

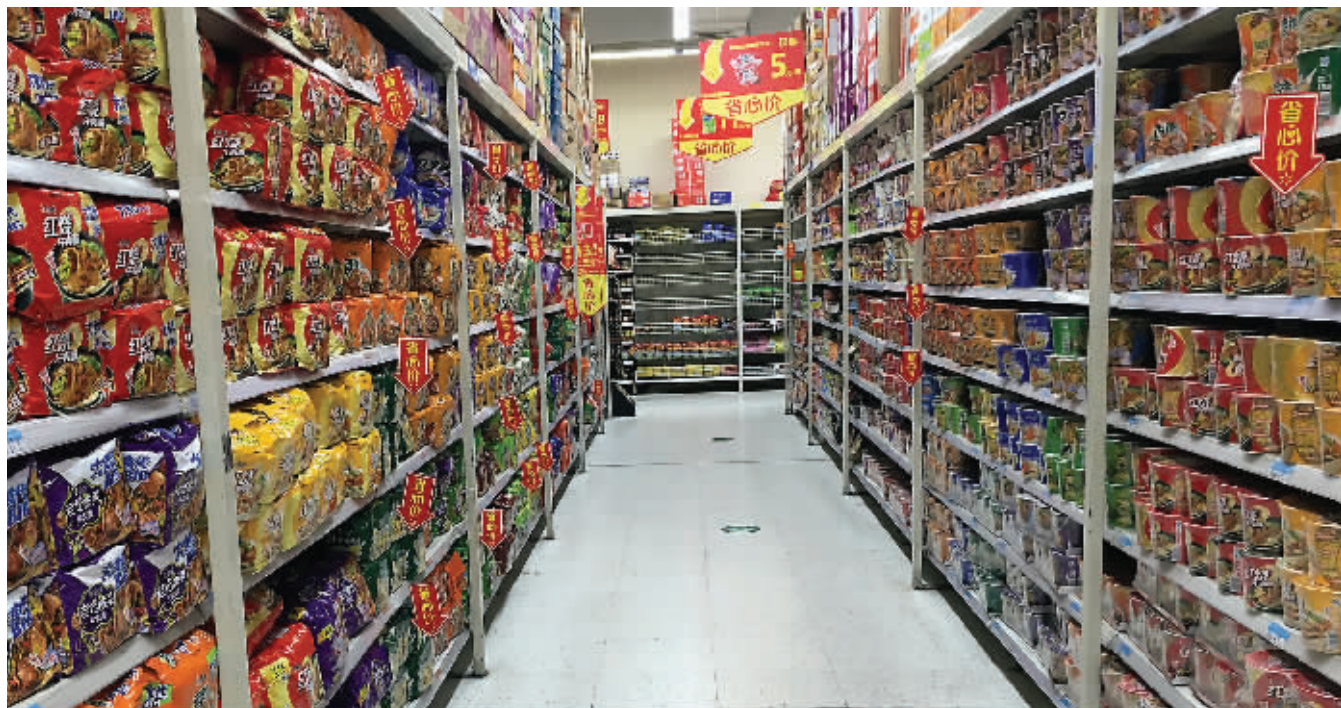
外卖火了,方便面卖不动了?

现代快报调查发现,受外卖、电商、高铁普及等影响,“泡面一族”少了

随着消费升级,方便面被指卖不动了。来看看国内方便面市场巨头之一的康师傅,据该公司的财报数据显示,2016年二季度净利润1800万美元,同比大跌逾87%,业内称之为“史上最差业绩”。

昨天,现代快报记者探访南京多家超市发现,尽管方便面的口味越来越丰富,但消费群体却在逐渐流失。这缘于网上订餐的快捷以及电商的普及等因素,使得以方便面为代表的一批快速消费品市场正在萎缩。

现代快报/ZAKER南京记者 徐红艳/文 顾炜/摄



超市里的方便面售卖区很冷清

净利润大跌87% 被称史上最差业绩

8月29日,康师傅控股发布2016年度第二季度财务报表。数据显示,该公司二季度净利润1800万美元,同比大跌逾87%。第二季度的销售额20.92亿美元,较去年同期下滑17.95%。饮品和方便面分别占到康师傅销售额的60%和37%,分别大降21.06%和11.59%。

对于净利润和销量的快速下滑,康师傅表示,饮品和方便面销售下滑、公司加大广告投入令分销成本上升是主因,第三季度的业绩趋势将有所好转。其实,自2013年以来,康师傅的“业绩”就不太好看。销售额、销量、净利润等关键指标似乎进入下跌的深渊,此次净利润下跌87%,有业内人士称是“史上最差业绩”。

方便面销售 存在区域差距

现代快报记者了解到,不仅是康师傅,国内方便面销售市场自2010年以来都不景气。随着消费理念的提升,方便面“没营养”“不健康”等标签也逐渐在人们心中放大。尽管这一说法并无定论,但有数据显示,从2011年开始,中国方便面的销量持续5年下跌。去年,中国方便面的销量更是大幅下滑12.5%。

这样的业绩,江苏市场又是怎样的表现?结果令人意外。据苏果超市的数据显示,今年1-7月,康师傅方便面在全省的销量没有下降,相反,比去年同期还上涨了8%。对此,苏果超市相关人士表示,就全国而言,方便面的销售存在区域差距。

而另据南京江宁众彩一家康师傅的批发商介绍,销量与去年比变化不大。

品种多样化,消费者却不吃这一套

小的时候,我们会把家里的零钱拿出来,偷偷买包小浣熊或魔法士干脆面来吃,觉得特别美味、解馋。现在,方便面口味越出越多,但就是再难找到小时候的味道。

香辣、酸菜、上汤、红烧……每个品牌至少有四五种口味。一位长期从事方便面经销的业内人士告诉记者,随着消费群体的流失,不少方便面品牌不断开发新产品,以期留住原有的顾客。

然而,消费者不吃这一套,品种的多样化反倒让一些老年群体开始离去。

昨天在南京市张府园的一家超市,记者遇到了今年70岁的李阿姨,她正戴着老花镜在货柜前挑选方便面。“我想找一种以前吃过的上汤面,可一直没买到。”李阿姨说,不想做饭的时候,她会和老伴买点方便面回家煮,可品种更新太快,很多以前的老味道都找不到了。



偶尔饿了,你是不是会想来一碗方便面? 资料图片

火腿肠的销量也跟着降温

现代快报记者来到新街口一家大型超市,在方便面货柜前,看到偶尔有一两个年轻人会停留挑选。

30岁的白领陈小姐告诉记者,以前上大学时懒得去食堂,每周会囤些泡面,方便省事。“上班后就不太吃了,只有实在没时间做饭的时候才会买一点。”在产品的选择上,陈小姐更青睐高品质、绿色健康的,“我身边有不少人喜欢海淘特色口味的方便面。”

买方便面的人少了,方便面的“伴侣”火腿肠也是相同待遇。一家超市的营销员告

诉现代快报记者,之前他们会把火腿肠摆在收银台附近的架子上方便顾客选取,但因为销量不大,已经撤回方便食品柜。

价格低、省时间,方便面对外来打工者来说,性价比挺高。昨天,来自徐州的张师傅趁着休息,和老乡一起去超市囤货。他告诉记者,工地不管饭,每顿都要自己做,方便面是最常吃的。“我们尽量自己做饭,可工地上活多,空余时间不多。”张师傅说,以前在外地打工,一天至少得吃上一顿方便面,现在已经减少到两天才吃一次。

不健康、没营养等观念深入人心

尽管一直存在争议,但每次提起方便面,“没营养”“不健康”等标签就会闪现在大家的脑海里。

随着收入水平的提高以及消费观念的升级,以方便面、火腿肠、碳酸饮料等为代表的一批快消品,销售增速已经在放缓。与此同时,酸奶、牛

奶、茶类等健康食品的销售上涨较快。

AC尼尔森去年一份调查报告称,有四分之三的中国受访者表示,他们愿意支付更高的价格购买被认为“健康”的食品。在这项调查中,“健康”的标签是“纯天然”“无人工调味料”“非转基因”等。

网上订餐快捷,“泡面一族”少了

回忆起大学生活,泡面肯定是大家共同的回忆。懒得出门,烧上一壶水泡面,美味又快捷。但如今,吃方便面的大学生越来越少,这不得不提到电商外卖的快速发展。用外卖APP下单立等可取,还能吃上各式各样、新鲜美味的菜肴,这在一定程度上也冲击了方便面的市场。

在南京上大四的小吴告诉现代快报记者,大一的时候还会囤方便面,节假日窝在宿舍吃,但现在吃泡面的机会不太多,顶多晚上饿的时候当宵夜吃。“现在宿舍里人会一起叫外卖,多叫几份,大家还能分着吃。”小吴说,今年以来自己只吃过两三次泡面。

高铁、动车上,方便面“下架”

以前出门旅行,普快小推车、客运服务区的泡面是旅途的最佳伴侣。香喷喷的泡面、热乎乎的汤,吃上一碗都会引来周围人羡慕的目光。如今,随着交通条件的改善,高铁、动车、飞机等高速快捷的交通工具慢慢普及,旅途上的乘车时间大量减少,吃东西的需求有所减弱。

“旅程时间的大幅度缩短,人们对方便面的需求会降低,加上餐饮供给的完善,都会对其销量产生冲击。”从事高铁餐饮服务的相关人士告诉记者,由于动车组密封性特别强,泡方便面味道很大,高铁、动车上都没有方便面销售,目前仅普快还有泡面在售。

多次涨价,对销量有一定冲击

经典的红烧牛肉面从每袋4元涨到4.5元,一些桶装面也有五六毛钱的涨幅。昨天,南京玄武区物价局的相关人士告诉记者,受原材料上升影响,去年10月17日开始,有53个品种的康师傅方便面价格上涨,涨幅在10%-30%。不过,近期价格较稳定。

现代快报记者注意到,其实从2010年以来,方便面市场的价格大战就在升级。袋装方便面从几毛钱涨到两三元,消费者的神经也在紧张。如今,随着各个品牌的种类越来越丰富,高端系列产品层出不穷,方便面也突破价格低廉的印象,身价屡创新高。