

销量下降受关注 背后原因引讨论

“方便面指数”靠谱吗？

焦点

□本报记者 徐 潇

近日，贝恩咨询公司和凯度消费者指数公司发布了《2016 年中国购物者报告》，报告称 2015 年中国快消品市场销售额增速放缓至 3.5%，为近 5 年来新低。其中，方便面的销量下降了 12.5%，啤酒下降了 3.6%，廉价啤酒比高端啤酒下降得更厉害。

对此结果，该报告给出了两条原因，其一是工作人口在下降，其二是低端制造业岗位转移到了孟加拉国、越南等成本更低的地区。方便面销量下降，可以得出这么“严重”的结论吗？所谓“方便面指数”靠谱吗？

方便面销量下滑引关注

出门乘车带一桶方便面，不想做饭就煮一袋方便面，电视里曾经铺天盖地的方便面广告……在国内，方便面一度被称为“春运必备神器”、“国民食品”。

由于方便面食用人群广泛，每年约有 400 多亿包方便面被国人吃掉，相当于其世界总消费量的一半。有数据显示，方便面产业在中国曾经经历连续 18 年、年均 20% 以上的快速增长。

一包方便面，只需几块钱，甚至低至 8 毛钱一袋，可以说人人都吃得起。于是便有了“方便面指数”，以方便面的销售量和销售额来衡量中国人整体消费行为。

其实，伯恩斯坦研究公司的一项调查结果显示，在 2014 年，方便面消费者的数量已同比下降了 25 个百分点。

中国食品科学技术学会面制品分会根据对占有市场 95% 以上的 22 家方便面企业调研的统计数据显示，去年中国大陆方便面总产量 362.49 亿份，较上年下跌 8.54%；在现有



贝恩公司与凯度消费者指数近期发布的《中国购物者报告》指出，2015 年中国快速消费品市场的销售额增速只有 3.5%，为 5 年来的最低点。以销量来衡量，方便面销售下降 12.5%，啤酒销售下降了 3.6%。图为：2016 年 6 月 20 日，江苏南京，市民在超市食品区选购方便面。

安东 摄/中新社

22 家企业中，有 6 家退出市场，另外 13 家企业产量下跌，而位居行业前 4 名的康师傅、统一、今麦郎、白象均在产量下跌之列。

类似情况也发生在啤酒行业中。国家统计局局数据显示，2014 年我国啤酒产量完成 4921.9 万千升，比上年同期下降 0.96%。全国规模以上啤酒企业 470 家，完成酿酒总产量 4715.72 万千升，同比下降 5.06%。

方便面和啤酒销量下降了，许多研究报告指出原因是中国劳动力人口数量于 2012 年见顶后下滑，低收入退休人员数量上升，所以快消品消费下滑显著。此外，制造业向更低

成本的国家转移，也是一大原因。

看上去很靠谱的结论，事实上却忽略了某些快销产品销量的隐性上升，比如，化妆品销售大涨 15.5%，护肤品也增长了 13.2%。

那么，方便面和啤酒的销量下降，原因究竟是什么？

健康食品更受青睐

据国家统计局发布的 2015 年农民工监测调查报告显示，2015 年农民工总量为 27747 万人，虽比上年增加 352 万人，但增长速度仅为 1.3%，这是继 2011 年以来农民工增速连续第四年回落。

一方面，蓝领工人数量连降下降，方便面和啤酒的消费量也随之下滑，但有分析认为，消费观念的升级才是影响消费者购买的重要因素，一定程度上是因为中国消费者对于健康更加关注。

尤其是随着人们生活水平的普遍提高，对健康的追求自然也会随之提高，方便面在人们的心中，“没营养”、“不健康”的形象也逐渐被放大。而啤酒也由于容易引起尿酸高、“啤酒肚”等问题，被不少人放弃。

AC 尼尔森去年一份调查报告称，有四分之三的中国受访者表示，他们愿意支付更高的价格购买被认为是“健康”的食品。在这项调查中，“健康”的标签是“纯天然”、“无人工味素”、“非转基因”等。方便面尽管可以有更多吃法，酱料包也可以有各种不同的口味，但都不是“纯天然”，离不开“人工添加剂”。食品安全问题一直是消费者关注的焦点，但不知从什么时候起，“垃圾食品”成了方便面的重要标签。甚至衍生出许多相关的传闻，一袋方便面的最多含 25 种添加剂；油炸面里放棕榈油，长期食用对身体有害；方便面料包含防腐剂；吃一包泡面要解毒 32 小时等等。

根据《2016 年中国购物者报告》，健康食品的表现则十分出色，酸奶销售额增长了 20.6%，功能型饮料上涨了 6%。而细心的消费者也可以发现，电视上有关酸奶等健康食品的广告多了起来，快消品公司也在不断推出自己的酸奶产品。

另外，快销产品的种类在不断丰富，方便米饭、速冻产品的消费上升，也是方便面、啤酒销量下滑的原因之一。

一个大家都感受到变化是，通过众多 APP 和发达的物流配送，如今填饱肚子仅需轻点手机屏幕，就可以用较低的花销预定一份更健康 and 方便的套餐。

即便在列车上，吃泡面的乘客也渐渐少了。北京铁路局的一位乘务长说，现在列车都有餐车，24 小时都能供应热菜，大家都不愿意“委屈”自己的肠胃。

消费升级带来机遇

毫无疑问，方便面等食品正受到冲击。而这也导致有一种声音认为，“方便面销量下降”，意味着经济形势正在下行。

类似方便面这样的经济形势观察物，其实还有不少，例如“口红”、高跟鞋等等。但多位专家学者认为，这种看法并不准确，很多经济现象并不能一概而论。财经评论员余丰慧就认为，和化妆品、护肤品的销量增长相对比，方便面和啤酒销量的下滑恰恰说明当前中国消费者消费品质的提升，这是中国消费转型升级的重要体现。

事实上，中国经济能力的提升，与之对应的是整体消费行为的迭代。其中，快消品在家庭总支出的占比不断缩小，逐渐接近发达国家的水平。另一方面，与健康、生活品质、旅游和娱乐消费等相关的行业，增速都达到了两位数。

可能是意识到了消费升级的问题，目前不论是方便面品牌康师傅、统一，还是国产啤酒品牌，都在试图通过产品升级来迎合消费者。如康师傅的煮面、脆宽鳅、爱鲜大餐，统一的兰州牛肉面（冠军榜）、西红柿鸡蛋面、革面等，无一不打出了健康牌。

在这场转型升级中，一些小众品牌也开始“摩拳擦掌”。做鸡精起家的四川玖玖爱食品企业今年就推出了非油炸杂粮面，号称“青稞、荞麦、玉米等杂粮为原料，非油炸”，期待通过扎实做好供给侧的改革，以创新产品“泡”出方便面市场新格局。从试销阶段情况看，产品已经打开了市场一角，年销售额超过 1 亿元。

“在国内方便食品名牌主导且整体销量下滑的情况下，能逆势上行非常不容易。”中国食品科学技术学会理事长孟素荷认为，产品创新方向值得肯定，也说明在转型升级中，企业同样有很多市场机遇。

导 读

6 版：“卖萌”的故宫距离“网红”有多远

7 版：培养“大工匠”还需更好的制度设计

8 版：车企跨界，各取所需？

热 点

□新华社记者 李亚红 肖思 仇逸

小到鞋子，大到别墅，3D 打印正在改变公众生活，这一技术进入医疗领域，擦出的火花更令人惊艳——它能精准地打印出药品和私人定制的“人体骨骼”，帮助医生突破医疗禁区，“完成过去想都不敢想的手术”。

未来，这一技术如何更好地造福患者？它离临床普及还有多远？

突破医疗禁区，完成“不可能”的手术

记者在北京、上海、广东等地采访了解到，采用 3D 打印技术辅助手术操作，可以使医生更直观地了解患者解剖结构，为手术方案的设计和改进、手术进路的选择和优化提供极大帮助，有助于提高手术精准度，减少患者痛苦。

同时，3D 打印可帮助医生突破医疗禁区，完成过去无法完成的手术。如今，3D 打印技术不仅能打印出与患者完全匹配的仿真器官，对复杂骨肿瘤，直接打印出植入患者体内的骨骼假体、肿瘤切除后骨缺损的重建，也已然能完全实现。

“3D 打印应用于医疗正带来巨大变革。”中国工程院院士、骨科专家戴尅戎举例说，“临床上人工关节一般会分成五六六个大小不同的型号，病人只能‘将就’着用。每年上百万人做人工关节，让流水线制作出的少量型号来满足所有患者需要是不太可能的。3D 打印能使‘量身定制’真正成为可能。”

南方医科大学第三附属医院已经将 3D 打印技术运用于复杂骨盆髋臼骨折治疗。今年 3 月，一位女士不慎从四楼摔下，造成严重的骨盆、髋臼复杂骨折。“骨盆、髋臼结构复杂，邻近血管、神经和重要脏器结构，发生骨折后有较高的致死、致残率。”南医三院创伤骨科主任樊仕才介绍，进行手术尤其棘手的是，骨盆结构很特殊，非常不规则，目前还没有匹配的用来内固定的接骨板，很难达到满意的手术效果。

综合评估患者病情后，樊仕才团队决定尝试应用 3D 打印，为她“量身定制”髋臼接骨板。接骨板主要使用钛合金打印，与组织相容性较强，强度也符合人体需求。

国家食品药品监管总局注册认证的 3D 打印人工椎体研究团队负责人、北京大学第三医院骨科主任刘忠军等专家认为，3D 打印在现阶段属于新兴技术，目前世界各国在 3D 打印医疗科技创新产品的研发领域，处于同一平台高度。

打印“活”的细胞，打印复杂器官

专家介绍，随着技术进步升级，3D 打印有着日益丰富的“层次”，有用在人体外的，有用在体内的，有的机构开始用 3D 打印“活”的细胞，甚至开始培育出心脏肌肉，可自发跳动一段时期。

“国内外都在试用 3D 打印制作假体，现在欧洲开始用 3D 打印假眼睛。”戴尅戎说，随着技术进步，有的机构开始用 3D 打印“活”的细胞，甚至开始培育出心脏肌肉，可自发跳动一段时期。

“3D 打印技术在医学领域的进一步应用，将是直接打印人体组织和器官。”南方医科大学第三附属医院院长蔡道章指出，这一技术很有可能也是在骨科率先得突破。“因为骨和软骨结构相对简单，由骨细胞或软骨细胞和基质构成，打印起来较为容易。”他表示，未来不仅可以打印出人工骨或软骨，甚至可以打印肝脏等复杂器官。

专家表示，我国等待角膜、肝脏或肾脏移植的患者很多，但只有极少数能获得移植，3D 打印技术有望在未来扭转这种局面。

复旦大学附属儿科医院副院长郑珊说：“3D 打印还可以广泛应用于医学教学、患者家属术前介绍等环节。相关技术在不断发展完善进程中，更远的目标是将生物材料通过 3D 打印出组织、器官等植入人体，这一前景值得期待。”

评估标准亟待建立，安全监管需要加强

3D 打印医疗科技创新产品，目前主要

当 3D 打印遇上医疗

3D 打印科技创新产品制作工艺较新，目前尚缺乏相应评估标准，传统评审模式难以对其作出科学、客观、合理的评价

为手术辅助工具及内植物，涉及塑料类、金属类及生物材料等多种材料。由于需应用于人体，或长期植入人体内，医疗安全不容忽视。一旦应用失当，可能危害使用者健康，甚至危及生命。

多位业内专家提出，3D 打印科技创新产品制作工艺较新，目前尚缺乏相应评估标准，传统评审模式难以对其作出科学、客观、合理的评价，这些因素使 3D 打印医疗科技创新产品在审批过程中遇到严重阻碍。

刘忠军是全国人大代表，他近年来多次在全国两会上提出，成立专门机构，审批 3D 打印医疗科技创新产品。

鉴于国内高端医疗产品主体依赖进口，而很多情形下医疗技术水平决定于相关器材和装备的现状，3D 打印医疗科技创新产品的研发，或可成为我国医疗水平赶超世界和相关产业崛起的难得契机。

在有效保障医疗安全的前提下，为尽量缩短 3D 打印医疗科技创新产品审批流程及时限，给相关产品开放一条绿色通道。刘忠军等专家建议，由国务院及相关部门组成专门机构或工作组，领导、组织、协调 3D 打印医疗科技创新产品审批工作，推动我国 3D 打印医疗科技创新产品的研发和产品上市。

戴尅戎说，3D 打印应用于医学还只是开始，“在发展过程中要非常小心，做好监管工作，不能轻易打印出个东西就住身上装。前景无比美好，但我们不能任意使用。”

（据新华社电 本报有删节）

助力中小企业发展

出政策，更要抓落实

□本报记者 孙喜保

45 岁的老王在山东经营一家机床企业，但是如今他的工厂已经停工半年多。他告诉记者，像他这样的小企业很多，他们圈里许多人都跟他一样，在这轮经济不景气中，选择了停产。

自改革开放以来，随着我国市场经济体制的逐步建立和完善，以民营企业为主的小企业发展迅速，迅速成长为一支重要的经济力量。

尤其在“十二五”期间，即便依旧困难重重，但总体来讲，是小企业发展迅速，实力显著增强。

根据工信部提供的数据，2015 年末，全国工商登记中小企业超过 2000 万家，个体工商户超过 5400 万户。

与此同时，中小企业利税贡献稳步提高。以工业为例，截至 2015 年末，全国规模以上中小企业企业 36.5 万家，占规模以上工业企业数量的 97.4%；实现税金 2.5 万亿元，占规模以上工业企业税金总额的 49.2%；完成利润 4.1 万亿元，占规模以上工业企业利润总额的 64.5%。尤其值得一提的是，中小企业提供 80% 以上的城镇就业岗位，成为我国解决就业难题的主渠道。

在整个“十二五”期间，尤其随着“双创”的提出，新业态、新模式不断涌现，小微企业数量年均增速超过 10%。由此可见，中小企业已经成为我国经济发展和解决就业的重要力量和渠道。

这些成绩的取得，当然与国家的支持政策分不开。为促进中小企业发展环境的进一步改善，近几年，相关部门密集出台了一系列政策措施，取消和调整一批行政审批项目，实施“三证合一”登记制度，加大小微企业增值税、营业税，以及所得税优惠力度；金融管理部门引导银行业金融机构加大对小微企业信贷支持力度，实现小微企业贷款增速、户数、申贷获得率“三个不低于”目标；财政资金转变支持方式，开展小微企业创新创业基地城市示范。

但是，多年来，困扰我国中小企业发展的难题解决起来，依然显得不够解渴，尤其在经济形势不好的时候，最先受到影响的往往还是中小企业。

工信部中小企业局副局长马向晖介绍说，当前，国内外经济发展形势依然错综复杂，世界经济深度调整、复苏乏力，外部环境的不稳定不确定因素增加，我国经济发展进入新常态，这给中小企业发展带来多重挑战。“中小企业依然面临着较大的经营压力，

责任编辑：刘 静

年轻人真的在远离银行？

□本报记者 赵昉

融 360 本月公布的一项调研结果显示，通过对全国各地银行用户的问卷调查，发现在 20~35 岁的青年群体中，仅有 18% 的人在理财时首选银行，消费时选择刷卡支付的比例仅为 22%，转账时通过银行转账的比例仅为 20%。

“工资放进支付宝，吃喝玩乐微信付”，在各大银行的营业大厅里，年轻人的身影越来越少。对于 90 后来说，充电宝似乎比钱包更重要，一部手机在手，不需要走进银行大门，没有现金和银行卡，一样可以完成日常理财和消费。

随着移动互联网的普及和相关操作的日益便捷化，除了年轻人之外，其他年龄段的人群也在“拥抱手机”。调查显示，在 2015 年，89.3% 的网民小额网上支付会用支付宝或微信支付，支付金额的中位数为 200 元。

而在线下领域，52.9% 的网民在便利店使用过支付宝或微信支付，62.7% 的网民在一些餐饮场所、商场使用过支付宝或微信支付。

但这并不意味着，年轻人当下的理财和消费生活，已与银行无关。事实上，在互联网金融背后，银行的影子依然活跃。比如，许多第三方支付平台都有绑定银行卡的要求。消费者可以使用互联网金融工具支付日常小额支出，但是买车购房等大额支出，银行转账依然是最保险支付方式。

也就是说，年轻人其实并没有远离银行，他们的生活和工作也不可能彻底离开银行。换言之，年轻人远离的不是银行本身，而是传统银行的服务模式。

中国质量协会开展的 2015 年度银行业客户满意度测评显示，客户抱怨银行等候时间长，营业厅服务态度不佳，办理业务速度慢，有 37% 的用户等候时间超过 20 分钟。顶

着大太阳带着一堆证件出门，去趟银行等半天，办事手续繁琐不说，柜员的脸像苦瓜一样，哪个消费者都不会觉得好受。更何况，银行下午 5 点就早早地关上大门，年轻的上班族此时未必下班，更别提办业务了。

与其说是互联网将年轻人从银行手中“抢走”，不如说是银行旧有的服务模式，已经不适合年轻人的口味，互联网的便捷则给了年轻人用另一种选择的可能。而传统银行旧有的运营模式，在当下的竞争环境下也已显得“笨重”。

传统银行在个人金融方面的运营模式，是以各级分支机构和营业网点为骨架的，银行尽可能多地布设营业点和 ATM 机，进乡镇、进社区、驻校园，让更多的消费人群持有自家银行更多的卡。这样的传统模式在互联网时代已经滞后，且不论人力和办公成本几何，单说业务推介效果，也已经不如当初。

央行的数据显示，2015 年末，我国居民存款余额超过 55 万亿元，而在 2011 年末，这个数字仅为 35 万亿元。不可否认的是，除了住房之外，银行存款是居民财产的主要表现形式。在许多银行用户眼中，哪怕定期存款的利息再低，也好过不确定因素较多的股市，以及可能存在安全风险的互联网金融。

在未来，不论哪个年龄阶段的群体，都依然需要银行服务，只不过，消费者更需要的是贴心的服务，以及更加便捷的操作模式。银行之间的竞争，将不再集中于银行规模大小，而在于各自的智能化水平。

运用互联网智能化手段，满足消费者的多方位需求，打通线上线下业务，将技术优势转化为服务优势，让消费者享受到更好的使用体验，方能在今后的竞争中取得先机。

产经周观察