疫情影响下食品饮料行业的发展

对悲观者而言，疫情带来的是困难；而对乐观者而言，疫情带来的却是新的机遇。疫情之下，哪些食品饮料品类正在逆势爆发？又将在 2020 年迎来新风口呢？

乳制品：市场集中度将显著提升

据草根调研了解，春节期间一线城市高端液态奶出货和动销情况较好，低温奶也在部分区域出现断货，春节期间电商销售持续向好。作为乳制品领域的领跑企业伊利和蒙牛在疫情中展现出应有的社会责任，疫情结束后，在其带领下，乳制品行业也将呈现出明显的恢复性增长，整体价格会较为平稳，而全年也将迎来平稳增长势头。

方便面：传统风味产品工业化加速

近年来，从口味到价格再到营销，方便面品类都在不断创新。同时，众企业在提升口感、烹饪方式、营养以及地域传统风味产品的工业化等方面都投入了更多资源，把眼光投向注重生活品质的消费者。眼下，方便面品类的新一轮市场机会已然摆在面前。

自热食品：新品类会有巨大突破口

这次疫情虽然让许多食品企业错过了春节销售高峰，但是却促使了自热食品的意外爆发。以自热食品的头部品牌自嗨锅为例，在此次疫情中销售骤增，线上线下面临全面脱销。不仅是方便火锅，方便米饭、方面粉面也同样面临着此种喜人境遇。

疫情结束之后的 2020 年，随着消费者外出聚餐的减少，“懒人经济”及一人食消费的崛起，包含自嗨锅、宏绿在内的自热食品，甚至整个方便食品行业都将面临巨大的发展机遇。

饮用水：5L 装家庭用水扛起增长大旗

新华社消息显示，春节期间饮用水同比增长超过 200%。农夫山泉、怡宝等企业表示，春节期间饮用水销量均有不错的增长，尤其是 5L 装主打家庭消费的桶装水表现尤为出色。随着国家对科学健康饮水，喝好水，增强机体活力的重视，饮用水品类也将迎来新风口。

此外，短保面包、罐头等产品作为民生必需品、疫情防控应急物资在疫情下也展现出较强的增长势头，福建、广东等多个地区为桃李面包等企业特批民生保供企业证明，保证其正常运营，由此对这些品类的销量增长也起到了较好地推动作用。

进口食品需求旺盛

13.6% 数字

1997 年我国进口食品金额仅为 40.6 亿美元。2018 年，增长至到 660.9 亿美元。从 1997 年到 2018 年，我国进口食品金额增长 16.3 倍，进口食品行业的年复合增长率达到 13.6%。

食品行业持续向好

30 万亿元 数字

2017 年的时，整个食品行业的产值是 12 万亿，当时我们提出来一个继续发展课题：吃的更多、吃的更贵、不只是吃，截止到 2019 年，食品饮料行业进出口总值突破了 30 万亿元，发展持续向好。

茶饮料受钟爱

1000% 数字

2019 年查饮料发展非常快。比如从产品来看，2018 年出的密布果汁茶，当年上架两三个月销了两个多亿。在 2019 年 1~9 月份，这款产品销售是 7.7 亿元，同比增长 1000%。

展会

LogiMAT 2020
德国斯图加特物流展
展会时间：2020 年 3 月 10~12 日
展会地点：新斯图加特会展中心
主办单位：斯图加特展览公司

LET CHINA 2020
中国（广州）国际物流装备与技术展览会
展会时间：2020 年 5 月 26~28 日
展会地点：（广州）中国进出口商品交易会展馆
主办单位：汉诺威米兰展览（上海）有限公司

Transport Logistic China
亚洲物流双年展
展会时间：2020 年 6 月 16~18 日
展会地点：上海新国际博览中心
主办单位：慕尼黑展览（上海）有限公司

声音 VOICE

疫情期间的饮食建议

疫情期间，首先要食不过饱，七八分就够了；其次饮食分配要合理：早餐要吃好，分配的摄入热能要占全天的 30%，以豆奶蛋果蔬为主；中午要吃饱，摄入的热能占全天的 40%，以肉鱼禽蛋豆为主；晚餐要少，摄入热能占全天的 30% 就够了，以五谷食物类为主。进而保证身体健康和免疫力。

——中国工程院院士、著名呼吸病学专家钟南山