

## 受电商冲击方便面产业连续四年下滑

### 小排量、SUV和新能源车市增长三驾马车

中国汽车工业协会公布的最新销量数据显示：1至8月，乘用车累计销量为1444.2万辆，同比增长12.8%。这一数字标志着乘用车的增幅高出汽车行业平均水平。值得一提的是，8月1.6升及以下乘用车销售129.2万辆，同比增长40.7%。中国品牌SUV销售285.4万辆，同比增长53.5%，占SUV销售总量的56.1%，较上年同期提高3.2个百分点。新能源汽车销售3.8万辆，同比增长92.2%。其中纯电动汽车销售2.8万辆，同比增长106.4%；插电式混合动力汽车销售1万辆，同比增长61%。小排量、SUV和新能源车型已经成为支撑车市增长的三驾马车。（据《北京晨报》）

### 品牌老化、缺少明星产品 娃哈哈业绩暴跌200多亿元

近日，全国工商联发布的《2016中国民营企业500强发布报告》显示，2015年娃哈哈营业收入494亿元，相较于2014年收入暴跌超过200多亿元，引发业内关注。娃哈哈相关负责人9月14日回应称，2015年集团营收数据比上一年出现下降，主要原因是宗庆后女儿宗馥莉掌管的宏胜集团数据未合并，另外网络谣言、产品转型升级也有一定影响。业内分析则认为，娃哈哈业绩下滑的真正原因在于其品牌老化、缺少明星产品、市场过于单一等。中国品牌研究院食品行业研究员朱丹蓬认为，随着饮料消费升级，娃哈哈未能跟上市场变化，显现出产品老化、品牌老化及营销模式老化等问题，由此导致其市场表现每况愈下。（据《新京报》）

### 匠心营造“幸福济南”

### 新城控股济南公司产品盛大发布

9月19日晚，新城控股济南公司产品发布盛典在济南盛大举行。新城地产入驻济南以来，幸福宜居魅力已经初步呈现，新城·香溢紫郡开盘即售罄是最好的佐证。然而新城人不止于此，继续保持创新，新城·香溢紫郡二期开盘即将幸福首发，106-146㎡奢阔科技豪宅，将是新城为泉城人带来的幸福新作。

23年27城，新城控股用其独特的幸福文化布局全国，毫无疑问，济南也将是新城控股布局全国浓墨重彩的一笔。“新城”与济南人的未来，还很长！作为行业领军形象的新城人，会将更尖端的科技与幸福理念融入生活空间领域！为每个新城家庭的幸福延续，许下承诺。（胡文楷）



有报告分析，网络外卖的兴起对方便面形成了直接的冲击，“二者的消费人群高度重合，即便是在三四线城市，这也是很容易感受到的变化。”很多原来宅在家里靠方便面度日的年轻人正是网络消费的主力军，随手一点，网上支付就能等来一顿美食，这个过程甚至比泡方便面还简单。

更关键的是，网络送餐在口味、饭菜量上显然都要远胜过方便面，在价格上虽然不占优势，但对于10元以上的高端方便面来说则是直接的拦路虎。方便面企业也在努力扭转这一局面，统一今年推出的“都会小馆”系列，就是以中国各城市的特色面食风味为主题，想抓住漂泊在外的年轻人市场。康师傅也不断推出各种口味产品希望打动年轻人重新端起碗筷，而不仅仅是在迫不得已时。（据《北京青年报》）

竟然定在了29.9元，希望能真正成为代餐品。

但事实上，方便面企业这种升级提价策略的成效也面临考验。康师傅曾在去年第四季度进行了产品的升级提价，但立即导致了销售渠道商的观望，销量明显下滑。根据康师傅公布的数据显示，这一时期方便面销量的下滑直接导致去年方便面事业的净利润同比下降了23.99%，跌至2.74亿美元。

而定价将近30元的统一“满汉宴”在市场上的销售并不乐观，很多大型超市寸土寸金的货架上根本就没有上架。一些消费者对于30元一盒方便面表示惊讶：“料再足能比得上我去叫份外卖吗？”

### 分析 被网络外卖打败的方便面

外界对方便面的这种高端化转型前景并不看好，“虽然能提高价位，但终究是小众消费而且无法形成常态”。因为想用提升品质和价位的方法去与正餐抢市场恐怕不太现实，恐怕一旦价格超过10元后人们首先想到的可能就是快餐盒饭了！更关键的是，方便面在人们的消费观念里不是“正经饭”，充其量只是没办法应急时才吃的，而这一印象的形成恐怕与方便长期以来以来的低价竞争以及油炸面饼不健康的观念有关，并非一朝一夕就能解决。

各方便面企业都把年轻人作为大力争取的消费人群，通过各种品牌推广力图塑造品牌的年轻化概念。从几大方便面巨头巨资投入电视台娱乐节目就可看出其对于年轻人的渴望。但

网络外卖的兴起对方便面形成了直接的冲击，二者的消费人群高度重合。很多原来宅在家里靠方便面度日的年轻人正是网络消费的主力军，随手一点，网上支付就能等来一顿美食，这个过程甚至比泡方便面还简单。更关键的是，网络送餐在口味、饭菜量上显然都要远胜过方便面。中国食品科学技术学会在上周举行的中国方便食品大会上公布的数据显示，目前我国方便食品产业已是连续第4年下滑，而且调整还在继续。

### 市场 康师傅统一业绩均衰退

对于老牌方便面巨头“康师傅”而言，这段日子有些丢面子。上月末，康师傅交出了今年上半年销售额与净利润双降的业绩答卷，其中康师傅今年第二季度的利润更是创下了10年来的单季最大跌幅。紧接着，从9月5日开始，在香港主板上市的康师傅控股被剔除恒生指数成份股。

康师傅是中国市场最大的方便面品牌，销售额超过了其他所有品牌之和；同时方便面也是康师傅的最重要业务，集团内的收入占比达到40%。因此有人评论，康师傅的业绩表现其实也正是方便面市场从兴盛转向衰落的历程。与康师傅搏斗了多年的统一，虽然今年上半年的方便面业绩好些，但之前也经历了多年的巨额亏损。从去年开始，康师傅、统一在财报中都不断揭示中国方便面市场衰退带来的风险。

两家巨头的日子折射出了整个中国方便面市场的现状。中国食品科学技术学会在上周举行的中国方便食品大会上公布的数据显示，目前我国方便食品产业已是连续第4年下滑，而且调整还在继续。数据还显示，去年中国内地方便面总产量362.49亿份，较上年下跌8.54%；销售额490.91亿元，较上年下跌6.75%。而这种调整在今年前8个月仍在继续，依然未能止跌回升。根据对全国22家方便面企业的统计，有9家都出现销售下跌，多个品牌已经开始调整经营方向。

### 应对 高端化没能救方便面的命

据了解，其实方便面企业也在努力寻找突围模式，但最终都似乎遇到了瓶颈。首先，面对市场被蚕食，各方便面巨头都在提升方便面档次上做尝试，希望实现产品的高端化，希望以此摆脱方便面是“廉价食品”的定位，一方面能增加收入，另一方面也能适应人们的口味提升。康师傅就多次对旗下方便面在配料、汤头、包装等方面进行升级。今年春节后，康师傅推出了高汤熬制浓重口味的“黑白胡椒”系列品种。同时，针对城市白领还推出了“汤大师”高端杯面。这些产品使方便面单价提升到4.5元以上的档次。统一也针锋相对地大力布局中高端方便面市场，仅上半年就先后推出了“都会小馆”、“相伴一城”和“满汉宴”三个新品牌，通过不同品牌和价位布局不同消费人群。其中“满汉宴”纯打高端市场，价格

## 退市月饼去哪儿 监控不能留空白

中秋节过去了，雄踞各大商场和超市货架许久的月饼也在一夜之间下架。不少市民疑惑，没有卖出去的月饼，厂家会如何处理？卖剩下的月饼去哪儿了？有媒体记者调查发现，在不少省份，一般本土品牌没卖完的月饼会返还给厂家处理，而外地品牌的月饼会“买一送一”促销甩卖。厂家对剩下的月饼，未过保质期的回炉做糕点，或者弄碎了卖给周边村民喂鱼养猪。

年年中秋吃月饼，年年节后剩月饼。月饼、粽子这些应时当令的食品，节日前几天

和当天是身价最贵的时候，一过了节日那天，它们就从柜台货架上销声匿迹了。精明的商家当然不会浪费这些已经“过了气”的月饼们，买一送一者有之，拆散论斤卖者有之，还有生产厂家兜底——卖不了的退回去。

但消费者们还是不放心，万一有不良厂家换个包装继续卖呢？如果月饼过期了可谁都不知道。或者打碎了做成“陈馅糕点”，买主们肉眼凡胎的，谁看得出来。这样一来，厂家说我们是良心企业，过期的就地销毁；消费者

说我们没看见你们销毁，怎么知道月饼过期与否。那么问题来了，剩月饼去哪儿？谁说都不靠谱，怎么办？

国家在《月饼馅料》、《月饼糕点通用技术要求》等食品标准中，对月饼的原辅料及主料用量、卫生要求、馅料的配方等作了细致的规定，“严禁使用陈馅制作月饼”已经成为一项强制性执行标准，但并未指出由哪一相关部门具体执行监管。包括2006年开始实施的《月饼强制性国家标准》在内，我国目前没有对厂家如何处理剩月饼的硬性具体规定，对

退市月饼流向的监控依然是空白。

其实，上海在2013年就建立了“月饼回收上报制度”，即经销商卖不掉的月饼无论过期与否，都必须向监管部门上报，这是值得各地政府借鉴的。引入第三方监管，无论是转卖或者就地销毁，都有证据可查，有迹可循。有专门的部门帮老百姓把月饼回收，百姓心里自然放心，也杜绝了“陈馅月饼”、“古董月饼”的存在，完美回答了“月饼去哪儿”的问题。（据《每日新报》）

### 泉城美人计2·无处不美人

# 2016山东大型免费整形真人秀华彩启幕

### 才气齐鲁 美人辈出

俗话说，一方水土养一方人。齐鲁大地，自古就才人辈出，尤其是女子，加之深受孔孟文化和道家文化影响，浓厚的历史文化氛围更是孕育了众多多才或貌或坚忍的历史名后、名人，像妹喜、杨献容、名孙皇后、文成公主、万贵妃等等。之后才貌双全的词人李清照更是

齐鲁女子的代表。时至今日，很多才貌双全的影视明星也出自齐鲁大地。像国际巨星巩俐、范冰冰、陈好、宋佳、王艳等等。深挖起来，红极一时的台湾女星林青霞、徐熙媛均祖籍山东。可见，齐鲁大地自古就盛产美女和才女，而无处不美人也并非只是一种憧憬。

### 中韩专家团联手造美 全新医美技术助力蝶变

成功的蝶变需要医学技术的鼎力支持。过去的一年里，济南伊美尔成功打造了“泉城美人计”第1季造美活动，华丽蝶变案例不胜枚举，为无数因外貌而自卑的女性开启了崭新的人生。2016年，伊美尔陆续推出了“灵魂眼美眼体系”、“原青春美颜抗衰老体系”、“妙龄计划美肌焕颜体系”等医美新技术，届时其研发者范荣杰、原雪飞、李会玲主任以及韩国（LET 美人）特邀签约专家李益准、韩国韩星制造顾问专家何盛允、中国整形专家庄洪兴、微整抗衰老专家李吉民等整形大咖都将参与此次泉城美人计选手的全程蝶变，为美丽保驾护航！



### 泉城美人计第2季缘起

在第1季泉城美人计大型免费整形真人秀广受好评基础上，以“无处不美人”为主题，由山东广播电台、齐鲁网、中国整形协会联合主办，济南伊美尔整形美容医院全程技术援助的泉城美人计第2季，致力于改变那些因外貌而在职场、情场屡遭碰壁，内心自卑的人群，通过医学美容和形象气质培训等，让她们从外形到气质发生飞跃式改变，帮助她们重拾生活

自信，活出精彩人生。泉城美人计第2季将历时3个月，从外貌提升、心理疏导、美妆穿衣、形体塑造、气质培养等全方位对选手进行立体化打造，公益援助求美者走出阴影，传递美丽正能量。同时鉴证济南伊美尔用高超医疗技术实现后天形象改变，把美丽事业带给齐鲁广大求美者，造就泉城无处不美人的盛景！

### 百万元基金免费打造 90天华丽大变身

只要你够勇敢，只要你想改变，你就可以来报名参加泉城美人计第2季。本次活动，将通过两场海选各选出8位入围者，共16位入围者将进行总决赛，最终选出6位获胜者。只要您参与报名，不仅有机会拿到百万元

免费整形基金，更有机会享受到名师专家团的亲自设计、培训、辅导，同时还享受到主办方和支持单位提供的神秘大礼包。最终胜出的6名选手，将进行全方位的免费打造，90天实现完美转身。

### 大型免费整形真人秀热力招募中

报名条件：  
18-45岁，心理健康，积极向上，有情怀有梦想的爱美人士，性别不限。  
报名方式：  
1.伊美尔官网：登录www.jnymc.com官网活动页面点击报名；  
2.微信报名：搜索“jnymc0531”并关注，进入“泉城美人计”频道点击进入，填写报名信息；  
3.齐鲁网报名：登录http://www.iqilu.com官网“泉城美人计”专题报名区，点击“我要报名”；  
4.到院报名：济南市解放路30-1号济南伊美尔整形美容医院一楼大厅(东郊饭店对面)；  
5.微博报名：搜索“济南伊美尔整形美容医院”并关注，私信：姓名+年龄+手机号+想变美的部位+近期无PS素颜照报名；  
6.电话报名：400-080-0531。

### 第1季回顾：逆转暗淡人生 力证技术实力

泉城美人计第1季的选手，经过惊艳蝶变实现了各自人生的反转。比如思思，从普通女孩变成了高颜值的空姐；比如梁冰，从85后的“大妈”变成了韩国的“蔡琳”，更是成为了网红韩妆代理；而王雅茹，也从那个饱受歧视的自卑女孩，变成了今日时尚的媒体专员。在改变面貌的同时，她们也收获了自己的爱情、事业，成为了一个个真正的“美人”（外在美丽，内心坚强自信）。在鉴证济南伊美尔技术实力的同时，也再次力证我们活动的意义。我们也相信在济南伊美尔和主办方的鼎力合作下，我们的齐鲁大地一定会出现处处是“美人”的美好景象！



第1季选手风采展示

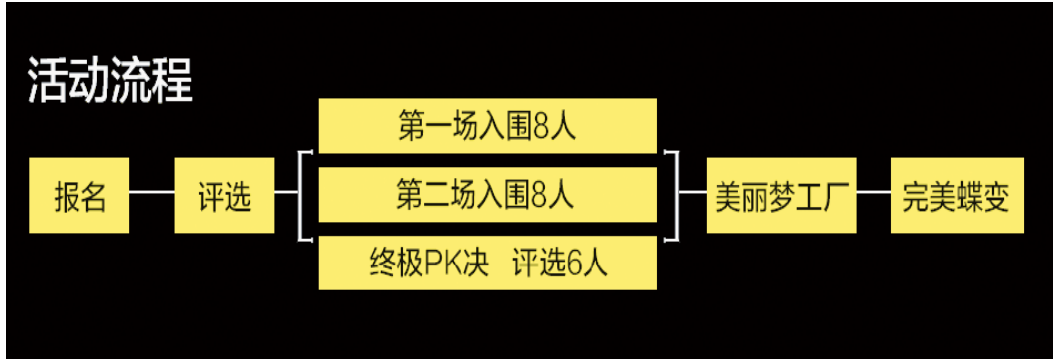
△李清照剪影



△泉城美人计第2季官方海报



△参与回报



△活动流程