

线上线下热销、烹调花样翻新……

宅家催生的“泡面热”能“长红”吗？

口罩、酒精紧俏，泡面也成了抢手商品。新冠肺炎疫情暴发后，因长时间宅家以及复工后单位、企业食堂暂不经营等原因，方便食品尤其是方便面消费升温。而在近几年，方便面消费还因外卖崛起、高铁普及、健康观念变化等因素日趋转冷。业内人士认为，疫情带来的“泡面热”有一定偶然性，行业是否持续回暖还有待进一步观察。

宅家催生“泡面热”

“基本上每天有一顿饭是靠泡面解决的。”上海市民胡小姐在张江的一家生物医药企业工作，2月中旬复工后，她一直居家办公。由于平时没有做饭的习惯，胡小姐在家这段时间除了叫外卖，就是吃方便面。“比较好处理，5分钟做好，配点蔬菜和鸡蛋，营养也能保证。”胡小姐说。

番茄肥牛泡面、泡面芝士比萨、方便煎饼……宅在家里的人还发明了多种泡面新吃法，微博话题“宅家泡面都被玩坏了”阅读量目前已超过2.5亿。

泡面不止是在家办公白领的“伴侣”，也成为一些已复工人员的选择。在一家咨询公司工作的孙志皓说：“公司的食堂一直没有营业，尽管可以点外卖，但是测体温、排队等电梯也挺麻烦的，所以午饭基本靠泡面解决。”

泡面走红，带动其在线上线下的销售。在上海肇嘉浜路一家超市，各大品牌的桶装、袋装方便面被摆放在显眼位置，5包装等大包装方便面更受消费者青睐。工作人员说，从春节开始，除洗手液、消毒液外，速冻水饺、自热火锅、泡面等速食食品受到欢迎。

苏宁数据显示，2月3日到3月2日，苏宁线上线下方便速食产品销量同比增长160.6%，最受欢迎的前三类产品分别是方便面、方便粉丝以及速食火锅。其中，方便面销量同比增长237.2%。山东临沂一家乡镇超市负责人说，因为销量大增，各家超市都在备货，一度出现方便面、火腿肠等食品缺货的情况。



新华社发王鹏作

在线上，方便面销量增长趋势同样明显。在电商平台天猫，月销量过万的方便面不下20款，多款方便面显示无货或需预售延迟发货，一款月销量2.2万笔的方便面需要到4月9日发货。京东大数据显示，从除夕到正月初九10天时间，京东平台的方便食品成交金额增长3.5倍，仅方便面一类就售出了1500万包。

随着销量增加，各大方便面企业也积极提升产能。公开信息显示，康师傅全国工厂已全面复产，最早一批则在1月底就已率先开始生产。

高铁普及、外卖冲击，“车厢里泡面味越来越淡”

从行业日趋萎缩到再次走红，方便面在人们餐桌上的角色出现了戏剧性的变化。我国是方便面消费大国，根据前瞻产业研究院

相关报告，我国方便面年消费量在2013年前后达到顶峰，大约462.2亿包，此后逐年下滑，2016年相比2013年下降了近80亿包。

这轮方便面消费量走低主要受高铁普及、外卖冲击等因素影响。长期以来，方便面主要消费食用场景之一是长途火车。近几年随着高铁大发展，旅途时间缩短，旅客在路途上的用餐需求减弱。因工作原因长期往来北京、上海的佟丽楠说，“四五个小时的路程吃点零食就过去了，高铁车厢里泡面味越来越淡了”。

外卖行业发展也是影响方便面消费量的因素之一。根据《中国餐饮行业发展现状及未来展望》报告，2013年至2017年，我国外卖市场规模每年增速均超过100%。2017年，外卖订单总量增长158%，三四线城市订单总量占比34%。特劳特中国首席咨询师王方浩说，尤其是在低线城市，多、快又好吃的外卖更多取代了方便面原本作为“一顿饭替代品”的位置。

此外，性价比比较高的连锁餐饮业迅猛发展、人们健康观念的变化，也影响到方便面消费量。喜家德虾仁水饺高级合伙人周东毅说，近几年连锁餐饮行业竞争激烈，饭菜质量和服务水准快速提升。此外，随着数字技术的广泛应用以及管理水平的提升，连锁餐饮门店数量瓶颈被突破，实现更快速规模化发展。这在一定程度上也挤压了以方便面为代表的速食食品的生存空间。

行业是否持续回暖需打问号

事实上，在此次疫情前，方便面行业已经出现一定的回暖迹象。康师傅财报显示，2019年上半年集团泡面事业收益为115.44亿元人民币，同比增长3.68%。根据统一发布的公告，2019年上半年统一方便面业务收益为42.68亿元人民币，同比增长2.8%。

食品产业分析师朱丹蓬说，2018年开始的方便面行业恢复性增长，有企业产品创新等因素影响，如康师傅、统一均推出单价超过10元的高端方便面，加速产品迭代升级吸引年轻消费群体，此外，也有外卖补贴逐步退坡，外卖客单价抬升等客观因素影响。

王方浩认为，高铁带来的旅途便利、消费升级等因素不可逆转，疫情下方便面热销有较大偶然性，行业能否持续回暖需打个问号。

“但方便面的市场需求不会消失，方便面操作简单、快速能吃、高性价比和消费习惯一直都在，这些特点满足了消费者的快速代餐需求。”王方浩说，再加上方便面行业集中度高，头部企业规模大，线上线下渠道通畅等因素，即便这次热销过后，该产业仍然会有一定市场。

朱丹蓬说，未来，方便面厂商除继续走精品化路线，推出单价更高的产品外，推出区域化产品也是一个趋势。“比如，针对广东的消费者和四川消费者各自生产适合当地的产品，更贴近消费者，更好满足消费者个性化需求。”（据新华社上海3月9日电）

鹰城线上相亲会来了

活动时间：3月10日19点30分

本报讯 春暖花开，万物复苏，又到了恋爱的季节。由鹰城万人相亲鹊桥会举办的2020首场微信相亲会报名工作，自3月2日启动以来，吸引了众多优质单身青年男女报名参加。3月10日晚，足不出户，动动手指，就可相约心仪的他（她），在这里脱单如此简单。

本场活动邀约对象是35岁以下单身男女，个别条件优秀者年龄适当放宽。2019年

和2020年会员可直接加红娘微信13592179403参与活动。活动内容：红包雨、单身魅力秀、搭讪互动、红娘一对一线上牵线等，凡有心仪对象的可进行爆灯表白。

尽管本次报名满额，线上仍接受报名，可参加下一场微信相亲会。随后，我们将陆续开展不同年龄段、不同区域的线上相亲会。详情敬请关注鹰城万人相亲鹊桥会微信公众号（右

图），回复“会员”或“线上相亲”，完善资料即可。

今晚我们会建立一个微信线上相亲群，群名为“鹰城2020首场微信相亲会”。进群人员微信名改为报名编号。19点30分活动正式开始，在群内会组织一些有趣的活动，通过互动使大家相互了解、接触。如果有缘的，红娘可以一对一进行线上牵线服务。咨询电话：4940520、13592179403。（李爱仙）



喝牛奶 提高免疫力 增强体质

您喝牛奶我们送 每天送到家门口

三色鸽奶业读者优惠活动：1.预订1个月，送代金券一张（面值10元），次月使用可抵奶款。2.预订3个月，送代金券5张（每张面值10元），此后每月仅限于使用1张。3.预订1年，送2个月瓶装奶（赠品与所订产品一致，不可调换）。活动截止日期：3月15日

三色鸽奶业

巴氏鲜牛奶：3.5元/瓶 105元/30天
风味酸牛奶：3.5元/瓶 105元/30天
畅轻松发酵乳：4元/瓶 120元/30天
畅轻松草莓：4元/瓶 120元/30天
木糖醇酸奶：4元/瓶 120元/30天

晶珠奶业

无糖酸奶：3元/瓶 90元/30天
高钙酸奶：2元/袋 60元/30天
巴氏鲜牛奶：3.5元/瓶 105元/30天
原味酸牛奶：3.5元/瓶 105元/30天
生鲜乳：5元/斤（两袋） 150元/30天

花花牛

牧场鲜奶：4元/瓶 120元/30天
原味酸奶：4元/瓶 120元/30天
益生菌酸奶：4元/瓶 120元/30天
红枣酸奶：4元/瓶 120元/30天

市区各发行站配送电话 新华发行站 4940009 卫东发行站 2220366 3260868 湛南发行站 7052439 3730307 新城区发行站 2667653
门店地址 平顶山日报社大门西侧50米读者服务中心（市区建设路西段鹰城广场对面）咨询电话：8980198 4943059



平顶山日报传媒集团
发行配送中心