

从一碗方便面看消费挖潜

□ 林丽鹏

方便面这个“老产业”重新焕发活力说明,消费潜力是挖出来的,传统行业不跟随市场需求改变就可能成为夕阳产业,反之则可能“逆袭”。

国庆长假出游,在不少高铁车厢里能发现一个细节:到了就餐时间,一些乘客接水泡面,不再是过去清一色的某品牌红烧牛肉面,而是五花八门、品种繁多,什么芝士面、藤椒面、免泡拌面……许多产品都让人觉得很新鲜。

一碗方便面的变迁,折射的正是我国消费需求明显转变,具有模仿型排浪式特征的消费阶段已经基本结束,个性化、多样化消费渐成主流。这种变化反映在饮食方面,就是人们不再满足于吃饱,更希望吃好,吃得健康、美味甚至还要有个性、有格调。即使是简餐速食,也从“将就”变得“讲究”,几款“经典”方便面确实难以满足消费新需求,加之外卖行业快速兴起,就餐有了更多选择,给方便面行业带来不小冲击。世界方便面协会统计数据显示,2013年至2016年,我国内地

和香港方便面年销量从462亿包减少到385亿包。

然而,正当大家普遍认为方便面行业日薄西山之时,方便面销量却自去年以来呈现触底反弹之势,今年上半年增长态势日趋稳健,销量增长4.5%,销售额增长8.6%。销量企稳回暖背后,是方便面行业的发力创新。消沉了一段时间的方便面行业这几年在创新供给上没少下功夫:为了更健康,料包换成植物油、汤包更讲究营养,传统的油炸工艺遭遇蒸煮面、免泡方便湿面的挑战;为了更丰富、有特色,小龙虾拌面、重庆小面、炸酱拌面、火

鸡面、冬阴功汤面等新口味层出不穷;为了应对外卖行业对正餐的冲击,推出小杯泡面主攻加餐需求;为了吸引年轻用户,推出动漫、游戏包装等等。

方便面已经发明60年,这个行业称得上是一个“老产业”,但从其重新焕发活力可以看出,传统产业是否有长久的生命力,很大程度上取决于技术和理念的创新。如今,不只是方便面行业,就算是电饭煲、吹风机这些看似寻常的日用消费品,同样有企业把产品卖到上千元还吸引很多消费者趋之若鹜,其电饭煲内胆材料独特,能让米饭粒粒晶

莹;其吹风机配置数码马达不仅吹干快,还能减少头发毛躁,这些创新产品自然能碾压同行。

方便面的变迁启示我们,消费潜力是挖出来的。企业进行技术和理念创新,先要深入思考用户需求,将市场细分,有的放矢,让供需匹配,才能激活消费市场。传统行业不跟随市场需求改变就可能成为夕阳产业,反之则可能“逆袭”。比如,进入移动互联网时代,大多数台式电脑厂商面临着销量、利润下滑的困境,但一些厂商能跳出同行价格战的泥潭,敏锐地发掘不同细分市场的需求,针对设计师、

漫画师、游戏开发者等小众用户群体,生产专业性强、性能更优的产品,在所谓“夕阳”产业中打造出朝阳产品。

这些传统行业的产品兴衰,说明让供给结构努力适应消费结构才是企业成功的关键。特别是日用消费品,更要紧跟大众喜好的变化,小至一碗泡面,大至家用电器,传统产品要保持生命力,就要敢于自我更新,跟上时代潮流。企业不断深化供给侧改革,化解供需结构的失衡与错配,进行制度创新、技术创新、产品创新,就能在满足消费新需求的过程中不断焕发新生。

“明厨亮灶”需网络平台“刮骨疗毒”

□ 王法治

一键下单、网上支付、送餐上门。随着移动互联网技术的发展,网络订餐成为中国都市年轻人的高频消费场景。然而,一些外卖平台商家无照经营、违规操作、虚假宣传等问题屡屡被媒体曝出,食品安全话题时常挑动着社会神经。

近日,多家电商平台联合启动了食品、保健食品反欺诈反虚假宣传电商联盟,并发布《食品保健食品反欺诈反虚假宣传公约》。这种以公约的形式维护行业公平和正当利益的做法比较常见,但针对网络餐饮这一细分领域的行业自律尚属首次。

不论联盟还是公约,其意义不仅在于体现了网络餐饮行业自律意识的觉醒,更在于可以配合相关法律法规的落实。去年,国家市场监督管理总局颁布《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》,鼓励入网餐饮服务提供者践行“明厨亮灶”倡议。所谓“明厨亮灶”,即让食品加工制作过程通过监控视频在第三方平台公开,让商家在阳光下接受公众监督。尽管实现“明厨亮灶”的愿景,还存在诸如商家热情不高、设备耗资较大等主客观障碍,但各

大电商平台行动起来,刀口向内,已经显示出其“刮骨疗毒”的决心。电商平台具有较强的智能定位、数据分析、趋势评估等科技能力,若能使用得当,能够有效地将法律法规落到实处。

民以食为天,食品安全无小事。党的十九大报告提出:“实施食品安全战略,让人民吃得放心。”当前,“互联网+餐饮”的模式逐渐为中国老百姓所接受,网络餐饮也日益成为市场监管的重点。网络餐饮安全链条长,从制作、分装到消费者食用的各个环节都存在风险。尽管近年来形成了以新修订的《食品安全法》和《电子商务法》为代表的法律法规体系,对责任主体、监管重点、惩戒规则等方面作出规定和解释,但在操作层面仍侧重于事后追责。行业联盟通过鼓励送餐人员举报商家的违法违规

行为,有助于形成平台、商家、配送员之间互相监督的“循环链”,共同构筑互联网餐饮线上线下的“同心圆”。

行业自律在落实,政府监管重指导,二者相互配合,在保障消费者健康权益的同时,也推动了互联网技术与餐饮行业深度融合,为经济发展提供新动能。众所周知,中国经济进入新常态后,产业结构优化、经济转型升级的需求日益迫切。互联网技术成为引领社会生产变革的活跃要素,互联网产业也成为经济发展的重要引擎。据统计,2017年外卖市场规模突破2000亿元大关,预计2018年将达到2430亿元,市场潜力巨大。因此,必须以壮士断腕的勇气“刮骨疗毒”,只有这样,互联网产业才能与经济社会融合发展,互联网发展成果才能更好地惠及民众。

农业要从增产转向提质

□ 一名

今年是实施乡村振兴战略的开局之年,也是改革开放40周年。40年前,改革是从农村开始的,如今实施乡村振兴战略给农村改革提出了更高要求。山西阳泉的农业盘子并不大,要想在全省立足、在市场立稳,就要加快推进农业由增产向提质的导向转变,突出“优”“特”“精”,进而提高农业综合效益和竞争力。

致力推动农业高质量发展。山西的旱地多,有机旱作是当地农业的一个传统。阳泉的农业就是山西的一个缩影,丘陵旱地占全市的80%以上,发展好有机旱作农业对提升阳泉农产品品质、打响绿色有机品牌具有重要意义。这就要求我们必须的特色开发上下功夫,大力发展城郊农业、设施农业、高效农业;在培育精品上下功夫,大力实施农业标准化战略,积极扶持农产品精深加工,鼓励企业开发功能性农产品,使其在市场上不仅有出路而且更有竞争力。推动农业高质量发展,要把政府和市场“两只手”的作用区分开来,不过多地干涉农民种什么、养什么。一些地方的农产品卖不出去,农民就去找政府说,你们让我种的,现在卖不出去,怎么办?政府要做农民做不了、干不好的事情,把精力放在功能区划布局、服务体系和市场体系建设、利益联结机制、典型引领带动等方面。最关键的一条就是搞好服务,只要市场体系和服务体系建立起来了,农业发展也就会顺势生长。

积极培育新产业新业态。农

业发展不能只盯着田间地头,要适应城乡居民的需求变化,培育宜居宜业的特色村镇和田园综合体,让休闲度假、旅游观光、创意农业、农耕体验、乡村工艺等新业态竞相生长。这就需要用好交通区位和自然资源两大优势,从推进乡村旅游、城郊农业发力,从建设农业产业园、科技园、农民双创园入手,促进农村一二三产融合互动发展。立足实际、创优环境、打造平台,让田园变“公园”、农房变客房、劳作变体验,既要起点高、不雷同、不搞千篇一律,又要有特色、有内涵、不搞贪大求洋。

大力培育新型经营主体。阳泉农村新产业新业态之所以发展不起来,农业结构调整进度缓慢,一个关键原因在于没有培育起新型经营主体。说到底,没有解决好“谁来干”的问题。比如,出门打工的农民从事体力劳动,留在村里的妇女和老年人没有能力参与新业态发展,更难搞规模化经营。在这种情况下,我们积极鼓励企业家到农村、鼓励工商资本“下沉”,建立企业与农民的利益联结机制,带动农村资源开发、带动农民发展。如,地处偏僻的大前村曾是深度贫困村,去年5月,山西一家公司与村子签订协议,流转了90%以上的土地,种枸杞、种盆栽果树,农民收入明显增加,该村在2017年当年就全面脱贫了。

乡村振兴的号角已经吹响,农业提质的任务就在当下,既是一场攻坚战,更是一场持久战。只要下好功夫、找准特色,田地里一定能够创出“金疙瘩”。