

婴幼儿奶粉注册制配套细则出台

[点击]

婴幼儿奶粉注册制配套细则终于尘埃落定。16日晚,国家食药监总局发布有关婴幼儿奶粉注册制的两大文件:《婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请材料项目与要求(试行)》和《婴幼儿配方乳粉产品配方注册现场核查要点及判断原则(试行)》,自发布之日起施行。这意味着,被称为史上最严的奶粉新政步入落实阶段。

17日,多家婴儿奶粉生产企业称,正在研究、解读新政,有部分企业则称该新政的实施对其企业影响不大。

有业内专家认为,新政里对企业影响最大的是,要求企业需要有科研力量,而科研门槛的提高对于大多中小企业来说是一道难以迈过去的坎。据透露,明年监管部门还将对现有婴儿奶粉生产企业以新规定为参照再做一次生产许可审核,估计届时将有更多乳企被淘汰出局。

●新政:每家企业不得超3个配方系列

根据国家食药监总局发布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请材料项目与要求(试行)》,企业在申请产品配方注册时,需提交的申请材料项目包括婴幼儿配方乳粉产品配方注册申请书,产品配方、产品配方研发报告,研发能力、生产能力、检验能力的证明材料等10项。

对于已上市销售的婴幼儿配方乳粉产品,申请人若需申请注册其产品配方,可使用已完成的相关研究数据资料,但应符合《申请材料项目与要求》规定,并提交已上市销售婴幼儿配方乳粉的产品配方与申请注册产品配方为同一配方的证明材料,以及产品上市后的分析报告等材料。

在产品名称和说明书方面,新政规定产品名称和说明书中不得含有涉及疾病预防、治疗功能,明示或者暗示具有保健作用,明示或者暗示具有益智、增加抵抗力或者免疫力、保护肠道等功能性表述,不得以“不添加”“不含有”“零添加”等字样强调未使用或不含有违反科学原则或者绝对化的内容。

新政明确指出,适用范围是境内生产和销售的产品,列出“境外申请人”及“在中国注册需特别说明的情况”等诸多条款,这表明新政对境外生产、境内销售的境外品牌均将纳入监管。

据国家食药监总局称,制定上述新规是为进一步加强婴幼儿配方乳粉产品配方注册工作。

据介绍,当前婴幼儿配方乳粉配方过多、过滥,配方制定随意、更换频繁等问题突出,存在一定质量安全风险隐患,同时也造成消费者选择困难。据统计,目前,我国103家婴幼儿配方乳粉生产企业共有大约2000个品牌,个别企业甚至有180余个配方。



据此,监管部门拟严格限制配方数量。根据早前国家食药监总局发布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》规定,要求每个企业原则上不得超过3个配方系列、9种产品配方。

有业内人士曾估算,按此计算,未来国内奶粉市场上最多只能有528个系列,也即528个品牌。“目前国内市场有2000多个品牌。这意味着,一旦注册制落地,将有约3/4的品牌被清理出局。特别是国内中小品牌奶粉企业,将面临严峻危机,中小经销商中的小门店也将被淘汰出局。”

●影响:全行业将产生连锁反应

事实上,国家食药监总局在6月8日就曾发布《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》。为了给市场留出缓冲期,该办法还表明,“企业现有产品和现有品牌的注册时限设置为2018年1月1日。”

但实际上,由于注册制企业需提交的申请材料项目与要求,以及现场核查等配套文件的正式版一直未出台,企业大多处于观望状态,很多未提交注册申请。

11月17日,国内多家婴儿奶粉生产企业均表示,因国家食药监总局关于配方注册制的申请文件正式版刚出台,他们正在研究、解读,尚未正式提交申请。

飞鹤乳业称,该公司刚刚拿到正式版配方注

册制申请相关文件,“目前各部门都在学习研究”。

广州合生元公司称,该公司正在组织相关同事解读相关文件,同时“现在启动资料准备工作,因为国家对提交申请的资料要求比较高,预计准备的时间会比较长”。

“我们正在研读相关的细则内容,下一步国家也会组织相应的培训。”洋奶粉美赞臣公司回应称,该公司会严格遵守法律法规,并配合法规政策的落实和执行。

多家乳企表示,该新规的实施和执行,对该公司获得奶粉配方注册没有影响,“通过的可能性很大”。业内专家和另外一些乳企却没有上述乳企那么乐观。

据悉,今年以来,为了适应新规,部分乳企已提前动手,或主动削减品牌,大量向市场倾销、清理库存;或是主动撤退,如达能早前将其新西兰Karicare可瑞康金装系列撤离中国市场;雅士利抛售施恩品牌等。

业界认为,新规实施后对生产商、经销商、零售店都会带来连锁反应,而现有的婴儿奶粉竞争格局将发生巨变。从整个产业来说,品牌减少将极大削减产能,从而引导国内外产能有效转型。

有专家透露,在2014年、2015年拿到生产许可证的婴儿奶粉生产企业,在明年还将面临新一轮淘汰赛。君乐宝乳业奶粉事业部总经理刘森森认为,新政的实施将淘汰掉一部分小品牌,这是大企业的发展机会。

[链接]

乳业分析师宋亮:企业将从价格战转向综合竞争

国内乳业资深分析师宋亮指出,新规对企业影响最大的是,要求企业提供配方研发背景和目标、研发的相关科学试验、文献、临床数据等,而该要求对两类企业非常不利。

“一类是海外贴牌企业、专业代工企业不利,这些企业本身只有加工能力,尤其是海外部分代工企业,他们手头上代工的品牌或者10多个,或者上百个,他们哪里有那么长时间、精力和资金研究那么多配方?”宋亮称,第二类是对中小企业不利,因为要符合新规研发

要求,企业需要投入的资金和科研技术水平都

很高,而中小企业没有那么多资金来承担。

广州市奶业协会理事长王丁棉同样认为,新规提高了婴儿奶粉生产的准入门槛。

宋亮分析,新政实施后市场上的品牌数量将大幅减少,企业也会因为珍惜品牌,而更关注产品流向和产品安全性,企业也将从过往的价格战、营销战转向研发、创新综合实力竞争上来。对监管部门来说,管理奶粉市场也将更透明、有效。

欧志葵

[现象]

中国农村电商呈星火燎原之势

“中国农村电商市场呈现井喷式状态,农村电商呈现星火燎原之势,掀开了中国电商历史新的一页。”日前,中国国务院扶贫办国际合作和社会扶贫司巡视员曲天军在山西省隰县农村电子商务扶贫培训基地开班典礼上如是说。

曲天军称,2015年5月,中国国务院扶贫办在陇南启动电商扶贫试点;中国财政部、商务部启动了200个县的电商进农村综合示范试点工作。

与此同时,淘宝、京东、苏宁等行业巨头加快布局“农村电商”;联想投资农资电商“云农场”引发了中国农村电商又一个热点;农村电商的“地方诸侯”也纷纷跑马圈地,浙江的赶街网大举出省扩张,覆盖1万个村;山西的乐村淘也向临省输出模式,村级站点达到万余个;还有淘实惠、村掌柜、村村乐等多个类似的农村电商平台纷纷成立。

曲天军表示,随着中国农村信息化建设的

发展,农村电商市场呈现井喷式状态,国家政策的密集出台,电商企业的纷纷下乡,农村人才的加速回流,发展模式的竞相探索,掀开了中国电商历史新的一页。

据中国商务统计,2016年上半年,中国农村网络零售额3163.48亿元人民币,规模持续快速增长,高出全国城市网络零售环比4.04个百分点,中国农村电子商务发展已成燎原之势。

曲天军说,电子商务进农村不仅仅是让农民可以想买就买,也能实现农产品想卖就卖。对农民来说,既可以砍掉农产品的中间商,增加经济收入,又可以更贴近市场。

据了解,当前,全国上下正在实施精准扶贫、精准脱贫,以电子商务为手段,拉动网络创业和网络消费,推动贫困地区特色产品销售的一种信息化的电商扶贫模式,被中国国务院扶贫办列为全国精准扶贫十大工程之一。

国家级贫困县山西省临汾市隰县,盛产梨果、品质独特,栽植梨树有2500年的历史,是中国农业部命名的“中国金梨之乡”,盛产的玉露香梨被誉为“中国大美梨”。

据介绍,隰县县委、县政府将电商发展作为打赢脱贫攻坚战的一项重要抓手,成立了电商办,建成了隰县电商扶贫孵化基地,多次组织全县电商赴外地学习考察,并邀请专家到隰县进行培训讲座。目前,隰县电商孵化基地已成为山西省科技厅评选的“山西省众创空间”,是中国科技部首批备案的“星创天地”。

当前,隰县又借着国家大力发展电子商务的有利契机,努力打造北方最大的电商培训基地,帮助民众脱贫致富奔小康。20日,隰县举行电商扶贫大讲堂(第一期)暨农村电商培训基地开班典礼,共同探讨农村电商发展,合力推动电商扶贫。

任丽娜

袁隆平“超级稻”年亩产1537.78公斤破纪录

日前,在广东省梅州兴宁市龙田镇环陂村,“华南双季超级稻年亩产3000斤全程机械化绿色高效模式攻关”项目测产验收组测产后宣布:该项目年亩产量达到1537.78公斤,项目实验获得成功,并创造了水稻亩产量新的世界纪录。

经过现场收割、称重和测算,袁隆平主持的“华南双季超级稻年亩产3000斤全程机械化绿色高效模式攻关”项目晚造实割亩产705.68公斤(干谷),加上早造的亩产832.1公斤,最终年亩产量达到1537.78公斤(折合为3075.56斤)。

测产验收专家组组长、中国工程院院士罗锡文说,广东气候特点是高温高湿多雨,水稻极易有病虫害,要实现增产并不容易,尤其今年梅州地区晚造受天气灾害明显,台风“海马”带来的风雨影响很严重。该项目华南双季稻两季产量相当于以前的三季,是重大突破。

周羽