

多元化消费升级下方方便面行业再现活力

9月7日,第十八届中国方便食品大会新闻发布会在北京国际会议中心召开。发布会以“世界方便面前行中的中国力量”为主题,业界专家与企业代表共话方便面行业创新发展新格局。

自1958年安藤百福先生发明第一包方便面至今,方便面行业已经形成了一个全球的主食产业及庞大的产业集群,2017年在全球形成1000亿包的产量,而中国是全球最大的方便面市场。据中国食品科学技术学会的数据显示,2018年上半年,方便面行业销量增长4.5%,销售额增长8.6%,量价齐升,增长提速。中国方便面行业呈现出积极、稳健的增长态势。

方便面五大龙头,康师傅、统一、今麦郎、白象、日清,占据

市场份额85%以上,今年的表现都可圈可点。以创新为突破点的行业转型升级得到了市场的认可。

从低价竞争到全面提质,中国方便面的供给侧改革成效显著,进入高质量发展的“方便面2.0时代”。中国食品科学技术学会理事长孟素荷教授在方便食品大会上提出了“健康、回归厨房风味”的发展方向及快速与中式餐饮对接的发展思路。多位优秀企业领军人以“跳出窗外”的思维,从不同角度对行业未来的发展提供了深刻的战略思考,对满足多元化消费需求,开拓了广阔的市场空间。

孟素荷理事长指出,中国新一轮的消费升级,呈现消费分层中的多元化立体结构,方便面行业将原有扁平化的产品

线和价格带拉长、加宽。方便面产品正向健康、营养转型,其重要变化是内生动力加大,恢复了活力。

行业销量的企稳回暖背后,是方便面企业全面发力的创新产品。国家食物与营养咨询委员会副主任、中国农业科学院农产品加工研究所魏益民教授表示,方便面行业的发展,整体上显示营养美味、价值提升、回归厨房风味的趋势愈加鲜明,减油、降盐、美味三大亮点正为2017-2018年行业创新注入营养、健康的内涵。

首先,将“地方小吃”实现传统食品工业化,成为方便食品行业创新发展的又一方向。各种尽显异域风情和地方特色的经典风味,在方便面领域纷纷呈现。

此外,以营养健康为本,产品回归传统与天然,也成为方便食品行业的又一趋势。在全面推进“健康中国”国家战略的关键时期,方便食品行业顺势而为,不断推出兼具营养与美味的创新产品,最大程度减少“工业味儿”,使产品回归传统与天然。

同时,消费升级也加速了方便食品市场的细分,为迎合消费群体的多元化、个性化需求,方便食品行业开始专注于特定人群的产品研发,并且在产品创新中多方位多角度不断融入时尚元素,丰富产品品类,助推行业转型升级。

方便面行业的转型升级不断开拓新的增长空间,为未来的高质量发展夯实基础,优秀的创新产品不断涌现。在方便食品大会期间,还举行了“最受

欢迎的方便食品品评”环节。中国食品科学技术学会副理事长兼秘书长邵薇教授表示,创新产品的现场品评展示了行业发展的创新成果。学会持续多年,以公益性的创新产品评审鼓励行业创新。创新与跨越,是中国食品工业推进供给侧改革、寻找新动能的大势。对于中国方便食品行业而言,顺势而为将是一个重要的战略选择。她同时指出,在中国方便食品行业从小到大的发展历程中,中国食品科学技术学会始终从服务于行业的角度出发,以科技创新促进产业健康发展。在过去的23年间成功搭建科技与产业有效沟通的高端平台,成为促进中国方便食品业发展的可靠支柱和不可或缺的力量。(中经网)

新国标12月实施 调和油配方比例不再是“谜”

日前,国家发布了《食品安全国家标准植物油》(GB2716-2018),并将于12月21日正式实施。调和油新国标最突出的条款就是,要求“食用植物调和油的标签标识应注明各种食用植物油的比例”。

业内专家指出,伴随着新国标的出台,调和油市场将越来越规范。届时,调和油配方比例不再是“谜”,市民消费将更明白。

调和油“高标低配”由来已久

如今,调和油已成为不少家庭的厨房必备食用油。某知名连锁商超负责人表示,调和油占了食用油市场销售相当大的比例,从营养角度看,调和油由多种食用油组成,其中的营养元素自然更加多样,很多市民更倾向于选购调和油。目前,部分知名品牌食用油均推出了调和油产品,“花生调和油”“橄榄调和油”都属于市场宠儿。这些产品因含有“花生”“橄榄”等字样,身价往往高于其他食用油产品。

然而,这些品类中究竟含有多少花生油、橄榄油,对于消费者来说,很长一段时间内都是个“谜”。有业内人士告诉记者,由于调和油国标长期缺位,食用调和油领域存在诸多乱象,比如“高标低配”、混淆概念、以次充好等。最常见的做法是,一些企业只加了1%的芝麻油,也敢说是芝麻调和油;打着橄榄调和油旗号



的食用油,其实橄榄油在产品中的占比很低。

新国标让消费者明白消费

中国粮油学会首席专家兼油脂分会会长王瑞元指出,“按照新国标,今后的调和油都要向消费者公示,这个调和油加了什么,加了多少,加了2%以上的油都要向消费者讲清楚。那些只有0.5%的所谓橄榄调和油,以后就不能这样命名了。”

据了解,新国标未发布之前,鲁花、福临门等品牌旗下的调和油早就公开了配方比例,此举可以让消费者选购食用油时心中更有数。如今新国标已发布一段时间,记者日

前走访市场发现,福临门、鲁花旗下的调和油均已在商品标签“配料”一栏明确标注各种油的名称和比例,但金龙鱼、多力、胡姬花旗下仍有调和油产品未标明配方比例。

从市场监管部门了解到,在新国标正式实施前,市场上未标明成分比例的老包装产品仍可销售。不过,待新国标于今年12月21日正式实施后,市场上销售的植物调和油必须按照标准要求进行标注,标明各种食用植物油的比例。业内人士指出,调和油新国标的出台将有望改善行业乱象,调和油市场也将越来越规范。食用调和油配比的公开,有利于消费者明白白消费。

(北京晚报)

旺季序幕拉开 白酒股迎向上拐点

一边是估值已经回落至历史中枢以下,白酒板块走势降速换挡;另一边是白酒上市公司大多上半年业绩飘红,验证行业景气仍在。面对即将到来的中秋佳节和行业旺季,白酒板块投资价值几何?业内人士认为,如今白酒行业基本面表现依旧良好,板块能否在9月恢复强劲走势,中秋将是关键时点,投资者应密切关注白酒销量走势。

业绩支撑估值

由于担忧白酒后期需求回落,7月以来白酒股大多承压下行,拖累板块估值不断走低,回落至历史相对较低水平。不过从报表端来看,白酒企业二季度淡季收入仍保持较快增长。

高端方面,贵州茅台二季度收入加速增长,收入136.18亿元,同增47.05%;茅台酒今年上半年收入293.83亿元,同增35.86%。次高端方面,酒鬼酒今年上半年收入5.24亿元,同增41.26%;二季度收入2.59亿元,同增36.59%。水井坊上半年营收13.36亿元,同增58.97%,其中核心产品八号同比增长79%,井台同比增长53%。可见,高端酒保持快速增长,次高端白酒二季度仍旧延续高增长。

此外,区域龙头继续受益消费升级,百元以上价位段放量增长。例如,口子窖2018年上半年收入21.59亿元,同比增长23.67%;单二季度收入9.09亿元,同比增长27.51%,逐季加速增长。今世缘2018年上半年公司收入23.62亿元,同比增长30.81%;单二季度收入8.71亿元,同比增长30.30%。

动销强化景气

横向而言,7月以来,白酒板块整体跌幅较大,显示销售淡季叠加宏观经济数据不佳使得投资者更加谨慎。业内人士认为,板块能够在9月恢复强劲走势,中秋节是重要观察窗口。

以茅台为例,进入中秋旺季,公司发货节奏加快,8-9月发货有望超过7000吨,目前经销商已经开始备战中秋,预计发货量加大后批价有望小幅回落。

根据招商证券分析,企业主动降低发货后,三季度业绩增速换挡前行,市场对下半年乃至明年的增长预期也将放缓,市场对此已有预期,估值回落至历史中枢以下。若中秋实际动销保持稳定增长,库存和价格逐步好转,估值有望逐步修复。

中泰证券分析师范劲松也认为,短期来看,三季度旺季动销是市场的核心关注点,终端实际动销质量需在中秋前一周进行确认,目前高端酒龙头茅台提前执行10月份计划,有望增厚三季度业绩,去年高基数因素担心得到消除;区域酒去年同期收入基数较低,加上今年中秋在9月下旬,与国庆假期错开有利于旺季充分动销,整体三季度业绩值得期待。

标的选择上,中金公司认为,高端酒市场五粮液和茅台的放量提价不会停止,缺乏有效竞争对手,茅台五粮液已经成为超高端和大众高端的行业龙头。供给仍然较为紧张,也是超高端商品的基础要求。区域龙头具备长期的结构性成长机遇,结构提升明确且估值被显著低估的上市酒企业值得关注。(中国证券报)