

# 周口万人相亲会持续升温

□记者 黄佳 任富强

**本报讯** 七夕将至，空气中弥漫着甜蜜与浪漫的气息。近日，由团市委、周口报业传媒集团联合主办的“约会青春”周口万人相亲会公益活动也渐入佳境，截至记者发稿时，此次相亲会报名人数已超过 200 名。

7 月 19 日，本报刊发“约会青春”周口万人相亲会的消息后，活动报名热线应接不暇。在报名现场，记者遇到很多为孩子报名参加相亲会的父母，一位为自家孩子报名的阿姨对记者讲，她的孩子从未参加过相亲会，一次偶然的机会她在《周口

晚报》上看到万人相亲会的消息，她认为团市委与周口报业传媒集团主办的相亲会，权威性、公益性毋庸置疑，所以她就给自家孩子报了名。她对本次活动寄予了很高期望，希望自家孩子能在本次活动中遇到人生的另一半，早点儿有个自己的家。

采访中记者发现，工作忙、交际圈窄、身边异性少等，这些是不少男女单身的原因。眼见着身边的好友纷纷走入幸福的婚姻殿堂，一些单身男女经受不住亲朋好友的再三催促想要早点儿“脱单”。

仔细盘点报名嘉宾的职业，他们中有医生、公务员、教师、银行职员、企事业单位员工……来自社会的各行各业，学历从

博士到中专都有，年龄跨界从 40 岁到 20 岁。“约会青春”周口万人相亲会作为可靠、真实的相亲活动，给予了大众平等、开放邂逅异性的机会，受到各行各业单身青年的热烈欢迎。

一位男士为自己的外甥女报名，他说，外甥女王某工作比较忙，没有时间谈恋爱，作为长辈他很想为自己的外甥女找一位条件相当的对象。王某，1988 年出生，是某市某公立医院的医生，身高 160cm。

本次活动全程免费，主办单位将为报名者建立真实、详实的档案，实行会员制管理，会员资料将层层把关，集规模性与正规性于一体，严格为其个人信息保密。

活动全程有周口日报、周口晚报、逛周口微信公众号等官方媒体权威发布信息。寻找人生机缘的可以关注逛周口，了解更多单身青年信息。

此次活动还得到周口众商家的关注和参与。组委会表示，本次活动将诚征冠名商、协办单位、承办单位及特约赞助商，详情咨询 13839412578，13592221006。

除了现场的相亲墙和扫码互动，“约会青春”周口万人相亲会还将在 8 月 27 日下午安排更多游戏活动，让男女嘉宾直接邂逅。添加逛周口微信公众号或拨打 13523115975，15036819999 赶快报名吧！



7 月 28 日下午，宋河酒业公司副总裁、生产基地总经理刘新田（右三）来到鹿邑县消防大队，亲切慰问消防子弟兵，并向他们送去节日的祝福。刘新田说：“企业的发展离不开你们的保护，正是由于你们的奉献，以及不畏艰险、艰苦奋斗的顽强作风，我们才有了安全感，也才能安下心来认真做事，以更好地支持鹿邑的经济建设。”

通讯员 李杰 摄

## 中国啤酒行业为何“旺季不旺”

业内：产能过剩

正值全民“喝啤酒、吃烧烤”的炎热夏季，中国的啤酒行业却“旺季不旺”，仍行走在寒冷的冰天雪地里。经过 2004 年至 2014 年“黄金十年”的高速发展后，中国啤酒行业开始步入低迷期，从 2014 年起，国产啤酒的产销量出现长达 25 个月的下滑，收入和利润也双双下滑。眼看着高端白酒行业的强势复苏，靠什么才能挽救啤酒行业的颓势呢？

**多种因素叠加 啤酒行业步入低迷期**

自 2014 年 7 月起，国产啤酒的产销量开始出现长达 25 个月的下滑。其中，2015 年出现近 18 年来最大幅度的负增长，国产啤酒产量下滑近 5%。虽然 2016 年 8 月一度出现“增长”，但进入 2017 年以后，国产啤酒又连续 4 个月负增长。据国家统计局数据，2017 年 1 至 5 月，国产啤酒的产量为 1758.7 万千升，同比下降 0.7%；进口啤酒的进口量为 24.73 万千升，同比增长 8.91%。

业内人士认为，诸多因素共同叠加导致啤酒行业整体低迷，其中人口结构变化导致的需求下降与产能过剩是其主因。自 2012 年起，啤酒的主要消费人群占总人口比例逐渐减少，需求不断下降。与之对应的是，在 2004 年至 2014 年期间，国内啤酒企业大肆跑马圈地，兴建、并购工厂，导致产能严重过剩。

中国酒业协会常务副秘书长兼啤酒分会秘书长何勇指出，国产啤酒产销量下降，主要原因是消费市场的碎片化和个性化发展趋势以及人口老龄化现象。此外，进口啤酒飙升也加剧了市场竞争。

贝恩公司发布的《中国购物者报告》指出，方便面 and 啤酒销量的下滑，主要原因在于蓝领工人减少，低端制造业岗位被转移到孟加拉国和越南等成本更低的地区，蓝领工人主要参与生产的商品受到较大冲击，低端啤酒销量比高端啤酒销量下降得更厉害。

**洋啤酒势头猛 国产巨头业绩均下滑**

啤酒行业的溃败，直接体现为酒企业绩的持续下滑。2016 年财报显示，燕京啤酒实现营业收入 115.73 亿元；净利润 3.12 亿元，同比锐减 46.90%，这已是燕京啤酒连续第 3 年业绩下滑。2014 年至 2016 年，

燕京啤酒的营业收入分别为 135.04 亿元、125.38 亿元、115.73 亿元，净利润分别为 7.26 亿元、5.87 亿元和 3.12 亿元，呈现逐年下滑态势。

燕京啤酒并非业绩下滑的独一份。2016 年，青岛啤酒实现销量 792 万千升，同比下降 7.07%，营业收入下降 5.53%，净利润下降 39.09%。连续 12 年稳坐中国啤酒市场头把交椅的华润雪花，2016 年营收虽然略有增长，但净利润仅 6.26 亿元，同比下降 6.04%。

在国产啤酒节节败退的同时，进口啤酒却在狂飙猛进。2011 年至 2016 年间，中国的啤酒进口量从 64203 千升快速增至 646384 千升，6 年内翻了 10 倍。

**去产能+高端化 啤酒巨头忙着转型**

面对行业整体持续低迷，啤酒企业纷纷开启转型之路，关闭亏损工厂、力推高端产品成了很多啤酒企业依赖的“御冬”法宝。

最近两年，大量啤酒企业关闭工厂，断腕自救。华润啤酒和重庆啤酒先后关闭多家亏损工厂。外企百威英博则关闭舟山的工厂。嘉士伯去年关闭并处理了中国市场的 17 家工厂。今年 7 月，燕京啤酒的高管在解答投资者提问时表示，对于个别不再存在价值的企业，经过权衡之后，可能会与地方政府协商后关厂。

高端化成了众多啤酒企业的救命稻草。2017 年一季度显示，部分尝试“高端化”的啤酒企业已开始业绩“飘红”。其中，青岛啤酒营收同比增长 2.6%，净利润同比增长 8.51%。燕京啤酒营收同比增长 2.12%，净利润同比增长 13.85%。百威英博一季度实现营收 129.22 亿美元，增长率为 3.7%。

尽管一季报业绩回暖，但并不能因此判定啤酒行业已经解除警报。食品行业专家朱丹蓬认为，从 2014 年开始，全球啤酒巨头都在中高端市场发力，尤其是外资品牌在结构升级方面很有优势，业绩增幅明显。

在消费升级的浪潮中，啤酒行业以往“跑马圈地”式的打法开始失效，大批啤酒企业走上高端化和个性化产品之路，也将加速啤酒行业的洗牌。

（据《北京晨报》）

逛周口微信公众平台



扫“逛周口”微信平台，获取最新活动资讯。

新闻 热线

如有涉及酒水、餐饮、金融、保险、财税、旅游、教育、健康、商业、交通、婚庆等行业的新闻或者需要维权，请及时拨打以下新闻热线。周口晚报全媒体经济部将第一时间关注您的呼声。

13839412578 13592221006

15036819999 13592220015

13523115975 15138290269