

婴幼儿配方乳粉新规出台

# 婴幼儿“口粮”安全将得到进一步保障

作为婴幼儿成长发育中最重要的“口粮”，婴儿配方乳粉的生产与销售一直备受社会关注。近日，市场监管总局发布了新修订的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》，并于今年10月1日起施行。

□ 本报实习记者 暴梦川 文/摄



签标识,明确产品名称中有动物性来源字样的,其生乳、乳粉、乳清粉等乳蛋白来源应当全部来自该物种,并进一步细化标签中禁止含有的内容。比如,明确标签不得使用“进口奶源”“源自国外牧场”“生态牧场”“进口原料”“原生态奶源”“无污染奶源”等模糊信息;不得使用婴儿和妇女的形象,“人乳化”“母乳化”或者近似术语表述。

在优化营商环境方面,新修订的《办法》鼓励企业集团研发,对企业集团设有独立研发机构的,允许控股子公司共享集团部分研发能力;落实企业主体责任,经企业集团充分评估后,集团母公司及其控股子公司间均可配

方调用等。

“此次监管部门对产品宣称做出了严格规定,避免出现企业误导消费者的情况发生,而这种‘查缺补漏’式的修订,进一步提高了婴配粉行业的门槛,而这一修订也是对奶粉产品和技术创新的一种鼓励。”独立乳业分析师宋亮在接受记者采访时表示。

**促进行业集中度进一步提高**

市场监管总局相关负责人在《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》政策解读专题新闻发布会上介绍,旧版《办法》自2016年10月1日实施以来,婴幼儿配方乳粉质量显著提高,乳粉行业

规范发展,消费者信心明显提振。但是,如何进一步严格配方注册、优化审批流程、促进配方研发、鼓励企业创新等,需要从立法层面予以明确。

因此,《办法》修订的意义正是保障婴幼儿配方奶粉质量安全,进一步加强配方注册环节的严格监管。

2016年,被称为“史上最严”的婴幼儿乳粉法规——《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》开始实施,其中规定,每个企业原则上不得超过3个配方系列9种产品配方,且5年有效期届满后需要重新申请注册。此后,我国婴幼儿配方乳粉年度抽检合格率均超过99%;国内婴幼儿奶粉品牌数从2016年的3000多个,锐减至2020年底的440个配方系列;国产品牌的市场份额逐年增加,2020年婴配奶粉国产品牌销售额占比约为60%。

新修订的《办法》将会对乳粉行业产生哪些影响?是否能像旧版《办法》一样立竿见影?

宋亮认为,目前奶粉行业正处于二次配方注册的关键时期,新修订的《办法》为乳粉企业进行二次配方注册作了指引和明确,确保了奶粉生产流通销售各个环节的相关标识更规范,进一步保障产品质量安全。对使用标签标识的规定也有利于规范企业宣传行为,杜绝夸张式宣传,保护消费者权益。

“从行业整体看,中国乳粉企业的市场集中度较高,前十家企业从生产、分装到流通都已经形成了较完备的管理体系,《办法》的施行预计不会对头部企业产生较大影响,未来将通过规范中小企业,促进行业集中度提高。”宋亮表示。

在今年的“618”促销活动中,针对青少年、中老年的奶粉销售较往年更加火热。如在某直播间销售的数十件商品中,成人奶粉占据一半以上,压过了婴幼儿配方奶粉(以下简称“婴配粉”)。事实上,近年来在婴配粉增长乏力的背景下,成人奶粉作为乳企新风口,发展速度愈加迅猛。

## 乳企布局“第二成长曲线”

公开数据显示,2021年,我国成人奶粉行业市场规模约180亿元,2022年增长至约200亿元。

“一方面,出生率下降导致婴配粉市场需求逐渐萎缩,成人奶粉成为婴配粉之外的‘蓝海’。另一方面,随着国内老龄化社会的到来,成人奶粉未来的增长潜力也被看好。”业内专家指出。

国家统计局公布数据显示,2021年我国出生人口为1062万人,相比2016年减少了约四成。2022年,婴配粉行业继续探底,增长乏力。在行业人士普遍看来,整个市场已经进入存量博弈阶段。在此背景下,奶粉企业纷纷开启对婴配粉的“去库存”,并将未来发展的重点放在尚未完全开发的成人奶粉领域,以期能够走出“第二成长曲线”。

伊利去年年报中指出,随着人口老龄化趋势和健康管理意识的增强,成人乳基营养品已成为行业新的增长点;蒙牛也表示针对“银发经济”趋势,将强化中老年奶粉、成人营养的研发与投入;飞鹤在2022年财报中表示,将成人营养与孕妇婴儿、儿童青少年、健康食品视为重点4大业务领域。作为专业奶粉行业的头部企业,君乐宝则于2014年开始布局成人奶粉,产品线涵盖了从学生到成人、中老年人群的全生命周期。

值得一提的是,国外品牌也在成人奶粉方面动作不停。去年,爱他美母公司达能,针对中国市场首次推出中老年奶粉系列产品,产品类型包括羊奶粉、牛奶粉,定价偏高端,属于达能专业特殊营养业务。在独立乳业分析师宋亮看来,达能推出成人奶粉或与婴配粉行业整体承压有关。达能的成人奶粉属于专业营养产品,而目前国内专业营养产品仍是“蓝海”,对于部分乳企来说,必须从传统的依靠知名婴配粉走天下中突围出来;雅培也在声明中表示,随着中国大陆成人的科学营养补充意识日益增强,其将继续致力于提供创新的医学营养品;今年初,跨国食品巨头雀巢再拓市场赛道,在中国首度推出学生奶粉,率先抢占6至15岁学生奶粉市场。

## 专业营养品渐入佳境

相比于婴配粉,成人奶粉消费群体往往因为不同性别、不同年龄阶段而有着不同的具体需求。目前,女士奶粉、中老年奶粉以及学生奶粉已成长为奶粉市场三大主流。

从品类发展趋势来看,当前成人奶粉正朝着三大方向发展:第一,营养功能化,创新营养配方赋予身体治愈力与修复力;第二,营养个性化,以定制化的营养方案满足不同群体的个性需要;第三,营养风味化,与传统成人奶粉相比,产品口味上的提升也能增加用户接受度。

其中,助力骨骼发育是学生奶粉选购出发点,同时,注重视力保护和智力开发,DHA和叶黄素是目前热点,需求比较“全面化”。“阿里消费洞察”数据显示,过去一年,学生奶粉视力保护相关商品消费需求提升94%,市场规模增长110%;智力开发相关商品消费需求提升596%,市场规模增长250%。

女性消费者对于女士奶粉则存在特定的追求,其中,脱脂、无糖是女士奶粉的基础需求,对于孕妇而言,专用、养颜、助眠需求凸显。近3年,美容养颜类女士奶粉消费热度逐步提升,胶原蛋白搜索UV增长180%,女士助眠奶粉在过去一年的搜索UV也在稳步增长。

中老年奶粉则聚焦于精准定制营养。中老年人在购买奶粉时会结合自身的健康需求,追求贴合自身健康状况的产品,高钙是中老年奶粉成分中的C位担当,另外,硒元素、益生菌的增速也非常迅猛。中老年群体中对补钙、提升免疫力、助消化、补充营养等奶粉产品的需求旺盛。近3年来,购买中老年奶粉的消费者中,40岁以上人群的比例由27%上升至30%。

## 新赛道成熟度有待提升

有关专家认为,相比于我国巨大的人口规模,目前成人奶粉的市场潜力远未完全释放,随着人们生活质量的进一步提升,对于营养的专业化需求持续增长,成人奶粉更能够适应这种变化趋势,将获得更为广阔的发展空间。“乳企布局不同的赛道是好事,但这将更加考验企业产业链的完整度以及服务体系能否匹配度。发力新品还得讲究品质稳定,否则竞争激烈情况下很难保持可持续发展。”食品专家朱丹蓬表示。

“部分乳企是因为奶粉产能过大,婴配粉卖不动了转战过来的。未来乳企要考虑的是持续发力成人尤其是老年人专业营养领域,现在的老年人消费能力、产品认知能力都有了大幅提升,需要的是专业的好产品。”宋亮表示,目前行业另一大问题在于,无论是学生奶粉、孕妇奶粉还是中老年奶粉,都是依照调制乳标准生产,建议出台新的标准以规范市场。据了解,现阶段成人奶粉使用的是13年前的标准。对此,宋亮建议,一是国家尽快出台标准,规范市场,建立行业准入门槛;二是加快引导企业自主创新,为产业发展打基础;三是国家应该明确相关产品的名目、法律法规等,让真正的好产品在中国落地。

“目前市场上的品牌良莠不齐,市场繁杂,在成人奶粉‘保健品化’趋势下,产品不能止于表面的噱头,还是要在专业营养方面提升功能性。”宋亮同时指出。

(中国食品报)

## 声音

## 乳企要增长关键在创新

上市公司燕塘乳业日前发布业绩预告称,上半年净利润预计增长50%到75%。高增长的原因有两方面:一方面,深耕传统渠道,加力开拓新渠道;另一方面,推动精细化管理,降本增效,优化产品结构。和燕塘乳业一样,越来越多的乳企在产品、品牌、渠道等领域进行升级创新,打造增长新引擎。

自2018年起,我国乳制品市场出现明显的增速放缓现象。尽管今年以来行业处于复苏状态,但是乳制品消费市场总体依然面临增速受限的局面。面对行业进入深度调整期和转型升级期,乳企要想取得新发展,就得全力拼创新,以创新带动企业全方位进阶。

拼创新的前提是保持供应链稳定。对乳企而言,要想有稳定的高质量奶源,就需要与养殖端守望相助,从而实现长期合作共赢。有实力的大型乳企在上游养殖业处于低谷的情况下更要有所作为。比如,与合作伙伴签订长期合同,保障产业链稳定经营;帮助合作牧场改善经营,实现精益科学养殖;开展高产牧场、精益管理等服务,帮助其降本增效。

要勇于创新品类,积极开辟新赛道。在过去很长一段时间内,乳企之间的竞争更多在价格、渠道等传统层面。比如,争抢各类超市的核心摆放位置,运用买赠、捆绑销售等方式。如今,日益增长的多元化消费需求呼唤创新型品类。乳企可以把业绩增

长点放到从奶酪到奶茶、从高寒生态奶到草饲牛奶等细分品类创新上,通过前期市场调研、中期产能谋划、后期产品升级,把自身优势和消费痛点精准对接,做到人无我有,从而占领细分市场,赢得消费者青睐。

要勇于科技创新,加快释放新动能。乳业是技术密集型产业,涉及乳制品加工、奶牛饲养与繁育、乳成分功效研究、益生菌功效研究、食品安全风险控制、食品包装冷链运输等诸多相关领域。眼下,乳企面临经营成本高、产品同质化等问题,亟需打通行业堵点,推进科技研发和转化应用,将技术创新优势转变为企业发展优势。在科技已经相对成熟的情况下,乳企创新的关键是联合其他主体

和科研机构,在协同创新和交叉领域发力。不少乳企已经行动起来,比如,由伊利集团参与共建的国家级乳业知识产权运营中心日前获批建设;光明乳业加快打造智慧牧场、智慧工厂、智慧物流。乳企不妨继续加大科研投入,前瞻性储备一批科技成果,增强自身竞争优势,积蓄发展势能。

乳业横跨一二三产业,是现代农业的标志性产业,也是健康中国不可或缺的产业。面对广阔发展空间,乳企要针对个性化、多元化的消费需求,发力高品质、多元化产品,实现自身在市场中占据一席之地的时候,以科技自立自强推动我国乳业高质量发展。

(经济日报)

## 区域发展

### 湖北武汉乳制品抽检监测合格率持续保持100%

乳制品是居民膳食结构的重要组成部分。日前,湖北省乳制品产业质量提升发展交流活动在武汉举行。会上,武汉市市场监督管理局相关负责人介绍,目前蒙牛、光明、伊利、维维、惠尔康扬子江等9家乳制品企业落户武汉。

自2021年质量提升以来,武汉市乳制品生产企业积极落实食品安全主体责任,完善食品安全管理,共设置食品安全

总监、食品安全员84人。乳制品生产企业主动落实食品安全自查管理制度,通过引入科学管理体系提高食品安全管理水平,并全部通过食品安全相关体系认证。近三年来,乳制品抽检监测合格率持续保持100%。

2021至2022年,蒙牛高科、蒙牛鲜乳、光明新厂3家工厂陆续在武汉投产,武汉生产乳制品产量居湖北省首位。据介

绍,为帮扶三家新厂建设项目尽快投产见效,武汉市市场监管局在企业新厂建设阶段就提前介入,组织技术专家多次赴现场帮扶,对标法规要求,指导优化布局合理规划。

奶源管理是乳制品质量安全的基础和关键。当前,武汉市乳制品企业主要采取自建牧场、签订长期订单模式,建立稳定奶源基地,实现对牧场的有效管控;奶

源在外地的企业,通过建立鲜乳电子订单和生鲜乳质量与物流追溯平台,准确规划鲜奶购进量和运输时间,减少储运风险。

“乳制品行业必须以质量安全为生命线才能走得长远。”武汉市市场监管局相关负责人表示,乳制品质量安全事关人民的营养和健康,群众的消费信心和产业可持续发展,未来将继续做好乳制品生产企业日常监管,细化服务项目,压实主体责任,激发企业发展内生动力,严防食品安全风险,推动乳制品产业高质量发展。

(长江日报)

### 安徽省婴幼儿配方乳粉进入“新国标”时代

技术和综合实力提出了更高的要求,行业门槛进一步提升。

自2019年以来,安徽省市场监管局积极推进落实国产婴幼儿配方乳粉质量提升行动,督促企业实施全过程质量安全控制,提升质量安全保障能力。聚焦重点品种多措并举开展“一市一品”质量提升行动,强化监督检查工作,将企业列为食品监督抽检和风险监测重点,3年来对产品开展监督抽检(风险监测)247批次。

在全国较早实现婴配企业可视化监

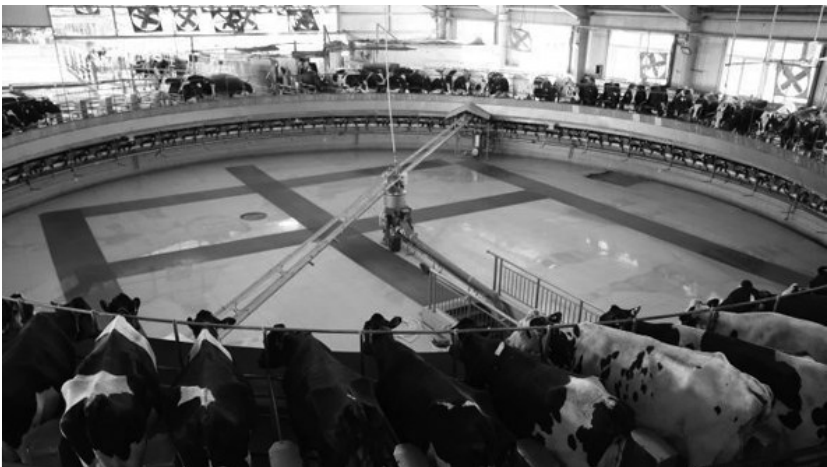
管基础上,该局持续推进数智赋能,指导企业增加视频监控点并升级AI自动识别等智能化应用,2022年3月率先完成婴配乳粉生产企业可视化监管系统建设并与总局可视化监管平台对接;今年,被市场监管总局确定为婴配乳粉生产企业关键点远程非现场监管试点,目前已制定试点实施方案并组织实施。此外,2019年以来,安徽省市场监管局还邀请省内外乳粉行业质量专家先后4次实地帮扶指导,查找质量体系薄弱环节和风险点;2次召集属地监管部门、行业协

会、技术专家等会商产品风险隐患,切实提升婴幼儿配方乳粉产品风险排查防控处置能力。

下一步,安徽省市场监管局将按“新国标”要求压实企业食品安全主体责任,持续强化日常监管,不断加强“一企一策”精准帮扶力度,着力增强婴配乳粉企业提高质量体系管理水平,强化婴配乳粉产业创新驱动和品牌引领,努力提升安徽省婴幼儿配方乳粉产品品牌的知名度和市场竞争力。

(安徽法制报)

# 成人奶粉的春天何时来临



### 宁夏跑出奶业振兴“加速度”

7月4日,记者来到位于宁夏贺兰山东麓的宁夏农垦集团贺兰山奶业有限公司,看到阳光穿过奶牛养殖棚之间的间隙,洒落在黑白花色的奶牛身上,健硕的奶牛迎着暖阳摆了摆牛尾,“刻意”上前两步晒太阳,画面喜人。

宁夏是业界公认的“黄金奶源带”,奶牛存栏增速连续4年居全国第一,生鲜乳产量居全国第四,人均生鲜乳占有量居全国第一,牛奶产业已成为宁夏“六特”产业的拳头产业,在中国牛奶产业发展中占有重要地位。“十四五”期间,宁夏将全力打造“高端奶之乡”,力争到2025年奶牛存栏达到100万头,生鲜乳年产量达到550万吨,全产业链产值实现1000亿元人民币目标。

图为奶牛正在挤奶转盘上挤奶。

(中新网)