



错失配方注册机会 贝拉米急寻新渠道突围



无法按时完成注册,使依靠海淘走红的澳大利亚网红奶粉贝拉米率先“跌倒在新的起跑线”上。近日,贝拉米在2019上半财年已经尝到未通过奶粉配方注册带来的影响。财报显示,2019上半财年贝拉米净利润同比下降63.84%,其中中文标签奶粉销量为零。

业内人士分析认为,中国市场是贝拉米最大的市场,如今贝拉米奶粉配方注册迟迟未通过,贝拉米亟待在中国市场寻求更加本土化的策略。

净利下滑超六成

作为网红奶粉,贝拉米的发展得益于近年来跨境购的发展和海外代购的兴起,贝拉米以海外爆款姿态进入消费者视线。财报显示,贝拉米2019上半财年营收约为1.3亿新西兰元,同比下降25.9%;税后净利810万新西兰元,同比下降63.84%。值得一提的是,由于尚未通过中国的奶粉配方注册制,贝拉米报告期内中文标签奶粉销量为零。

此外,为贝拉米生产中文标签奶粉的Camperdown工厂营收也从上年同期的490万新西兰元下降到2019上半财年的190万新西兰元,降幅达61.22%。

对于业绩下降原因,贝拉米在公告中表示,收入受到之前市场上的一些因素的影响,包括延迟的SAMR注册、重新包装前的贸易库存计划减少以及类别绩效下降。

据了解,中国监管政策变更前,中文配方奶粉约占贝拉米净收入的10%-15%。2018财年,贝拉米中文标签奶粉就因未通过配方注册而减少了51%的营收。

中国市场是贝拉米最大的市场,占到该公司奶粉销售的70%甚至更多。贝拉米在公告中表示,计划下半财年对中国市场的投资增加一倍,同时加大线下渠道的开拓。此外,贝拉米对外宣布,贝拉米对公司的有机配方奶粉进行了配方改变,采用全乳糖配方,DHA含量提高。借此机会,该品牌宣布聘请孙燕姿为品牌代言人。

食品产业分析师朱丹蓬表示,作为网红奶粉的贝拉米由于没有配方注册通行证,只能依靠跨境电商渠道运营,

不过,跨境购渠道有很多假冒伪劣产品,国家目前没有一些相关权力去保护消费者权益。所以很多消费者喜欢在正规渠道购买有配方注册的产品,仅依靠跨境购政策进入中国市场必然会影响贝拉米的业绩。

收购失败导致出局

自2016年10月1日开始实施的奶粉新政,被称为史上最严奶粉配方注册制度。根据规定,无论是国产品牌还是“洋奶粉”,每个企业原则上不得超过3个配方系列9种产品配方。企业现有产品和现有品牌的注册期限到2018年1月1日,自2018年起,婴幼儿配方奶粉若想在中国市场进行销售,必须依法获得产品注册证书,未注册者将被勒令退出中国市场。

贝拉米早在配方注册政策公布之时就已经开始准备。贝拉米原本计划通过挂靠代工方百嘉奶酪的生产工厂获取国家食药监总局的注册审批,然而事出意外,2017年2月底,美国奶粉生产商美赞臣宣布收购百嘉奶酪(Bega Cheese)的维州加工厂。

贝拉米随后发布公告称,美赞臣收购合作工厂Bega Cheese一事,改变了公司在CFDA(国家食药监总局)的注册进程,贝拉米中文版的配方注册可能推迟到2018年1月1日之后。贝拉米推迟注册一事早有征兆,2017年2月28日,贝拉米发布公告表示,奶粉注册可能受阻,制造合作商Bega Cheese已经将旗下位于Tatura的喷雾干燥设备和婴幼儿配方奶粉加工厂出售给了美赞臣。贝拉米确认与Bega Cheese的加工制造合同仍有效,并且仍会继续密切合作。然而,Bega Cheese的设备出售后,贝

拉米可能需要寻找另外的生产商来帮助其完成中国奶粉新政要求的注册。

据了解,一般贸易方式进入我国销售的进口婴幼儿配方奶粉需同时取得海外生产工厂在中国海关总署的注册资质,以及产品配方在中国市场监管总局的注册资质。

为了解决注册工厂和入华销售的问题,2017年7月,贝拉米收购Camperdown 90%的股份,2019年1月10日,贝拉米宣布Camperdown工厂获得了在华延期注册资质,但中文标签奶粉的配方注册仍在进行中。据知情人士透露,目前国内境外奶粉的注册资格审核十分严格,需要到奶粉工厂现场核验,贝拉米能否通过注册还尚待观察。

市场前景堪忧

尽管贝拉米仍可以依靠跨境购进入中国市场,但是在乳业分析师宋亮看来,跨境购产品来源、中间商及渠道流通呈现碎片化趋势,从源头到终端流通不够透明,跨境中间商掌握产品流向话语权,缺乏有效法律监督,因此最近两年假冒及伪劣产品在跨境渠道盛行,最不易发现的是那些假冒不伪劣产品,通过冒充大品牌一方面严重干扰企业正常生产经营秩序,另一方面有损消费者利益。

值得一提的是《中华人民共和国电子商务法》已经开始实施。按照规定,无中文标签、未通过国家认监委认证工厂生产、未获取配方注册证的婴幼儿配方奶粉不得在网络平台销售,并且对在电商运营平台开店的主体都追加了在工商局登记的要求。

业内人士认为,对于未通过配方注册制的贝拉米来说,在正规跨境购平台

上的销售也将会受到较大影响。

对于2019年的展望,贝拉米也在公告中表示,考虑到奶粉配方注册的进一步延迟,根据2019年上半年的业绩和2019年上半年早些时候的交易,贝拉米将前景更新为,预计2019财年的收入为2.75亿-3亿美元,允许在重新包装之前和农历新年期间交易放缓,预计从3月起将恢复强劲表现。

业内人士分析,跨境购和个人代购这条路也未必长久。目前有大量资本正在寻找新澳地区当地的小型奶粉工厂或直接建厂,再去申请注册,以期通过配方注册。

不过,收购海外工厂申请注册固然是一条出路,但并不靠谱,国外工厂的硬件条件是否符合相关标准还是问题。同时,也有行业专家指出,随着国家一系列管控政策的出台,未来的奶粉市场,如果企业没有稳定的供应链,无法对上游供应链形成有效的控制,就难以在奶粉市场中获得持续竞争优势。能否通过奶粉配方注册,对于企业的生产环境等方面,还需要食药监等部门进行进一步的认证,因此贝拉米的奶粉配方注册还存在一定的变数。

对于贝拉米配方为何没有通过注册以及面对消费者未来会更倾向正规渠道贝拉米该如何应对等问题,北京商报记者给贝拉米发去采访提纲,但是截至发稿前并未得到回复。

业内人士认为,贝拉米曾依赖有机奶粉这一卖点,迅速打入中国市场。然而,国内有机奶粉市场的竞争已进入白热化,惠氏、雅培、圣元、飞鹤、Arla等企业纷纷入局,即使贝拉米在今年下半年通过配方注册,也很难恢复原来的市场地位。北京商报记者 蓝朝晖 高春艳