

2月以来有平台“方便面”搜索增长200倍

曾被嫌弃不健康的方便面 疫情下的“真香”能持续多久？

“方便面防腐剂添太多”“一块面饼用油已超过人体每天所需油脂摄入量”……这些曾是社交平台上广为流传的方便面“负面”，随消费升级和消费者健康意识觉醒，曾因方便美味、价格适中而成为外出、加班和熬夜“伴侣”的方便面，这两年已不再受欢迎。但这次新冠肺炎疫情以来，方便面却又迎来春天，牢牢占据疫情期间食谱排行榜前列，连带螺蛳粉、自热米饭、自热火锅等新型方便食品也进入热销期。

■新快报记者 陈思陶



■廖木兴/图

宅在家中，方便食品销量增长惊人

“今年春节期间逛超市，看到过方便面、酸辣粉的货架几乎空了；在网上抢自热米饭、红油面皮、花甲粉有时也要秒杀，有的只有预售，最近情况才好点。”在广州从事家居品牌策划的婉珊说，平时觉得方便食品不健康很少吃，疫情来了才发现，方便食品更加安全快捷。

这几年，国内方便面市场销售额整体上处于下降趋势。公开数据显示，2014年为878亿元，2015年骤降至814亿元，随后2018年销售额为836亿元；同年外卖市场规模达到2414亿元，增长率达189%，碾压方便面。

今年受疫情影响，方便食品在特殊时期等来了高光时刻。1月24日—2月2日，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；2月以来，淘宝上搜索“方便面”的人数增长了200倍，方便食品类目自1月

20日以来的销量也增长了10倍以上；苏宁易购的数据显示，2月3日—2月6日，速食产品销量环比猛增174%，方便面销量环比猛增了342%，随后的2月10日—2月13日，方便面销量同比增长357.59%。

三全也发布公告称，水饺面点等速冻食品需求量上升，部分地区部分终端门店冷冻水饺和面点等产品出现了缺货情况，经销商及商超节前库存消化较快，渠道库存低于历史同期。

方便食品也被资本看好，2月19日，以四川特色酸辣粉丝为主打产品的四川白家食品产业有限公司宣布获得总额超过1亿元的A轮融资，融资资金将主要用于白家食品扩大现有工厂产能，并扩大线下销售、线上直供业务。白家食品董事长、总裁陈朝晖还表示，公司计划在3年内完成IPO。

疫情后方便食品能否回暖？考验很多

突发的疫情让消费者重新关注方便食品，不过，疫情过后，方便食品能否继续热下去，则面临诸多考验。

首先，疫情过后囤积食品没有必要，届时，方便食品耐放、快捷等优势将减弱。

其次，方便食品市场竞争激烈，口味上也面临同质化问题，如现在火鸡面爆红，白象、康师傅等皆推出火鸡面口味产品，相比日本近千种泡面款式，国内的方便口感选择仍然单一。

再次，看似耐放、干净无异物的方便食品也有不少食安问题。据消费者报道统计，2015年9月—2020年1月，各级监管部门对方便食品的检测结果显示，抽检包括方便面、螺蛳粉、鸭血粉丝汤、酸辣粉、过桥米线等多类型产品，涵盖加工制造、

流通、餐饮等环节，共检出110批次不合格。不合格率最高的项目为菌落总数，达76次，占比58%；其次为大肠菌群，达16次，占比12.2%；第三为酸价，是判断油脂酸败程度的依据之一，达14次，占比10.7%。这些指标反映了产品的卫生状况，不达标不仅增加健康风险，也会破坏食品营养成分。

抽检结果还显示，地方上中小品牌方便食品存在较多问题，广东某品牌5次不合格，旗下小猴西游争霸脆脆面两次被检出不合格，火鸡面、红烧排骨面、超Q面香辣原汁牛肉面也涉及菌落总数超标和酸价超标问题。相较而言，康师傅、统一、今麦郎、出前一丁等大品牌产品的合格率更高，未出现抽检不合格的情况。

TIPS

少摄入加营养 这样吃方便面健康点

新型方便食品不断面世，但方便面在方便食品中仍保持“王者”地位，艾媒咨询数据显示，今年春节期间，中国90后生鲜购物产品销量第一的是方便面，达到1568万份；叶菜销量位列仅为第五，为814万份。方便面作为销量最大的方便食品，怎样更健康地吃也备受关注。

广州中医药大学第一附属医院营养科尤华智医生建议，一方面减少摄入方便面中油脂、盐分等，一方面增加方便面较缺乏的营养元素。少摄入方面，可以通过选择非油炸方便面、普通面条；烹饪时减少酱包、调味包使用量；少喝方便面汤等减少油脂、盐分等摄入。加营养方面，建议尽量用煮方便面替代泡方便面，并加入青菜、鸡蛋等食材，通过改善烹调手法提升营养价值。

尤医生表示，偶尔吃一次方便面不要紧，但多数方便面是油炸制作，该过程中破坏原料里含有的维生素和微量元素，使其仍是高热量、脂肪和碳水化合物，低维生素和蛋白质少的食品，因此不宜长期食用，特别是肥胖人群、三高人群和熬夜人群，更不应过多过频食用方便面。

行业

新品饮料 纷纷打出“有益身心”牌

新快报讯 受近期新冠肺炎疫情影响，2月多款新品饮料的卖点聚集在关注身心健康上。

中国烟草跨界和大唐汉方联手推出“不染汤”饮品，以“新派凉茶”为定位，含10味植物原料，瞄准因吸烟、雾霾、汽车尾气、粉尘、饮水等对肺部产生污染的问题和人群。

六个核桃推出新品“卡慕宁”，添加GABA、L-茶氨酸等舒缓压力、镇静放松的成分，主打抗焦虑，缓解疫情期间大众的焦虑情绪和心理压力。

正大板蓝花健康产业有限公司也有板蓝花果糖凉茶产品，在传统凉茶产品基础上，添加桔梗、甘草、罗汉果、白茅根等成分，瞄准消费者对清热润肺需求。

伊利在植物蛋白饮料“植选”豆乳后，继续跨界非乳品产品推出乳矿气泡水，宣传含有真实果汁和乳矿物质，不含糖、脂，顺应时下注重减糖、补充矿物质的健康风潮。

(陈思陶)

青岛啤酒增加经营范围

新快报讯 2月27日青岛啤酒公告称，拟将威士忌、蒸馏酒等产品增添入经营范围。公司称，因应生产苏打水等饮料和威士忌、蒸馏酒的需要，相应增加公司经营范围。

据了解，在去年7月，青岛啤酒已跨界生产苏打水产品。目前青岛啤酒产业中并无威士忌、蒸馏酒业务，而根据2019年1—11月份中国烈酒进口统计结果显示，威士忌的进口量为1927.97万升，进口额接近1.85亿美元，将它们加入经营范围更多出于公司对未来的规划。

(陈思陶)

贝因美边亏损边收购

新快报讯 2月28日，贝因美发布《2019年业绩快报》，报告显示公司营业收入27.97亿元，较上年同期增长12.31%；归属于上市公司股东的净利润为负值，亏损近8800万元，较上年同期下降314.04%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润-1.21亿元，较上年同期增长44.00%。

对于净利润亏损，公司解释为受新生儿出生数量减少、市场滞胀、2019年上半年乳铁蛋白涨价、公司非经常性收益较上年同期大幅减少等因素影响。

但随着扣非净利润较上年同期明显增长，贝因美发布公告显示，以自有资金1836万元收购呼伦贝尔昱嘉乳业有限公司100%股权。贝因美称，昱嘉乳业产品主要销往国内三四线城市及村镇。希望通过此次股权收购实现品牌下沉，并和公司的研发、生产能力形成协同效应，有效降低生产成本，以拓展乡镇市场、提高市场占有率。

(陈思陶)