

康师傅少卖了11亿：饮料方便面都在跌

2025年8月11日，康师傅控股有限公司发布2025年上半年财报，数据显示公司营收约为40092亿元，同比下降27，销售额减少超11亿元归母净利润为2271亿元，同比增长205。尽管利润有所增长，但营收下滑凸显了康师傅在方便面和饮料两大核心业务上的困境。据21世纪经济报道，方便面业务销售额同比下滑25至13465亿元，饮料业务收入同比下滑26至26359亿元。这两大品类的销量下跌，成为拖累整体营收的主要原因。

财报发布后，康师傅控股股价报收114港元股，涨幅仅035，反映市场对其增长乏力的担忧。方便面业务作为康师傅的传统支柱，近年来持续承压。财报显示，容器面销售额同比下滑13至6771亿元，高价袋面下滑72至5092亿元，而中价袋面和干脆面分别增长80和145，但因基数较小，难以抵消整体下滑。业内人士指出，外卖行业的蓬勃发展与多元化方便食品的兴起，如螺蛳粉、热干面等，削弱了传统方便面的市场需求。广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬表示，居民外出消费增加，方便面不再是刚需，行业需加速创新升级。康师傅虽推出“双萝卜牛腩面”“冰红茶味红烧牛肉面”等新品，但市场反馈平平，未能扭转销量下滑趋势。饮料业务同样面临挑战。财报显示，茶饮料收入同比下滑63至1067亿元，包装水下滑60至2377亿元，果汁下滑130至2956亿元，仅碳酸及其他饮料实现63的增长，收入达10256亿元。尽管康师傅近年来加码无糖茶饮，推出“茶的传人”等新品，但无糖茶赛道竞争激烈，农夫山泉、统一、元气森林等品牌均有布局。农夫山泉2023年茶饮料收入增长833，远超康师傅的696。此外，康师傅的包装水产品“喝开水”虽在2022年突破10亿元销售额，但与农夫山泉、怡宝等巨头相比，市场份额仍有限。业内分析认为，康师傅在饮料赛道的品牌力和创新力不足，难以在“内卷”市场中突围。为应对市场压力，康师傅采取了涨价策略。2025年5月，袋装面零售价从28元上调至3元，桶装面从45元上调至5元，饮料也普遍提价05至1元。然而，涨价并未带来销量提升，反而引发消费者不满，微博话题“康师傅方便面即将全线涨价”一度登顶热搜，阅读量达14亿。网友吐槽“加了中草药还是牛肉末”，质疑涨价的“配方升级”噱头。财报还显示，康师傅分销网络收缩，营销商数量从67215家降至63806家，直营零售商从220623家降至219124家，反映出渠道优化下的无奈收缩。尽管营收下滑，康师傅通过降低销售成本实现利润增长，2025年上半年销售成本同比减少约24。营销方面，康师傅投入巨资，签约王一博、杨紫等明星代言，赞助中国好声音等节目，但高昂的营销成本并未显著提升品牌好感度。黑猫投诉平台上，关于康师傅方便面蔬菜包发黑、包装内异物的投诉屡见不鲜，食品安全问题成为隐忧。相比之下，统一企业中国上半年食品业务增长88，高端产品占比提升，显示出更强的消费升级适应力。康师傅的困境折射出快消行业的变局。外卖、多元化速食和健康消费趋势挤压了传统方便面市场，无糖茶饮和包装水赛道的竞争则让饮料业务难以独挑大梁。专家建议，康师傅需在产品创新、食品安全和品牌升级上加大投入，摆脱低价竞争的桎梏，向中高端市场转型。未来，康师傅能否通过差异化产品和精准营销重振市场，仍需时间验证。据黑子网报道 康师傅这回真有点难受，少卖11亿，方便面饮料全线下跌，涨价也没能救销量。外卖一冲击，方便面不香了，饮料还跟农夫山泉他们硬碰硬，竞争太狠。黑子网觉得，康师傅得赶紧换思路，搞点真创新，别老靠明星营销忽悠，不然这日子还得更难过。黑子网评价 康师傅这财报有点扎心，少卖11亿，方便面饮料都不行，涨价还被网友喷。外卖抢了方便面的饭碗，饮料又被农夫山泉压着打，营销砸钱不少，质量投诉却没少。黑子网觉得，康师傅得好好想想咋创新，食品安全也得抓紧，不然以后怕是更不好过。

原文链接：<https://hz.one/baijia/康师傅-少卖了11亿-都在跌-2508.html>

PDF链接：<https://hz.one/pdf/康师傅少卖了11亿：饮料方便面都在跌.pdf>

官方网站：<https://hz.one/>