

外卖势头猛,各种速食商品加入竞争

# 方便面在商超被“冷脸相待”

本报讯 立冬以来,伴着几拨冷空气南下,济宁气温屡次“跳水”,往往还没等到回温,下一拨寒潮又呼啸而至。面对这凛冽的寒风,上班族尤其是年轻人选择外卖或者方便食品的理由貌似又多了一个。日前记者调查发现,在外卖行业和其他速食的冲击下,方便面销售遇到了不小的挑战。

## 网络外卖兴起,方便面“失宠”

近日,记者走访城区多家超市了解到,尽管商家推出了满20元减2元、买5包送1包、凭会员卡一包可减免1元等促销活动,方便面的销量仍呈整体下滑趋势。

记者在琵琶山路一家大型超市看到,速食水饺、速食米饭、速食八宝粥等方便食品种类更加丰富,为消费者提供了更多选择。此外,方便面也推出了香油豚骨面、日式猪骨面等口味。“今年速食食品的销量还算不错,但较往年还是有所下降,有不少选购方便面的市民是打算回家下火锅,再不像从前煮煮当早饭或是晚上饿了就泡一碗吃。”一名销售人员告诉记者。

如今,中青年群体在自己不做饭或加班时会首选订外卖,小部分年轻人在夜班没有配送时会考虑吃方便面。家住电厂宿舍的孔宇鸣说,自己上次吃方便面是在两个月之前,看到微博上有人推荐国外好吃的方便面,就在网上下单买了几包,结果发现味道也没有什么特别。“现在不管在学校还是在家,外卖都直接送到门口,真是想不起来吃方便面了。”孔宇鸣说。像孔宇鸣一样“放弃”方便面的中青年不在少数,过去不少人以品尝各个品牌方便面为乐趣,网上甚至出现了很多“方便面攻略”,对各个国家品牌的方便面进行汇总,评分。如今,被问到上次吃方便面是什么时候,很多人都要想很久。

## 注重产品创新,才能打翻身仗

随着快捷支付的逐渐普及,外卖已取代方便面成为速食的第一选择。数据显示,2017年第2季度,中国互联网餐饮外卖市场整体交易规模达459.5亿元人民币,环比上涨28.1%,与去年同期相比增幅达81.8%。

尽管泡一碗方便面只需要五六分钟,但如果再等10分钟,就有一份美味、营养,又热乎的饭菜送到面前,方便面明显没有竞争力。在另一个“主战场”——火车上,方便面也受到了冷落,随着高铁、动车组的纷纷提速,过去10个小时的旅途被压缩到3个小

时甚至更短,方便面就失去了在长途旅行中“凑合”的功用。而在铁路行业的供给侧改革中,火车点餐开始普及,又进一步压缩了方便面的生存空间。

外卖的快速发展是方便面销量下滑的原因之一,但企业如果不重视消费者诉求,可以预见的是方便面销量还会继续走低。如何在激烈的市场竞争中保持创新,从而带动方便面产业涅槃重生、触底反弹,是下个阶段方便面行业乃至整个速食行业应当思考的问题。

(刘帝恩 报道)

## 圣诞未到,商家预热



虽然距离圣诞节还有近3周时间,可市民在逛商场、超市时却发现,商家已设置了圣诞专柜或展区,售卖毛绒玩具、圣诞树、饰品等与圣诞节相关的商品。记者在调查中发现,为了迎接圣诞节的到来,商家在两三周前就会着手准备。琵琶山路上一家商场负责人告诉记者,“目前这些工作只是预热,通常在圣诞节的前一周,商家会通过促销、增加装饰、扩大展台面积等多种方式,营造出更加浓厚的圣诞氛围,提高消费者的消费热情。”

(李胜男 摄影报道)



减少尾气排放 倡导绿色出行