

## 行业观察

## 四分之三奶粉品牌面临出局

婴幼儿奶粉注册制配套细则近日出台,细则要求企业在申请产品配方注册时,需提交包括研发能力在内的10项证明材料。监管部门对配方数量也进行了严格限制,要求每个企业原则上不得超过3个配方系列、9种产品配方。记者走访市场发现,现有的婴儿奶粉市场已经出现新变化,有奶粉企业推出高端新品抢占市场,也有缺乏研发能力的中小品牌持观望态度。

日前,国家食品药品监管总局发布有关婴幼儿奶粉注册制的文件:《婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请材料项目与要求(试行)》和《婴幼儿配方乳粉产品配方注册现场核查要点及判断原则(试行)》,自发布之日起施行。这意味着,被称为史上最严的奶粉新规步入落实阶段。

根据最新规定,企业在申请产品配方注册时,需提交的申请材料项目包括婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请书、产品配方、产品配方研发报告,研发能力、生产能力、检验能力的证明材料等10项。对于已上市销售的婴幼儿配方乳粉产品,申请人若需申请注册其产品配方,可使用已完成的相关研究数据资料,但应符合要求,并提交已上市销售婴幼儿配方乳粉的产品配方

与申请注册产品配方为同一配方的证明材料以及产品上市后的分析报告等。

在产品名称和说明书方面,新规产品名称和说明书中不得含有涉及疾病预防、治疗功能,明示或者暗示具有保健作用、益智、增加抵抗力或者免疫力、保护肠道等功能性表述,不得以“不添加”“不含有”“零添加”等字样强调未使用或不含有违反科学原则或者绝对化的内容。

此外,境外生产、境内销售的境外品牌均将纳入监管。

## 预测行业面临洗牌

来自国家食品药品监管总局的新闻访谈显示,出台上述新规是为进一步加强婴幼儿配方乳粉产品配方注册工作。据国家食品药品监管总局统计,自2013年12月新版《婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则(2013版)》发布以来,原有133家婴幼儿配方乳粉生产企业中,未通过审查、申请延期审查和注销的企业有51家。近两年,又有一些企业按照新要求通过了许可审查。目前,婴幼儿配方乳粉生产企业有103家。

据介绍,当前婴幼儿配方乳粉配方过多、过滥,配方制定随

意、更换频繁等问题突出,存在一定质量安全风险隐患,同时也造成消费者选择困难。据统计,目前我国103家婴幼儿配方乳粉生产企业共有约2000个品牌,个别企业甚至有180余个配方。据此,监管部门拟严格限制配方数量。根据早前国家食品药品监管总局发布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》规定,每个企业原则上不得超过3个配方系列、9种产品配方。有业内人士表示,按此计算,未来国内奶粉市场上最多只能有528个系列,即528个品牌,而目前国内市场上有2000多个品牌。这意味着,一旦注册制落地,将有约3/4的品牌被清理出局。

## 企业将从价格战转向综合竞争

面对“洗牌”危机,有乳品企业开始加大对有机奶粉的角逐,试图占领高端市场。11月21日,又有一家乳企合生元宣布进军有机奶粉市场。此外,雅培、蒙牛、澳优等均在有机奶粉市场进行了布局。

国内乳业资深分析师宋亮表示,新规对企业影响最大的是,要求企业提供配方研发背景和目标、研发的相关科学实



验、文献、临床数据等,而该要求对两类企业非常不利。“一类是境外贴牌企业、专业代工企业,这些企业本身只有加工能力,尤其是境外部分代工企业,有的手头上代工的牌就有10多个,甚至上百个,他们哪有那么多时间、精力和资金研究那么多配方?”宋亮表示,第二类是中小企业,因为要符合新规研发要求,企业需要投入的资

金和科研技术水平都很高,而中小企业没有那么多资金来承担。新规实施后市场上的品牌数量将大幅减少,企业也会因为珍惜品牌,而更关注产品流向和产品安全性,企业也将从过往的价格战、营销战转向研发、创新综合实力竞争上来。对监管部门来说,管理奶粉市场也将更透明、有效。

(新华网)

## ■ 资讯

## 王老吉进入无糖凉茶领域

本报讯 一直以单品走天下的凉茶王老吉近日推出了全新产品王老吉无糖、低糖两款新凉茶。该产品瞄准年轻消费人群,将在全国全面铺货上市。

记者注意到,王老吉无糖、低糖新品在罐体和设计上进行了较大改变,细长型的罐体在沿用红罐形象的基础上采用了金属质感材

质,看上去更时尚。在包装设计上采用返璞归真的素描鸡蛋花,带有简洁文艺气质。

据了解,该产品此前已在线上悄然销售,“双十一”期间取得了超过1200万元的销售额。王老吉方面表示,下一步将通过整合天猫、京东、苏宁易购、1号店等众多线上平台和重点铺

货全国一二线城市挖掘年轻用户群体,王老吉此举为愈演愈烈的凉茶战场增添了实力砝码。

选择年底这个时间点高调发力,王老吉显然是希望在即将到来的春节消费旺季,借助新品助力王老吉销售,不仅要成为凉茶行业新的增长点,更希望借此改变国内凉茶市场格局。

## 合生元入局有机奶粉市场

日前,合生元在海南宣布,将在中国市场推出HealthyTimes有机婴幼儿配方奶粉。

据介绍,HealthyTimes有机奶粉奶源来自法国境内的天然有机牧场,从原料到成品全过程要经过8重检测严格把控品质。从有机牧场的奶源到成品全生产过程,都必须同时遵循欧盟有机认证和中国有机认证的双重认

证检验。其含量800g的一二三段有机奶粉售价均为398元,与目前市场上的高端产品在价格上相差了一成多。

“高端和超高端产品预计将持续增长,中国有机奶粉消费将迎来新一轮的爆发期。”合生元集团CEO罗飞透露,HealthyTimes有机婴幼儿配方奶粉明年的目标是要实现亿

元级的销售额。

随着我国婴幼儿奶粉注册制新政的实施,在市场大洗牌的当下,合生元完成了婴幼儿配方奶粉业务三驾马车的布局:健康时光有机婴幼儿配方奶粉、配方液态奶产品成为合生元主攻高端、超高端市场的利器;素加品牌主打中端市场;合生元品牌占据中高端市场。

(中经网)

## ■ 市场动态

## 进口啤酒首次出现双下滑

对国产啤酒造成巨大冲击的进口啤酒陷入了增长无力的窘境。来自海关的最新数据显示,2016年9月份进口啤酒数量5.381万千升,同比减少20.4%;金额为3.872亿元,同比减少10.7%,记者查阅资料获悉这是进口啤酒今年首次出现双下滑。

对于进口啤酒下滑的原因,一位福建莆田的啤酒代理商介绍说,目前包括百威英博在内的啤酒进口确实出现下滑。究其原因一方面是企业大环境较差,消费整体压力较大,另一方面是进口啤酒从国外运输过来需要几个月的时间,很容易过期。因此,最近大家对进口啤酒的态度都比较谨慎,收紧库存,不敢扩容,否则一不小心就会亏本。

一位百威英博的经销商也介绍说,当前进口啤酒低价清库存现象确实存在,尤其是通过非公司渠道做进口啤酒商贸的经销商清库存现象很严重。

对此,啤酒行业专家方刚表示,由于去年大量的经销商进入进口啤酒领域,现在这些啤酒临近过期,进口商都在清理库存,这直接导致了啤酒进口量的减少。此外,造成啤酒进口量减少的另一个原因是进口啤酒经历了长期增长后期进入了调

整阶段。

确实,记者查阅海关数据获悉,今年8月,进口啤酒数量和金额增速分别为24.9%和26.9%。与去年同期的数量75.9%增速以及金额58.8%的增速相差甚远。

此外,与进口啤酒首次双下滑相对应的是国产啤酒产量出现连续3个月的上涨。国家统计局数据显示,国产啤酒8、9、10三个月的产量分别为517.2万千升、409.6万千升、300.6万千升,同比增长4.2%、4.9%和0.9%。告别了连续多个月的下滑态势,这是否意味着国产啤酒的春天来临?

对此,方刚并不认同。他认为,进口啤酒的下滑和国产啤酒的增长同时出现只是巧合,并不能说明什么。具体而言,一方面由于啤酒有保质期限制,进口啤酒厂商清库存是很正常的现象,当前进口啤酒数量减少只是暂时的,从长远来看进口啤酒仍会恢复增长态势;另一方面,我国国产啤酒连续三个月的增长只是下滑时间太久后的一个微调,今后国产啤酒将处于波段式的调整阶段,国产啤酒的春天还没有到来。

(中国商报)