对保证。

在此郑重声明，本报告中所含信息及观点，均不具备指导性建议的性质。本报告中所展示的调研数据，基于样本调研方式获取。鉴于调研样本的局限性、调研方法的特定性以及调查资料收集范围的约束，该数据仅能呈现特定调研时段及样本群体的概况，仅针对本次调研目标提供基础参考，助力市场与客户把握基本态势。受制于研究方法和数据资源的边界，本报告仅作为用户了解市场动态的辅助资料，尚普咨询集团对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。



# 尚普咨询集团

*SHANGPU GROUP*

让世界爱上中国品牌

Win The Hearts of The World With Chinese Brands