

消费群体“变脸”快 饮料两巨头业绩下降

作为食品饮料行业的两家对头,康师傅和统一近日均公布了2016年业绩单,两家均出现不同程度的衰退。这两家企业的表现向来是国内食品饮料行业的晴雨表,其业绩颓势背后,新生代消费者偏好的快速转变,改变了产业竞争的模式,考验着行业的创新与应变能力。

明星单品快速衰退

康师傅年报显示,2016年全年实现收益83.719亿美元,同比下降8.03%;实现净利润2.13亿美元,同比下降24.32%。其中,去年康师傅旗下饮品业务整体实现收益49.041亿美元,占集团总收益58.58%,较2015年同期下降6.49%。统一公司年报显示,2016年公司全年实现收益209.85亿元,同比2015年下降5.1%;实现净利润6.073亿元,同比下跌27.2%。

值得注意的是,统一的饮料业务收益较2015年同期衰退13.3%,其中,在产品升级潮流中出现的经典品牌“海之言”的快速衰退更加引人注目。作为统一公司的第一支清淡型饮料,海之言2014年上市后迅速获得新生代消费者的青睐,2015年,海之言出现高倍数增长,造就了统一果汁事业跑赢全国整体果汁增长的佳绩。与之后推出的“小茗同学”成为统一的两大引领行业创新潮

流的单品,还一度让在清淡型功能饮料领域称霸多年的脉动备受挑战。但是,就在火了两年之后,统一方面坦言,2016年,海之言的既有产品由于消费趋势变更,规模持续下滑,致使获利衰退。统一方面调整了销售节奏,进行通路库存体制改善。

新品存活期降至两三年

总结2016年的业绩,统一方面表示,在面临经济下行的压力下,中国食品与饮料行业表现仍然低迷。“消费者偏好转变加剧,令产品生命周期面临考验,如何使

产品历久弥新、建构消费者认同的品牌价值,成为新一波的挑战。”

“这反映出新生代消费群体崛起后对品牌和产品销量的影响之巨大。”对此,中国品牌研究院食品饮料行业研究员朱丹蓬在接受采访时表示,新生代消费群体的审美观变化和喜新厌旧的特征,使得2016年之后中国饮料市场的产业流向发生改变,产品周期发生巨变。此前,一个新的产品从导入到成长、成熟、衰退,需要好几年的时间,但现在整体新品的存活期只有两到三年时间,这对传统企业提出了更高的要求。

朱丹蓬表示,随着消费结构的巨变,

饮料行业也进入了后营销时代。以往销售部是公司的龙头部门,市场部承载的业绩担当大概只能占20%;但在后营销时代,市场部的消费者研究功能及新产品上市策划的专业优势突显出来,市场部的业绩担当可能上升到65%,而销售只占到35%。

据中国食品工业协会行业统计调查,消费群体、消费理念以及消费习惯的转变,是国内饮料行业业绩下滑的主要原因,近年来健康型饮料比重不断上升。2016年,包装饮用水类的比重继续加大,占到51.6%。

(中国网)

《生乳》等4项奶业国家标准制修订工作启动



由中国农科院牧医所和农业部奶及奶制品质量监督检验测试中心(北京)主持牵头的《食品安全国家标准生乳》(GB19301-2010)、《食品安全国家标准巴氏杀菌乳》(GB19645-2010)、《食品安全国家标准灭菌乳》(GB25190-2010)及《巴氏杀菌乳和UHT灭菌乳中复原乳的鉴定》等4项国家标准制修订工作全面启动。

国家同时启动这4项标准制修订工作,表明了振兴中国奶业的信心和决心。这4项标准统一交由农业部制修订,有利于各个标准质检内容的有机衔接,对推

动奶业各环节间协调发展有重要意义。

相关负责人表示,将秉承开放、公平、公正的宗旨制修订标准,让标准制修订过程本身就成为吸取意见、凝聚共识、传播科学和培育市场的过程;通过这些国家标准的发布与实施,强化奶业生产的过程管控,提振国产奶消费信心。

据了解,主持单位已面向全社会公开征集《生乳》等4项国家标准制修订参与单位,在网站设置专栏,定期向社会各界发布最新工作进展。(中经网)

■ 资讯

汇源果汁加速国际化进程

近日,中国果汁饮料行业领军企业汇源果汁,再度加速其国际化进程,宣布将于下个月针对马来西亚市场推出果汁新品。

2016年3月,汇源与马来西亚知名的饮料及食品公司——杨协成建立合资伙伴关系,借助马来西亚当地稳定的经济与政治环境,输出汇源先进的技术和经验,并以其优惠的关税协议条款及当地成熟的清真产品条例为基础,进而伸展至整体东盟国家及地区,

以此建立长期的国际市场战略优势。汇源与杨协成公司致力于在生产管理、销售网络、专有技术、研发创新、原材料供应等方面形成优势互补,双方合营企业已于2017年1月成立。

据悉,汇源与杨协成建立的合资公司,首阶段以马来西亚及新加坡两国为主要市场,将推出合资品牌“YAMI”果汁产品,后续市场将覆盖柬埔寨及缅甸等国家。与此同时,汇源也计划借助合资公司资

源,引进适合中国市场及消费需求的产品,通过汇源相关渠道在国内进行销售。

1992年成立的汇源果汁已拥有25年历史,是中国首屈一指的果蔬汁垂直整合生产商,特别是汇源100%果汁及中浓度果蔬汁产品,在国内细分市场一直处于领先地位。汇源果汁不仅拥有覆盖全国的经销网络及生产基地,其果汁产品更是远销美国、日本等30多个国家和地区。

(新华网)

我国成智利葡萄酒最大出口市场

本报讯 智利葡萄酒最新销售数据显示,2016年,智利对我国的葡萄酒出口额达到1.95亿美元,而美国为1.83亿美元,英国为1.48亿美元,日本为600万美元。与2015年相比,智利对美国和英国的出口额分别下降8%和9%,我国成为智利最大的葡萄酒出口市场。

我国也是2016年澳大利亚最大的出口市场。此外,

在价值方面,虽然美国仍然是法国最大的出口市场,但2016年我国市场的影响力持续增长,是里程碑式的一年。这些数据表明,我国对世界主要葡萄酒生产国来说越来越重要。

据报道,世界前五大葡萄酒生产国(按价值顺序为法国、澳大利亚、智利、西班牙、意大利)2016年对我国的出口量和出口额都有所增

长。价值上,对我国出口增长最快的国家是意大利,自2015年以来出口额增长39%;意大利也是五大国家中唯一一个葡萄酒单价上涨的国家(上涨22%),而智利的价格保持稳定,仅略微下降0.2%。

这一趋势表明,我国消费者越来越喜欢购买葡萄酒,而且比以往更喜欢选择便宜的葡萄酒。