

盘点 2020 方便面行业：

创新驱动产品向健康营养转型

2020年注定是极不平凡的一年，面对年初的新冠肺炎疫情，方便面行业率先复工复产，第一时间全力生产，积极“保价格、保质量、保供应”，用实际行动践行“三保”行动，在保障市场供应稳定民心的同时，力争分秒逆行捐赠到抗疫一线，用行动彰显方便面行业高度的社会责任感和强大可靠的暖心力量。

这一年，方便面行业无论是在疫情时期的突出表现，还是在做好“六稳”工作、落实“六保”任务中的积极贡献，已经成为驱动中国食品工业逆势上扬的重要力量。康师傅、统一、今麦郎、白象、日清为代表的方便面企业始终坚持以“健康转型和价值提升”为发展目标，以创新驱动，持续推动产品向健康营养转型，坚定创新的沉淀与积累，夯实了行业发展的基石。中国轻工业联合会数据显示，2020年1-10月中国方便面产量累计增长2.75%，彰显出方便面行业的创新活力。

健康营养差异化创新释能

近年来，方便面行业紧盯国内消费者需求的变化，深耕消费市场。围绕新时代新消费需求，集合了原料、工艺、包装、配料等全要素，研发出令人耳目一新的创新产品。如今的方便面产品丰富多彩、琳琅满目，从图片的仅供参考到大块牛肉的真材实料，让消费者各取所爱，

“只买适合自己的”成为越来越多消费者的消费观念。

康师傅致力于垂直深耕方便面领域。产品组合上，聚焦核心产品，以多元规格和多元口味吸引各圈层消费者。这一年，针对素食主义者、川辣口味爱好者、量小者等不同消费群体，康师傅推出了纯素方便面、川辣牛腩煨面、点心杯面、手擀面、菜多多、新版汤大师等新品。

2020年统一企业首次进军煮面市场，接连推出“满汉大餐”台式半筋半肉牛肉面、“那街那巷”兰州牛肉面多款新品。

截至目前，今麦郎方便面连续14个季度行业增长领先，正在走一条由技术进步带动价值提升的发展之路。目前，今麦郎拥有25万亩的优质麦基地、日处理3200吨的世界级面粉工厂、总投资10.2亿元的世界首创新一代方便面项目”的生产车间，以及配套的综合辅料产品生产。每年都会创新推出各类不同产品，为企业增添新动能，今年推出了大汤面、乌冬面等新品类，给消费者带来更多健康选择。

白象食品也进行了品类、口味方面的创新，积极布局新赛道，并推出了鲜面传、唐人吃面牌等差异化产品。其鲜面传采用-30°宇航级FD冻干技术急冻锁鲜，最大限度保留鲜面口感，创新柳州螺蛳面、河南咖喱牛肉拉面、台湾省肉燥拌面等10种口味，以“中式口味的足料

鲜面”打造所见即所得的高端速食标准。

创新因需求而生。日清食品主打商品包括“合味道”和“出前一丁”，“合味道”为公司杯面产品的旗舰品牌，自1984年首次推出后凭借优良的品质和味道广受好评，而“出前一丁”则主打袋装即食面，定位大众和家庭市场广受欢迎。今年推出了合味道BIG大杯装，新增赤豚骨浓汤风味，满足消费者的多元需求。

代际更迭泡面增年轻基因

CBNData发布《2020中国互联网消费生态大数据报告》显示，以90后、Z世代为主的新生代消费者正在成为消费的主力选手，他们有着全新的品牌心智——“易被种草、乐于尝新”，同时更关注品质与体验，而非品牌Logo带来的身份溢价。

面临消费者代际更迭，需要敏锐洞察市场需求风向变化。“吃”不再是果腹的基本需求，年轻消费者有视觉、味觉、触觉等多维度的新需求，更加认同具有时尚化、真材实料还原化、包装精致实用、融入文化场景等特性的创新产品。

康师傅方便面自问世以来，至今已经开发出超过260种口味的方便面，以“大肉块”“浓醇高汤”等诉说面馆级好面标准，以“FD冷冻干燥技术”“高汤萃取技术”“RP快速成型技术”对标航天品

质，满足更多人群的期待，满足消费者持续升级的消费需求；统一汤达人作为00后的一员，坚持用心做好面，打造元气高汤，通过不断探索、面向2020年再次以好汤回应，推出全新升级的“极味馆”系列，方寸之间带来更高级的口感，更极致的体验；从“弹面”到“拉面”到“煮着吃”到“老爸厨房”，今麦郎不断开方便食品新口味，从“华龙”到“甲家”到“今麦郎”，不断开创全国性的知名品牌，先后自主研发并推出20多个子品牌、100多个口味、300多个规格，注册商标和申请专利600多项；2020年11月19日，白象食品发布了全新的品牌Logo，白象食品全线产品焕新包装，融入更多年轻元素，新小象、新白象，开启新想象；日清食品一直推广健康及幸福生活，通过不断开发新颖、健康的产品为消费者提供更多健康选择，随着消费者不断年轻化的趋势，日清食品在二次元领域越发受到年轻人的喜爱，联合动漫IP创造了更多与年轻消费者的共同话题。

从传统走向现代，再从现代追寻传统，这不是简单的“回归”，是在一次又一次消费升级的浪潮中寻求的突破与突围。在日新月异的新消费时代，面对奔涌而来的“后浪”们，方便面企业的创新不再是单一维度的创新，全方位、多角度、多层面已经成为常态和趋势。

(中国经济网)

食品饮料短期调整机构看好跨年消费布局

食品饮料行业2020年以来整体涨幅居前，申万食品饮料板块年初至今涨幅逾73%，白酒板块更是一路飙升。临近年末，食品饮料行业迎来短期调整。Wind统计显示，申万一级行业中27个行业板块主力资金过去一周呈现净流出，食品饮料净流出金额高达46.76亿元。其中，在经历了此前九连阳之后，白酒板块在近期最后一个交易日遭遇下挫，包括贵州茅台、老白干酒、金徽酒、青青稞酒、皇台酒业、金种子酒等纷纷下跌。

中原证券指出，随着食品饮料等近期热门板块的轮番下挫，拖累股指逐级震荡走低，投资者持币观望的情绪较重。年末临近，市场交投趋于清淡，建议投资者关注来年可能出现较好机会的相关板块与个股，同时密切关注政策面、资金面等因素的变化情况。

在最近连续受挫之后，巨丰投顾在提及白酒板块的风险时指出，白酒股最高回撤已近30%。对于白酒板块来说，整体估值已经不便宜，高端酒企整体盈利能力依旧，但中小酒企盈利能力一般，目前也有透支未来业绩的趋势，即便行情不会就此结束，但后期大分化也在所难免。不过，回调空间比较有限。

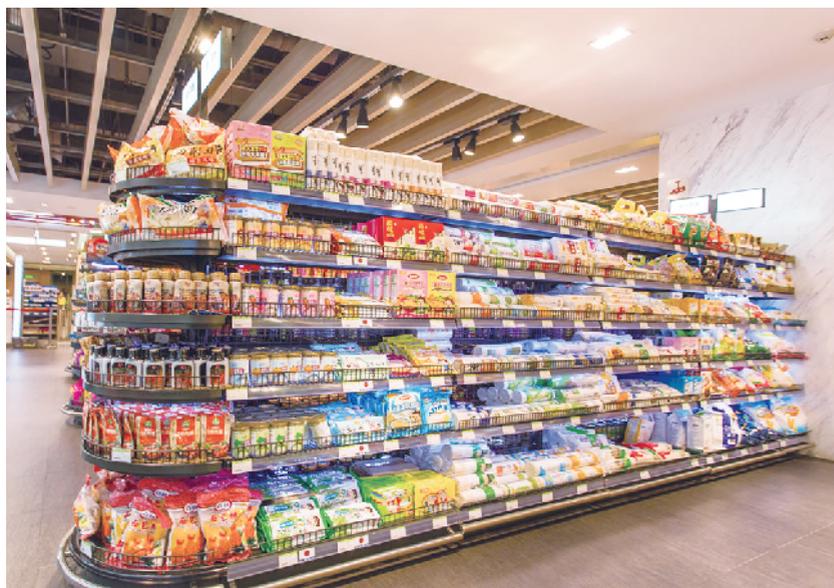
天风证券认为，当前白酒板块存在

估值压力，预计2021年春季糖酒会将是一个情绪高点。

值得注意的是，2020年7月开始，大量资金陆续进入，选择业绩确定性强的白酒板块。进入10月，中秋、国庆旺季销售超预期，秋糖会也传递了行业积极信号，叠加板块三季报业绩增速兑现，再次推动板块上涨。近期次高端、大众白酒密集提价，各大酒企陆续召开经销商大会和股东大会也进一步传递了积极信号。招商基金量化投资部副总监侯昊指出，2021年上半年大部分白酒企业都有业绩低基数带来的高弹性，叠加白酒新股上市，市场氛围会持续向好。白酒的消费基础好、品牌积淀厚，业绩确定性强，可带来中长期估值体系提升重塑，核心资产有望继续享有估值溢价。

侯昊认为，白酒板块2021年仍有机会。虽然目前食品饮料估值均比疫情前提高，但是从中长期来看，行业成长逻辑依然是消费升级和品牌集中度提升，以及龙头强者恒强的趋势。此外，从历次危机事件复盘也可以看出，综合抗风险能力而言，市场管控、渠道基础、品牌力更强的酒企有望更为受益，在疫情过后有望获得集中度提升。

面对目前食品板块的阶段性涨势，



万联证券也提醒，部分食品细分赛道的需求在疫情刺激下反而迎来阶段性的爆发，进而大幅提升业绩，市场有可能过分高估其2021年的业绩增长。同时，随着全球及我国经济将在2021年持续修复，可选消费品类加速复苏，部分细分赛道或存在业绩不及预期的风险，因此“高估值”是

2021年食品饮料板块不可忽视的问题。

除了酿酒板块，调味品由于提价预期落空，近期也出现一定调整。渤海证券建议，自下而上寻找具有估值优势且经营改善的个股，中期则关注后疫情时期业绩环比将持续改善并且有催化劑支撑的行业。

(经济参考报)