新《办法》将实施——

惠氏、完达山等奶粉的产品标注要改

□孟刚

近日,市场监管总局新修订发布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》(以下简称《办法》),对拟在中国境内生产销售和进口婴幼儿配方乳粉的企业,从申请与注册程序、标签与说明书、监督管理、法律责任等方面作出规定。《办法》将自今年10月1日起施行。

对照《办法》关于标签和说明书的具体规定,目前市场上的产品情况如何,哪些产品需要整改?记者就此进行了调查采访。

惠氏等在电商平台宣传使用"进口奶源"

《办法》进一步细化了关于标签、说明书的禁止性要求,明确了标签、说明书不得含有的9种情形,增加了不得使用"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"等模糊信息的要求。

记者近日走访了北京部分商超,在婴幼儿配方乳粉外包装上没有看到上述"进口奶源"等模糊信息,但一些进口产品罐体有"原装进口"字样。

7月19日,在重庆市举办的2023中国奶业展览会现场,记者查看了各大乳企如飞鹤、蒙牛、伊利、三元等旗下婴幼儿配方乳粉产品,也未看到有产品标签使用上述"进口奶源"等模糊信息。

不过,记者发现电商平台上不少品牌在销售时有使用"进口奶源"等模糊信息的情况。记者以"婴幼儿配方乳粉进口奶源"为关键词在电商平台上搜索,搜索结果页面多达22个。其中,标签宣传使用"进口奶源"的有惠氏、爱他美、美赞臣、澳优、圣元、蓓康僖、爱悠若特等品牌。具体来看,惠氏主要宣称信息为"爱尔兰进口奶源",美赞臣和圣元宣称"欧洲进口奶源",蓓康僖宣称"西班牙进口绵羊奶源",澳优宣称"新西兰进口奶源",爱悠若特宣称"荷兰进口奶源"。

此外,不少产品在销售页面上有"精选纯净奶源""来自世界黄金奶源带的天然纯净牧场""自然黄金牧场""源自北纬47°黄金奶源带"等字样。

有业内专家在接受记者采访时表示,《办法》释放了严管信号,乳企应严格执行《办法》的相关规定。不要也不能随意夸大产品功能,或明标、暗示有保健作用,禁止标注一些口号性的描述语或广告词如"进口奶源"等模糊信息,"这是个有虚假宣传性质的雷区,不能越雷池半步"。

完达山羊乳粉等来源标注不规范

《办法》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全部来自该物种。

目前婴幼儿配方乳粉多以牛乳基居多,不过,近几年婴幼儿配方羊乳粉也多了起来,且多在线上销售。记者在电商平台上看到,一些中小品牌的婴幼儿配方羊乳粉标注乳清粉、乳清蛋白粉来自牛乳。

记者梳理了在平台入驻的36家奶粉品牌,其中8个品牌旗下的产品出现有类似情况,包括完达山、美羚、雅士利等,其生乳、乳粉、乳清粉等乳蛋白来源并不"纯"。比如,完达山母婴专卖店销售有一款"完达山优越金童菁润羊奶粉3段婴幼儿配方奶粉800g",其配料表中排在第一位的为"全脂羊乳粉",排在第二位的为"脱盐乳清粉(牛乳来源)",排在第五位的为"乳清蛋白粉(牛乳来源)";葫芦娃兄弟官方旗舰店销售的一款"雅士利瑞哺恩初颖(原多美滋初颖)较大婴儿配方羊奶粉2段400克特别添加乳铁蛋白",排在其配料表前三的分别为:脱盐牛乳清粉、全脂羊奶粉、浓缩牛乳清蛋白粉。

再如,御宝自营旗舰店出售的一款"御宝YB跃贝儿婴幼儿配方羊奶粉3段900g(12—36个月婴幼儿适用)",尽管商家在售卖页面着重标注了排在配料表第一位的是"生羊乳",但排在第二位的却显示为"脱盐乳清粉(来源牛乳)";美羚官方旗舰店销售的一款"美羚(meiling)富羊羊婴幼儿配方羊奶粉2段800g(6—12月龄)",其配料表显示,排在第一位的为"生羊乳",但接下来的排在第二、三位的则分别是"脱盐牛乳清粉""牛乳清蛋白粉";多加多母婴旗舰店销售的一款"可诺贝儿较大婴儿配方羊奶粉2段6—12个月宝宝羊奶粉婴儿2段800g"配料表显示,排在第一位的为"高油脱盐乳清粉[脱盐乳清粉](来源牛乳)",排在第七位的是"乳清蛋白粉(来自牛乳)"。

记者了解到,早在2021年,市场监管总局发布的《关于进一步规范婴幼儿配方乳粉产品标签标识的公告》就明确:"产品名称中有某种动物性来源字样的,其生乳、乳粉、乳清粉等乳蛋白来源应当全部来自该物种。使用的同一种乳蛋白原料有两种或两种以上动物性来源的,应当在配料表中标注各种动物性来源原料所占比例。"本次《办法》的发布,将该要求以部门规章的方式进一步明确。

美素佳儿使用婴儿和妇女形象宣传

《办法》明确标签、说明书不得含有的9种情形中,规定了不得使用婴儿和妇女的形象,不得使用"人乳化""母乳化"或者近似术语表述,禁止标识虚假、夸大、违反科学原则或者有绝对化等内容。

记者近日查看了不少品牌的婴幼儿配方乳粉产品,未发现标签上使用"人乳化""母乳化"或者近似语表述,不过在电商平台上,一些品牌在其介绍页面中有"类母乳低聚糖"等字样。此外,记者也看到一些品牌使用婴儿和妇女形象的情况。梳理发现,多数品牌罐体多使用小动物形象,诸如熊、羊、牛等,但在美素佳儿Friso母婴海外旗舰店销售的多款美素佳儿港版金装婴幼儿配方奶粉,均使用了婴儿和妇女的形象。这些形象多以"漫画"的形式呈现,脸部特征并不明显。此外,一些品牌在介绍页面使用婴儿和妇女形象的现象更为普遍。

■资料图片

针对上述情况,记者了解到,在《办法》2023年10月1日施行日期前生产的产品,仍可销售至保质期结束。

专家表示,乳企面对新修订的《办法》,要坚持做好和恪守"务实、诚信、自信"这些企业理念,既要积极应对,也要从容适应;对新发布的《办法》,要组织学习,力求全面深刻地理解,用最短的时间去消化新增加的内容及要求。

此外,根据要求,在10月1日实施日期前,乳企要尽快查清哪些地方是不符合《办法》要求的,并尽快拿出设计和整改方案。

天润乳业发行9.9亿元可转债遭问询

——融资规模是否合理

□张增艳

天润乳业近日公告称,公司因发行可转债遭上交所问询,要求就募投项目必要性、融资规模、公司业绩及经营情况、收购新农乳业、财务性投资等多方面的问题予以说明。

7月13日,天润乳业发布预案,即拟发行可转换为A股股票的公司债券,募资总额不超9.9亿元。其中,用于"年产20万吨乳制品加工项目"7.12亿元、"补充流动资金"2.78亿元。

据悉,募投项目建成且达产后,预计内部收益率为15.8%。为此,上交所要求天润乳业说明:募投项目与公司已投产项目及同行业公司可比项目是否存在明显差异;实质上用于补流的规模及其合理性,相关比例是否超过募资总额的30%,是否存在置换董事会前投入的情形;融资规模是否具有合理性。

新增产能是否存消化风险?

据了解,"年产20万吨乳制品加工项目"的主要产品为百利包、常温枕奶、常温砖奶、常温杯酸奶、高端巴氏奶。不过,天润乳业现有产能29.03万吨,除此次募投项目外还有其他新增规划产能25万吨。

此次募投项目由公司控股子公司天润科技具体实施,天润乳业直接持有天润科技96.80%的股权,公司拟通过借款的方式实施募投项目,天润科技的其他股东不提供同比例借款。

上交所要求天润乳业说明:此次募投项目产品与公司现有产品的联系与区别,新增产能的合理性,产能消化的具体措施、是否存在产能消化风险;由控股子公司负责实施此次募投项目的主要考虑,其他股东是否与控股股东、实际控制人存在关联关系,其他股东不提供同比例借款的原因及合理性;公司主营业务是否符合国家产业政策要求,公司及控股、参股子公司是否存在房地产业务。

需要指出的是,天润乳业曾在2019年、2021年通过融资投资相关项目。2019年,天润乳业曾通过配股募资4.37亿元,用于"日产40吨奶啤改造项目"、"3000头规模化奶牛示范牧场建设项目"和补充流动资金及偿还银行贷款;2021年8月,上述募投项目结项,将节余的募资用于永久补充流动资金。

2021年12月,天润乳业向特定对象发行股票募集资金5.56亿元,用于"1万头规模化奶牛示范牧场建设项目"和补充流动资金。截至2023年3月,已使用资金4.11亿元,项目预计在2023年9月达到预定可使用状态。

针对上述项目的进展情况,上交所要求天润乳业说明:这些项目能否如期达到预定可使用状态;永久补流前后实际用于非资本性支出的比例情况。

是否与主要自然人供应商存在关联关系?

预案显示,2020—2022年以及2023年1—3月,天润乳业主营业务实现收入分别为17.68亿元、21.09亿元、24.10亿元和6.31亿元,呈现持续增长趋势;毛利率出现波动且低于同行业平均水平,分别为21.37%、16.36%、17.91%和20.01%。此外,公司经销占比分别为89.88%、89.13%、89.90%和87.38%,其中自然人经销商收入占公司经销收入的比例超过40%;疆外销售收入占比分别为36.35%、38.74%、43.04%和40.64%,呈现持续增长态势。

上交所要求天润乳业说明:公司未来收入增长是否存在可持续性;公司与经销商合作是否稳定,自然人经销商客户占比较高是否符合行业惯例;公司疆外销售收入占比持续上升的原因及合理性;各类主要产品毛利率的变化原因以及公司毛利率低于同行业平均水平的合理性。

据悉,天润乳业主要产品包括UHT奶系列、乳饮料系列、酸奶系列等。而原材料中原料奶包括内部原料奶和外购原料奶,公司存在向自然人采购或农户采购生鲜乳和饲草料的情形。公司运费主要列示为合同履约成本,期内运费分别为0.81亿元、1.24亿元、1.49亿元和0.37亿元。

上交所要求天润乳业说明:报告期内公司与主要自然人供应商的合作背景、采购产品及金额、结算模式及付款情况、是否存在关联关系或其他利益安排,向自然人采购的必要性及合理性,是否符合行业惯例;结合运费单价、运输半径等,分析报告期内运费与收入的匹配性。

值得注意的是,天润乳业拟现金收购新农开发、沙河建融持有的新农乳业100%股权,评估值3.26亿元。新农乳业主要从事制品加工销售、奶牛养殖、鲜牛乳收购及销售业务。上交所要求天润乳业说明:公司收购新农乳业的背景、交易对手方背景和标的基本情况,收购履行的信息披露及审议程序,收购最新进展情况;此次交易估值是否公允,收购对公司经营业绩可能带来的影响。

此外,针对应收账款坏账准备计提是否充分、存货持续增长以及存货周转率低于同行业平均水平的原因以及公司存货跌价计提是否充分等问题,上交所也要求天润乳业作出说明。

受奶业周期波动影响——

科拓生物上半年营收利润双降

■资料图片

□邵蓝洁

8月2日,北京科拓恒通生物技术股份有限公司(以下简称"科拓生物")发布了2023年上半年业绩报告,实现营业收入1.40亿元,同比下降10.79%,实现归属于母公司所有者净利润4033.26万元,同比下降10.01%。值得注意的是,其食用益生菌制品业务增长迅速,超过复配食品添加剂研发业务规模,成为第一大业务。

科拓生物的主要从事食用益生菌制品、动植物微生态制剂以及复配食品添加剂研发。复配食品添加剂产品包括复配增稠剂和复配增稠乳化剂,主要应用于酸奶及其他风味发酵乳制品,同时可应用于烘焙食品、含乳饮料、调制乳和植物蛋白饮料等食品饮料,主要起增稠、乳化和改善口感的作用,同时可以防止终端产品析水、蛋白沉降及脂肪上浮。

复配食品添加剂是科拓生物的传统基础业务,受下游消费市场及原材料上涨影响,营业收入及毛利出现一定的波动,使业绩短期承受较大压力。2023年上半年,复配食品添加剂营收4190.47万元,同比减少48.39%,毛利率为31.24%,同比减少14.42%。科拓生物解释,主要外购原材料中,淀粉受市场供需影响,2023年度价格同比上涨约44.25%,造成报告期内复配食品添加剂毛利率同比下降。

食用益生菌制品近年来一直保持持续高速增长的势头。2023年上半年营收8625.28万元,同比增加60.53%,毛利率为64.77%,同比增长0.71%;食用益生菌制品的销售已经超过复配食品添加剂,成为科拓生物收入占比最大、盈利能力最强、市场竞争优势最明显的业务板块。

不过,科拓生物也提到,目前我国市场上无论是添加益生菌的乳制品和饮料,还是冲剂、饮品和固体饮料等益生菌终端消费品大多数都使用了科汉森、杜邦等跨国公司的菌种。根据智研咨询的相关调研数据,国内益生菌原料市场中,杜邦和科汉森合计市场占有率仍超过80%,国产菌种的市场份额仍有待提高。在益生菌终端消费品上,其主要面临合生元、LifeSpace等品牌的竞争。

动植物微生态制剂上半年营收为813.47万元,同比降低54%,毛利率40.03%,同比降低1.64%。动植物微生态制剂主要包括微生物饲料添加剂、生物农药、新型肥料等产品大类。目前科拓生物的动物微生态制剂主要应用于奶牛养殖和青贮,随着动植物微生态制剂生产基地于2023年第四季度全面投产,相关产品将覆盖猪、禽、宠物、水产等领域。

在报告期内,科拓生物的主要客户为蒙牛乳业、光明乳业、完达山乳业、新希望乳业、江中药业、上药信谊、圣牧高科等国内领先的乳制品企业、制药企业和畜牧养殖企业。科拓生物在风险提示中表示,营业收入主要来源于乳制品行业,客户主要来源于乳制品企业。由于新产品、新业务的拓展均需要一定的周期且存在不确定性,因此这一特点可能在未来一段时间内持续存在。此外,蒙牛乳业、伊利股份、光明乳业等龙头企业占据了我国乳制品行业的绝大部分市场份额,而我国乳制品行业的市场集中度还在继续提高,公司仍面临客户集中度较高的风险。

同时,由于客户主要来源于乳制品企业,科拓生物同时也受到乳制品行业的周期波动影响。

在近期举办的第十四届中国奶业大会上,中国奶业协会名誉会长高鸿宾直言,当下中国奶业面临着2008年以来最难的时刻,疫情期间,受消费者需求推动,国内乳品消费增速远超过去10年,但目前行业面临消费疲软、奶价下行、成本上升等压力。

中国工程院院士、中国奶业协会副会长任发政针对《中国奶业质量报告(2023)》解读称,2022年,中国奶业生产继续增长,规模化养殖比例进一步提高,乳品质量持续保持较高水平,但消费增长趋于平缓。规模以上乳制品加工企业主营业务收入4717.3亿元,同比增长1.1%,增速降低10.6个百分点;人均乳制品消费量42千克,比上一年减少0.6千克。

科拓生物表示,下游行业会因产品更新换代、行业周期等因素发生市场波动,相关因素将增加公司生产经营的不确定性。未来将进一步加强对宏观环境、行业、市场、客户层面的洞察,不断开拓符合市场需求的新兴产品,提升产品综合竞争力,有效抵御市场波动对公司带来的负面影响。

公司新闻

纷美包装预计上半年纯利不少于9500万元

7月27日,纷美包装发布正面盈利预告,预计2023年上半年纯利不少于9500万元,同比增长超过40.9%,但仍比2020年同期低39%。

纷美包装称,纯利增长归因于国际业务的持续增长,而此增长受益于销售上升及货运成本持续正常化。

针对新巨丰收购纷美包装股权一事,纷美包装7月19日披露,市场监管总局已正式受理股权拟出售事项的申报。收购草案显示,新巨丰计划从JSH Venture Holdings Limited手中收购纷美包装28.22%的股权,收购价约8.6亿元,溢价率约19.62%。新巨丰7月19日披露收购进展称,公司提交的经营者集中申报文件材料获得市场监管总局受理。

(郭铁)

阳光乳业常温类产品毛利率相比低温类产品偏低

7月25日,阳光乳业在投资者互动平台表示,公司常温类产品毛利率相比低温类产品偏低,2022年度公司生鲜乳等原材料采购价格同比上涨,导致常温类产品生产成本上升毛利率出现较大幅度下降,2023年国内生鲜乳价格呈现逐步回落趋势。

(孔文燮)

伊刻活泉上新现泡茶

本报讯(记者 杨丽霞)7月27日,伊刻活泉公众号发布消息称,当天在阿尔山市举办现泡茶新品上市发布会,内蒙古自治区、兴安盟、阿尔山市相关领导与伊利集团董事长兼总裁潘刚,副总裁徐克等出席。

经介绍,伊刻活泉现泡茶有三大特征,一是首创茶水分离式锁鲜盖技术封存冻干茶粉,右旋开启,3秒即溶;二是100%使用阿尔山火山天然矿泉水和产地茗茶严选产地茗茶,-40°冻干锁鲜;三是0糖0脂0卡,配方纯净无添加。