

自热食品 网络关注度分析报告

2020年1月1日——6月10日

本报告为新浪微热点大数据研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受中国法律知识产权相关条例的版权保护。任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

研究综述

- 研究对象：中国互联网网民
- 数据来源：以中文互联网大数据及新浪微博的官方授权数据为基础，7*24小时不间断采集新闻、报刊、政务、微博、公众号、博客、论坛、视频、网站、客户端等全网11大信息来源，每天采集超过1.4亿+条数据
- 统计时间：2020年1月——6月

指标说明

- 网络传播热度指数：是指在从新闻媒体、微博、微信、客户端、网站、论坛等互联网平台采集海量信息的基础上，提取指定事件、人物、品牌、地域等相关信息，并对所提取的信息进行标准化计算后，得出的能反映其在网络上受关注度的指数。
- 关键词云：利用自然语义分析法，对该事件中提及的关键词进行分词聚合，呈现出被提及频次最多的关键词；字号越大词组被提及频次越多。

“自热食品”，是一类不依赖电、火等能源，只需适度的冷水，就能随时随地“烫或煮”出的食品。自热食品包装盒内带有独立的发热包主要是由铁粉、铝粉、焦炭、活性炭、生石灰等材料构成。加热包加入冷水反应，升温后可以达到 150°C ，蒸汽温度达到 200°C ，可在短时间内进行加热并达到食用的标准。

01

自热技术

自热技术早在20世纪60年代已有雏形。早期主要用于军用单兵食品，以解决士兵野外就餐问题。随着军用转民用，自热食品开始用于方便食品中。

02

自身特点

相较于方便面与外卖，自热食品具有携带方便、食用便捷、品类俱全等特点，既可以作都市快节奏生活的加餐，也可以作为旅游出行的配餐选择。

国内自热食品发展历程

国内第一款方便自热食品诞生，但并未引起广泛关注。

2007

方便冒菜陆续出现，引发消费者关注与购买，方便火锅开始在微商渠道流行。

2015

市面上开始出现海底捞、大龙燚、小龙坎、德庄、筷时尚等火锅餐饮品牌，自热食品开始被广泛关注。

2017

自热食品呈多元化发展态势，米饭、面食、汤类陆续走进消费者视野。

2018

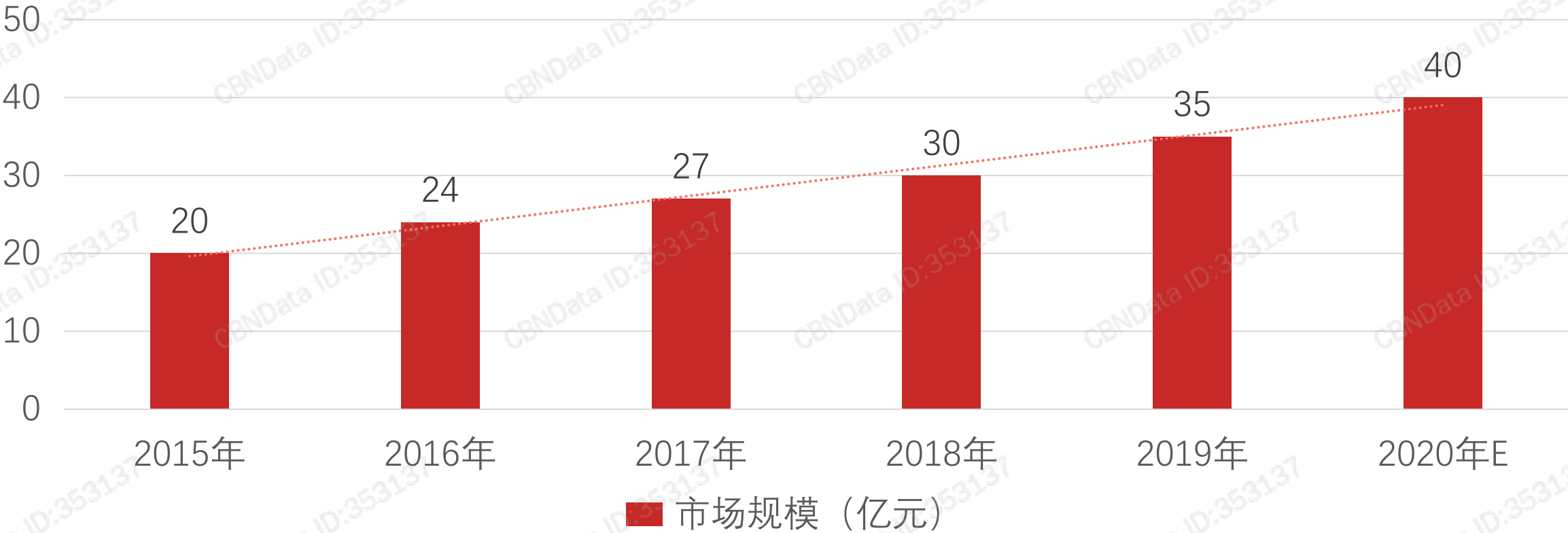
自热食品“玩家”主要有4大类：

餐饮企业、休闲零食企业、方便食品企业、新兴自热食品企业

品牌背景	企业（简称）	品牌	单价（元）
餐饮品牌	颐海、大龙燚 小龙坎、德庄等企业	海底捞、随身锅、小龙坎、微火锅 等品牌	9.9-40不等
新兴品牌	重庆金羚羊、灏腾国际贸易、筷时尚、 果然食品等企业	自嗨锅、莫小仙、筷时尚、有用易 等品牌	9.9-36.8不等
方便食品	统一、康师傅、今麦郎、白家等企业	开小灶、速达面馆、米饭先生、阿 宽等品牌	12-35不等
休闲食品	老城南、良品铺子、三只松鼠、麻辣多 拿等企业	老城南、良品铺子、小锅锅、麻辣 多拿等品牌	9.9-49.9不等

自热食品市场规模逐年扩大，2020年预计达40亿元

2015—2020年自热食品市场规模及预测



数据来源：中商产业研究院

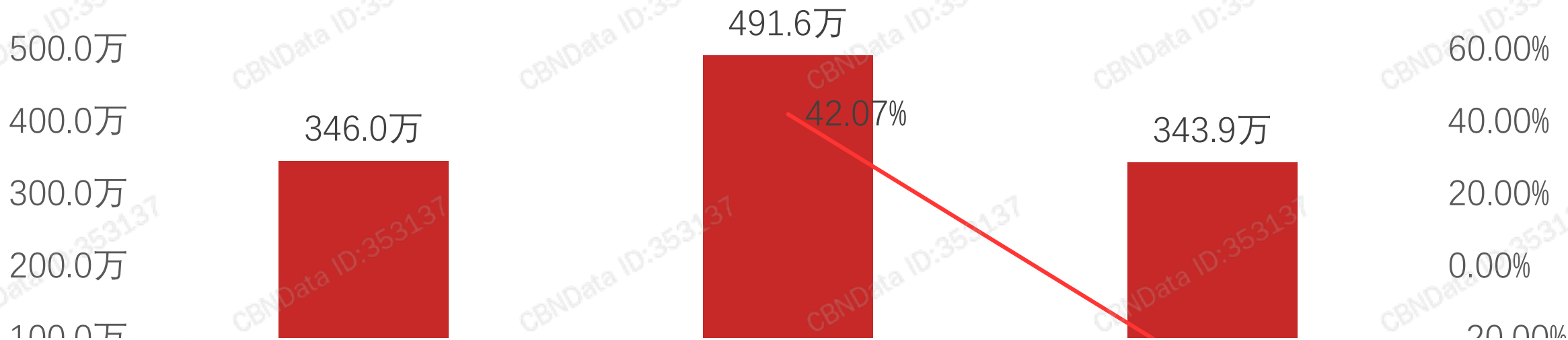
自嗨锅、莫小仙、食族人等自热食品品牌备受资本青睐

项目	融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
想念食品	2016.07	A轮	未披露	红十三资本
挑挑小面	2017.04	B轮	未披露	凯诚建筑设备租赁
小辣龙	2017.05	种子轮	100万人民币	/
妙星厨	2018	天使轮	近千万	/
拉面说	2019.1	B轮	未披露	真格基金 祥峰投资 紫牛基金
上饭	2019.08	种子轮	未披露	微光创投
白家食品	2020.02	A轮	1.1亿人民币	同创伟业 前海母基金 彬复资本
食族人	2020.05	A轮	数千万	众晖资本
自嗨锅	2020.05	B轮	逾亿元	经纬中国
莫小仙	2020.05	A轮	数千万	金鼎资本

数据来源：公开资料整理

2020年Q1，全网相关自热食品的信息量达343.9万 相较于2019年Q4下降约30.05个百分点

2019年Q3—2020年Q1相关信息量及环比增长率



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16870

