



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年中国方便面市场 市场分析及 发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2007年中国方便面市场市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/56276.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

### 2007年中国方便面市场市场分析及发展趋势研究报告

#### 目录

#### 第一章 方便食品行业经济指标分析 1

##### 第一节 社会经济发展状况分析 1

##### 第二节 社会经济发展对方便食品行业的影响 3

##### 第三节 方便食品行业总体状况 4

##### 第四节 方便食品制造业盈利分析 4

##### 第五节 中国面制品行业发展概况 5

###### 一、发展概况 5

###### 二、中国面制品产业的两大成功 7

###### 三、对行业发展的忧虑和思考 8

##### 第六节 行业市场现状分析 9

###### 一、我国面制品行业发展现状 9

###### 二、杂粮方便面市场现状 10

#### 第二章 方便面行业发展现状分析 14

##### 第一节 我国方便面业发展的特点 14

###### 一、生产发展迅猛 14

###### 二、消费市场容量大 14

###### 三、布局趋于集中 15

###### 四、市场潜力巨大 15

###### 五、市场竞争将更加剧烈 15

##### 第二节 1992-2006年我国方便面市场发展 16

###### 一、我国方便面市场发展分析 16

###### 二、2006年方便面发展现状分析 17

##### 第三节 2006年方便面行业市场分析 18

###### 一、2006年方便面行业产量 18

###### 二、2006年方便面行业销售收入 18

###### 三、2006年方便行业盈利能力分析 19

#### 四、2006年方便面行业累计产量大区结构性分析 20

#### 第四节 国外方便面行业发展的轨迹 21

##### 一、日本方便面市场现状及发展趋势 21

##### 二、俄罗斯方便面市场高速增长 22

#### 第三章 方便面相关行业及主要原材料市场 23

##### 第一节 方便面面机设备 23

##### 第二节 调味料 24

##### 一、中国方便面调味料的发展阶段 24

##### 二、方便面调味料中新技术的应用 24

##### 三、方便面调味料的发展趋势 25

##### 四、方便面调料包国家标准缺位 26

##### 第三节 面粉市场现状分析 28

##### 一、中国面粉行业的现状 28

##### 二、2006年价格走势分析 29

##### 三、2004-2006年国内小麦、面粉市场行情与后市走势分析 31

##### 第四节 棕榈油市场现状分析 34

##### 一、2006年棕榈油进口概况 34

##### 二、2003-2006年棕榈油价格变动趋势 35

##### 三、2006年棕榈油价格走势影响因素 36

#### 第四章 2006年中国方便面市场消费分析 37

##### 第一节 需求分析 37

##### 一、消费者食用频率研究 37

##### 二、消费者购买频率研究 38

##### 三、消费者最常食用品牌分析 39

##### 四、消费者理想品牌排名 42

##### 五、消费者购买商品的考虑因素 45

##### 六、重度消费者选择商品考虑的因素 46

##### 七、重度消费者最常食用的种类 52

##### 八、重度消费者最常选择的包装形式 55

##### 九、重度消费者最常食用的场合研究 57

##### 第二节 北京市场消费行为分析 59

##### 一、各收入阶层食用频率研究 59

二、各年龄层食用频率研究	60
三、各年龄阶层食用品牌习惯研究	61
四、各收入阶层食用品牌习惯研究	62
五、各年龄层最常食用的种类研究	63
六、各收入阶层最长食用的种类研究	64
七、各年龄层最常选择的包装形式	65
八、各收入阶层最常选择的包装形式	66
九、各年龄阶层最常食用的场合	67
十、各收入阶层最常食用的场合	68
第三节 上海市场消费行为分析	69
一、各收入阶层食用频率研究	69
二、各年龄层食用频率研究	70
三、各年龄阶层食用品牌习惯研究	71
四、各收入阶层食用品牌习惯研究	72
五、各年龄层最常食用的种类研究	73
六、各收入阶层最长食用的种类研究	74
七、各年龄层最常选择的包装形式	75
八、各收入阶层最常选择的包装形式	76
九、各年龄阶层最常食用的场合	77
十、各收入阶层最常食用的场合	78
第四节 广州市场消费行为分析	79
一、各收入阶层食用频率研究	79
二、各年龄层食用频率研究	80
三、各年龄阶层食用品牌习惯研究	81
四、各收入阶层食用品牌习惯研究	82
五、各年龄层最常食用的种类研究	83
六、各收入阶层最长食用的种类研究	84
七、各年龄层最常选择的包装形式	85
八、各收入阶层最常选择的包装形式	86
九、各年龄阶层最常食用的场合	87
十、各收入阶层最常食用的场合	88
第五节 深圳市场消费行为分析	89

- 一、各收入阶层食用频率研究 89
- 二、各年龄层食用频率研究 90
- 三、各年龄阶层食用品牌习惯研究 91
- 四、各收入阶层食用品牌习惯研究 92
- 五、各年龄层最常食用的种类研究 93
- 六、各收入阶层最长食用的种类研究 94
- 七、各年龄层最常选择的包装形式 95
- 八、各收入阶层最常选择的包装形式 96
- 九、各年龄阶层最常食用的场合 97
- 十、各收入阶层最常食用的场合 98

#### 第六节 成都市场消费行为分析 99

- 一、各收入阶层食用频率研究 99
- 二、各年龄层食用频率研究 100
- 三、各年龄阶层食用品牌习惯研究 101
- 四、各收入阶层食用品牌习惯研究 102
- 五、各年龄层最常食用的种类研究 103
- 六、各收入阶层最长食用的种类研究 104
- 七、各年龄层最常选择的包装形式 105
- 八、各收入阶层最常选择的包装形式 106
- 九、各年龄阶层最常食用的场合 107
- 十、各收入阶层最常食用的场合 108

#### 第七节 重庆市场消费行为分析 109

- 一、各收入阶层食用频率研究 109
- 二、各年龄层食用频率研究 110
- 三、各年龄阶层食用品牌习惯研究 111
- 四、各收入阶层食用品牌习惯研究 112
- 五、各年龄层最常食用的种类研究 113
- 六、各收入阶层最长食用的种类研究 114
- 七、各年龄层最常选择的包装形式 115
- 八、各收入阶层最常选择的包装形式 116
- 九、各年龄阶层最常食用的场合 117
- 十、各收入阶层最常食用的场合 118

## 第八节 武汉市场消费行为分析 119

- 一、各收入阶层食用频率研究 119
- 二、各年龄层食用频率研究 120
- 三、各年龄阶层食用品牌习惯研究 121
- 四、各收入阶层食用品牌习惯研究 122
- 五、各年龄层最常食用的种类研究 123
- 六、各收入阶层最长食用的种类研究 124
- 七、各年龄层最常选择的包装形式 125
- 八、各收入阶层最常选择的包装形式 126
- 九、各年龄阶层最常食用的场合 127
- 十、各收入阶层最常食用的场合 128

## 第九节 西安市场消费行为分析 129

- 一、各收入阶层食用频率研究 129
- 二、各年龄层食用频率研究 130
- 三、各年龄阶层食用品牌习惯研究 131
- 四、各收入阶层食用品牌习惯研究 132
- 五、各年龄层最常食用的种类研究 133
- 六、各收入阶层最长食用的种类研究 134
- 七、各年龄层最常选择的包装形式 135
- 八、各收入阶层最常选择的包装形式 136
- 九、各年龄阶层最常食用的场合 137
- 十、各收入阶层最常食用的场合 138

## 第十节 沈阳市场消费行为分析 139

- 一、各收入阶层食用频率研究 139
- 二、各年龄层食用频率研究 140
- 三、各年龄阶层食用品牌习惯研究 141
- 四、各收入阶层食用品牌习惯研究 142
- 五、各年龄层最常食用的种类研究 143
- 六、各收入阶层最长食用的种类研究 144
- 七、各年龄层最常选择的包装形式 145
- 八、各收入阶层最常选择的包装形式 146
- 九、各年龄阶层最常食用的场合 147

十、各收入阶层最常食用的场合	148
第十一节 南京市场消费行为分析	149
一、各收入阶层食用频率研究	149
二、各年龄层食用频率研究	150
三、各年龄阶层食用品牌习惯研究	151
四、各收入阶层食用品牌习惯研究	152
五、各年龄层最常食用的种类研究	153
六、各收入阶层最长食用的种类研究	154
七、各年龄层最常选择的包装形式	155
八、各收入阶层最常选择的包装形式	156
九、各年龄阶层最常食用的场合	157
十、各收入阶层最常食用的场合	158
第五章 2006年我国方便面行业需求状况	159
第一节 方便面行业市场需求分析	159
一、方便面市场需求特征	159
二、方便面行业市场总量分析	160
三、市场偏好及变化趋势	160
第二节 方便面市场竞争格局	162
一、方便面市场企业竞争格局分析	162
二、方便面市场品牌竞争格局分析	163
第三节 影响2006年中国方便面市场发展因素分析	166
第四节 2007年方便面行业需求总量预测	168
第六章 方便面行业优势企业分析	170
第一节 顶新国际集团发展战略分析	170
一、公司基本情况	170
二、经营与资本运作影响	170
三、发展动态	171
四、发展战略	174
第二节 统一集团发展战略分析	176
一、公司基本情况	176
二、经营与资本运作影响	177
三、发展动态	178



#### 四、战略调整 179

#### 第三节 华龙集团发展战略分析 179

##### 一、公司基本情况 179

##### 二、经营与资本运作影响 180

##### 三、发展动态 181

##### 四、发展策略 182

#### 第四节 正龙食品集团 183

##### 一、公司基本情况 183

##### 二、公司动态 184

##### 三、战略发展 185

#### 第五节 华丰集团发展战略分析 186

##### 一、公司基本情况 186

##### 二、公司动态 186

##### 三、发展思考 187

#### 第六节 上海日清食品有限公司发展战略分析 188

##### 一、公司基本情况 188

##### 二、公司动态 188

#### 第七章 中国方便面市场竞争状况分析 189

#### 第一节 当前方便面市场竞争特点 189

##### 一、方便面市场品牌竞争格局的总体状况 189

##### 二、市场集中度比较高 190

##### 三、市场趋于饱和，发展空间有限 190

#### 第二节 方便面市场竞争深度分析 191

##### 一、市场策略分析 191

##### 二、主要品牌竞争手段 193

#### 第四节 原料涨价对方便面市场的影响 194

##### 一、方便面企业降低克重 194

##### 二、各方便面企业涨价模式 196

##### 三、方便面企业走出原料涨价困境的策略 197

#### 第五节 方便面行业竞争趋势预测 201

##### 一、价格战有新气象 201

##### 二、产品竞争将会升温 203

三、四大流派争奇斗艳	203
四、农村市场的开拓	207
五、方便行业从竞争走向竞合	208
六、“四大板块”未来走向剖析	208
七、方便面市场制胜关键是“风味”	210
第八章 替代品对方便面行业的影响分析	213
第一节 方便米粉对方便面市场影响分析	213
一、方便米粉的市场现状	213
二、方便米粉的发展趋势	213
三、方便米粉对方便面的影响	214
第二节 方便粉丝对方便面市场的影响分析	215
一、方便粉丝市场发展现状	215
二、方便粉丝企业发展现状	216
三、方便粉丝行业SWOT分析	216
四、主要方便粉丝企业分析	217
五、方便粉丝行业发展方向	223
第三节 方便米饭市场发展现状分析	223
一、方便米饭市场现状分析	223
二、我国方便米饭研发取得重大突破	224
三、主要方便米饭生产企业分析	225
第九章 方便面行业发展预测及投资策略	229
第一节 行业发展预测	229
一、方便面与挂面生产新技术的发展趋势	229
二、国内外方便面生产和检测技术的发展趋势	231
三、我国方便面行业出路预测	233
第二节 行业SWOT分析	235
一、我国方便面行业的优劣势	235
二、我国方便面行业面临的机遇和挑战	237
第三节 方便面行业发展的商机	238
第十章 中国方便市场发展趋势	241
第一节 方便面市场发展趋势	241
第二节 方便面市场博弈催生“面食革命”	241

第三节 方便面产品发展趋势	242
一、方便面产值有望翻两番	242
二、方便面营养求新变异	243
三、传统方便面酝酿变脸	244
第四节 方便面行业投资分析及市场发展趋势研究报告	247
一、市场前景分析	247
二、方便面行业投资建议	249

## 图表目录

方便食品行业利润总额发展趋势图	4
主要赢利能力指标的同比增长率图	5
2006年方便面销售现状	17
2006年方便面行业销售收入	17
2006年方便面行业产量	18
2006年方便面行业销售收入表格1	18
2006年方便面行业销售收入表格2	18
2006年方便面行业销售收入	19
2006年方便食品行业盈利能力对比	19
2006年方便食品制造的各大区的累计产量	20
2006年方便食品制造的各大区的累计产量及增长率	20
2006年天津进口棕榈油	35
2006年中国进口棕榈油	35
消费者食用频率表格1	37
消费者食用频率表格2	38
消费者购买频率	38
消费者最常食用品牌表格1	39
消费者最常食用品牌表格2	40
消费者最常食用品牌表格3	40
消费者理想品牌排名表格1	42
消费者理想品牌排名表格2	43
消费者理想品牌排名表格3	44

消费者购买商品的考虑因素表格1 45

消费者购买商品的考虑因素表格2 45

重度消费者选择商品考虑的因素表格1 46

重度消费者选择商品考虑的因素表格2 47

重度消费者选择商品考虑的因素表格3 49

重度消费者选择商品考虑的因素表格4 50

重度消费者选择商品考虑的因素表格5 51

重度消费者最常食用的种类表格1 52

重度消费者最常食用的种类表格2 53

重度消费者最常食用的种类表格3 53

重度消费者最常食用的种类表格4 54

重度消费者最常食用的种类表格5 55

重度消费者最常选择的包装形式表格1 55

重度消费者最常选择的包装形式表格2 56

重度消费者最常食用的场合表格1 57

重度消费者最常食用的场合表格2 58

各收入阶层食用频率 59

各年龄层食用频率 60

各年龄阶层食用品牌习惯 61

各收入阶层食用品牌习惯 62

各年龄层最常食用的种类 63

各收入阶层最长食用的种类 64

各年龄层最常选择的包装形式 65

各收入阶层最常选择的包装形式 66

各年龄阶层最常食用的场合 67

各收入阶层最常食用的场合 68

各收入阶层食用频率 69

各年龄层食用频率 70

各年龄阶层食用品牌习惯 71

各收入阶层食用品牌习惯 72

各年龄层最常食用的种类 73

各收入阶层最长食用的种类 74

各年龄层最常选择的包装形式 75

各收入阶层最常选择的包装形式 76

各年龄阶层最常食用的场合 77

各收入阶层最常食用的场合 78

各收入阶层食用频率 79

各年龄层食用频率 80

各年龄阶层食用品牌习惯 81

各收入阶层食用品牌习惯 82

各年龄层最常食用的种类 83

各收入阶层最长食用的种类 84

各年龄层最常选择的包装形式 85

各收入阶层最常选择的包装形式 86

各年龄阶层最常食用的场合 87

各收入阶层最常食用的场合 88

各收入阶层食用频率 89

各年龄层食用频率 90

各年龄阶层食用品牌习惯 91

各收入阶层食用品牌习惯 92

各年龄层最常食用的种类 93

各收入阶层最长食用的种类 94

各年龄层最常选择的包装形式 95

各收入阶层最常选择的包装形式 96

各年龄阶层最常食用的场合 97

各收入阶层最常食用的场合 98

各收入阶层食用频率 99

各年龄层食用频率 100

各年龄阶层食用品牌习惯 101

各收入阶层食用品牌习惯 102

各年龄层最常食用的种类 103

各收入阶层最长食用的种类 104

各年龄层最常选择的包装形式 105

各收入阶层最常选择的包装形式 106

各年龄阶层最常食用的场合 107  
各收入阶层最常食用的场合 108  
各收入阶层食用频率 109  
各年龄层食用频率 110  
各年龄阶层食用品牌习惯 111  
各收入阶层食用品牌习惯 112  
各年龄层最常食用的种类 113  
各收入阶层最长食用的种类 114  
各年龄层最常选择的包装形式 115  
各收入阶层最常选择的包装形式 116  
各年龄阶层最常食用的场合 117  
各收入阶层最常食用的场合 118  
各收入阶层食用频率 119  
各年龄层食用频率 120  
各年龄阶层食用品牌习惯 121  
各收入阶层食用品牌习惯 122  
各年龄层最常食用的种类 123  
各收入阶层最长食用的种类 124  
各年龄层最常选择的包装形式 125  
各收入阶层最常选择的包装形式 126  
各年龄阶层最常食用的场合 127  
各收入阶层最常食用的场合 128  
各收入阶层食用频率 129  
各年龄层食用频率 130  
各年龄阶层食用品牌习惯 131  
各收入阶层食用品牌习惯 132  
各年龄层最常食用的种类 133  
各收入阶层最长食用的种类 134  
各年龄层最常选择的包装形式 135  
各收入阶层最常选择的包装形式 136  
各年龄阶层最常食用的场合 137  
各收入阶层最常食用的场合 138

各收入阶层食用频率 139  
各年龄层食用频率 140  
各年龄阶层食用品牌习惯 141  
各收入阶层食用品牌习惯 142  
各年龄层最常食用的种类 143  
各收入阶层最长食用的种类 144  
各年龄层最常选择的包装形式 145  
各收入阶层最常选择的包装形式 146  
各年龄阶层最常食用的场合 147  
各收入阶层最常食用的场合 148  
各收入阶层食用频率 149  
各年龄层食用频率 150  
各年龄阶层食用品牌习惯 151  
各收入阶层食用品牌习惯研究 152  
各年龄层最常食用的种类 153  
各收入阶层最长食用的种类 154  
各年龄层最常选择的包装形式 155  
各收入阶层最常选择的包装形式 156  
各年龄阶层最常食用的场合 157  
各收入阶层最常食用的场合 158  
品牌市场集中度 190

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56276.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究



## 报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。