

New Consumer 新消费

事件 D1



新消费微信公众号由《中国经营报》快消连锁事业部积聚相关行业资源倾力打造,旨在发现与挖掘在当今中国消费市场大升级的背景下所引发的行业新趋势、新机会与新模式,目标在于打造一个促进快消业与连锁业上下游良性联动的新生态。

主编/闫荣伟 编辑/厉林 美编/刘红 校对/翟军 611982770@qq.com 业务电话:010-88890426/88890427

霸王连年亏损 押宝新渠道前途未卜 D2

椰岛鹿龟酒走向“不归路”? D3

当“私人定制”撞上外卖 D4

1400 余品牌将从市场上消失

最严奶粉新政将实施 蒙牛、完达山、圣元等受影响大

本报记者 高素英 北京报道

随着新《食品安全法》即将于 10 月 1 日实施,《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法(试行)》(以下简称《办法》)征求意见稿也于近期发布,被称为史上最严的婴幼儿配方奶粉新政将使大部分品牌从市场上消失。9 月 2 日,国家食品药品监督总局(以下简称食药监总局)发布《办法》称,奶粉配方备案制将改为注册制,一个产品配方只能生产一种产品,每个企业不得超过 5 个系列 15 种产品配方。

9 月 8 日,业内专家接受《中国经营报》记者采访时表示,新政将对整个行业产生极大的影响,几乎所有的大企业都将受到新政的影响,多品牌策略将被卡死;同时代工品牌也将被挤出市场,至少有 1400 多个品牌被淘汰出局。其中影响比较大的是获得婴幼儿许可证比较少的企业,如蒙牛、完达山、圣元、三元等。

由于品牌总数锐减,一些企业专门为线上渠道和婴童门店定制的奶粉品牌可能会退出市场,在价格战趋缓的同时,奶粉销售渠道也将发生新的变化。



未来将有 1400 多个婴幼儿乳粉品牌被淘汰出局,多品牌乱象也将得到扼制。
本报资料室/图

新政将使大部分品牌出局

按照现有 102 家获得婴幼儿乳粉生产许可证的生产企业来计算,共有 510 个系列配方,所对应的品牌不会超过这个数据,减去一些外资品牌,那么将有 1400 多个品牌被淘汰出局,多品牌乱象也将得到扼制。

记者从《办法》的征求意见稿中看到,同一企业注册的一个产品配方只能生产一种产品,不得用同一配方生产不同品牌的婴幼儿配方乳粉。企业不得限定区域销售,不得为销售商专门定制生产。同一企业申请注册的同年龄段产品配方之间应当具有明显差异,并有科学依据证实,每个企业不得超过 5 个系列 15 种产品配方。

对于该新政对行业的影响,资深乳业专家解观胜表示,目前来看,几乎没有一个大企业只有 5 个配方的,一般都在 10 个以上,而对应的品牌多的达到几十个,因此这一政策对于行业内的大企业几乎都有影响,尤其是实行多品牌策略的企业也将在这轮新政实施中被扼制。

他表示,每个企业不得超过 5 个系列 15 种产品配方是指,每个获得婴幼儿许可证的生产厂的配方数限定在 5 个。也就是说,一个获

得婴幼儿许可证的生产厂可以拥有 5 个配方,但对应的品牌最多不超过 5 个,品牌数要小于等于配方数,不可能一个配方再对应着两个品牌。而每个系列有 3 个产品,包括 1 段、2 段、3 段才算是一套完整的婴幼儿配方奶粉系列,5 个系列就是 15 种产品配方。

“该新政的严格在于于从配方上就把多品牌问题解决掉,一个配方只能对应着一种产品,也就是一个品牌,哪怕是同一个品牌分为普通装、金装、白金装,也算是 3 套配方,因此未来靠包装概念炒作的现象也会被卡死,企业不能再无限制地推出多个品牌。”解观胜说。

据不完全统计显示,目前全国有 2000 个左右奶粉配方,平均每个企业超过 20 个,一个配方对应多个产品的做法普遍存在。业内人士认为,由此带来的是消费者对奶粉选择的迷茫,同时也给职能部门带来

监管上的难题。

值得注意的是,自 2014 年开始,业内称为婴幼儿奶粉行业“史上最严格门槛”的换证审核工作执行,5 月 30 日,食药监总局公布首批获得新的生产许可证婴幼儿配方乳粉生产企业名单,共有 82 家生产企业;2014 年 11 月以及 2015 年 8 月底,食药监总局又公布了两批总共 20 家获证企业名称。目前国内获得婴幼儿乳粉生产许可证的生产企业达到 102 家。

解观胜认为,按照现有 102 家获得婴幼儿乳粉生产许可证的生产企业来计算,共有 510 个系列配方,所对应的品牌不会超过这个数据,减去一些外资品牌,那么将有 1400 多个品牌被淘汰出局,多品牌乱象也将得到扼制。在这种情况下,代工品牌大部分将会消费,大企业将会全力做自己的品牌,没有多余的配方来生产代工产品,行业面临大洗牌。

蒙牛、完达山等受影响大 应对措施尚未出台

新的政策出来后,国家会给企业一个过渡期,把市场中流通的产品和一些包材消耗掉,这至少需要半年到一年的时间。

那么究竟哪些企业会受到影响?业内人士告诉记者,近两年来很多企业都在发力婴童门店和线上渠道,为这些渠道专门定制了一些产品品牌,这种定制品牌一旦不能再生产,企业就会受到影响,尤其是获得婴幼儿奶粉生产许可证比较少的企业,或者只有一个生产许可证而品牌又比较多的企业。

该人士透露,目前影响比较大的企业有蒙牛、完达山、圣元、摇篮、明一等,这些企业基本上都是只有一个婴幼儿生产许可证。此外,新政对陕西羊奶粉影响也比较大,比如豫宝。而飞鹤虽然品牌数量众多,但获得婴幼儿奶粉生产许可证的生产企业仍然有 4 个。雅士利和贝因美近两年系列产品虽然有所增加,但相对前面几个稍慢一些,尤其是在奶粉定制方面,受到的波及面没那么大。影响比较小的企业有合生元和伊利。

9 月 10 日,记者从淘宝官网上看到,欧世蒙牛旗下有白金佳智、超金佳智、金装佳、优品装,而美系列产品有美乐仕、美蕾兹、美莱氏、美全益、美萌益等,其中美系列产品有

些是定制品牌,仅从现有的系列产品数量来看已远远超过了 5 个。而完达山有金装元乳、安立聪、世纪宝贝、格致爱物、育儿康、育儿慧,出现 A+、优瑞佳等多个系列产品。

在食药监总局公布的名单中,蒙牛有一家名叫“内蒙古欧世蒙牛乳制品有限公司”获得婴幼儿配方奶粉许可证,而完达山和圣元分别有一家生产企业获得生产许可证。

圣元国际集团公关部经理张迎玖在接受记者采访时表示,新政的出台对于企业来说是利大于弊,很多企业的品牌太多,不利于主品牌的推广,新政后企业可以全力做好主品牌。目前究竟要保留哪些品牌还没有定下来,但圣元有机优博和超级优博肯定要保留下来,其他品牌的去留内部正在协调,还没有最终决定。

飞鹤乳业有关负责人表示,目前有生产许可证的生产企业有 4 个,位于甘南、克东、龙江和镇赉,按此计算可以拥有 20 个配方,按照新政品牌数量要远远多于其他企业,但怎么调整目前尚没有明确。

业内人士透露,目前市场上

一些婴童门店对于一些定制产品品牌都在清货,促销打折,去库存化比较严重,他们不能等到这个品牌消失了再去做转型;对于一些新的品牌婴童门店则不再进货,他们对政策的调整也在持观望态度。有些企业与婴童门店进行沟通,让这些婴童门店可以经营能保留的主品牌,但在利润、政策补贴方面还未达成协议。

解观胜表示,新的政策出来后,国家会给企业一个过渡期,把市场中流通的产品和一些包材消耗掉,至少需要半年到一年的时间。届时市场将得到净化,品牌大幅减少,消费者的选择将更为清晰。

由于品牌大幅减少,原有的奶粉渠道对企业贡献将发生变化。有关专家分析,近两年来各大企业都推出大量的新品,尤其是针对婴童门店渠道和线上渠道、特殊渠道,甚至是一些区域性市场,以避免不同渠道之间窜货和恶性竞争,因此线上渠道和婴童门店出了多品牌并存的现象。但随着新政的出台,很多新品牌将被砍掉,企业的销量和利润就会受到冲击。

兼并重组时代提前来临

随着新政实施,短期内就可能发生变化,兼并重组的步伐将会加快,行业洗牌提速。

很多企业线上渠道是否还有专门的品牌与线下渠道区分,仍是个未知数,但是一旦线上与线下共用一个配方一个品牌,势必带来线上对线下的冲击,因此新政对线上销售比较好的企业的影响比较大,对于转型发力线上渠道的企业也有很大的打击。

此外,除了线上渠道外,婴童门店的影响最大。过去定制奶粉、专供奶粉使得一些大的婴童系统门店的毛利比较高,而砍掉这些品牌后婴童门店只能转型,调整盈利结构。目前一些婴童门店开始抢资源,去做原来利润比较薄而品牌稳定的一二线大品牌的通货,过去这些通货因为利润低且透明一直不被婴童门店重视,可供婴童门店选择的品牌将越来越少,这就逼着企业把主品牌的量做起来,而小品牌的通货依然不被该渠道接受。

值得注意的是,在渠道发生变化的同时,奶粉行业的价格战空间会越来越小,在没有销量没有利润的情况下,无底限的价格战就是死路一条,目前奶粉价格已基本回归到合理的空间。

解观胜认为,过去通过市场解决不了的多品牌现象,只能通过行政手段来解决。过去国家出台了多政策一直治标不治本,本次新政将起到治

本的效果。品牌的减少,会使监管部门的管理更为细致,出现问题的概率将大幅减少。

与此同时,行业的兼并重组、合作将会越来越多,一些有生产许可证、有配方的工厂将受到青睐。由于新政允许贴牌加工,一些有实力、有多个品牌的大企业,在品牌总量受到限制的时候,要么选择有资质的生产厂代工,要么收购这些生产厂,以此来增加品牌数量。而中小生产厂由于配置跟不上大企业的步伐,一旦被收购,在产能和设备检测等方面,将面临大企业对其进行新一轮的大投入。

目前行业内生产许可证的三四线品牌小工厂约占 1/3,随着新政的实施,短期内就可能发生变化,兼并重组的步伐将会加快,行业洗牌提速。此外,一些大企业早在一年前就到国外建厂,伊利、雅士利、圣元、合生元、飞鹤等纷纷走出去,投资建厂、参股、控股国外工厂,这些都规避政策带来的冲击。

解观胜认为,虽然各大企业都在未雨绸缪,但信息的对称需要时间成本,并且从国外市场运到国内市场,需要四五个月的时间,因此是否能改变大量品牌锐减后消费者及时转向主品牌消费的局面,目前看仍是个未知数。

成就你的强大

科技小巨人一成长型企业金融服务

【Union聚】四大跨界

业态跨界, 市场跨界, 平台跨界, Q2O跨界, 高效聚合各方优势资源。

【Power力】四人联盟

大使联盟, 成长联盟, 上市联盟, 战略联盟, 强势助力成长的每一步。

浦发银行
SPD BANK

浦发创富
CREDIT PLAN

新思维 心服务

客户服务热线
95528