

华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一~三季度速食面皮市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Instant Noodle Sheets Category Market Insights

2025年11月

华信人咨询
HXN CONSULTING

华信人咨询作为中国领先的市场研究机构，自2016年成立以来，始终深耕市场研究领域，并成为市场地位背书权威部门推荐单位，累计完成各类专业咨询项目600+逾项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

9年来，依托对超过15,000个消费品类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，华信人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，华信人咨询发布《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：青年主导消费，个人决策为主



18-35岁群体占67%，是速食面皮消费主力，其中26-35岁占35%。



女性消费者略多，占53%，性别分布相对均衡。



二线及以下城市合计占79%，显示该品类在非一线城市有较高渗透。

启示

✓ 聚焦青年市场

品牌应针对18-35岁人群设计产品和营销策略，强化年轻化形象，满足其个性化需求。

✓ 深耕下沉市场

加强二线及以下城市渠道布局，利用高渗透率优势扩大市场份额，提升品牌影响力。

核心发现2：高频消费稳定，中小规格主导



每月2-3次消费占比最高31%，每周一次27%，每周多次18%，显示稳定高频需求。



单包装和三连包占比最高，分别为23%和19%，显示便捷性和适量购买偏好。



定制装和散装仅占3%和1%，小众规格市场渗透有限。

启示

✓ 强化核心产品线

重点发展单包装和三连包等主流规格，确保供应稳定，满足消费者高频购买习惯。

✓ 优化消费体验

提升产品便捷性和储存性，增强用户粘性，通过包装创新巩固市场份额。

核心发现3：线上渠道主导，社交推荐关键

-  消费者了解产品主要通过社交媒体推荐 (27%) 和电商平台搜索 (23%)。
-  购买渠道电商平台占38%，远超线下便利店 (22%) 和超市 (18%)。
-  朋友口碑推荐占19%，显示社交影响力在消费决策中作用显著。

启示

- ✓ **加强线上营销**
加大电商平台和社交媒体投入，利用精准推荐和内容营销提升品牌曝光和转化率。
- ✓ **激发口碑传播**
鼓励用户分享真实体验，通过KOL合作和社区互动增强品牌信任和传播力。

核心逻辑：青年主导、个人决策、辣味驱动高频消费



1、产品端

- ✓ 强化辣味系列产品线
- ✓ 优化中小规格包装便捷性



2、营销端

- ✓ 聚焦微信抖音社交平台推广
- ✓ 合作美食博主真实用户分享



3、服务端

- ✓ 提升智能客服响应效率
- ✓ 加强电商平台售后服务

CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

2.1 研究说明

2.2 市场规模

2.3 品牌榜单

2.4 价格洞察

2.5 品类热词

1、研究内容

Research Contents

- 剖析 2025年一~三季度各月天猫、京东、抖音的市场情况；
- 评估 整体及各平台 CR10 市场集中度；
- 洞察 速食面皮线上市场不同价位产品销量与销售额占比，品牌布局；
- 分析 热词词云，洞察市场趋势与消费者需求。

2、研究对象

Research Object

- 研究对象为天猫、京东、抖音三大线上平台上销售速食面皮品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对速食面皮的购买行为；
- 速食面皮市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

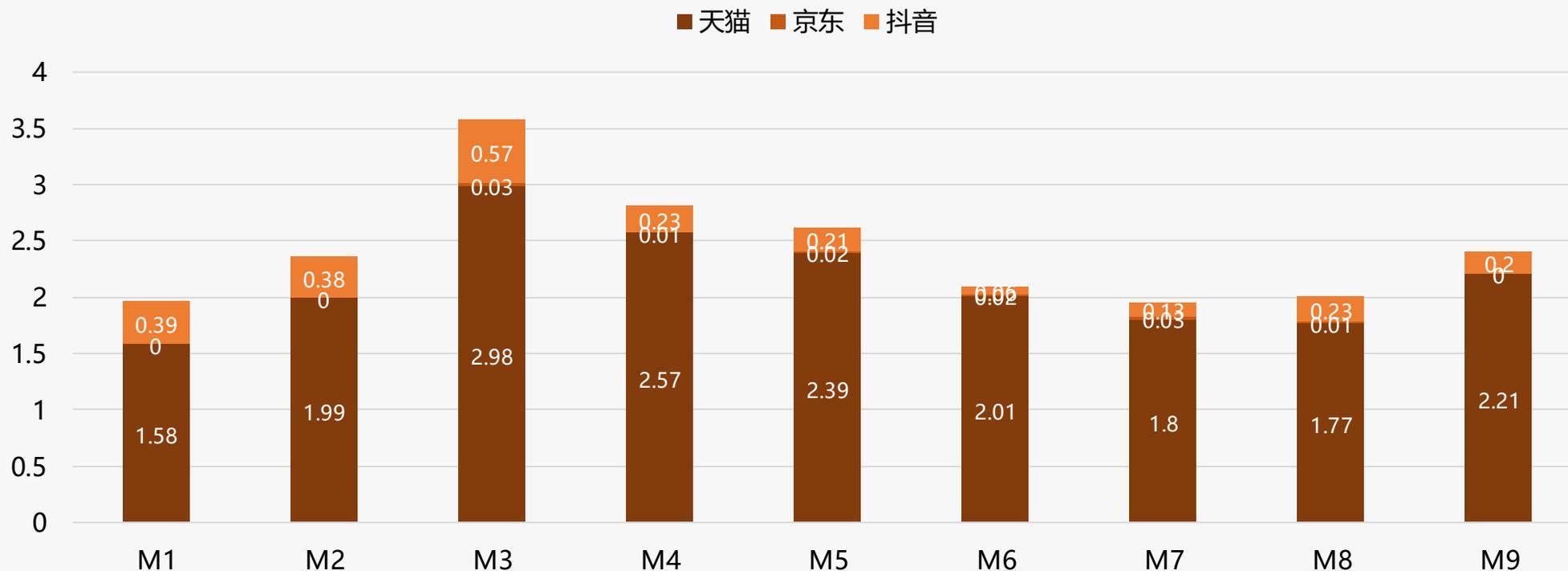
Research Method

- 数据分析法：收集并整理天猫、京东、抖音线上销售数据，运用数据分析工具与技术，计算速食面皮品类销售额、销售占比、CR10 等关键指标，量化分析市场规模、品牌竞争与价格情况
- 对比分析法：对比不同月份、不同平台速食面皮品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

天猫主导速食面皮 抖音增长潜力显著

- ◆从平台销售结构看，天猫占据绝对主导地位，1-9月累计销售额达1.93亿元，占比超过85%。京东和抖音销售额合计不足15%，显示品牌在天猫渠道的渗透率和用户心智占据显著优势，但需关注抖音等新兴渠道的增长潜力。
- ◆月度销售趋势显示季节性波动明显，3月为销售高峰，可能与春节后复工及促销活动相关。6-8月为淡季，销售额持续下滑，9月略有回升。建议企业优化库存周转率，在旺季前加强备货和营销投入。

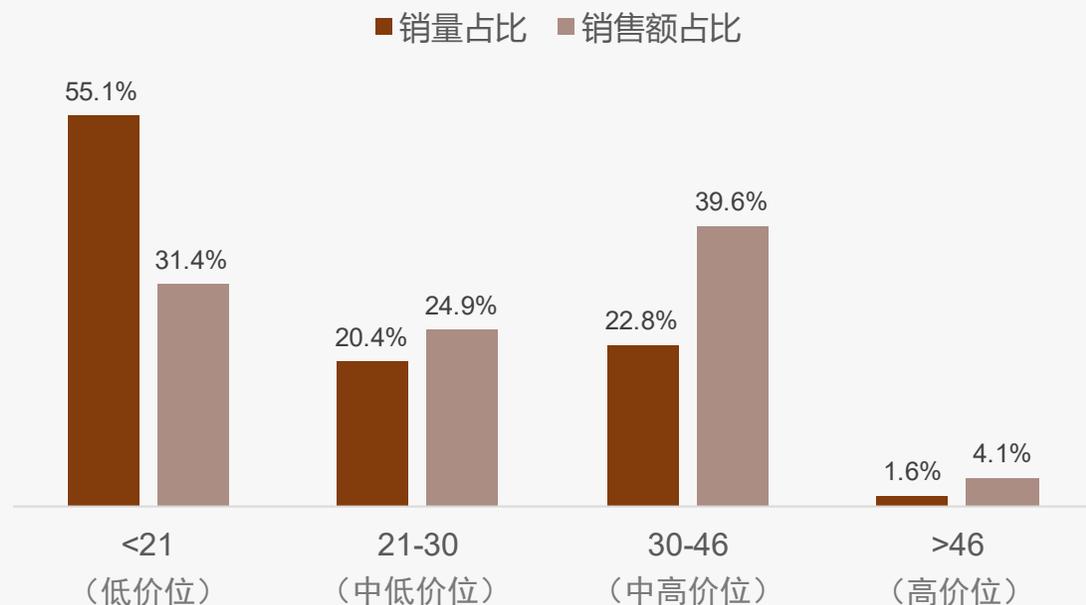
2025年一~三季度速食面皮品类线上销售规模（百万元）



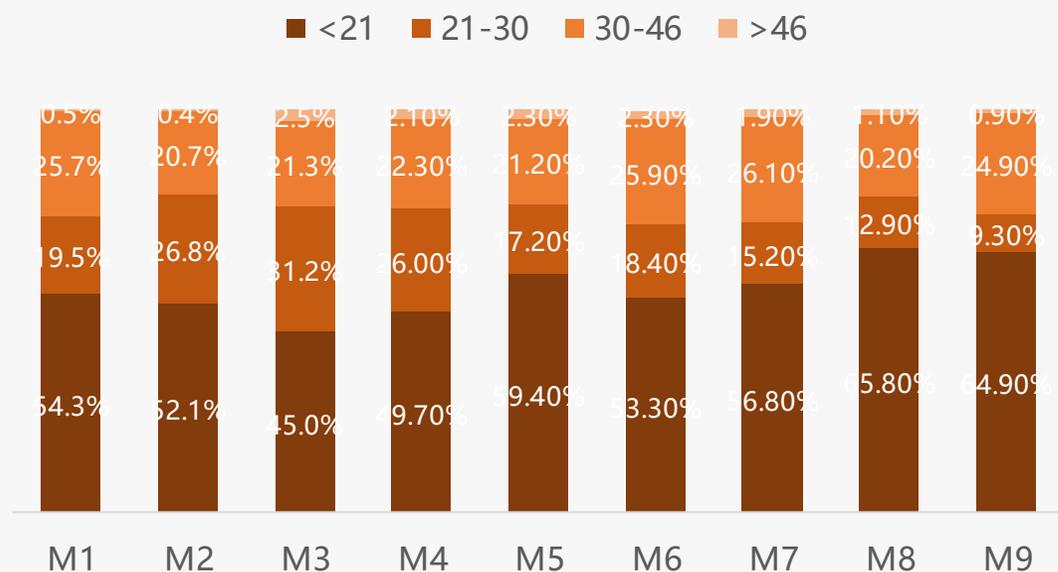
速食面皮低价主导 中高价位盈利关键

- ◆从价格带结构看，低价位（<21元）产品贡献了55.1%的销量但仅占31.4%的销售额，表明该品类以薄利多销为主；中高价位（30-46元）虽销量占比22.8%，但销售额占比达39.6%，显示出更高的客单价和盈利潜力，建议品牌优化产品组合以提升整体ROI。
- ◆月度销量分布显示，M1至M9期间，<21元价格带销量占比从54.3%波动上升至64.9%，而21-30元价格带从19.5%下降至9.3%，反映消费者偏好持续向低价倾斜。高价位（>46元）产品销量占比始终低于2.6%，销售额占比仅4.1%，表明高端市场渗透不足，存在增长瓶颈；结合中高价区间（30-46元）的稳定销售额贡献，建议通过产品升级或营销创新挖掘高端需求，以改善品类周转率和整体盈利能力。

2025年一~三季度速食面皮线上不同价格区间销售趋势



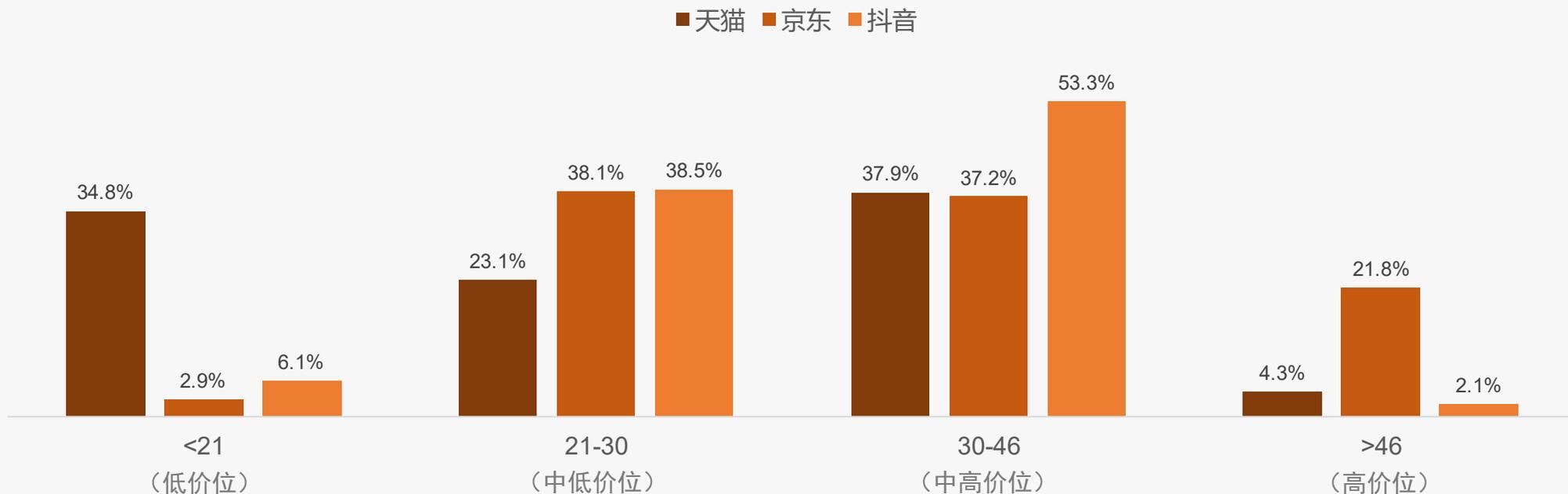
速食面皮线上价格区间-销量分布



中高端速食面皮主导电商市场

- ◆从价格带分布看，天猫平台30-46元价格区间占比最高（37.9%），抖音平台该区间占比达53.3%，显示中高端产品在电商渠道占据主导地位。京东平台>46元高价位占比21.8%，显著高于其他平台，反映京东用户对高端速食面皮接受度更高，建议品牌商在京东主推高毛利产品以提升ROI。低价位（<21元）产品在天猫占比34.8%，在京东仅2.9%，平台定位差异明显。
- ◆三大平台21-30元与30-46元价格区间合计占比均超60%（天猫61.0%、京东75.3%、抖音91.8%），验证中端价格带为市场核心。抖音中高端集中度最高，建议品牌商优化产品组合，在抖音强化30-46元主力产品投放，同时关注京东高价位产品周转率，实现渠道协同增长。

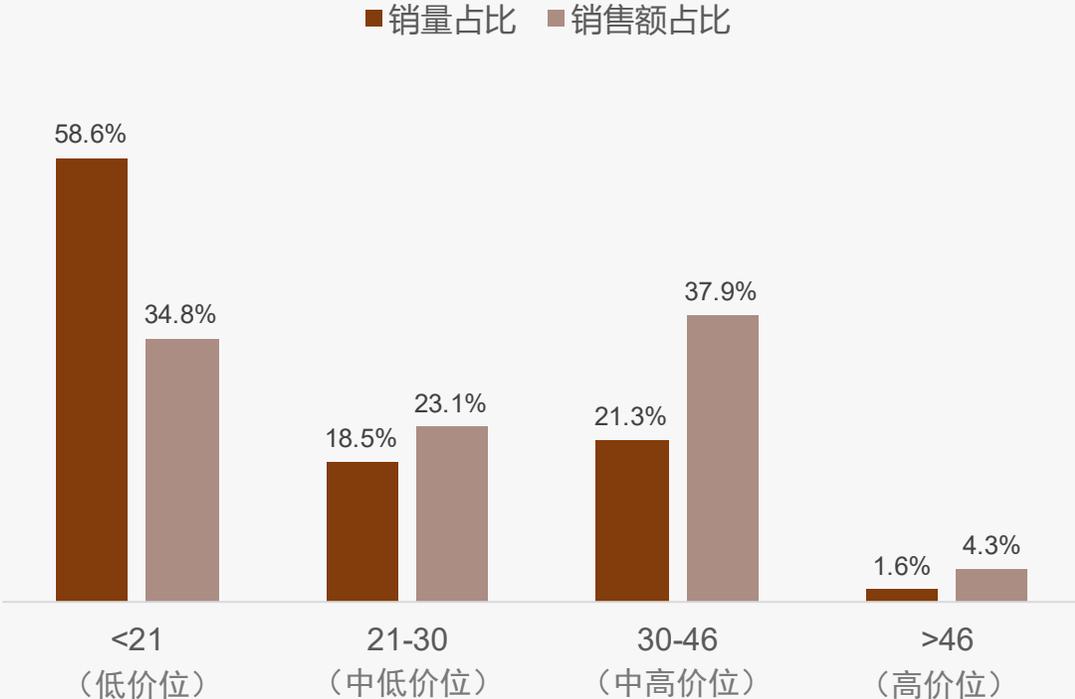
2025年一~三季度各平台速食面皮不同价格区间销售趋势



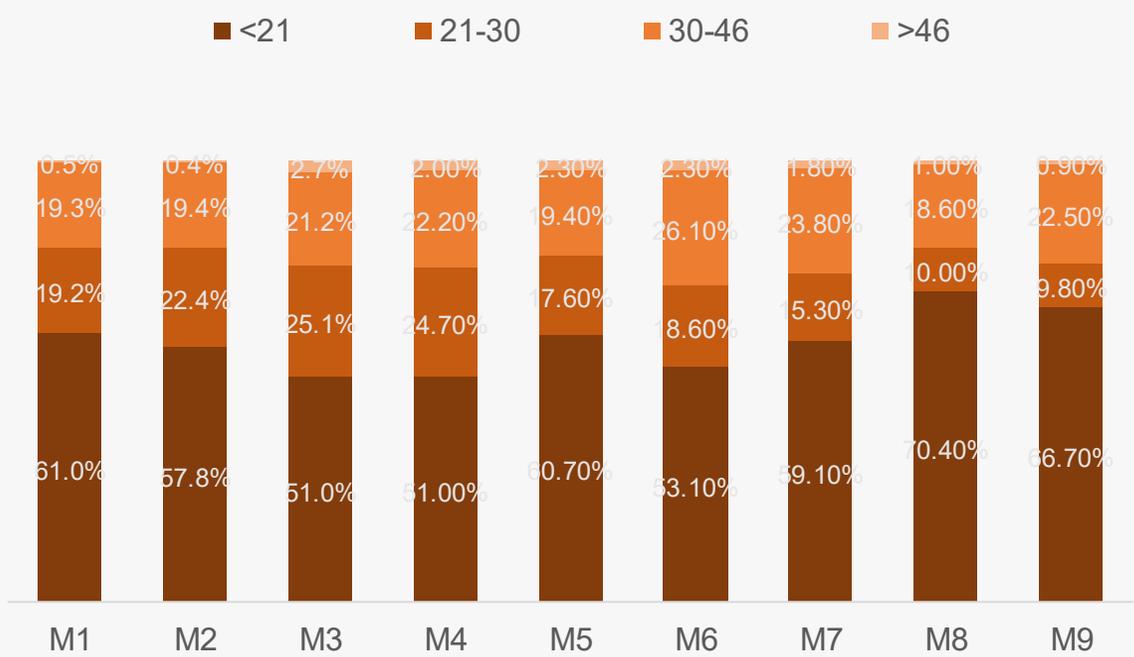
低价高销中端主导利润贡献

- ◆从价格带结构看，<21元低价区间销量占比58.6%但销售额占比仅34.8%，呈现高销量低贡献特征；30-46元中高端区间销量占比21.3%却贡献37.9%销售额，显示其单位价值更高。>46元超高端区间占比不足2%，市场培育空间有限。
- ◆月度销量分布显示消费分层加剧：M1-M4期间21-30元区间占比从19.2%升至24.7%，但M8-M9骤降至10%以下；同期<21元区间在M8达峰值70.4%，反映季度末消费者价格敏感度显著提升。30-46元区间表现稳健，销量占比稳定在18.6%-26.1%之间，且M6达到26.1%的季度峰值。该区间在销售额占比37.9%远超销量占比21.3%，说明产品溢价能力较强，是平台利润的核心贡献区间。

2025年一~三季度天猫平台速食面皮不同价格区间销售趋势



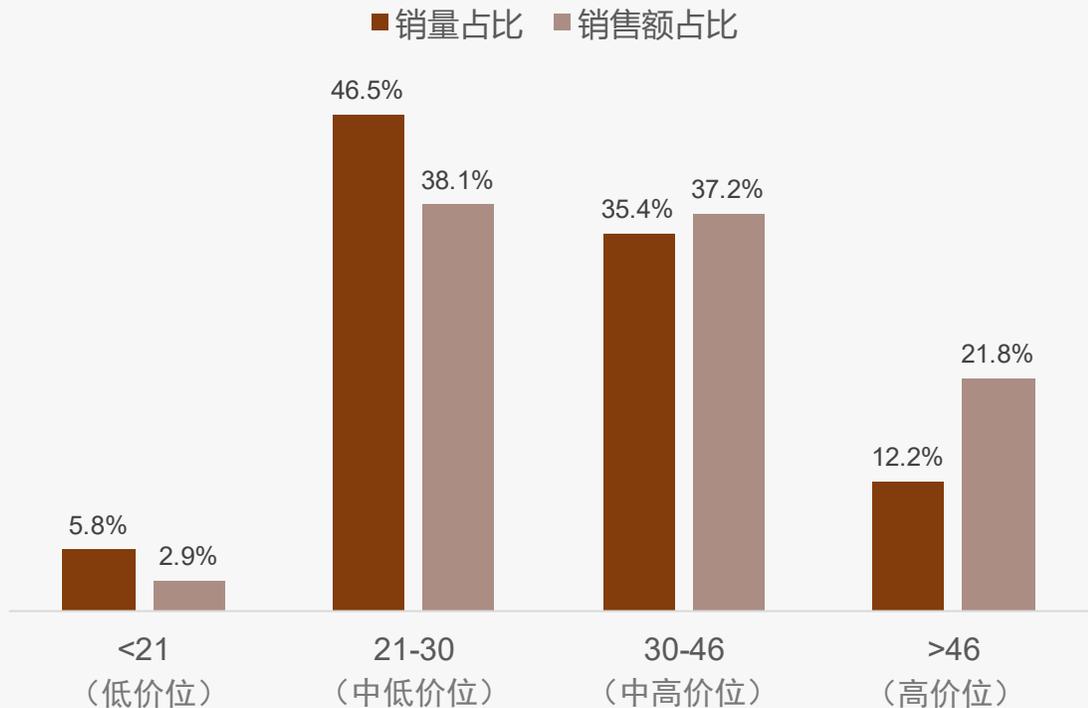
天猫平台速食面皮价格区间-销量分布



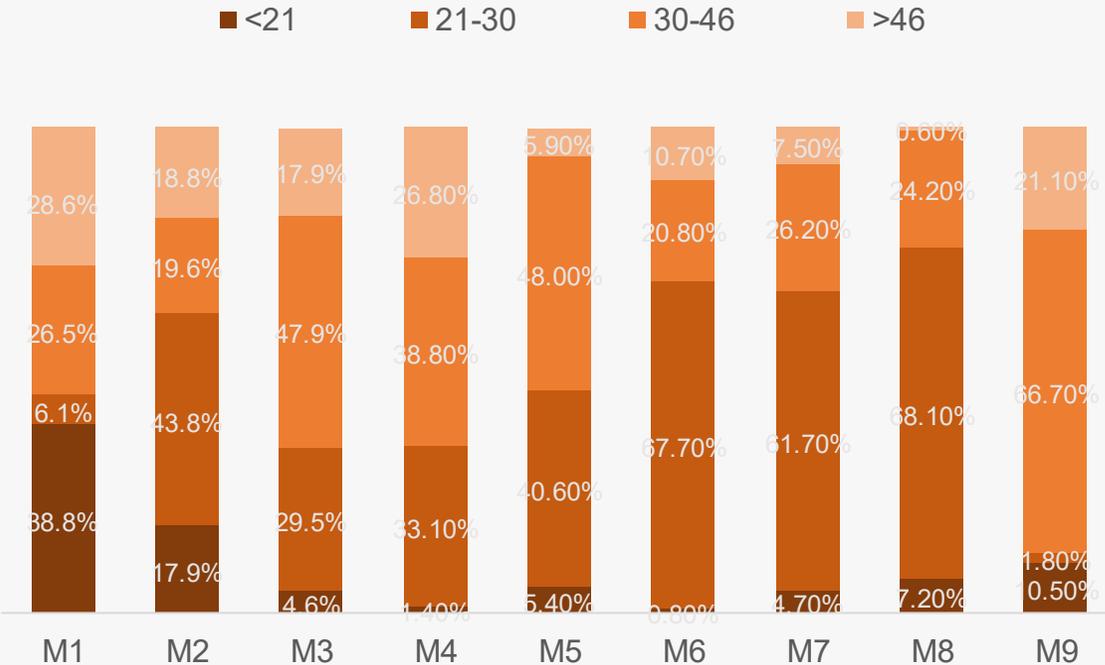
京东面皮中端主导 高价盈利 季节性波动

- ◆从价格区间销售趋势看，21-30元和30-46元区间为京东速食面皮核心市场，销量占比合计达81.9%，销售额占比合计75.3%。中端价格带占据主导地位，显示消费者偏好性价比产品。低价区间（<21元）销量占比仅5.8%，但销售额占比更低（2.9%），表明该区间产品单价偏低，对整体营收贡献有限。
- ◆月度销量分布显示明显季节性波动。M1-M3期间，>46元高价区间销量占比从28.6%降至17.9%，而30-46元区间从26.5%升至47.9%，反映年初消费降级趋势。M6-M8期间，21-30元区间销量占比均超60%，达到峰值67.7%-68.1%，表明夏季为大众价位销售旺季，需加强库存周转管理。

2025年一~三季度京东平台速食面皮不同价格区间销售趋势



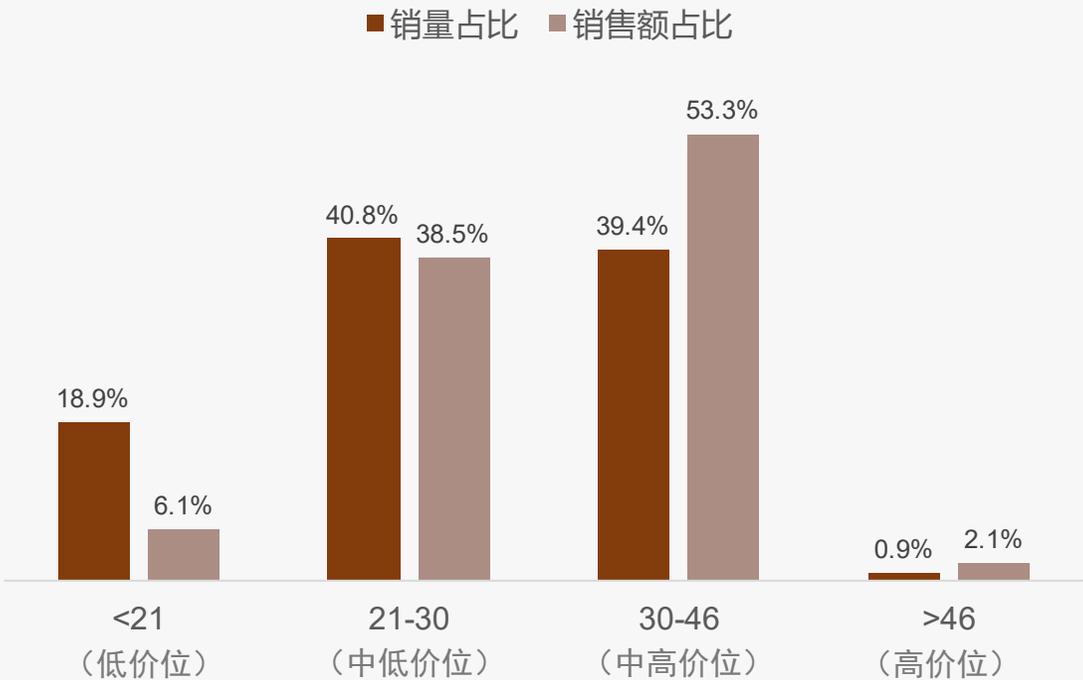
京东平台速食面皮价格区间-销量分布



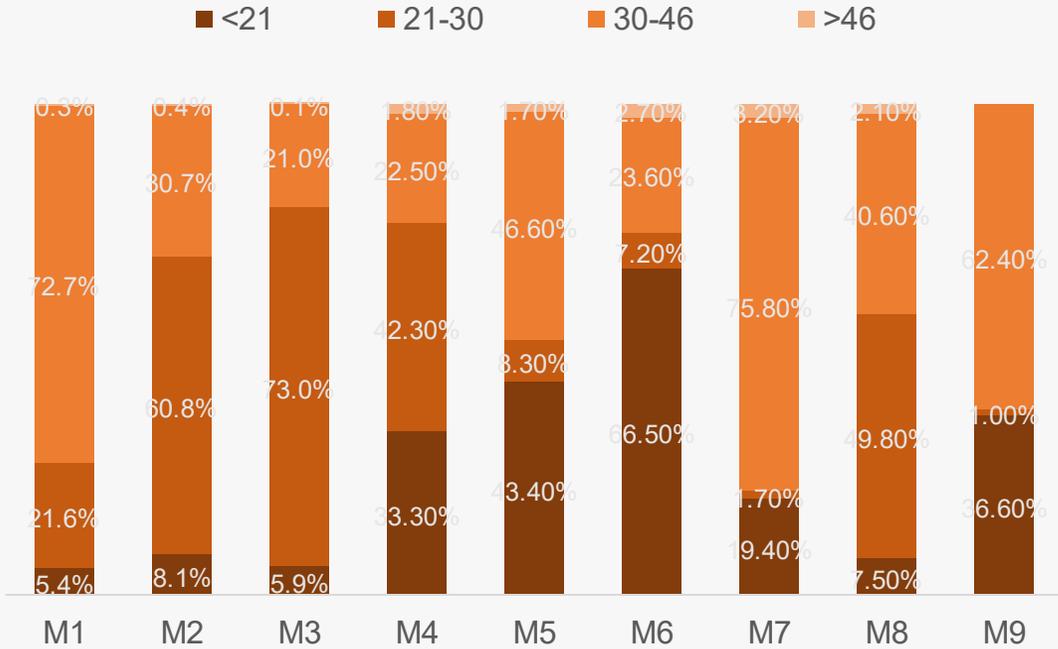
中高端面皮主导市场 优化结构提利润

- ◆ 从价格区间结构看，30-46元区间贡献了53.3%的销售额，是核心利润来源；21-30元区间销量占比40.8%但销售额占比仅38.5%，显示其毛利率偏低。>46元高端市场占比不足，存在消费升级空间。建议优化产品组合，提升高毛利SKU占比。
- ◆ 月度销量分布波动剧烈：M6月<21元低价产品占比飙升至66.5%，而M7月30-46元中高端占比反弹至75.8%，反映促销活动对价格敏感度的显著影响。需关注价格策略与促销节奏的协同，避免利润侵蚀。

2025年一~三季度抖音平台速食面皮不同价格区间销售趋势



抖音平台速食面皮价格区间-销量分布



CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

- 3.1 研究说明
- 3.2 基础画像及地域差异
- 3.3 消费者行为与场景模式
- 3.4 产品偏好与使用反馈
- 3.5 价格敏感度与支付意愿
- 3.6 品牌忠诚度与竞争者行为
- 3.7 社交传播与内容影响力
- 3.8 家庭决策与场景营销
- 3.9 数字化体验与未来需求

1、研究内容

Research Contents

- 洞察 速食面皮消费行为、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 消费者营销潜力。

2、研究对象

Research Object

- 最近1年内购买过速食面皮的消费者；
- 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

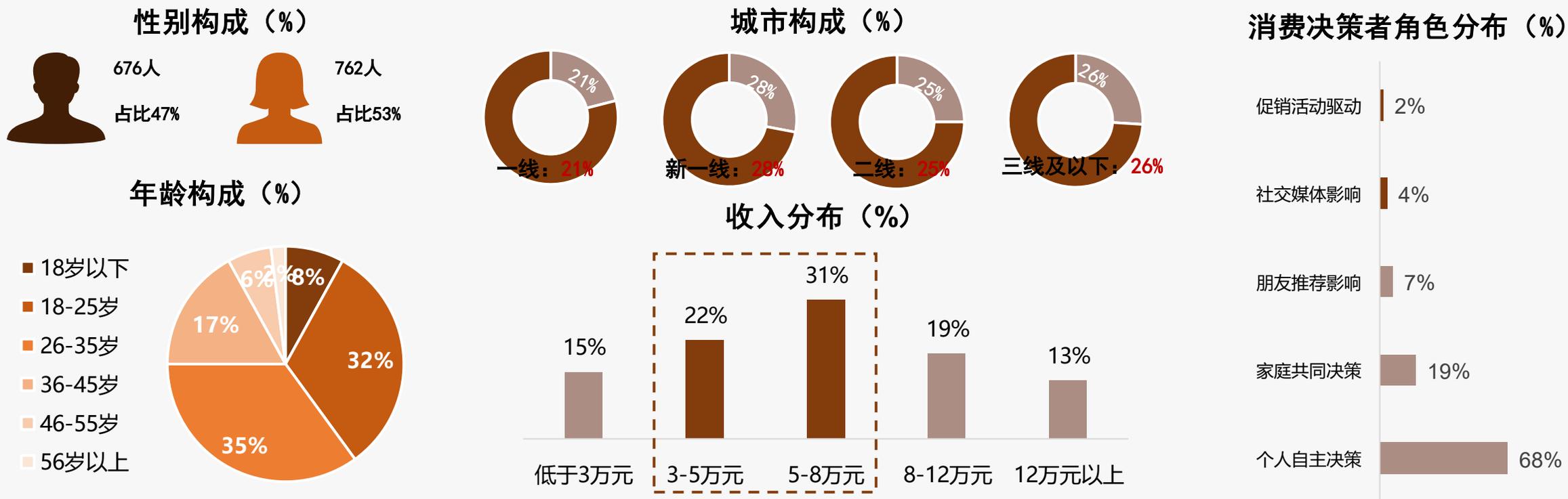
投放形式	在线定量调研
投放区域	中国大陆（不含港澳台），充分覆盖主要城市
投放时间	2025年9月
样本数量	N=1438

青年主导 个人决策 速食面皮消费

◆速食面皮消费主力为18-35岁人群，占比67%，其中26-35岁占35%。女性消费者略多，占53%。城市分布中新一线占28%，二线及以下合计79%。

◆收入5-8万元群体是核心消费者，占比31%。消费决策以个人自主为主，占68%，家庭共同决策占19%，显示产品购买多为个人需求驱动。

2025年中国速食面皮消费者画像

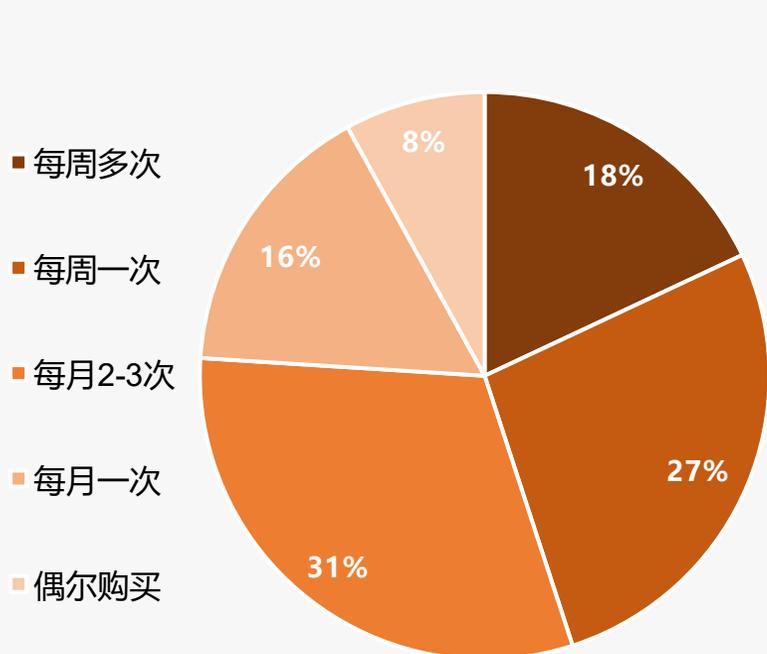


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

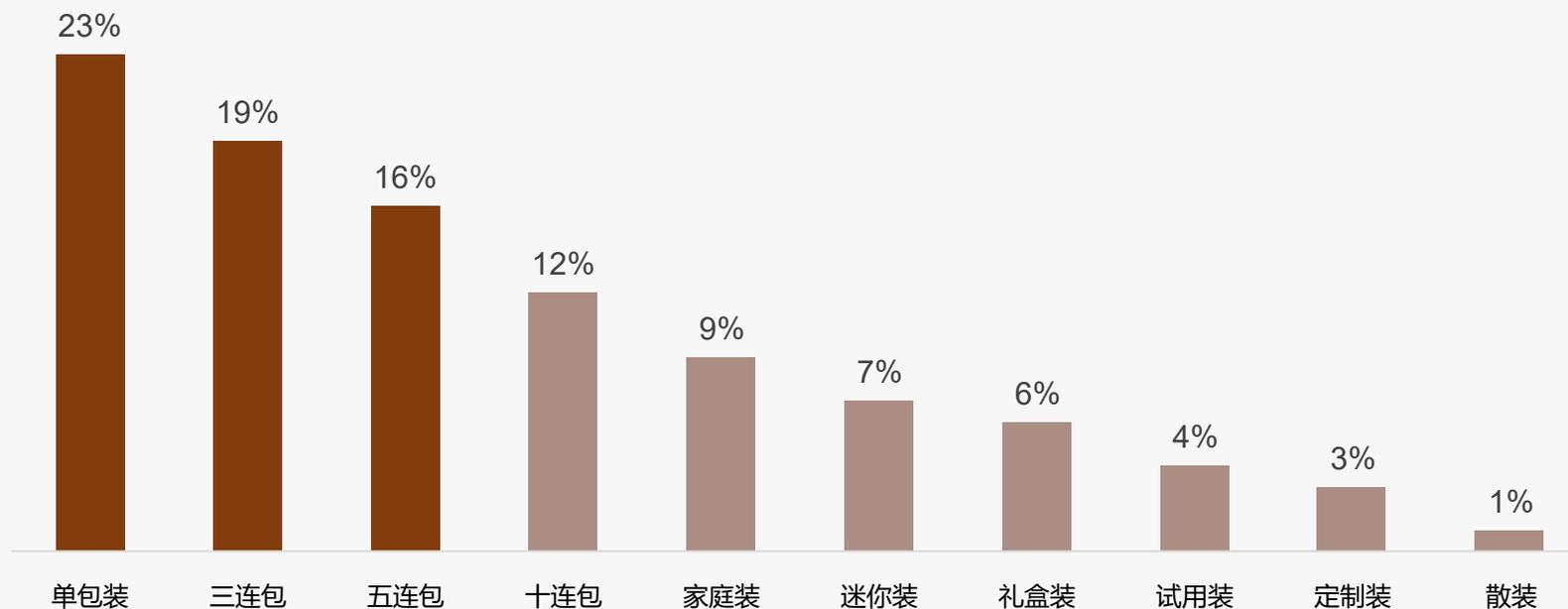
速食面皮高频消费 中小规格主导市场

- ◆消费频率显示每月2-3次占比最高31%，每周一次27%，每周多次18%，表明消费者对速食面皮有稳定的高频需求，已形成消费惯性。
- ◆产品规格中单包装23%、三连包19%占比最高，显示便捷性和适量购买偏好，而定制装3%、散装1%等小众规格市场渗透有限。

2025年中国速食面皮消费频率分布



2025年中国速食面皮消费产品规格分布

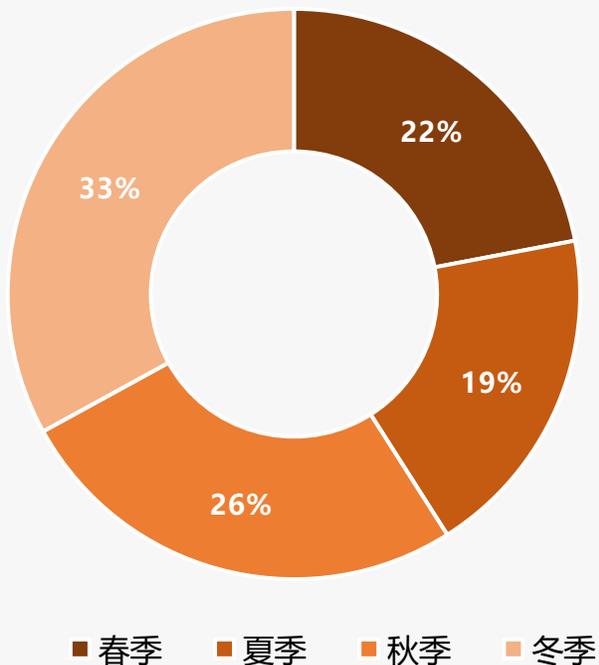


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

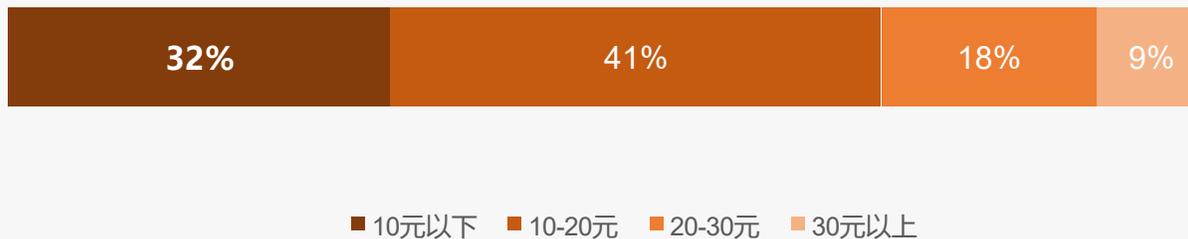
速食面皮消费集中低价冬季

- ◆速食面皮消费集中在10-20元价位，占比41%；冬季消费占比33%，明显高于其他季节，显示寒冷天气对热食需求有显著影响。
- ◆包装类型中袋装占45%，主导市场；真空包装仅4%，接受度低。消费行为反映便捷性和经济性是主要驱动因素。

2025年中国速食面皮消费行为季节分布



2025年中国速食面皮单次消费支出分布



2025年中国速食面皮消费品包装类型分布

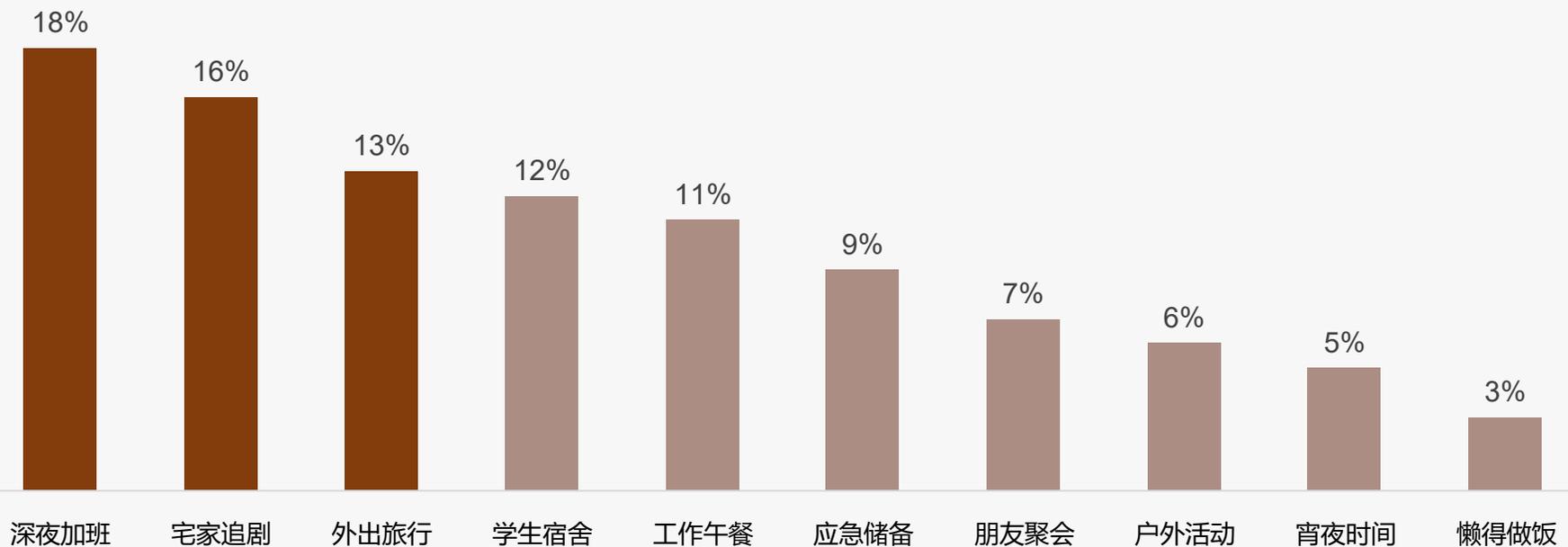


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

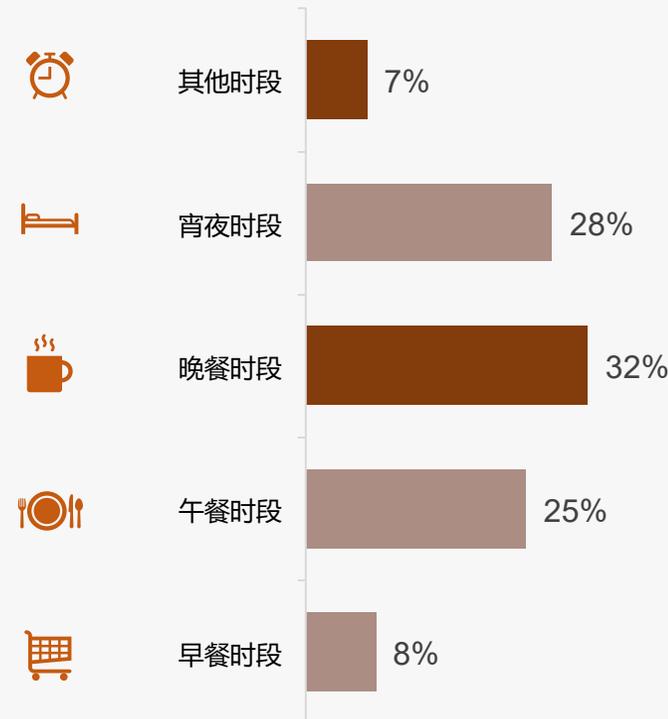
速食面皮 晚餐宵夜 主导消费

- ◆速食面皮消费集中于深夜加班（18%）和宅家追剧（16%）场景，体现其在个人休闲与工作压力下的高频便捷需求。
- ◆消费时段以晚餐（32%）和宵夜（28%）为主，午餐（25%）次之，显示其作为正餐或深夜补充的核心定位。

2025年中国速食面皮消费场景分布



2025年中国速食面皮消费时段分布

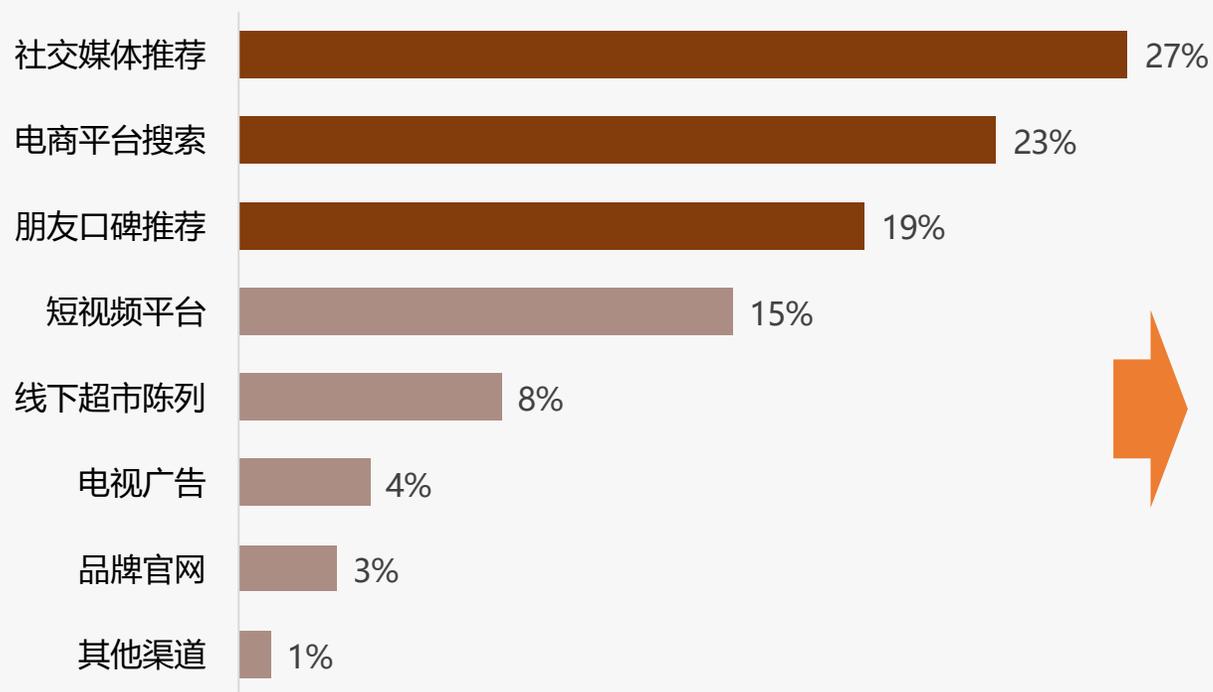


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

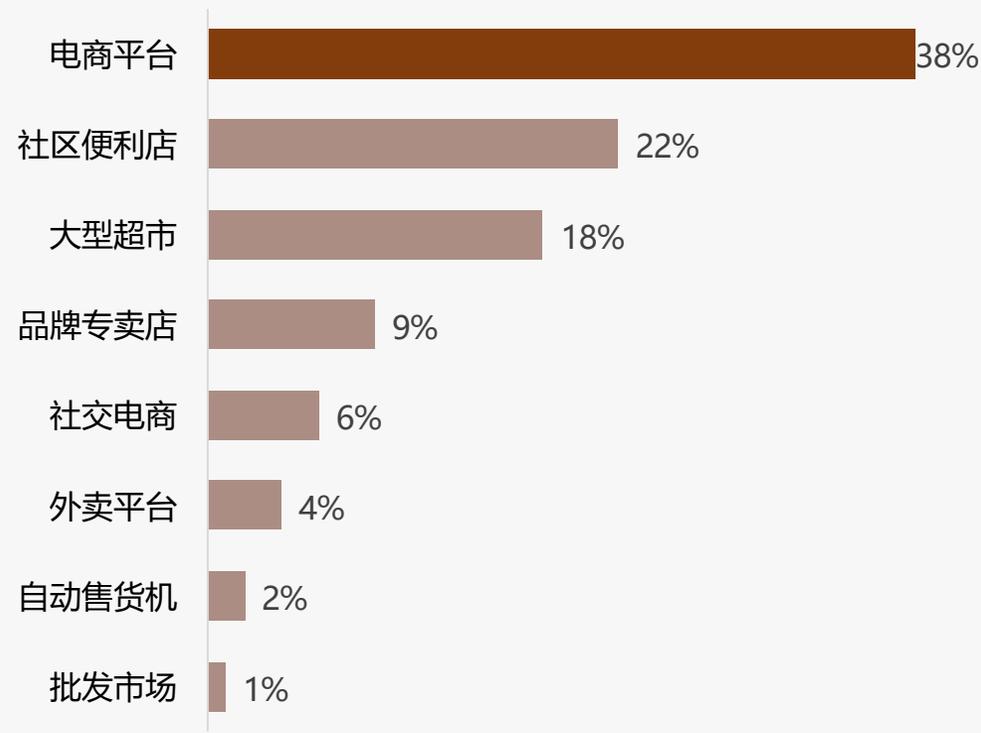
线上主导速食面皮消费渠道

- ◆消费者了解速食面皮主要通过社交媒体推荐（27%）和电商平台搜索（23%），线上渠道占主导，朋友口碑推荐（19%）也具影响力。
- ◆购买渠道电商平台（38%）占比最高，远超线下便利店（22%）和超市（18%），显示线上购物是主要消费方式，传统渠道作用有限。

2025年中国速食面皮消费者了解产品渠道分布



2025年中国速食面皮消费者购买产品渠道分布

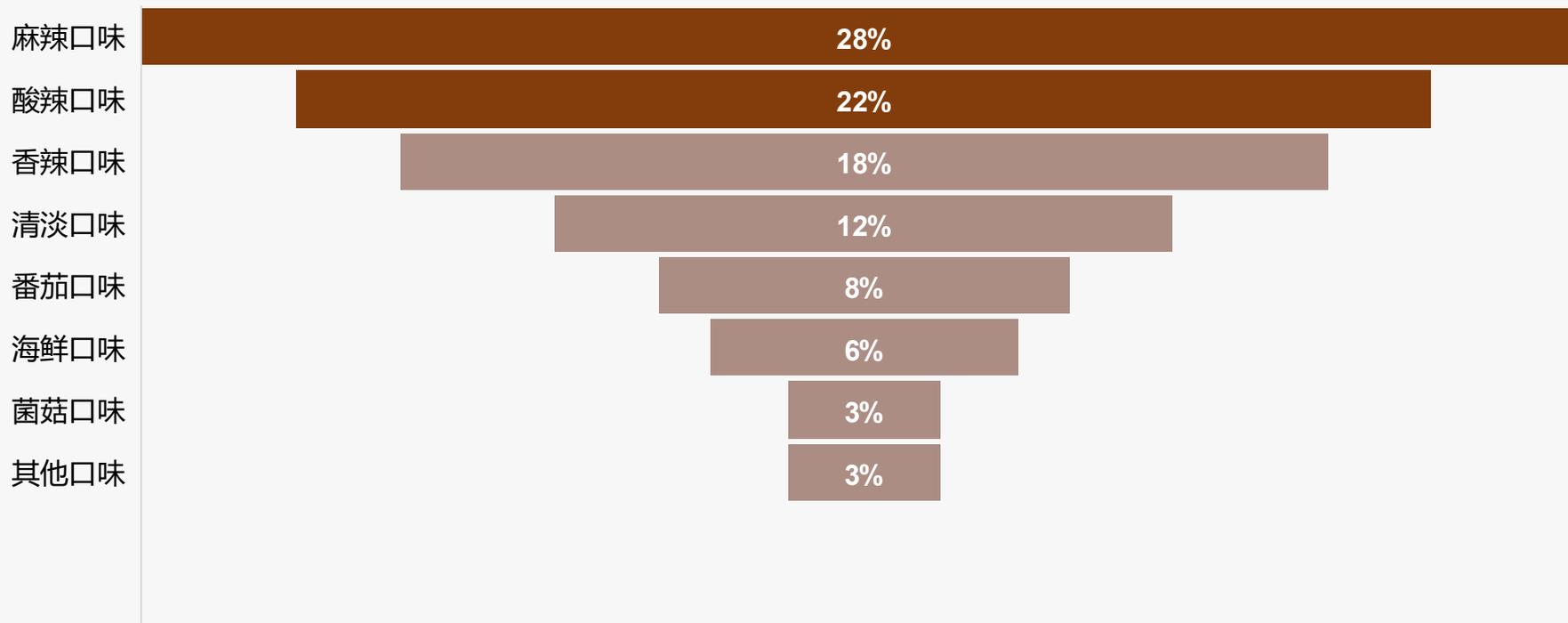


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

辣味主导速食面皮消费偏好

- ◆麻辣口味以28%的偏好度成为速食面皮市场最受欢迎的口味，酸辣口味以22%紧随其后，香辣口味占18%，三者合计68%，凸显辣味是消费主力。
- ◆清淡口味仅占12%，番茄和海鲜口味分别占8%和6%，菌菇和其他口味各占3%，非辣味市场相对较小但仍有稳定需求。

2025年中国速食面皮消费产品偏好类型分布

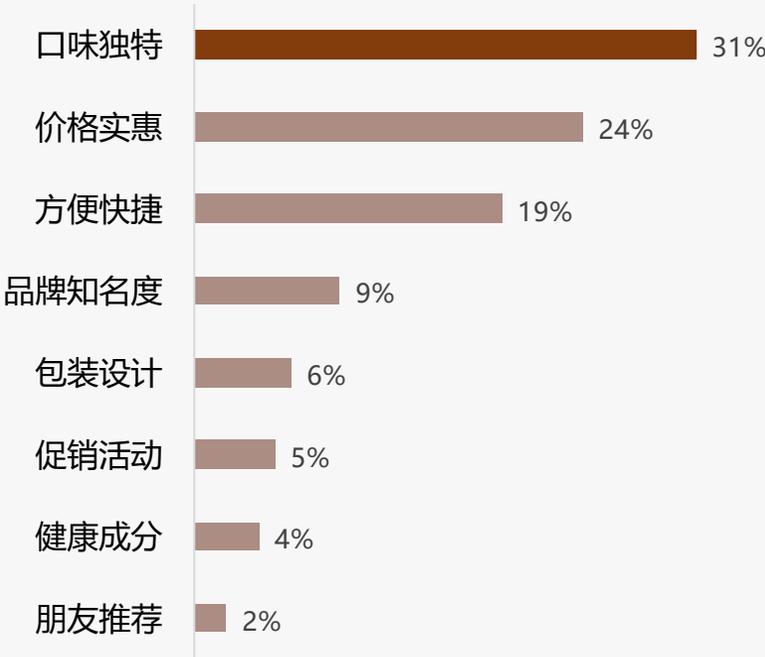


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

口味独特主导 节省时间解馋

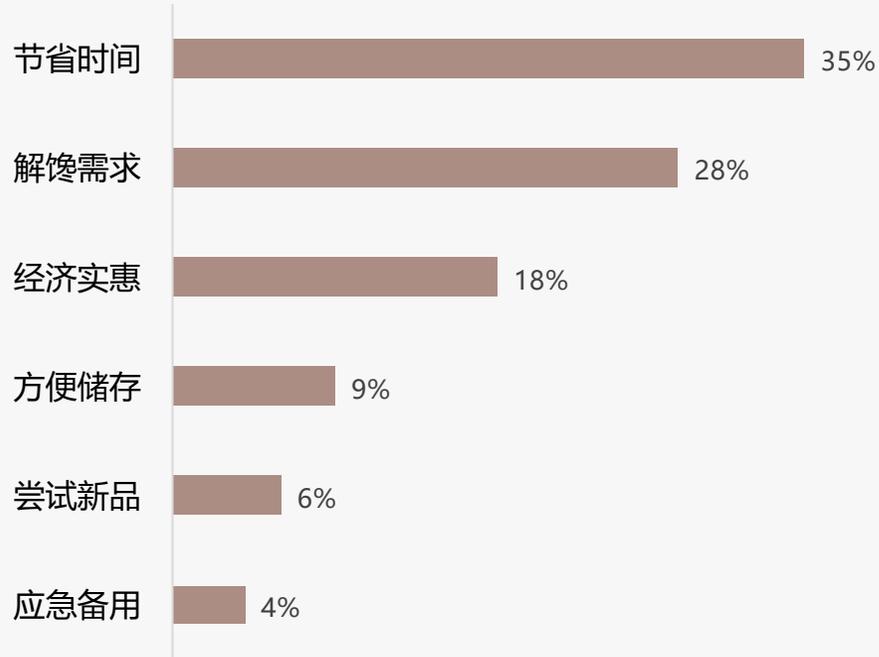
- ◆口味独特是吸引消费的首要因素，占比31%，远超价格实惠的24%和方便快捷的19%，显示消费者更看重产品创新。
- ◆节省时间占35%和解馋需求占28%主导消费原因，反映速食面皮作为便捷解馋工具的角色，经济实惠占18%略低。

2025年中国速食面皮吸引消费关键因素分布



样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

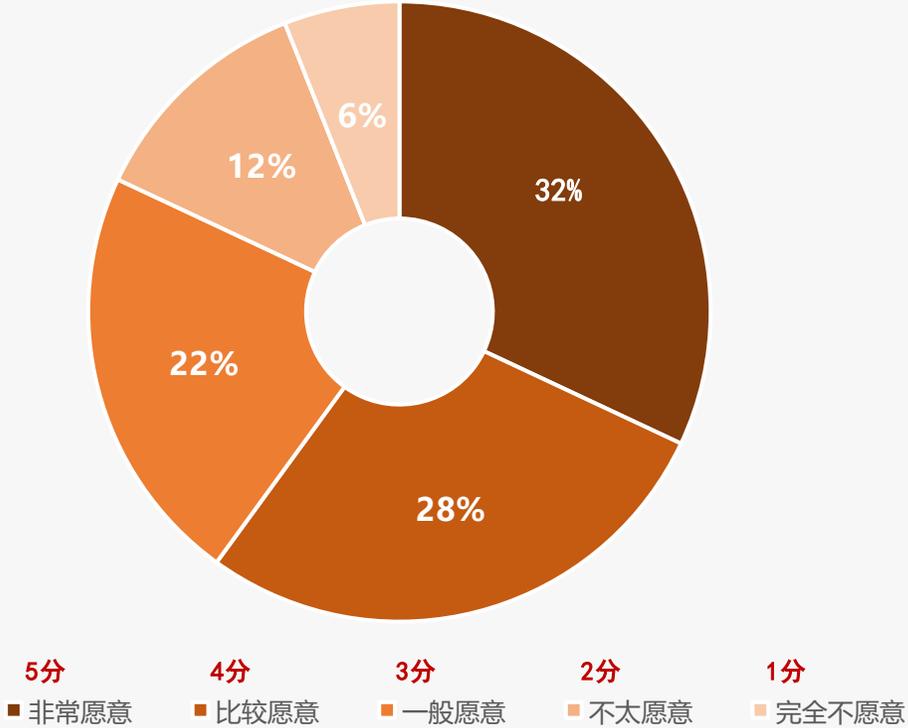
2025年中国速食面皮消费真正原因分布



推荐意愿高 口味价格需优化

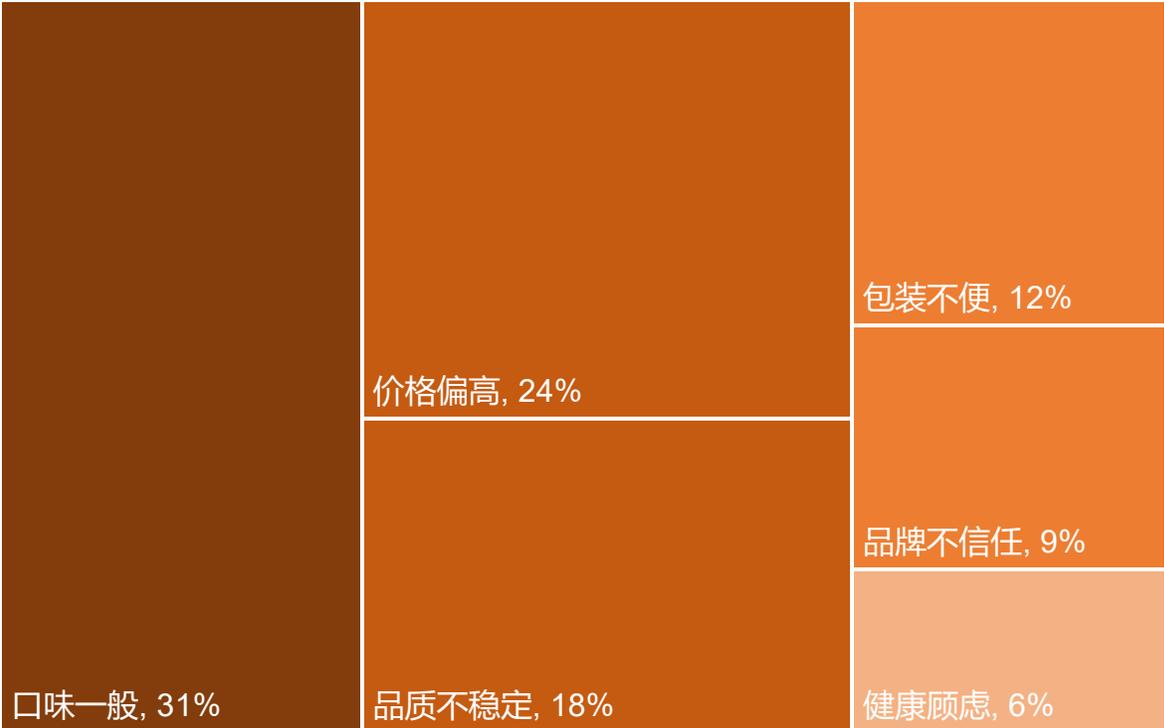
- ◆消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意合计达60%，显示产品有较强口碑传播潜力。
- ◆不愿推荐主因是口味一般（31%），价格偏高（24%）和品质不稳定（18%）也显著影响推荐意愿。

2025年中国速食面皮向他人推荐意愿分布



样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

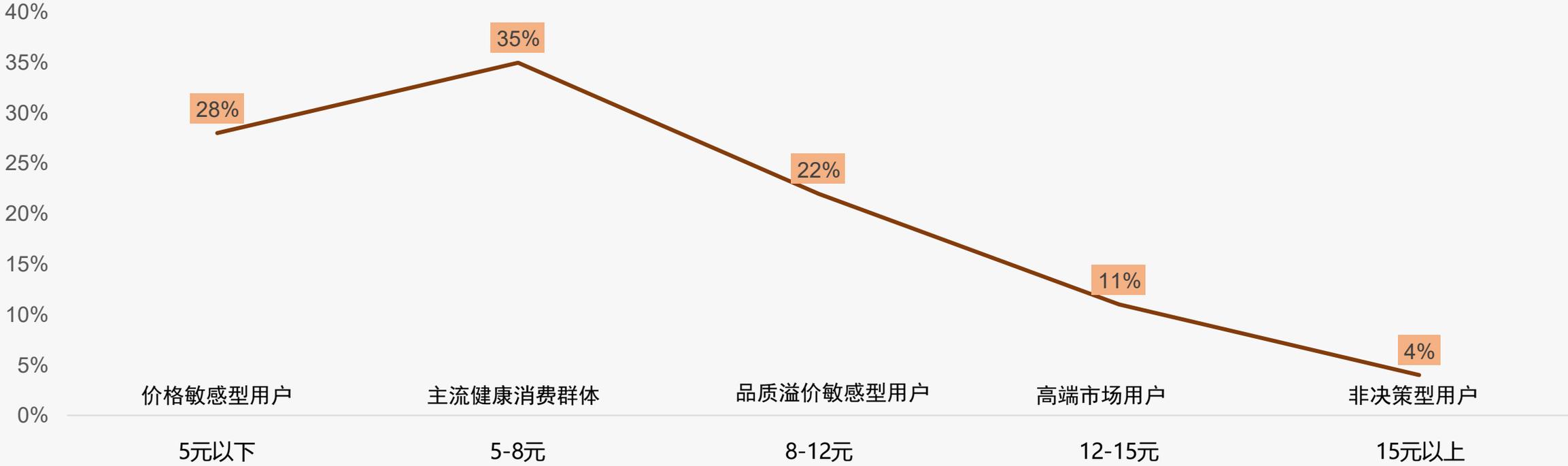
2025年中国速食面皮不愿向他人推荐原因分布



速食面皮价格接受度中等主导高端谨慎

- ◆速食面皮价格接受度集中在5-8元区间，占比35%；5元以下接受度为28%，显示中等和低价位主导市场。
- ◆高端价格接受度低，12-15元占11%，15元以上仅4%，合计15%，消费者对高价产品持谨慎态度。

2025年中国速食面皮最受欢迎规格价格接受度



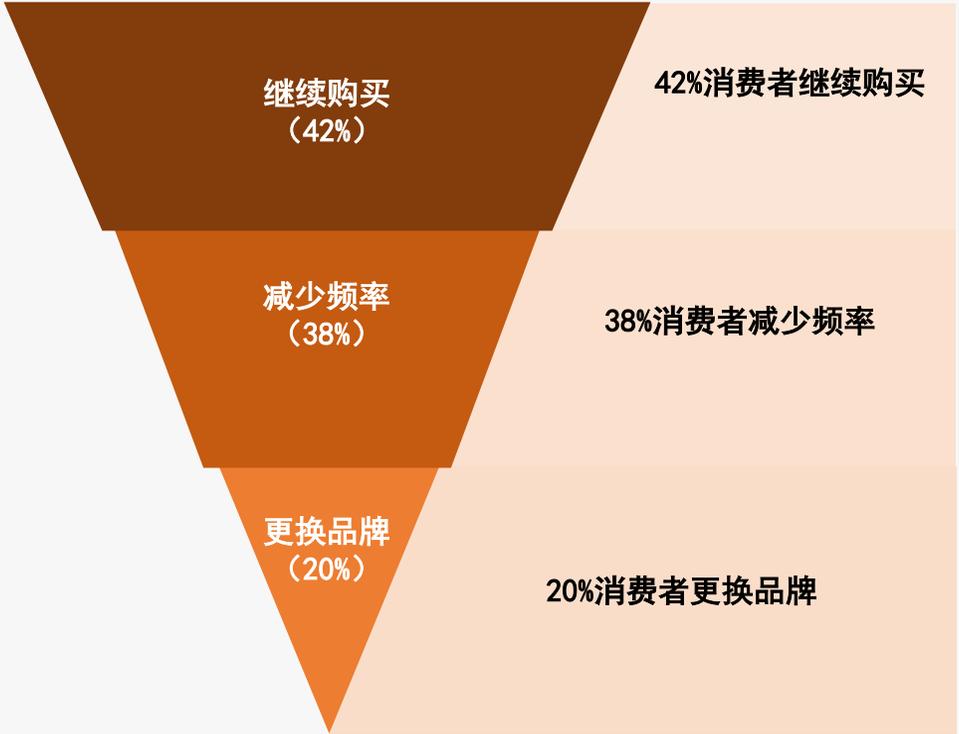
样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

注：以单包装规格速食面皮为标准核定价格区间

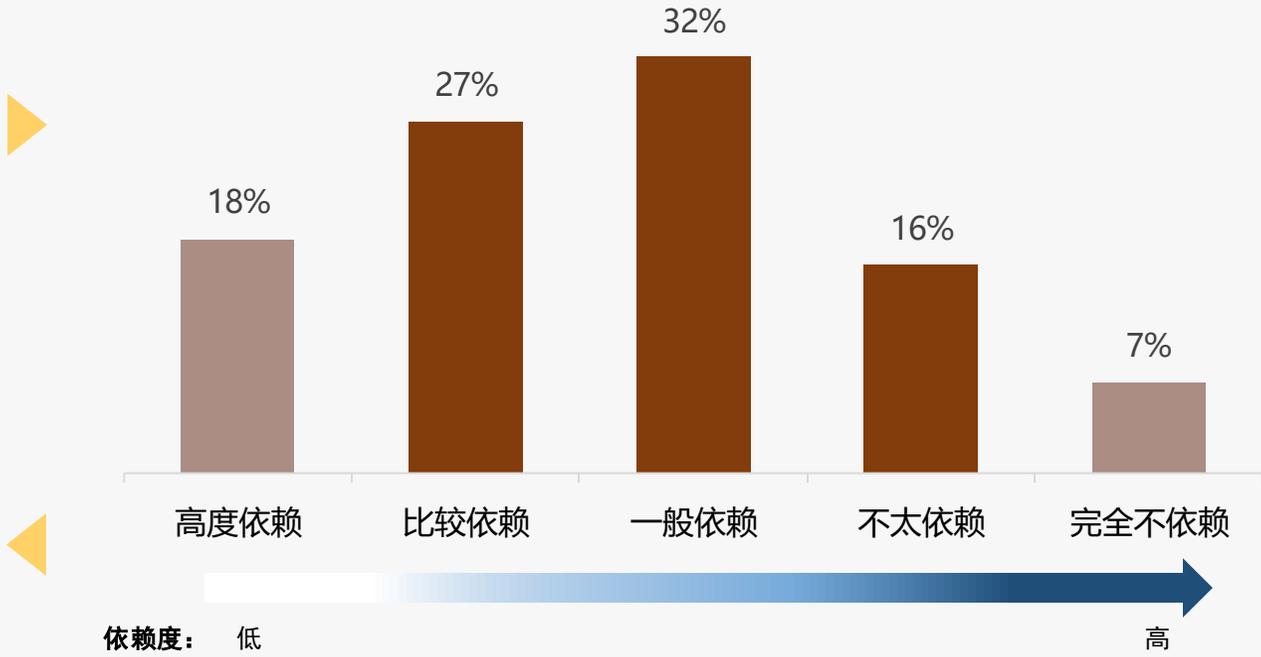
品牌忠诚度高 促销影响显著

- ◆价格上涨10%时，42%消费者继续购买，38%减少频率，仅20%更换品牌，显示品牌忠诚度较高。
- ◆对促销活动依赖程度中，高度依赖和比较依赖合计占45%，一般依赖占32%，促销对近半数消费者影响显著。

2025年中国速食面皮价格上涨10%购买行为分布



2025年中国速食面皮对促销活动依赖程度分布

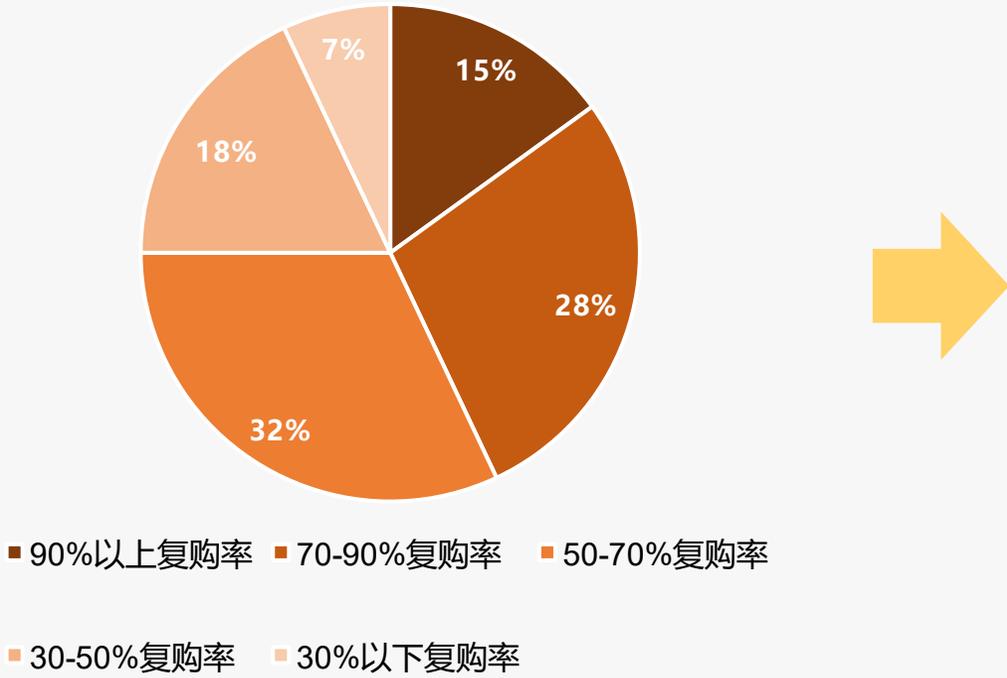


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

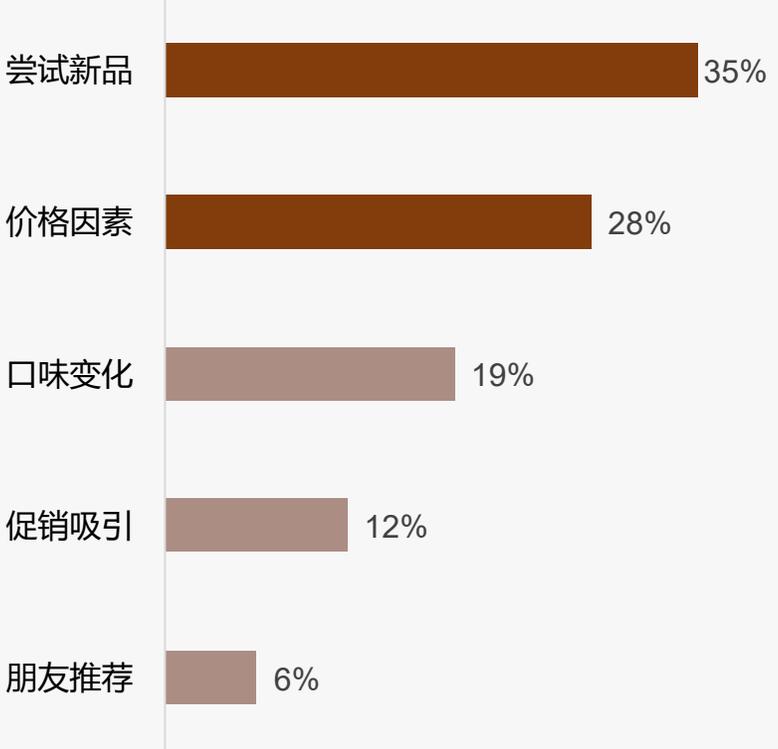
品牌忠诚度低 新品价格敏感高

- ◆固定品牌复购率中，50-70%复购率占比最高达32%，但90%以上高复购率仅15%，显示品牌忠诚度有较大提升空间。
- ◆更换品牌原因中，尝试新品占比最高为35%，价格因素占28%，反映消费者对新口味探索 and 价格敏感度较高。

2025年中国速食面皮固定品牌复购率分布



2025年中国速食面皮更换品牌原因分布

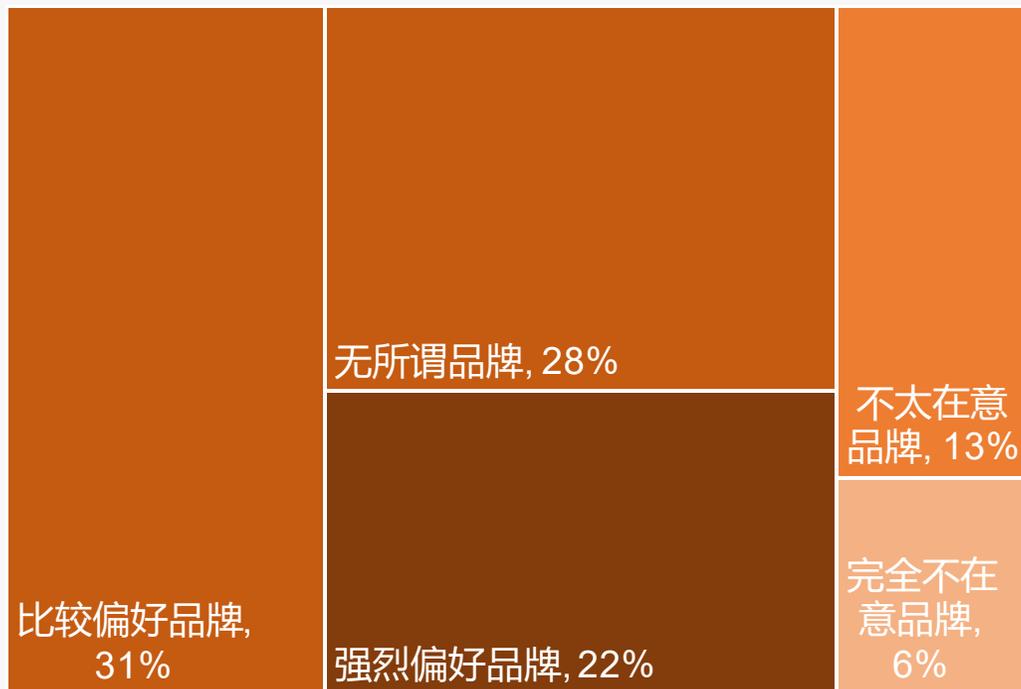


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

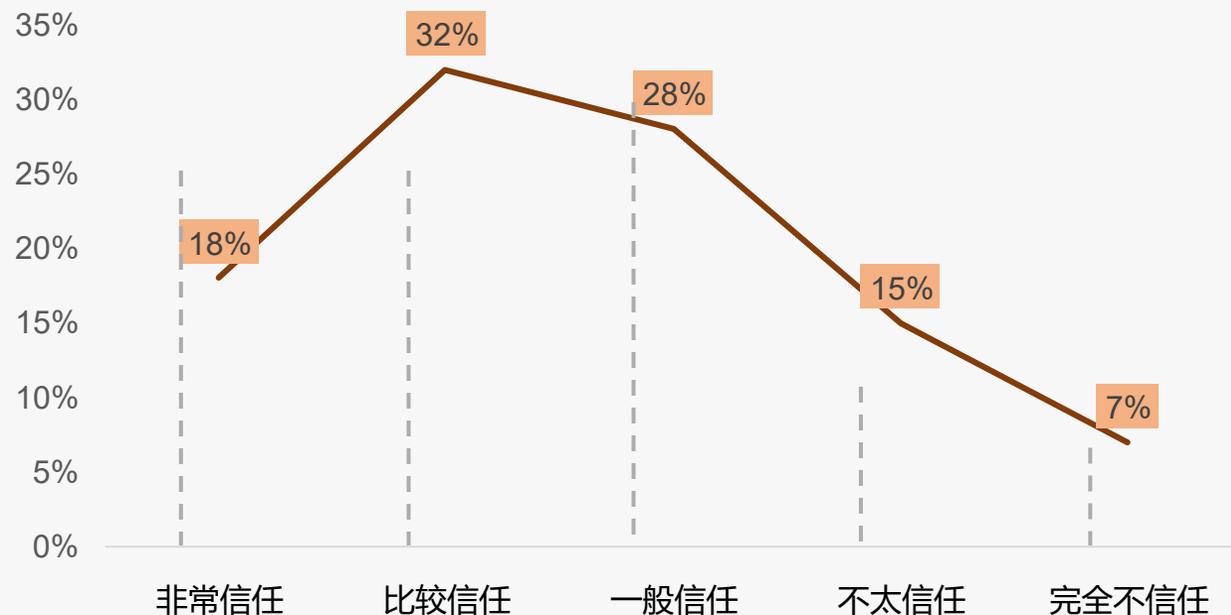
过半消费者偏好品牌 五成用户表示信任

- ◆调查显示，53%消费者对速食面皮品牌有偏好，其中强烈偏好占22%，比较偏好占31%；28%消费者对品牌持无所谓态度。
- ◆品牌信任度方面，50%消费者表示信任，其中非常信任占18%，比较信任占32%；28%消费者持一般信任态度。

2025年中国速食面皮消费品牌产品意愿分布



2025年中国速食面皮对品牌产品态度分布

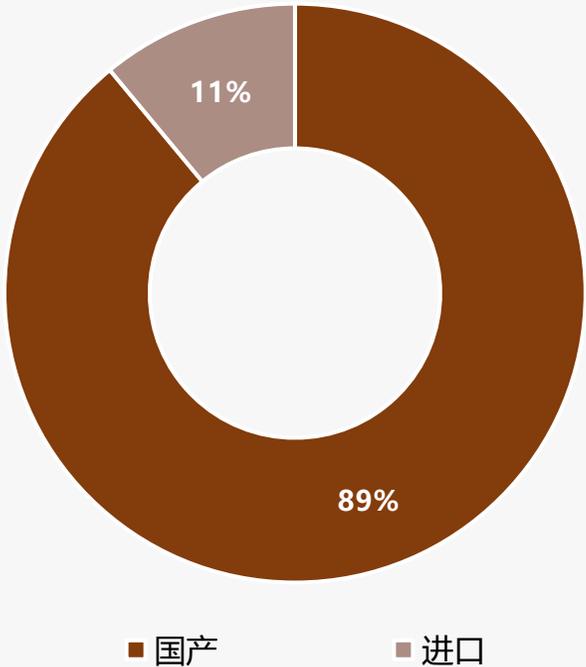


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

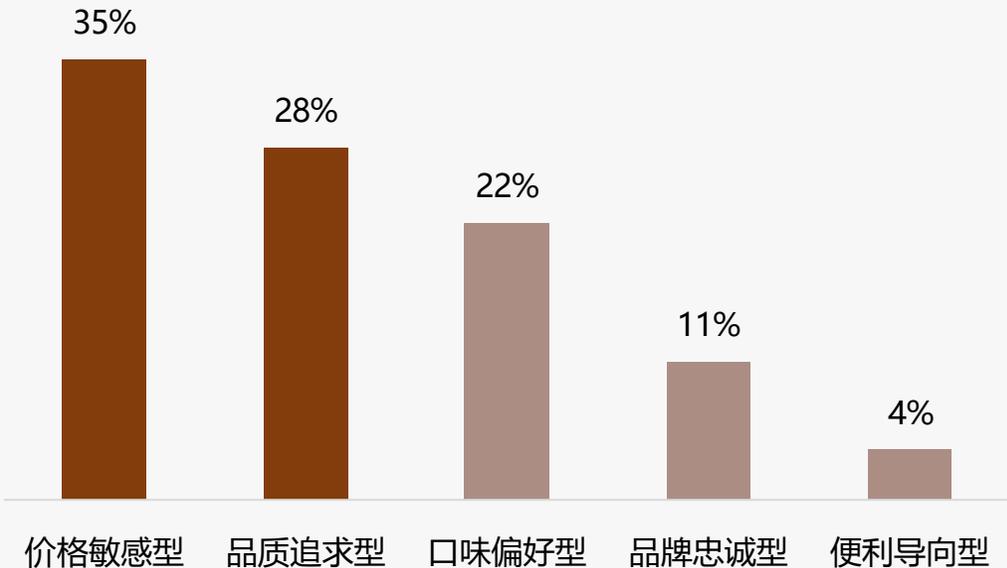
国产品牌主导 价格敏感最高

- ◆国产品牌在速食面皮市场占据89%的绝对主导地位，进口品牌仅占11%，显示消费者对本土产品的高度偏好。
- ◆价格敏感型消费者占比最高达35%，品质追求型占28%，表明市场对价格和品质因素最为关注。

2025年中国速食面皮国产和进口品牌消费分布



2025年中国速食面皮品牌偏好类型分布

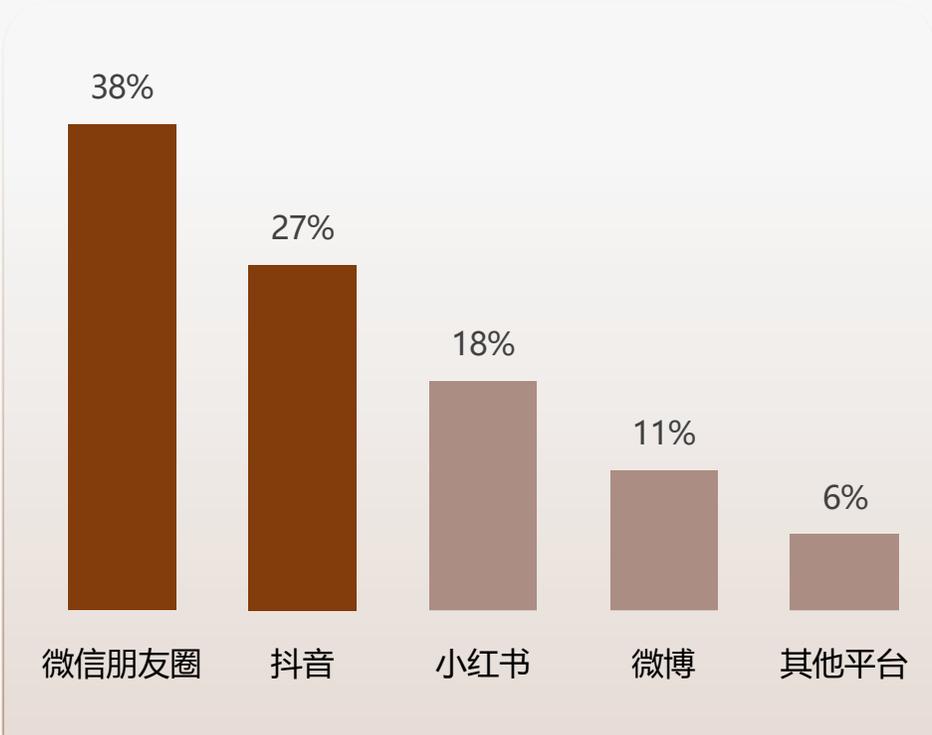


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

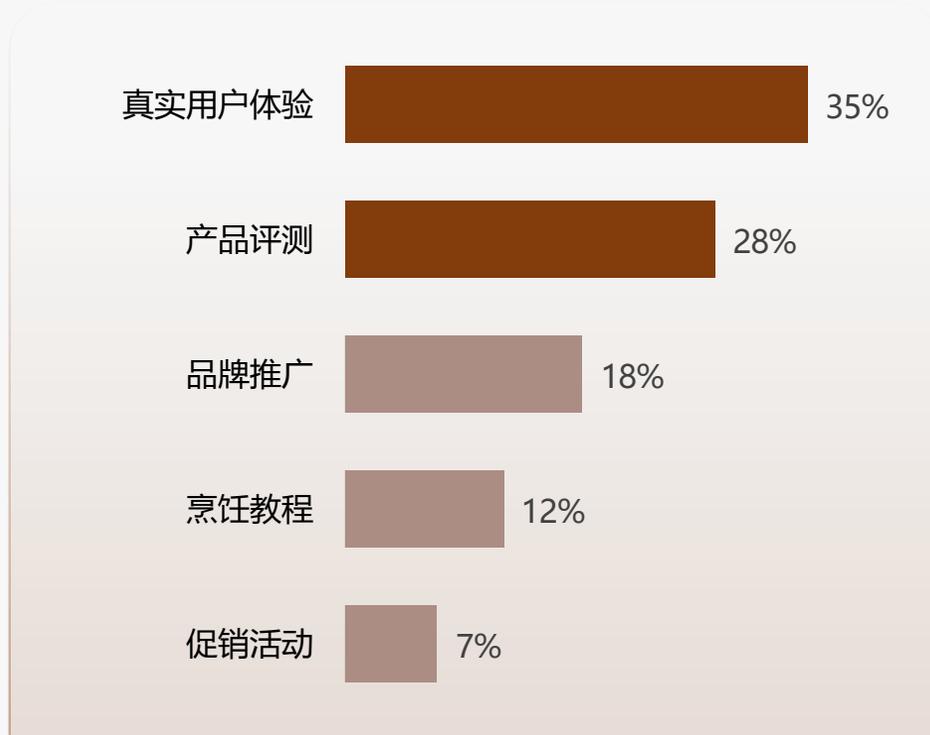
速食面皮社交分享重口碑

- ◆微信朋友圈和抖音是速食面皮社交分享的主要渠道，分别占比38%和27%，合计达65%，显示用户偏好熟人社交和短视频平台。
- ◆用户获取内容以真实用户体验和产品评测为主，分别占比35%和28%，共63%，强调口碑和客观评价在消费决策中的重要性。

2025年中国速食面皮社交分享渠道分布



2025年中国速食面皮社交渠道获取内容类型分布

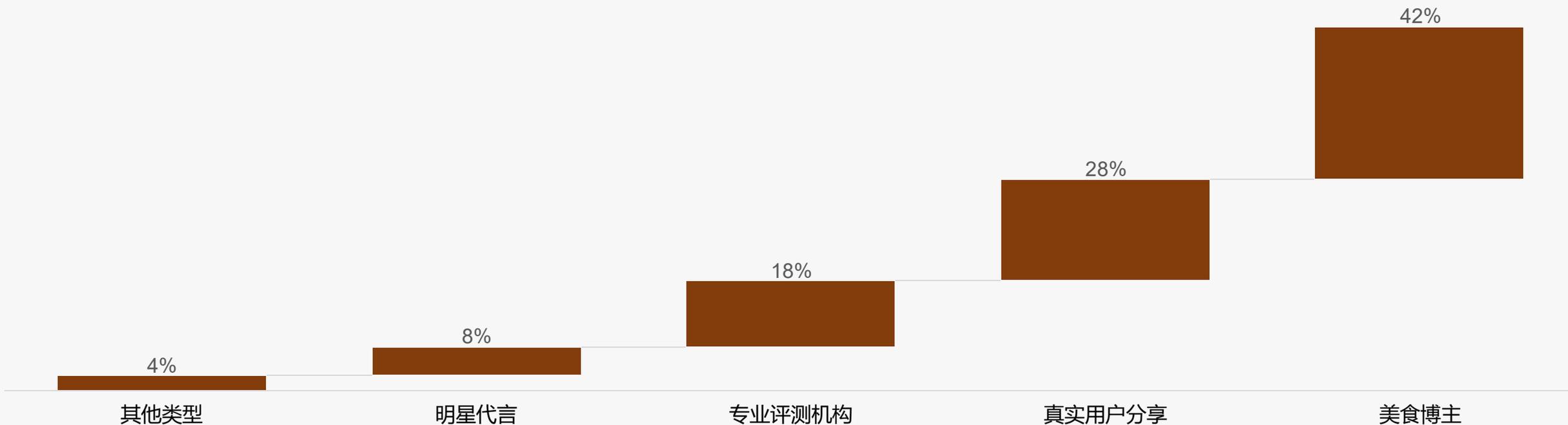


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

美食博主主导速食面皮消费决策

- ◆美食博主是社交渠道中最受信任的类型，占比42%，远高于其他类型，表明消费者更倾向于依赖专业美食内容进行消费决策。
- ◆真实用户分享占比28%，显示用户对同龄人真实体验的重视，而明星代言仅占8%，影响力相对有限。

2025年中国速食面皮社交渠道信任博主类型分布

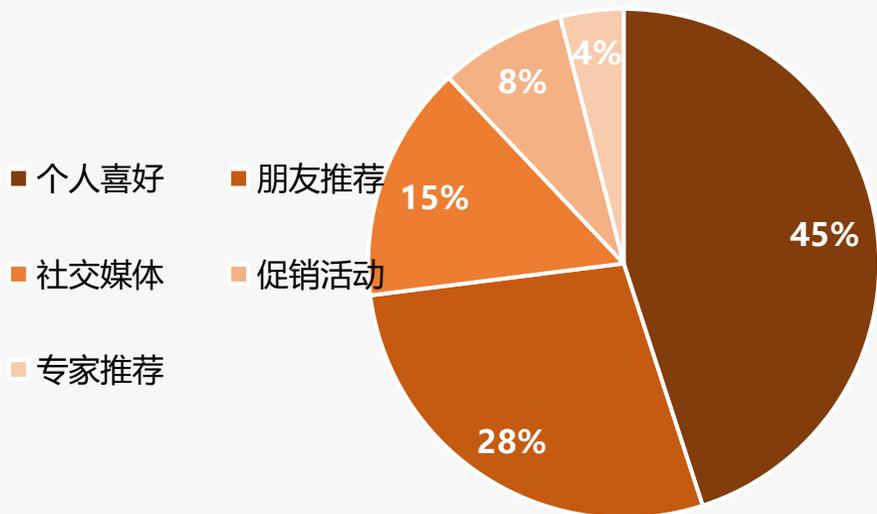


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

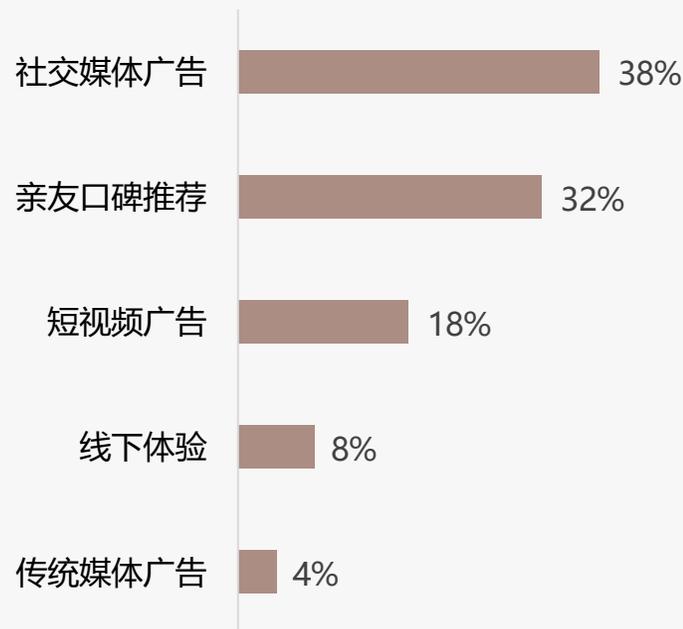
数字社交主导速食面皮消费

- ◆ 社交媒体广告以38%的接受偏好占比最高，亲友口碑推荐占32%，短视频广告占18%，显示数字和社交渠道是主要消费信息来源。
- ◆ 线下体验和传统媒体广告分别仅占8%和4%，表明传统营销方式对速食面皮消费者的吸引力相对较弱。

2025年中国速食面皮消费决策影响类型分布



2025年中国速食面皮广告接受偏好分布

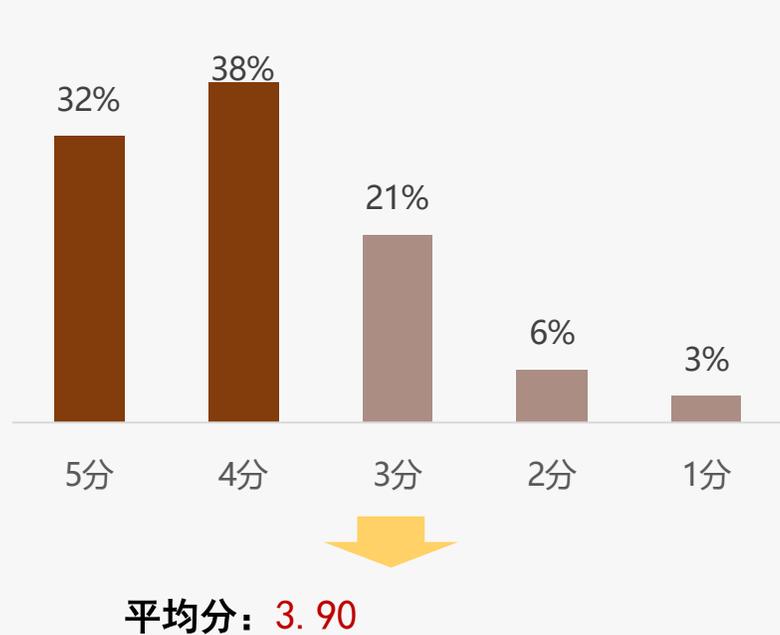


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

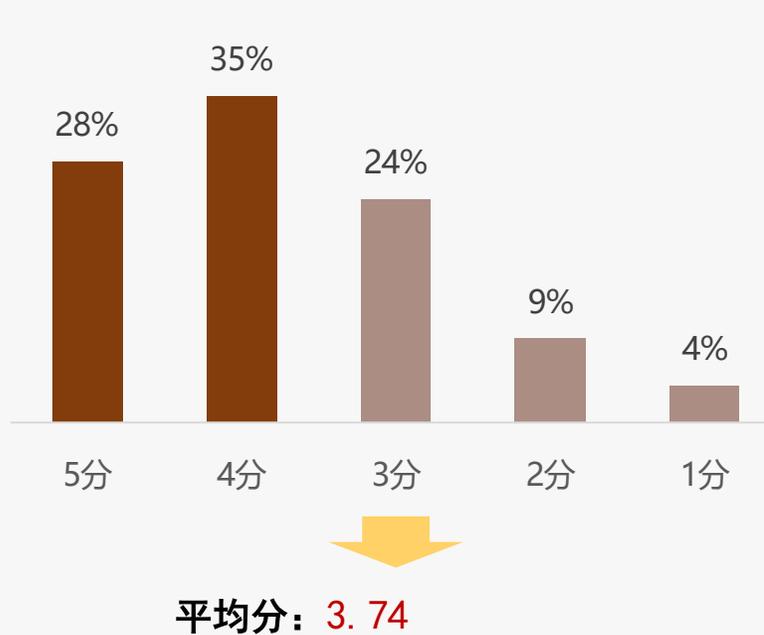
速食面皮线上消费体验良好客服待提升

- ◆线上消费流程满意度最高，5分和4分占比合计70%，其中4分占比38%最高；产品体验满意度次之，5分和4分占比合计63%。
- ◆线上客服满意度最低，5分和4分占比合计57%，3分占比28%突出；各环节均有低分反馈，提示优化空间。

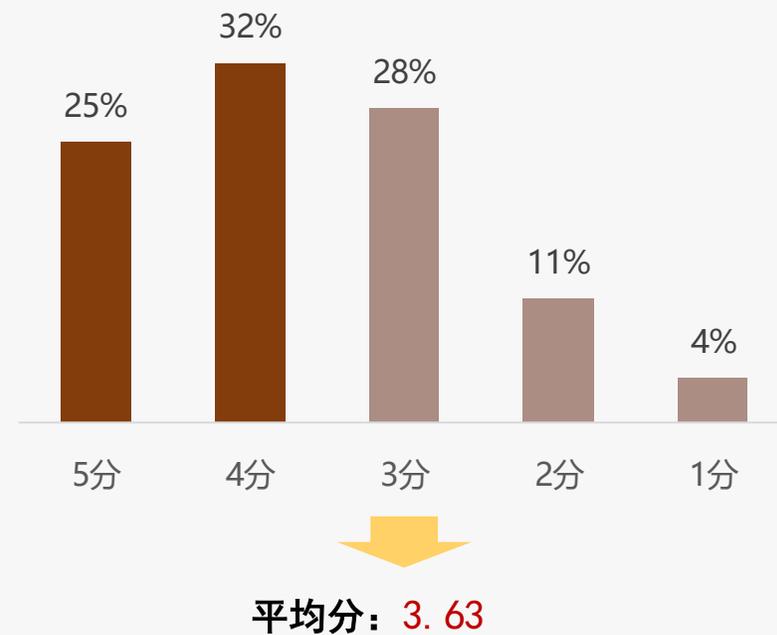
2025年中国速食面皮线上消费流程满意度分布



2025年中国速食面皮产品体验满意度分布



2025年中国速食面皮线上客服满意度分布

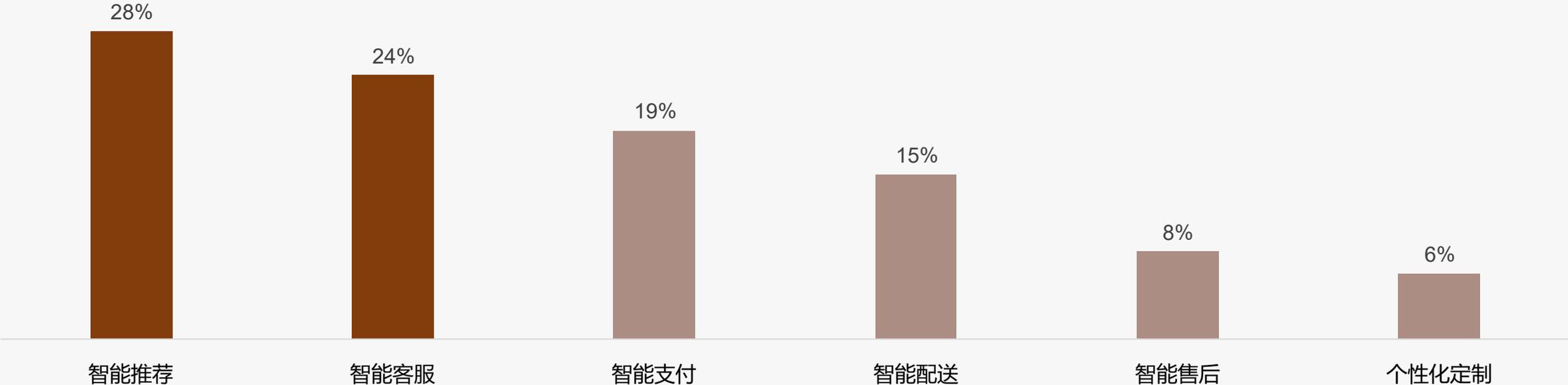


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

智能推荐客服主导售后定制待提升

- ◆智能推荐和智能客服是消费者体验的核心，分别占28%和24%，合计超过一半，显示消费者对智能交互的高度依赖。
- ◆智能售后和个性化定制占比最低，分别为8%和6%，可能反映服务成熟度不足或需求较低，未来可强化以提升竞争力。

2025年中国速食面皮智能服务体验分布



样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1438，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

2016年，华信人（北京）信息咨询有限公司作为中国领先的市场研究机构成立，通过建立经济、企业、专家和进出口等自有数据库，覆盖全球市场调研范围。获评2017年度中国十佳管理咨询诚信服务机构，2019年荣获“值得信赖的中国管理咨询机构”，被评选为全国企业管理咨询机构推荐名录，2021年度入选科技部中小科技企业库。成立九年以来，华信人已累计服务企业上万家，致力于为企业战略决策提供专业的解决方案。

成立以来，华信人咨询成功帮助一批国企、民企转型改制，在战略转型、文化改革、领导力提升与员工行为改善方面累积了丰富的经验和案例，累计完成各类咨询项目600余项。

 4001812629

 <http://www.hxrcon.com>

 北京市海淀区西三环北路89号2层

版权声明

本报告由华信人咨询制作，其版权归属于华信人咨询。未经华信人咨询书面许可，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，源自华信人咨询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，并融合华信人独家监测数据，经由华信人咨询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。华信人咨询在信息处理过程中，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，华信人咨询对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。

华信人咨询
HXN CONSULTING

感谢观看

洞察市场快人一步