

进口奶粉二次配方注册量下降

国家市场监督管理总局修订并发布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》将于今年10月1日起实施,目前依然有不少海外工厂尚未拿到二次配方注册资质。

据第三方统计,截至2023年6月底,市场监管总局共批准107家工厂的749个配方产品通过注册,其中海外工厂19家,涉及的107个配方占配方总数的比重不足15%。

□郭铁

据业内人士透露,婴幼儿奶粉新国标及配方注册管理办法等企业生产、研发等各项能力提出了更高要求,海外奶粉工厂现场核查相对不便,加之注册申请时间较长、综合成本可达500万元到800万元,一些海外中小奶粉品牌因此退出申请,还有一些未通过注册的企业转向成人粉、营养品或跨境购方向,但前景不被看好。

海外工厂二次配方注册量占比不足15%

不久前,市场监管总局修订并发布《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》,对如何进一步严格配方注册,优化审批流程,促进配方研发、鼓励企业创新等从立法层面予以明确。

《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》可追溯到2016年,当时被业内形容为“史上最严”的婴幼儿奶粉法规。其中规定,一个工厂最多只能申请注册3个系列、9个配方,且5年有效期届满后需重新申请注册。这也意味着2017年首批通过配方注册的婴幼儿奶粉需在2022年之前重新递交申请,即开展“二次配方注册”。作为二次配方注册的重要标准依据,国家卫生健康委制定的婴幼儿配方食品系列新国标已于2023年2月22日正式实施。

据第三方统计,2020年底,共有440个系列1311个配方通过首轮注册。截至2023年6月30日,市场监督管理总局共批准107家工厂的259个系列、749个要配产品通过注册,其中包括境内88家工厂的642个配方,海外19家工厂的107个配方。

以2020年首轮配方注册数为参照,目前二次配方注册获批数量仍相对较少,其中海外工厂配方数量占比不足15%。

已获得二次配方注册的19个海外工厂集中分布在荷兰、爱尔兰、

德国、丹麦等欧洲国家以及大洋洲的新西兰,其中通过注册数量最多的国家是荷兰,约占海外工厂配方总数的29%,新西兰以27%的占比排在第二。这些工厂涉及的奶粉企业及品牌主要包括惠氏、雀巢、美赞臣、达能、菲仕兰、伊利大洋洲乳业、澳优荷兰Pluto工厂和Lypack工厂、雅士利新西兰乳业、蓝河乳业、新莱特乳业(a2奶粉生产方)等,其中惠氏荷兰公司、蓝河乳业有限合伙公司、美赞臣荷兰公司均有9个配方通过注册。

“荷兰是最早就婴幼儿奶粉配方注册与中国签署合作备忘录的国家,我们也是首批开展现场核查、完成配方注册的海外企业。”菲仕兰中国区高级副总裁杨国超向记者透露,开展合作备忘录需要申请企业、所在国政府等各方力量推动,“2021年中荷相关政府部门签署合作备忘录后,2022年1月我们老国标产品就批下来了,今年1月皇家美素佳儿新国标产品也已获批。”

连锁母婴品牌“爸爸爱”创始人唐利认为,与进口奶粉相比,目前国内产品牌竞争优势更为明显,渠道对通过二次配方注册的产品更有信心,消费者也不用担心断货问题。以目前的注册通过情况来看,市场选择国产奶粉的机会大于进口奶粉。而已通过注册的进口奶粉也会获得渠道和消费者认可。

随着本地化操作、渠道下沉、控货稳价和市场管理更加精细化,外资奶粉在华业绩自2022年起止跌回升。2023年上半年,雀巢婴儿营养业务在能恩特殊营养解决方案和惠氏启赋带动下,实现中个位数增长。同期,达能爱他美奶粉在中国市场继续稳健增长,市场份额进一步提升。得益于婴幼儿奶粉“皇家美素佳儿”在中国市场超高端品类的稳健增长,今年上半年,菲仕兰专业营养品业务收入增长17.1%至5.82亿欧元,营业利润增长30.9%至1.27

亿欧元。

有海外企业主动放弃注册申请

也有一些海外奶粉工厂仍在苦等“过关”,或主动放弃二次配方注册申请。

一位奶粉贸易商告诉记者,其早期合作运营的一款澳洲产要配粉主动放弃了二次配方注册申请,原因包括国际关系环境、配方注册对企业综合能力提出更高要求,此前疫情对奶粉工厂现场审查的影响,以及申请配方注册的时间成本和金钱成本相对较高等。

“工厂想要拿到配方注册资质,需拿到批量样品的全项检测报告,仅此一项花费就在180万元—200万元,再加上编写材料、咨询费用、支付第三方法律法规的服务费用等,综合成本在500万元—800万元。首次配方注册时,海外工厂按原标监委要求提供技术资料即可,现在需要现场审查,审查内容更细更多更严格,且相比国内工厂不是那么便利,尤其在此前疫情期间。”该贸易商说。

截至目前,澳洲尚没有一家工厂拿到二次配方注册资质,其中就包括网红羊奶粉Bubs。早在2019年,Bubs就与贝因美合作,后者既是其当时在中国市场的独家运营商,也为Bubs奶粉在中国市场的合规和奶粉配方注册提供建议,当时Bubs还有意收购贝因美北海工厂所有权以生产中文标签要配粉,但最终未能如愿。之后,Bubs又想将黑龙江“Anjia”乳业的首轮配方注册资质申请延续并为己所用,但截至今年6月底,尚未获市场监管总局批准。为此,Bubs已要求“Anjia”乳业撤回与Bubs相关的配方注册申请,并试图以其澳洲Deloraine工厂重新提交注册申请。

作为中小婴幼儿奶粉品牌代表,“坦图思慕尔”的配方注册过程也较为波折。该奶粉2019年上市,由澳洲坦图(Blue Lake Dairy Group,简称“蓝湖乳业”)与杭州千岛湖康诺

邦健康产品有限公司(简称“康诺邦”)联合研发。蓝湖乳业澳洲奶粉工厂虽在2017年12月取得在华注册资质,但产品配方注册申请迟迟未能获批。另一方面,康诺邦公司申请注册的“美仑加”系列婴幼儿奶粉拿到首轮配方注册资质后并未上市,而是在2019年9月经批准更名为“思慕尔”,外包装商标也由“美仑加”变更为“坦图光辉”。

坦图奶粉操盘人、杭州高歌坦图商贸有限公司总经理何康辉7月31日向记者透露,蓝湖乳业之后出于多种原因放弃了配方注册申请,而“坦图光辉”奶粉至今仍在等待二次配方注册“通关”。何康辉已做好两手准备,今年6月坦图商贸成为光明乳业“致优”奶粉的代理商。

转做跨境购前景不被看好

据何康辉了解,未通过配方注册的海外奶粉品牌或运营商,主要有两大转型方向,一是转做儿童奶粉、成人粉,主打进口奶源牌;二是产品通过跨境购或代购方式进入中国市场。不过对于跨境购,何康辉并不看好,“按照中国婴幼儿奶粉标准来说,未通过配方注册的奶粉实际上是达不到新国标要求的,在国内消费者认知里是‘二等产品’,不会有太大体量。”

独立乳业分析师宋亮也向记者证实,一些海外婴幼儿奶粉品牌已转做成人粉、儿童粉,多为代加工企业。“这个方向难有大发展,只能赚点小钱,主要原因是此类企业没有研发实力,在终端产品推广和消费者教育环节较为薄弱。如果配方注册长时间不落地,一些海外奶粉企业或转做跨境电商,走的也是小众路线,无法进入销量更大的线下渠道,前景堪忧。”还有一些海外品牌或团队因奶粉毛利下降,转做眼下渠道正在热推的营养品。

受相关因素影响,2021财年,Bubs对中国市场的直接总收入下

降11%,传统代购渠道对其澳洲市场销售额的贡献急剧下降。为此,Bubs重新制定了供应链和中国渠道策略,试图通过保税仓模式进行跨境购贸易,这一举措也抵消了代购流失的部分损失。在经过2022财年的业绩上涨后,2023财年三季度,Bubs总收入下降10%至1580万澳元,美国和澳大利亚市场的强劲增长被中国和其他海外市场的销售不佳所抵消,其中国市场第三季度总收入同比下降56%,且有大量成品库存。

今年6月通过二次配方注册的新西兰a2牛奶公司,跨境购业务也曾受到冲击。2021财年,a2牛奶公司婴幼儿营养品收入为9.14亿新西兰元,同比下降35.8%;英文标签配方奶粉(主要通过跨境电商和代购进入中国市场)销售额下滑51.8%至3.57亿新西兰元。a2公司在2月发布的2023财年半年报中称,在英文标签渠道中,代购销售额下滑明显,预计英文标签奶粉市场将继续受到不断变化的渠道和继续向中文标签奶粉市场转移的影响。

唐利告诉记者,过去跨境购奶粉之所以受国内部分消费者青睐,主要原因在于价格优惠。以一款高端羊奶粉为例,当时国内渠道一罐中文标签产品的零售价在400元—450元,而跨境购同一品牌的英文标签奶粉价格仅要190元—250元,巨大的价格差距催热了奶粉跨境电商和代购生意。如今伴随人口出生率下降,市场集中度持续提高,前十大内外资奶粉品牌市占率可达到80%,因此国内婴配粉市场已进入集团化竞争阶段,大家都在投入更多的资源抢夺新客,加之奶粉渠道不断萎缩,奶粉价格战仍然较为激烈。目前原价300元以上的国产大品牌奶粉实际零售价仅220元左右,且产品间配方差异越来越小,跨境购奶粉的竞争优势不复存在。

估值。目前油厂对四季度的买船进度偏慢带来国内供应不确定性,市场担心四季度和明年一季度国内进口大豆和豆粕的供应能力。

天气风险完全缓解前 交易维持多头思维
美国农业部把2023/2024年度美豆种植面积大幅下调至8350万英亩,对本季美豆产量来说可谓“釜底抽薪”,基本断送了丰产可能,最好的情况是期末库存和去年基本持平。但目前产区天气并不乐观,经过短暂改善后7月底再次面临高温,52蒲式耳/英亩的单产预估实现存在困难,因此市场交易美豆产量担忧,CBOT大豆价格维持高位。

但随着时间推移,目前美豆结荚率达到35%,留给天气交易的时间窗口还有3至4周。如果未来3至4周美豆产区天气改善,目前1400美分/蒲式耳以上的CBOT大豆价格相对过高,需要挤出部分天气升水。到了8月中旬定产后,CBOT大豆价格或从目前高位回调至1200至1250美分/蒲式耳区间。

如果未来3至4周产区维持高温干旱的不利天气,CBOT大豆或仍有上涨空间,1450美分/蒲式耳为第一目标位。

可以看出,未来3至4周的产区天气是国际大豆市场焦点,决定了本季美豆的供应能力。

从交易角度来看,经过一个多月的交易后,天气因素对价格的上涨驱动减弱,美豆短期或高位振荡,但天气风险完全缓解前,CBOT大豆维持多头思维。



■资料图片

国际看点

联合国粮农组织:7月全球食品价格指数反弹

据联合国粮农组织近日消息,受“黑海谷物倡议”终止以及最新大米贸易限制政策实施的影响,国际食品价格指数7月出现回升。

粮农组织食品价格指数是衡量一揽子食品类商品国际价格月度变化的尺度。2023年7月,粮农组织食品价格指数平均为123.9点,环比上升1.3%,与2022年7月同期相比下跌了11.8%。

7月食品价格指数反弹的主要原因是植物油价格指数显著上升,较6月环比增长12.1%,扭转了连续七个月的跌势。国际葵花籽油价格环比反弹超过15%,原因是在俄罗斯决定终止实施“黑海谷物倡议”后,出口供应的不确定性再次出现。而由于主要生产国的产量前景引发担忧,棕榈油、大豆油和菜籽油的世界价格均出现增长。

粮农组织乳制品价格指数7月环比下跌0.4%,与去年同期相比下跌20.6%。世界奶酪价格在经历数月的急剧下跌之后7月略有反弹,反映出炎热天气导致欧洲季节性牛奶供应下降。(中国证券网)

加拿大拟允许在酸奶及其相关产品中强化维生素D

近日,加拿大卫生部发布提案,拟允许在酸奶及其相关产品中强化维生素D。同时拟规定强化维生素D的酸奶及其相关产品豁免符合包装正面营养标签要求,即标签上无需标注表示产品强化了维生素D的营养符号。该提案意见反馈期截至2023年8月28日。(食品伙伴网)

上半年乌拉圭乳制品出口额同比增长7%



■资料图片

据报道,乌国家牛奶研究所(Inale)数据显示,前六个月乳制品出口额同比增长7%,达4.451亿美元,出口的主要目的地是巴西、阿尔及利亚和中国。全脂奶粉出口额增长25%,达2.94亿美元;脱脂奶粉出口额下降57%,为2210万美元;黄油出口额为2700万美元,增长41%;奶酪出口额为5940万美元,同比增长14%。Inale称,乌牛奶产量每年足以供应2000万人,是乌人口的六倍,而其所用生产面积仅占国土面积的5%。(商务部)

印度要求进口牛奶和牛奶产品应符合新的兽医卫生证书综合规定

近日,印度农牧业和乳制品部发布官方备忘录(L-11/1/2019-Trade(E-11542),要求进口的牛奶和牛奶产品应符合新的兽医卫生证书综合规定,实施日期为2023年12月31日。主要包括:

1、如果相关产品提单、由出口国签发的兽医卫生证书在2023年12月31日以后签发,在海关清关时应提供新的综合兽医卫生证书;2、此前于2023年3月31日发布的官方备忘录第4部分规定仍然有效,出口国应符合各自国家相关专业法规要求。出口国可签发经官方兽医证明的单一兽医卫生证书或者在附录中加以说明的证书;3、相关卫生条款应由官方兽医加以证明,食品安全条款应由食品安全官员加以证明。如果出口国签发出单一机构证明的单一证书涉及卫生和食品安全条款,则相关证书应由官方兽医加以证明;4、卫生和食品安全条款证明应符合印度农牧业和乳制品部、印度食品安全标准局的格式要求,所签发的证书有效期为自签发之日起90天。(食品伙伴网)

中国成为巴西玉米最主要出口目的国之一

今年1月,即中国政府正式批准巴西玉米输华后的第二个月,巴西玉米对华出口量达98.3684万吨,出口额2.714亿美元,占当月巴出口总额17.73亿美元比重近15%。由此,中国也成为巴西玉米最主要出口国之一,日本、伊朗、西班牙等国家紧随其后。(商务部)



■资料图片

□吴晓杰

美豆种植面积大幅下调 使其产量不理想

6月底,美国农业部年度作物种植面积报告出乎意料地大幅下调对2023/2024年度美豆种植面积的预期,基本奠定了2023/2024年度美国大豆供应不会特别充分的格局。

因此即使美国农业部的7月供需月报中再次出乎意料地没有下调对2023/2024年度美国大豆单产的预估,并且通过上调期初库存和下调出口的手段去平衡期末库存,2023/2024年度美豆期末库存也就是3亿蒲式耳,处于偏低水平。这样的库存水平决定了CBOT大豆新作合约价格的重心抬升。

而且因为种植面积的大幅调降,市场对美国大豆单产的变化更加敏感,毕竟2023/2024年度美豆3

亿蒲式耳的期末库存是建立在52蒲式耳/英亩的单产预期上,能不能实现这个历史最高单产预期是7—8月国际大豆市场的交易重点。

6月美国大豆产区严重偏少的降雨导致包括堪萨斯、密苏里、内布拉斯加等州大豆作物生长情况并不理想。

但是6月是初花期,这时候的大豆需水量不多,而且今年6月美豆产区虽然降雨不多但是温度同样偏低,对作物生长影响相对有限。7—8月才是美国大豆生长的关键期,是需水量最大的阶段,也是市场交易产区天气的主要时间窗口。

7月前三周产区天气出现了非常明显的改善。美国中西部广大产区降水良好,温度偏低,伊利诺伊州等地的大豆生长得以改善,所以截至7月14日当周大豆作物优良率环比出现4个百分点的上升。

但美豆周度优良率改善并未对CBOT大豆价格造成压力,因为通常在交易时间窗口,期货价格里包含着市场对未来半个月天气和作物生长情况的预期。从最新的天气预报来看,7月底至8月初,包括爱荷华、密苏里以及大平原北部这些产区的降雨正常,但温度有所升高,可能会再次拖累大豆作物生长,52蒲式耳/英亩的单产预期仍然承压。

美豆关键生长期还要延续3至4周,也就是到了8月中旬,2023/2024年度美豆才会基本定产,而在这之前天气仍是美国大豆的交易焦点。如果7月底至8月中旬的天气情况对作物生长有利,目前1400美分/蒲式耳的CBOT大豆价格里的天气升水肯定要挤出去;如果天气对作物生长不利,CBOT大豆11月合约价格的高点可以参考2022年天气交易时期的1450美分/蒲式耳附近。

主产国对下半年大豆出口 贴水报价较高

2023年因为巴西大豆创纪录产量和其国内仓容不足的问题导致出口贴水波动特别大,远超市场认知。

3月中旬到4月中旬,巴西大豆对中国的出口贴水持续走低,5、6、7月船期都出现过负值的贴水报价;4月中旬至7月初,巴西贴水触底反弹,但仍维持历史相对低位;7月初以后,随着近月销售结束,三、四季度巴西大豆贴水报价大幅上涨,与美豆同期贴水几乎持平。

截至7月中旬,2022/2023年度