

放弃低价竞争 创新向多元化发展

方便面行业迎来消费分级

近期,关于消费升级还是消费降级的讨论备受关注。这其中,有关方便面销量提升的情况,则被视为消费降级的有利证据。但事实真的如此吗?

从数据来看,低迷了四年的中国方便面行业在2017-2018年上半年,呈现出了整体回升的势头。据中国食品科学技术学会数据,2018年上半年,方便面行业销量增长4.5%,销售额增长8.6%。尽管销量提升,但在提升的背后却是更多满足了不同消费者诉求的新产品脱颖而出。

中国食品科学技术学会理事长孟素荷表示,方便面行业稳中回升的主要原因是方便面行业放弃了低价竞争的发展路径,抓住消费升级的时机,作出了聚焦优势产品,改善产品结构,提升行业价值的战略调整。

在业内人士看来,方便面行业正在迎来消费分级,在创新方向上,产品口味逐渐摆脱工业化,回归厨房味道。并且在保证安全、营养的基础上,产品创新逐渐向个性化、时尚化、满足不同人群差异需求方面转变。

突显地域特色 方便面口味创新回归厨房

消费者对于方便面众多的传统印象中,肯定有食后久久不散的“工业味道”。从近年的方便面创新来看,方便面产品越来越餐饮化,无论是风味还是形态,都更加接近于面馆里刚出锅的一碗面,香气更加诱人食欲。

记者注意到,近年来,康师傅、统一、今麦郎、白象、日清等方便面企业的新品研发,都在向通过技术创新新工艺,逐步去除方便面工业痕迹,回归自然回归厨房。让消费者享受身临其“店”的感觉,即使在家里,也能体验到与面馆店相同的风味与品质。

据今麦郎公司相关负责人介绍,今年推出的“老范家面馆面”,是从传统家庭蒸馒头、煮面条中受到启发,面饼采用非油炸蒸煮工艺分段干燥方式,调味料采用厨房化熬制工艺,并分别配以FD(真空冷冻干燥)青葱、高丽菜、芝麻酱、大片肉以及调味

油包,最大程度地保留了中国传统煮面条的口感与营养。

豚骨拉面作为日式拉面的代表,“日清一风堂”则再现了一风堂经典的白丸博多豚骨风味和赤丸博多豚骨风味。身临其“店”的风味,这就是日清所追求的,即使在家里,也能体验到与拉面专门店相同的风味与品质。

据中国食品科学技术学会发布2018年中国方便食品行业六大创新趋势来看,方便面除了在口味上回归“本味”,还在产品创新方面体现更多的地域特色。

以白象酱拌面和日清意面两款产品为例,据相关企业负责人介绍,前者传承山西赵氏和面工艺,融合现代“双醒”工艺和四段烘干工艺。后者将意面风味与创新面体相结合,并在包装上配以独特设计的蔽水口,让吃面本身就变成了一个有趣又时尚的事情。

强化健康属性 多元化是企业创新的必破命题

除了在口味上的创新,方便

面的产品发展依然离不开安全健康的发展基石。什么样的产品是符合消费者的需求?据尼尔森调查分析显示,安全、健康位列首位。

高端方便面在消费者接受程度上,依然有个“贵要贵的有道理”的问题待解。在业内人士看来,方便面创新在强化产品营养属性方面,得到了市场的普遍认同。

从方便面本身来看,康师傅和统一选择汤料方面做文章,旗下的“豚骨系列”和“汤达人系列”,坚持了高汤制取的传统工艺,还原鲜香醇厚、浓而不腻的正宗好汤。另外,伴随着人们消费方便面的场景的变化,方便面与休闲食品之间的边际正在模糊。很多方便面产品从包装、名称、食用方法等多个方面,力求能有新意,有所突破。

作为80后消费者心中的“人气零食”,小浣熊干脆面也正在迎来创新与改变。据统一公司相关负责人介绍,统一的豌豆脆以人们对豌豆的健

康认知将小浣熊干脆面进了脱胎换骨的革新,为消费者提供了一款低油、低盐、休闲化的方便食品。用豌豆粉制得的螺旋状干脆面,添加黑色食材的调味料,使“吃”变成了一种快乐的享受。

除了对传统方便面的创新升级,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。

在今年9月召开的第十八届中国方便食品大会暨方便食品展上,康师傅鲜蔬面荣获了2018年度方便食品行业创新大奖。产品采用鲜蔬高汤,加上爽滑入味的特质宽面、营养美味的七彩蔬菜,以真材实料的匠心赋予消费者一种独到的轻奢感受。

康师傅方面表示,天然、营养、健康成为行业未来的发展趋势,拥抱消费升级助推方便面产业实现品质和价值的双重提升,这既是每个企业面对的命题,也是行业实现转型升级必破的命题。(中经网)

得利斯投资3亿元 投建肉牛加工项目

近年来,我国牛肉总产量与进口量逐年增加,且出口量逐年减少,揭示了国内牛肉消费市场需求旺盛,供求压力持续加大的客观事实,相关数据显示,目前国内肉牛产业市场已经达到4900亿元。千亿元市场规模也引来了肉企们的重视,近日,30年来一直在猪肉深加工领域内深耕的得利斯集团便重金发力肉牛产业,据了解,该项投资3亿元。

据了解,进入新世纪以来,我国肉牛产业飞速发展,随着人民生活水平和饮食结构的转变,牛肉消费量呈现较大幅度增长,2017年,我国牛肉消费总量突破900万吨,接近4900亿的市场规模,中国成为第三大牛肉消费国。基于市场状况和国内消费者对全球优质牛肉的期盼,得利斯投资3亿元,投建肉牛加工项目。

此次得利斯百万头(首期30万头)肉牛加工及贸易物流项目,占地90亩,建筑面积3.5万平方米,年可分割进口肉牛四分体30万头,形成年生产鲜冷分割牛肉3万吨、调理牛肉产品3万吨、熟肉产品2万吨的产能。

据悉,该项目每年可完成利税2亿元,提供3000多个就业岗位,

创造10亿元社会效益的肉牛加工及贸易中转集散地。

得利斯方面向媒体表示,该项目以澳洲进口优质肉牛四分体为原料,进行肉牛胴体分割,主要为鲜冷分割牛肉及深加工产品。

就在前不久,得利斯发不的2018年三季报显示,今年前三季,得利斯营业收入14.72亿元,同比增长31.65%;净利润540.67万元,同比增长18.52%。而此次得利斯又发力肉牛产业,项目的建成,也为得利斯未来产业结构的升级,产品结构的优化,为得利斯的可持续发展注入更强生命力。今后得利斯将呈现猪、牛双业并举,两个产业体系共同发展的局面。

2013年至2018年,是我国肉牛业市场价格保持平稳的5年,也是价格处于历史性高位的5年。价格的增长是行业发展状况的客观体现,价格的稳定则更多是基于产业战略安全层面的考虑并通过人为调控手段而得以实现。

业内表示,通过预测分析,未来几年国内肉牛市场价格不会出现较大动荡,尚可处在安全可控的范围之内。

特殊食品成企业转型升级新热点

虚假宣传等问题待解决

日前,中国营养保健食品协会主办的“2018中国特殊食品合作发展会议(第三届)暨特殊食品产业展览会”在京举办。

全国政协副主席、农工党中央常务副主席何维出席并致辞。何维指出,长期以来,党和政府高度重视食品安全工作,食品保障工作。当前我国经济社会发展进入到一个新阶段,食品工业也面临着新老动能的转换,面临结构的调整和提质增效的问题。中国特殊食品是食品产业监管与发展的排头兵、风向标,是科技含量足、发展潜力大、社会关注高的支柱性、战略性新兴产业,是推进健康中国建设,推动食品经济高质量发展的重要样本和支撑。何维建议,特殊食品行业坚持质量安全的底线,坚持创新发展的引领,为公众营养健康做出努力和贡献。

国家市场监督管理总局食品安全总监王铁汉指出,特殊食品事关特定人群的身体健康和生命安全,尤其是婴幼儿配方乳粉直接关系到婴幼儿的生长发育,关系中华民族的未来,对安全的要求更

高。人民日益增长美好生活的需要对加强食品工作提出了新任务,推动高质量发展 and 健康中国建设为解决食品安全问题提供了前所未有的发展机遇。新时代需要大家携手并进共同奋斗,全方位建立食品安全现代化治理体系,加强从农田到餐桌全过程监管能力,提升食品安全链条质量安全保障水平,提高人民群众的获得感、幸福感和安全感。

中国营养保健食品协会会长边振甲介绍,伴随着政府科学的严格监管,行业企业艰苦卓越的努力,我国保健食品经历了从发展中规范,到规范中发展的进程,婴幼儿配方乳粉实现了从饱受诟病,到凤凰涅槃,腾飞发展巨变,特殊医学食品开始了从默默无闻到科学发展阶段。婴幼儿辅食,运动营养,老年营养,益生菌益生元等特殊膳食异常火爆,并已经成为食品企业转型升级新热点。中国已经成为全球最大特殊食品消费市场,市场规模超过6000亿元。边振甲表示,当前,一大批更具活力,更有效率,更有国际竞争力和影响力的特殊食品企业

脱颖而出,向高质量发展迈进,产业呈现出强大活力和发展潜力,向世界展示出了具有世界先进水平的现代食品制造业。

在总结发展成果的同时,边振甲也指出了特殊食品行业存在的问题和不足。目前,消费者日益增长美好生活需要和特殊食品产业不平衡、不充分之间的矛盾突出,很容易成为人民群众关注的焦点。比如,特殊食品存在虚假夸大宣传,误导消费者,违法添加等问题。另外,产业基础仍然比较薄弱、消费者的信心不足、保健食品舆论环境恶劣、劣币影响良币等问题使行业前进举步维艰,负重前行。整个行业大而不强,内需外求的问题比较突出。面对这些问题,应不回避不逃避,勇于承担,努力加以解决。

未来,在食品安全战略,健康中国战略的指引下,中国特殊食品将坚持走规范化管理、精细化运作、创新型驱动、高质量发展之路,必将创生出强劲有力、持续不息的生命力,开创新时代发展的新纪元。

(中新网)