

国产奶粉市场的“七年之痒”

数据:截至2015年11月,国产奶粉市场份额七年首度超过洋奶粉

近日,有消息称,中国已经向WTO提交了《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法(送审稿)》。这意味着,未来国产、进口奶粉都被纳入注册制的监管范围。有分析预计,全国2000多个产品品牌将有一大半退出市场。值得注意的是,由于线上线下打折、监管收紧等因素,2015年国内婴幼儿奶粉市场价格全面下降,行业也出现大洗牌。据最新数据显示,截至去年11月,国产奶粉品牌市场份额七年来首度超过洋奶粉品牌。

年初或推注册监管“新政”

在日前举行的全国食品生产监管工作会议上,国家食品药品监管总局副局长滕佳材强调,下一步,将创新推进特殊食品监管,加快建立实施婴幼儿配方乳粉产品配方注册、特殊医学用途配方食品注册管理制度,切实保障特殊食品质量安全。他同时表示,将继续加强重点食品监管和风险防范,加强重点食品共性问题研究,对全国婴幼儿配方乳粉实施月月抽检,严格婴幼儿辅助食品生产许可审查发证工作。中国奶粉行业又将迎来一次“大洗牌”。

资深行业分析师宋亮预计,“新政”有望在2016年初推出,并给企业半年左右整改期。受“新政”、国内去产能及价格战等因素影响,到2017年下半年,全国2000多个产品品牌将有一半退出市场,保留约500~700个品牌。价格也有望再降。



半退出市场,保留约500~700个品牌。价格也有望再降。

但宋亮认为,如果此轮政策实施效果好,2017年中国婴幼儿奶粉行业将恢复健康发展:产品价格长期保持平稳并与国际接轨,高毛利时代结束,但企业可以获得正常经营利润;品牌数目大幅减少,市场集中度进一步提升。

国产奶粉超洋奶粉

事实上,线上线下打折促销、跨境电商强势来袭、国家监管政策步步收紧……2015年,国内婴幼儿奶粉市场价格呈现全面下降态势,婴幼儿奶粉行业也随之出现大洗牌。记者昨日从业内人士获得的一份市场数据

显示,到去年11月份,国内奶粉品牌前10名市场份额排名中,国产奶粉品牌无论是数量还是市场占比都首度超过洋奶粉品牌。

这份来自中华全国商业信息中心的数据显示,去年前11个月的市场份额前五名是惠氏、伊利、美赞臣、贝因美和飞鹤,前五名中国产品牌已经占据三

席。而在前十名中,还有合生元、圣元、雅士利,这使得国产奶粉品牌总共占据了六席。而且就市场占比来看,六家国产奶粉品牌所占的市场份额为48.1%,而洋奶粉品牌的市场占比则为39.9%。

自2008年以来,洋奶粉一直势头勇猛。2012年国内奶粉品牌前十名排名中,有6家外资品牌,4家国内品牌,国产品牌落后外资品牌比较明显,但是到了2014年,国内品牌进入前十名的数量已和洋奶粉品牌平分秋色。而2015年,奶粉行业再次出现大洗牌。国产奶粉品牌在数量和市场占比上,自2008年以来首度超过洋奶粉品牌。

主流品牌价格战

除了市场份额变化之外,2015年国内婴幼儿奶粉市场价格呈现全面下降态势,主流奶粉品牌业绩均受到不同程度影响。

宋亮表示,去年,婴幼儿奶粉打折促销力度很大。国产品牌变相促销降价,最高降幅超过50%;进口品牌也全线降价,惠氏、雅培、达能、美赞臣均加入促销降价行列,有的主打品牌降价超30%。再加上受制于跨境电商对产品价格体系影响,去年雅培、菲仕兰及美赞臣均受到不同程度的影响,价格战也促使雅士利、贝因美业绩出现下滑。

(中国经济网)

■ 行业资讯

2016亚洲最大糖果零食展览会4月份在京开展

据悉,备受世界瞩目的2016亚洲(北京)国际食品饮料博览会暨国际糖果零食展览会将于2016年4月14日-16日在北京·中国国际展览中心如期隆重拉开帷幕。

本次展览会总展出面积为45000平方米,有来自世界40多个国家及地区相关行业2000多家企业糖果、巧克力、冰淇淋、糕点饼干、炒货坚果、豆制品和肉制品等零食企业,携千余款明星产品前来参展。

届时将云集国内外诸多食品领袖行业加盟,携主打产品闪耀登场,同台竞技,共续写大健康展览会华章。开启焕然一新的食品时代,感受无与伦比的视觉盛宴,助推引领食品行业的快速发展,愿为广大参展商开拓市场保驾护航。

据组委会负责人表示,此次展览会展位预订情况非常火热,已经有超过80%的老展商都纷纷预定了2016年的展位,而且其中60%都扩大了展出面积。有的甚至扩大了4~5倍等。

(摘)

■ 企业动态

全聚德去年营收实现18.61亿元

全聚德日前发布2015年业绩快报,根据公告,2015年全聚德营收实现18.61亿元,归属于上市公司股东的净利润1.37亿元。

2015年公司营业收入同比增幅为0.82%,归属于上市公司股东的净利润同比增长9.25%,公司基本每股收益同比增幅

4.77%,归属于上市公司股东每股的净资产同比增幅1.37%;其中加权平均净资产收益同比减少1.1%,主要是由于2014年6月底非公开发行股票使得股本基数由28312万股增加至308463955股所致。公司经营业绩总体呈现企稳回升态势。

据悉,2014年公司总营收较上年同比下降2.96%。去年以来,餐饮市场逐渐回暖,高端餐饮进一步收缩盘整,公司则坚持以全聚德品牌定位战略为引导,拓展宴请市场,强化互联网思维,一定程度上保证了业绩的稳定。

口子窖2015年净利预增40%

本报讯 凌应敏 口子窖日前发布了2015年业绩预增公告,预计2015年公司净利润为4.22亿元,比上年同期增加40%左右,上年同期公司净利润为4.22亿元。据口子窖招股说明

书显示,公司2014年营收为22.6亿元,净利润为4.2亿元,由此计算,公司2015年度净利润为5.9亿元左右。

白酒行业分析师蔡学飞指出,口子窖产品成熟,新旧产品

更新换代平稳,价格体系和经销商体系稳定,消费基础强,尤其在华北和华东地区占据强势地位。即使在恶劣的大环境下,利润持续增长也是很正常的。