

多个外资奶粉品牌中国市场业绩齐增

本报讯 近期,菲仕兰、a2、达能、雀巢等企业发布的2023年财报显示,其中国市场业绩齐增。

对此,中国农垦乳业联盟专家组组长宋亮表示,外资奶粉品牌在中国市场业绩增长得益于几个方面:一是全家营养业务(孕产妇、中老年及儿童奶粉业务)精准发力;二是主打控货稳价,维护了良好的品牌形象,消费者对品牌认可度持续提升。

具体来看,2月22日,达能发布的2023年业绩报告显示,公司去年实现销售收入276.19亿欧元,同比增长7.0%。其中,中国、北亚及大洋洲地区销售收入34.96亿欧元,同比增长10.1%。四季度,中国市场婴幼儿营养品和医学营养品均保持了增长势头。

同日,雀巢发布的2023年业绩报告显示,雀巢大中华大区的净销售额约为436亿元,同比增长4.2%。其中食品饮料业务

有机增长率4.2%,包含销量贡献率2.5%,定价贡献率1.7%。受母乳低聚糖配方(HMOs)及特殊营养配方等高端婴配粉产品拉动,婴幼儿营养业务实现正增长。

2月20日,菲仕兰发布的2023年财报显示,其专业营养品业务集团2023年收入同比增长8.9%至11.55亿欧元,营业利润同比增长3.5%至2.07亿欧元。菲仕兰表示,由于皇家美素佳儿品牌产品在中国超高端市场实现增长,带动了整个专业营养品业务集团收入和利润双双提高。

2月19日,新西兰a2牛奶公司发布的2024财年上半年财报(截至2023年12月31日)显示,中国和其他亚洲地区营收同比增长16.5%至5.495亿新西兰元。中标婴幼儿配方奶粉营收同比增长10.4%至2.99亿新西兰元。

在业绩取得积极增长的同时,作为长期扎根中国的企业,上述外资奶粉品牌纷纷表示看好中国市场。

菲仕兰中国区总裁陈戈表示:“菲仕兰致力于在中国的长期发展,将重点关注Z世代父母、老年人群的乳制品消费新需求。”

达能中国、北亚及大洋洲总裁谢伟博表示,达能始终看好中国市场前景,期待未来“解锁”更多增长机会。

a2牛奶公司总经理兼首席执行官David Bortolussi也表示:“我们将继续执行增长战略,聚焦投资并且布局中国。”

在宋亮看来,雀巢、达能等外资品牌在技术储备和科技创新方面有明显优势,于新的赛道引领新的增长,在中国市场的业绩上涨有迹可循。随着消费信心的回升,看好中国市场的品牌将越来越多。

2023年2月份,配方奶粉“新国标”正式落地。“新国标”对婴幼儿配方奶粉的生产标准更为严格,对企业的资金成本和时间成本也有更高的要求。海通国际研报曾预计,无法通过“新国标”的厂商约占中

国市场份额的10%至15%。市场整合洗牌加速,行业集中度逐步提升。

目前,菲仕兰旗下皇家美素佳儿和美素佳儿源悦通过奶粉“新国标”注册;达能对爱他美等11个系列完成了二次注册;雀巢旗下的惠氏产品全线通过“新国标”;美赞臣、雅培、a2等品牌旗下主力产品也已基本完成相应注册。

在此前的2023年第三季度业绩会上,达能首席财务官Juergen Esser曾表示,目前中国市场正处于新旧国标产品过渡期,因此将重点放在保持对库存和价格水平的管理上。

“‘新国标’非常与时俱进,结合政策端、产业端以及消费端来看,消费者是奶粉‘新国标’的最大受益者。”广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬表示,当前,外资奶粉品牌整体处于上升趋势,中资、外资奶粉品牌齐头并进。

(据《证券日报》)

新发地蔬菜 供应有条不紊

本报讯 刘畅 虽遇大雪天气,首都“菜篮子”新发地市场的供应依然有条不紊,日前,市场蔬菜交易量达到2万吨。为应对这场降雪,市场连夜组织了500余人的扫雪铲冰力量,确保市场交易有序进行。

从神农门进入新发地市场,一辆辆装满蔬菜的货车有序停放,道路上不见积雪,采购的小货车鱼贯穿梭,商户们将蔬菜卸下、称重,送到一辆辆采购车上……

“5辆车,150吨的菜花、西兰花,都按时进场了。进场量和日常没有什么区别,没影响交易。”在菜花交易区,新发地“菜花大王”孙燕燕正指挥着员工给采购客户搬菜花。她介绍,提前接到了市场的降雪天气保供动员,也安排了运输车辆调整运输时间,“常年干这个,常规操作了,供应很稳的。”

每天新发地市场内进出的大大小小车辆数以千计。如何保障降雪中市场的交通秩序?从新发地市场获悉,降雪后市场启动预案,连夜安排500多名保洁、保安和市场工作人员投入扫雪铲冰,商户们也“自扫门前雪”,还动用了铲车清理运输,确保市场内各条道路不产生积雪,车辆顺畅通行。

“作为首都‘菜篮子’‘果盘子’,我们365天不打烊,春节期间也有2000多商户留守保供,初八当天商户们基本都恢复营业,开始组织货源,保障上班第一天供应。”新发地市场相关负责人介绍,2月18日当天,市场的蔬菜交易量就达到1.84万吨,迅速回升到1.8万吨的日常保供水平线上,随后交易量一直稳定在2万吨以上,加权平均价也保持在3.7元每公斤左右,量足价稳。

节后草莓价格大幅下降 部分降至个位数

本报讯 春节假期过后,草莓等水果的价格回落。据悉,北京地区多家草莓批发、零售市场草莓价格大幅下降的确属实。“天气暖和了,草莓长得特别快,一丛一片地熟,一夜就能红很多,都来不及摘。原产地降价了,批发端和零售端也就相应降了。”北京新发地农产品批发市场专业从事草莓批发的王亮(化名)表示。

草莓价格“腰斩”

据了解,目前,顺义的草莓价格便宜了很多。

“草莓在我家餐桌上一直都没断过,全家人都爱吃,而且还能补充维生素。最近我去买草莓,明显发现它的价格降了很多。”居民张先生表示,去年11月刚上市时,他购买的同款草莓每斤要58元,现在只要24元每斤。居民陈女士也感受到了草莓价格的下跌,“刚上市时候我就知道会越来越便宜,现在这个价还挺合适的。元宵节买了点大家一块儿吃,再过阵子去采摘园边吃边摘更便宜。”

在BHG生活超市、永辉超市等多家商超,丹东、佳沃、红颜等品种的草莓有的按盒出售、有的按斤售卖,价格与去年11月调查时相比都出现了不同程度的下跌。其中,鑫海韵通大卖场石园店的草莓价格由此前58元/斤降至24元/斤,BHG生活超市的草莓价格由此前59.8元/斤降至33.8元/斤,永辉超市(新世界店)同款草莓价格由此前69.8元/盒降至39.8元/盒。通过美团App查询后也可发现,此前价格在40~80元/斤的草莓,线上售价也跌至了30元左右/斤。

另外,杭州果品批发市场一家店的老板娘表示,“年前主要卖的是丹东红颜草莓和山东奶油草莓,现在的主要以红颜草莓为主,奶油草莓已经接近尾声,过了正月十五以后应该就不太会进货了。”老板娘表示,“年前因为送礼需求量大,一直持

续到正月初二、初三,来买草莓的顾客都比较多,春节后草莓价格有所回落,此前丹东红颜草莓批发价30~40元/斤,春节前价格已经回落,降至20元/斤左右,现在只要12~13元/斤,规格小点的直接降至个位数,只要9~10元/斤。”

还有在售本地草莓的老板表示,最近草莓价格便宜了很多。本地建德产的草莓现在批发价只要十几元一斤,等过段时间,估计会降到几块钱一斤。

近日,北京新发地农产品批发市场专业从事草莓批发的王亮介绍,近期山东、安徽的奶油草莓降到8元一斤,近日原产地下雪,采摘、运输受阻,价格又涨了几块钱,但即便涨了,价格也比年前要便宜一半。还有多位批发商表示,现在卖得最好的是辽宁丹东草莓,一斤20元出头,而春节之前得卖到五六十元一斤,价格已“腰斩”。

草莓价格会回涨吗?

业内人士表示,春节过后,市场上对草莓等中高端水果的消费需求开始回落。同时,随着气温的回升,种植和物流等成本也开始下降,叠加我国草莓主产地市场扩产、供应量提升等原因,草莓的价格出现了明显的下降。

家住哈尔滨安埠小区的李阿姨介绍,自己一家人都很喜欢吃草莓,之前20多元一斤,觉得价格有点高,没舍得买,这两天降价后买了2斤尝鲜。自己家一般都是每年4月份以后九九草莓价格降到10元左右,才会大量购买草莓。

对于商家而言,同样如此。一位常年在哈市夜市卖水



果的大姐表示,虽然现在草莓价格降下来了,但从销量上看,并没有太明显的提升。“说白了,很多顾客还是觉得贵。”这位大姐说,这个季节,相比于苹果、橙子、猕猴桃等水果而言,草莓的价格还是相对更贵一点,很多逛夜市的市民都是问问价后选择购买更便宜的水果。所以每天并不会进太多的货,一是怕卖不完,同时也担心价格随时会有波动。

杭州果品批发市场的老板娘表示,草莓是鲜货,受出货量、需求量以及气候等多方面因素影响,一两天可能就变个价,所以也不太好预测之后的涨落,要视情况而定。但是另一家水果店老板则表示,价格不太会涨的,后面基本会越来越便宜。

(中国新闻网)