

销量连续下跌 方便面市场出路何在?

方便面进入最难卖年,传统方便面巨头的业绩以及市场终端反馈都在证明这一点。在业内人士看来,可替代品越来越多对方便面市场带来了最强有力的打击,这也为方便面行业提出了转型升级的新要求。不过,在一些企业人士看来,目前正流行的方便面高端化只是帮助企业追求高毛利的手段,却不能从根本上帮助企业改变大局。

方便面衰退加剧

贝恩公司与开度消费者指数此前发布的《中国购物者报告》显示,去年中国快速消费品市场的销售额增速只有3.5%,为五年来的最低点。其中,此前被看做常胜将军的方便面销售出现了12.5%的下降。以方便面为主业的企业,日子将更加难过。

而上半年企业的业绩报告也印证了这一点。康师傅在2016年半年报中谈及方便面业务板块时指出,上半年该集团的方便面收益为15.42亿美元,同比衰退13.95%,占集团总收入的36.79%。康师傅进一步指出,今年5月起,康师傅进一步巩固4元价格带,并在4.5元价格带上主推系列产品,6月业绩也由此稳步回升。由于上半年方便面销售衰退以及原材料价格上升,令方便面的毛利率同比下降了2.41个百分点至27.89%。加上上半年品牌建设提高广告投入,期内整体方便面事业的股东应占溢利也同比下降了60.3%至6082万美元。

另有方便面企业人士介绍,康师傅方便面销售额的市场占比在50%以上,行业龙头亦如此,中小型方便面企业日子更加难过。“相较于龙头企业,我们主打差异化的路线,铺设三四线城市为主,然



而我们的压力不仅来自大的消费环境,还有大型企业的挤压,所以上半年我们的出货量相比去年已经出现了2~3成左右的下滑。”有不具名企业人士如是介绍,“下一步我们还要想着如何调整市场,否则日子会更不好过。”

在北京的一家超市有工作人员介绍:“以前方便面的销售单元以箱为主,现在是一连包,甚至只买一桶,这是今年以来最大的变化。”

外资品牌的冲击

上述企业人士介绍,方便面市场已经连续五年出现了衰退迹象,这与市场上出现越来越多的替代品有直接关系,尤其是近期外卖的兴起,对于方便面而言形成了直接的冲击,即便是在三四线城市,这也是很容易感受到的变化。这一说法也得到了很多同行人士的认同。

有数据显示,截至今年6月,网上外卖用户规模近1.5亿,以31.8%的半年增

长率位列今年上半年增长最快的个人互联网应用;手机端网上外卖用户规模的增长更为明显,半年增长率为40.5%,用户规模达到1.46亿。

不过,上述超市工作人员则进一步解释,虽然方便面消费市场疲软,但是也有卖得好的品牌,如一些价位在5元以上的新鲜品牌总能引起消费者尝鲜的兴趣。这些品牌中除了传统方便面龙头们推出的新系列产品外,以外资品牌为主,如日本的日清、韩国的农心、新加坡的KOKA等。尤其是一线城市连锁便利店,外资品牌的销量已经略优于国产品牌。以韩国拉面为例,今年上半年对华出口额占总出口额的19.1%,对外出口额激增了48.2%。

而且外资品牌对于中国方便面市场也抱有热情。日前,日清对外宣布,要在中国投资100亿日元开拓高端方便面市场。包括在中国新建方便面工厂和增加杯面生产线,并将中国的销售人员增加到1000人,扩大“合味道”和“出前一丁”

两个品牌的销售。

高端是出路吗

与康师傅相比较,国内另一家龙头企业统一的日子还算好过。该公司今年上半年财报显示,方便面业务收益为40.1亿元,较去年同期上涨了9.8%;市场占有率达到了20.8%,较去年同期增加了2.8个百分点。统一将方便面较为乐观的表现归因于产品的创新上。另外,5元以上高端新品也功不可没。

在业内人士看来,在结束了方便面的价格战之后,追求高端高价似乎成为了方便面行业的一个共识。统一也正是凭借这一点,改变了方便面业务板块亏损的窘况,也获得了利润较明显的提升。康师傅也将产品的主流价格锁定在了4.5元的水平线,不断推出高价方便面,以强化营养健康的理念。另从受欢迎的外资品牌的价格看,价格带也在5~12元之间。

然而,上述方便面企业人士坦言,对于多数方便面企业来说,高端化是有技术门槛的,是靠创新和研发来支撑的,而恰恰这一点是中小型方便面企业的短板。另外,方便面所谓的高端也在受到市场的质疑,高端除了体现在高价格之外,产品的品质到底能否支撑更长期的消费,这才是考验厂家的最关键因素。“如果空有营销噱头,那么早晚还是会被淘汰。”该人士称。

此外,另有行业人士也介绍,方便面“有害健康”的论断是方便面行业的致命伤。因此,未来方便面企业解决防腐剂、添加剂等诸多问题,才能够弥补方便面这一行业的短板。

(中国网)

企业动态

雨润食品半年亏损6.72亿港元

本报讯 凌应敏 近日,雨润食品公布了2016年上半年财报。数据显示,其上半年实现营业收入89.87亿港元,同比下降6.23%;净利润亏损6.72亿港元,较去年同期减少7.1%。

据悉,雨润业绩不景气,与

目前国内猪肉市场环境有关。上半年,受市场供应紧张等因素影响,生猪价格快速上涨,同比大幅上升约48%,最高达到每公斤约人民币21.4元,为近五年的最高位。上游市场价格高企,而下游市场却依旧低迷,这导致雨

润食品生产成本上涨,加上高端餐饮和肉类消费市场持续疲软,造成雨润转嫁成本的难度增大导致亏损。

此外,有业内人士表示,导致雨润食品业绩不断下滑的因素还包括多元化副业拖累了主业。

金种子酒营收净利双降

本报讯 凌应敏 近日,金种子酒发布2016年上半年财报显示,其上半年营业收入为7.59亿元,相比去年同期下降12.02%;净利润为1083万元,相比去年同期下降68.38%。

在今年上半年白酒行业普遍复苏的情况下,金种子酒业绩依然大降,主要原因则是中

低端酒业务受阻。业内人士指出,金种子酒明显后劲不足,使得渠道吸引力下降,丧失了核心竞争力。而且产品升级并不成功,没有跟上消费升级的趋势,很难抢占中高端市场份额。

据悉,自2013年以来,金种子酒已经连续三年出现净利

下滑,2013、2014和2015年的净利润分别为1.33亿元、8856.17万元和5208万元,同比降幅分别为76.22%、33.64%和41.19%。对此,金种子酒曾将业绩下滑归咎为,受宏观政策和白酒行业深度调整影响,公司产品结构调整,中高端白酒销售比重下降。

行业信息

由中国烹饪协会主办的2016国际食材电商节于9月20-22日在杭州召开。据中烹协会会长姜俊贤介绍,本次会议改变以往“会议为主,展览为辅”的模式,着重打造专业的餐饮食材展示平台,形成企业与供应商之间的有效对接,助推餐饮行业内的供给侧改革进程。

据中国烹饪协会发布《2016年1-7月份全国餐饮市场分析报告》显示,2016年1-7月,全国餐饮收入19567亿元,同比增长11.2%。当前整个消费市场和餐饮市场呈现平稳发展态势,预计餐饮业全年增速将维持在11%左右。

姜俊贤表示,经过三年多的行业调整,餐饮行业对于消费者需求端的改革已基本完成。但在行业内,仍面临人工成本高、房屋租金高、原料价格高等问题,而在前两个问题解决乏力的情况下,行业需要将更多精力放在供应端改革方面。

据国际食材电商节组委会相关负责人介绍,本次展会面积达到1万平米,是以专业的餐饮食材展示形式面向全行业。(中经网)

2016国际食材电商节在杭州召开