



视觉中国 供图

财经猎豹

榨菜和方便面都是平价美食的代表品种,此前涪陵榨菜中报业绩不达预期,方便面表现又如何呢?8月26日,康师傅控股发布2019年中期业绩,半年方便面事业收益为115.44亿人民币,同比增长3.68%,贡献了集团总收益的37.85%。中国方便面市场在经过几年的下跌后,2017年、2018年有所回升。此前统一发布的业绩也显示,得益于方便面业务回升,公司净利润增长近四成。

现代快报+/ZAKER南京见习记者 王天驰

都是平价美食

榨菜卖不动 方便面却翻了身

国内方便面市场回暖

90后陈先生在某互联网公司做UI设计工作,经常加班到深夜。陈先生表示,工作到很晚,需要补充热量,晚上能点的主要是烧烤、龙虾和洋快餐,不如来一碗泡面实在。陈先生说,以前上大学时经常吃泡面,当时是图便宜,现在吃是图方便。

泡面的确承载了很多人大学时代的记忆,但随着外卖兴起,中国的方便面销量一度大幅下滑。世界方便面协会数据显示,2011年—2013年,中国方便面年需求量增长到了462.2亿份,但是2013年之后,销量出现下滑。2014年中国方便面市场销售量为444亿份,到2016年时,中国市场销售量

跌至385.2亿份,为近五年来最低点。

从2017年开始,国内方便面市场出现回暖迹象。有报告称,2018年全世界方便面销量达到1036亿份,中国市场占了402.5亿份,占全球方便面销量的38.85%,排名第一。

与此同时,康师傅和统一两大方便面巨头业绩都得到大幅增长。2018年,康师傅实现营收606.86亿元,同比增长2.94%;净利润为24.63亿元,同比增长35.42%,报告期内,方便面业务收益上升5.73%。2018年全年,统一实现收入217.72亿元,同比增加4.6%;净利润10.30亿元,同比增加17.2%。

两巨头布局高端方便面市场

在贸易公司工作的80后刘女士平时工作繁忙,她在办公室里囤了一些碗装方便面,以备不时之需。刘女士说,外卖吃多了也会腻,偶尔还很想吃一碗方便解解馋。尤其是胃口不好的时候,泡一碗方便面,浓郁的香气可以提升食欲,而且方便快捷。刘女士表示,自己比较喜欢吃辛拉面、合味道等国外品牌的方便面;相较于经典口味方便面,她的同事们更青睐康师傅和统一推出的新口味方便面和方便自热饭。

现代人对饮食品质的追求,也在影响方便面市场。近年来,康师傅和统一两大巨头在方便面业务上开始向高端产品倾斜。

数据显示,统一方便面5元以上产品占比由2017年的21%上涨至2018年的26%,旗下高端产品汤达人在

2018年的销售额同比增长达30%,营收规模超过19亿元;康师傅高端方便面销售额同比增长10.6%,而售价较低的干脆面销售额同比下滑24%。

8月6日,统一企业中国发布2019年上半年业绩报告,公司2019年上半年收益为114.69亿元,同比增长2.2%;净利润为9.98亿元,同比上升39.6%。公告称,收益上升主要得益于汤达人生活面以及统一阿萨姆奶茶收益持续增长。上半年统一方便面业务收入42.68亿元,较去年同期增长2.8%。高端产品汤达人在上半年持续双位数增长,继续引领5元以上价格带主流消费。

康师傅2019年半年报则表示,报告期内,公司方便面业务坚持多价格带策略,以巩固高价、高端市场为核心,布局超高端市场。



便利店里的方便面货架 现代快报+/ZAKER南京见习记者 王天驰 摄

韩国WISE齿科院长任博士率团亲诊 康贝佳为百对种牙夫妻办集体婚礼

著名主持人方方老师亲临主持,缺牙市民可拨打86980851咨询报名

今年是康贝佳进驻南京的第10个年头。10年来,康贝佳始终坚持“用品质和服务赢口碑”的宗旨,在帮市民解决牙齿问题的同时还注重感恩回馈,2009年建院时就成立了“1000万尊老爱牙基金”,并设立“敬老文明号”服务窗口,方便老人看牙。为感谢广大市民10年来的信任和支持,康贝佳将于9月6日举办“齿生有约”世纪金婚盛典暨10周年老会员答谢宴。届时,韩国任势雄博士将率团亲诊,著名主持人方方老师将亲临主持,缺牙市民可拨打86980851预约报名。

夫妻结伴种牙上演感人瞬间 举办集体婚礼重温浪漫时光

“不种牙,你永远体会不到缺牙‘重生’的幸福!”一位种牙市民这样说道。的确,缺牙后以前很多想吃就吃的东西,现在咬起来都费劲,巨大的落差让很多人懊悔不已。为了弥补“缺憾”,缺牙市民纷纷到康贝佳种牙,其中有不少是夫妻结伴的,也上演了很多感人的故事。

得知很多种牙夫妻当年结婚时没有举办过仪式,更没有拍过婚纱照,康贝佳决定帮其中一部分非常想拍婚纱照的夫妻补拍婚纱照,并为百对种牙夫妻举办集体婚礼,带他们重温浪漫时光。

20多年练就3分钟种2颗牙 韩国任势雄博士率团亲诊送口福

不少人觉得种牙创伤大、时间长、恢复慢,其实是没有选对医院和专家。康贝佳特聘种植牙专家、拥有20多年种牙经验的韩国WISE齿科院长任势雄博士,就创造过3分钟种好2颗牙的纪录,并且创口微小,全程几乎没有见血,一种好牙直播患者就能谈笑风生,有的甚至当天就戴上“新牙”了。

任博士擅长的微创即刻种植牙,术前通过数字化设备获取患者牙槽骨的精准数据,并确定种植的位置、角度和深度,种牙时只需在牙龈上环切出米粒大的创口就能植入种植体,时间短、恢复快。为让种植牙造福更多市

民,活动当天他将率团亲诊。著名主持人方方老师亲临主持与200多位种牙人一起畅聊种植牙

著名主持人方方老师睿智、阳光的主持风格深受观众喜爱,但方方老师曾经也缺过一颗牙,起初没有引起重视,直到感觉缺牙两边的牙齿开始松动,对面的牙齿变长时,他才想到要修复。经过对比和实地考察,他选择康贝佳种牙。由于采用的是微创种牙技术,当天他就回台里主持节目了。

活动当天,方方老师将现场分享他的种牙故事。不只是方方老师,另外200多位在康贝佳种牙的患者也将分享自己的“种牙经”,种牙疼不疼、种牙多久能够吃东西,缺牙患者关心的问题都能得到详细的解答。

“齿生有约”世纪金婚盛典 暨康贝佳10周年老会员答谢宴

时间:2019年9月6日上午8:00

地点:瑞庭婚宴中心(情侣园店)

声势浩大 100对种牙夫妻集体举办草坪婚礼

专家云集 韩国WISE齿科院长任势雄率团亲诊

知名主持 著名主持人方方老师亲临主持

心路纪实 200位种牙“过来人”现场分享“种牙经”

幸运抽奖 免费抽取电烤箱、旅行箱等奖

报名条件:有缺牙困扰想种牙的市民可拨打86980851咨询报名,前50名符合条件者可到院领取请柬,届时凭请柬入场参加活动。

详情请见院内公告

报名电话:86980851



(宁)医广[2019]第08-07-175号 广告

下半年A股缺点“味道”? 酱油醋受青睐

“喝酒吃药”行情之后,还有哪些称得上“核心资产”?不起眼的调味品行业被不少机构提及。8月26日晚间,千禾味业和恒顺醋业公布半年报,前者扣非净利润增长34%,后者净利润增长15%。值得注意的是,两家公司都受到了社保基金的青睐。

现代快报+/ZAKER南京记者 谷伟

酱醋行业闷声发财,社保基金入驻

根据半年报,千禾味业上半年实现营收5.94亿元,同比增长24.07%,净利润8731万元,下滑35.55%,但扣非净利润同比增长34.35%。恒顺醋业上半年实现营收8.81亿元,同比增长9.43%,净利润1.42亿元,增长15.28%。而调味品行业的龙头老大海天味业之前发布的半年报则显示,公司上半年实现营收102亿元,净利润27.5亿,同比增长22.34%。

虽然这样的盈利水平跟茅台、五粮液还差得很远,但稳定增长的业绩还是显得颇有吸引力。在千禾味业和恒顺醋业的半年报股东榜上,都出现了“国家队”社保基金的身影。社保一一七组合和社保一零五组合新进千禾味业,分别买入322万股和279万股,位居第七和第十大股东。

恒顺醋业一向是机构最爱的股票之一,股东榜上机构云集。一季报时已有社保四一九组合买入660万股,位居第十大股东。半年报显示,社保一零五和社保六零三分别买入1538万股和788万股,分别位居第二和第六大股东。

今年1月,恒顺醋业对旗下香醋、陈醋、料酒等五个系列的产品进行提价,提价幅度6.45%到15.04%不等。尽管销量增长并不明显,但提价效应还是带来了收入的增长。

为什么社保基金会青睐不起眼的酱油醋企业?这或许与中国人的饮食习惯有关。“柴米油盐酱醋茶”,过日子离不开。东兴证券认为,由于人们对味蕾的极致追求,使得消费者黏性强、价格敏感度低,也导致了调味品行业易守难攻、大品牌集中度不断提升的特性。

挑战地域性,跨界“暗战”渐起

值得注意的是,公布半年报的同时,千禾味业还公告,拟以1.5亿元收购镇江恒康酱醋

100%股权。恒康酱醋是镇江一家生产食醋的家族企业,拥有“金山寺”等品牌的镇江醋产品,截至今年7月底,总资产为4132万元,净资产1090万元。公司去年实现营收4946万元,净利润93.67万元,今年1—7月实现营收3250万元,净利润104万元。

1.5亿元收购这么一家盈利能力并不突出的企业,用意何在?千禾味业提到了两点。首先,公司目前的调味品生产基地位于四川,收购恒康酱醋后,准备将其打造成为公司在华东地区的生产基地,就近服务华东战略市场。另一方面,食醋作为居民生活必需品,具有较大的发展空间。近年来,食醋行业集中度的不断提升,给规模化企业带来了更大的市场发展机会。通过收购恒康酱醋,有利于公司借力镇江香醋的发展势头,做大做强公司食醋业务。

其实,尽管酱油和食醋分别有海天和恒顺这样的巨头存在,但整个行业的集中度还相当低。酱油行业前三市场占比仅为31%,食醋行业前三占比仅为10.1%,行业排名第一的恒顺占比仅为4.8%。在这样的情况下,几大龙头企业都毫不掩饰对外扩张的野心。

一方面是品类的扩张,除了千禾味业,此前海天也在2017年收购了一家镇江醋企70%的股权。而恒顺近年则在料酒产品上不断发力,半年报显示,其料酒业务收入达到5274万元,同比增长27.5%。

另一方面,各家企业都在突破地域性上铆足了劲。千禾味业此前收入大部分来源于西南市场,尤其是公司大本营四川地区,而恒顺醋业则靠华东市场撑起了半壁江山。不过,二者都提出了向全国市场加速扩张的战略,通过收购恒康酱醋,千禾更是将华东生产基地建到了恒顺的家门口。尽管各有强项,但可想而知,未来二者在市场上短兵相接的机会应该不少。