

2026-2031年中国即饮汤行业发展现状与未来投资趋势分析报告

报告简介

即饮汤是经过工业化预处理，如杀菌、浓缩、冻干或无菌灌装等，可直接饮用或简单加热后食用的液态汤类食品，是方便食品赛道中增长较快的细分品类。近年来，伴随居民生活节奏加快、健康意识提升及预制食品产业升级，即饮汤行业快速发展，产品从传统罐头形态拓展至杯装、软袋、利乐包等多元包装，风味覆盖中式老火汤、西式浓汤、药膳滋补汤等，适配家庭、办公、户外、应急等多场景需求。

近年来，我国即饮汤市场需求大幅增长，驱动逻辑从单纯的便捷性转向健康化、场景化与情感价值三重维度。传统冲调汤市场因早餐外食化与外卖普及而增长放缓，但即热型炖汤、中式养生水等细分品类呈现爆发态势。年轻消费群体(Z世代与都市白领)成为增长主力，他们既追求快节奏下的用餐效率，又注重药食同源的传统养生，推动即饮汤从“方便食品”向“功能性饮品”跨界。

需求结构呈现鲜明的两极分化特征。C端零售市场，女性消费者占比较高，对低脂、低盐、高蛋白及清洁标签产品表现出强烈偏好，愿意为“成分党”支付溢价;家庭消费场景中，佐餐与夜宵是两大高频需求点，小规格、一人食包装销量增速显著高于家庭装。B端餐饮市场，连锁餐饮与团餐企业为降低人工成本与实现口味标准化，对工业汤底的需求持续放量，尤其青睐大包装浓缩液与定制化复合调味汤料，这一板块的需求增速高于零售端，成为即饮汤行业去产能的重要出口。

值得注意的是，广式炖汤的标准化汤底在连锁餐饮(特别是粤菜、茶餐厅)中的渗透率稳步提升，成为B端需求增长的重要支撑。渠道变化方面，即时零售平台(如朴朴、小象超市)将即饮汤嵌入“买菜+做饭”的一站式场景，激发了家庭计划性购买需求;直播电商与内容平台则通过KOL种草，创造了“中式养生水”等新消费热点。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据国家统计局、商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、工信部、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国即

饮汤市场进行了分析研究。报告在总结中国即饮汤发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国即饮汤的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为即饮汤企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 即饮汤行业发展综述

第一节 即饮汤行业概述及分类

一、行业概述

二、行业主要分类

1、中式传统汤【广式靓汤等】

2、西式浓汤【奶油蘑菇汤等】

3、亚洲风味汤【味噌汤等】

三、行业特征分析

第二节 即饮汤行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

第二章 2025年中国即饮汤行业发展环境分析【pest分析】

第一节 即饮汤行业宏观经济环境分析

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、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节 即饮汤行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

第三节 即饮汤行业技术环境分析

第四节 即饮汤行业社会环境分析

第三章 中国即饮汤行业市场规模及供需趋势分析

第一节 中国即饮汤行业市场规模及预测

一、2023-2025年中国即饮汤市场规模

二、2026-2031年中国即饮汤市场规模预测

第二节 中国即饮汤行业供给概况

一、2023-2025年中国即饮汤供给现状

二、即饮汤行业供给特点

第三节 中国即饮汤行业需求概况

一、2023-2025年中国即饮汤行业需求现状

二、即饮汤行业市场需求特点

第四章 2025年中国即饮汤产业链分析

第一节 即饮汤产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

第二节 即饮汤上游行业分析

一、行业成本构成

二、上游行业发展现状

三、上游行业对行业的影响

第三节 即饮汤下游渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对即饮汤行业的影响

三、主要即饮汤企业渠道策略研究

第五章 中国即饮汤需求与消费者偏好调查

第一节 即饮汤产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 即饮汤产品的品牌市场调查

一、消费者对即饮汤品牌认知度宏观调查

二、消费者对即饮汤产品的品牌偏好调查

三、消费者对即饮汤品牌的首要认知渠道

四、即饮汤品牌忠诚度调查

五、消费者的消费理念调研

第六章 2026-2031年中国即饮汤行业投资机会与风险

第一节 即饮汤投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第二节 即饮汤投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、宏观经济风险及防范
- 三、技术风险及防范
- 四、供求风险及防范
- 五、其他风险及防范

第七章 2026-2031年中国即饮汤行业发展前景分析

第一节 即饮汤市场发展潜力

第二节 即饮汤市场发展前景

第三节 即饮汤细分市场发展前景

- 一、中式传统汤【广式靓汤等】
- 二、西式浓汤【奶油蘑菇汤等】
- 三、亚洲风味汤【味噌汤等】

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第八章 2026-2031年中国即饮汤行业发展策略分析

第一节 即饮汤企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业强做大做的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 即饮汤企业战略规划策略分析

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

第三节 即饮汤企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

第九章 研究结论及投资发展建议

第一节 即饮汤行业研究结论

第二节 中道泰和行业发展建议

- 一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2021-2025年国内生产总值(单位：万亿元)

图表：2021-2025年三次产业增加值占国内生产总值比重(单位：%)

图表：2025年三次产业投资占固定资产投资(不含农户)比重

图表：2021-2025年国内社会消费品零售总额及其变动情况(单位：亿元)

图表：2021-2025年全国居民人均可支配收入(单位：元)

图表：2021-2025年国内城镇和乡村居民消费支出对比(单位：元)

图表：2025年全国居民人均消费支出及其构成

图表：中国即饮汤行业相关政策汇总

图表：2021-2025年全国人口规模(单位：万人)

图表：2025年国内人口年龄结构

图表：2023-2025年中国即饮汤行业市场规模(单位：亿元)

图表：2026-2031年中国即饮汤行业市场规模预测(单位：亿元)

图表：中国即饮汤产业链结构

图表：即饮汤下游渠道形式对比

图表：即饮汤消费者收入分布情况(单位：%)

图表：即饮汤消费者年龄分布情况(单位：%)

图表：消费者对即饮汤品牌认知度宏观调查

图表：消费者对即饮汤产品的品牌偏好调查

图表：消费者对即饮汤品牌的首要认知渠道

图表：消费者对即饮汤品牌的忠诚度调查

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：4068340

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260612/4068340.shtml>

在线订购：[点击这里](#)