

· 产业动态 ·

婴幼儿乳粉配方注册再提门槛

北京商报讯(记者 钱瑜 姚倩)为严格配方注册、切实保障婴幼儿配方乳粉质量安全,6月26日,国家市场监督管理总局对《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法(征求意见稿)》公开征求意见。此次修订的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法(征求意见稿)》说明中提到,申请人应具有完整生产工艺,其中明确7种不予注册的情形,并进一步加大违规惩罚力度等。

具体来看,修订后的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法(征求意见稿)》明确了7种不予注册的情形。其中,当申请人不具备与所申请注册的配方产品相适应的研发能力、生产能力或检验能力,注册申请材料不支持产品配方科学性、安全性或依据不充分以及申请材料内容矛盾、不真实、不符合法律法规和食品安全国家标准时,不予注册。

修订说明还对婴幼儿奶粉的标签和说明书做出详细规定。其中,产品声称生乳、原料乳粉等原料来源的,应当如实标明来源国和具体来源地。另外,标签和说明书不得含有涉及疾病预防、治疗功能,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等内容;原料来源不得使用“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”或近似术语表述等。

根据修订说明,婴幼儿配方乳粉生产销售者违反上述规定,由市场监督管理部门责令改正,最高可处3万元罚款。

2016年,国家审议通过了《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》。不过,在配方注册实施过程中,如何严格配方注册、明确不予许可情形,均需明确完善。此次修订后的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法(征求意见稿)》强化了产品配方科学性、安全性审查,进一步落实国务院“放管服”的改革要求。

乳业分析师宋亮在接受北京商报记者时表示,在总结管理办法实施过程中的经验教训后,修订后的管理办法明确了7种不予注册的情形,进一步提高了准入门槛。7种不予注册情形的明确可以防止企业钻空子,无形扩大产能。此外,修订后的管理办法进一步强化“严格”,严格管理、严格审核流程并严格评审。从总体来看,大部分主流品牌已经通过配方注册,随着配方注册门槛的提高,对未来申请配方注册企业的要求将更加严格。

格力电器:暂无投资珠海银隆计划

北京商报讯(记者 石飞月)6月26日下午,格力电器2018年股东大会如期召开,此次大会将审议14项议案,其中包括3个特别议案《关于修订公司章程的议案》《关于控股股东申请终止剩余股权激励计划的议案》及《关于与控股股东签署“格力”商标权转让合同书之补充协议》暨关联交易的议案》。而关于控股股东格力集团股权转让一事备受外界关注。

今年4月,格力电器控股股东格力集团宣布,准备转让持有的格力电器15%股份。目前格力电器第一大股东格力集团持股18.22%,是隶属于珠海市国资委的地方国企,格力电器第二大股东香港中央结算有限公司持股11.64%。

在当日的股东大会上,格力电器董事会秘书望靖东表示,此次股份转让的主导是国资委和格力集团。股东大会所涉及的相关议案,都是为了下一步15%股份转让所做的一些安排。

在提及是否会对董事长董明珠个人投资的珠海银隆有进一步投资规划时,望靖东回应,暂时没有相关方面的规划。他进一步解释称,目前双方仅有一些关联交易和涉及空调方面的协同。

据悉,因参加第十三届全国人大常委会第十一次会议,格力电器董事长董明珠未参加此次股东大会。

可口可乐推雪碧新品

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 周应梅)6月26日,可口可乐相关负责人向北京商报记者透露,雪碧新品“爽椰派”已于6月中下旬在全国各地进行全面推广,目前已逐步进店销售。该产品主打无糖,添加2.5%椰子水,这是可口可乐推出的第9款零糖产品。

据悉,该产品不同渠道价格不一样,比如在部分便利店渠道的售价为6元,而大型商超为4.8元。可口可乐相关负责人表示,2018年可口可乐推出雪碧纤维+,零糖、零卡产品,市场反应良好,继今年推出黄瓜味的雪碧纤维+后,推出无糖的雪碧爽椰派,以添加果汁的概念,从新维度丰富雪碧的产品选择。

近年来,可口可乐碳酸饮料增长乏力,2017年业绩下滑到五年来最低点,净利润下滑81%。从2017年开始可口可乐正式步入转型轨道,推出零度可乐、无糖可乐、零卡雪碧等产品。

随着这些产品的上市,2018年可口可乐营收虽然持续下滑,不过净利润大幅增长,全年可口可乐碳酸饮料销量下降1%。

值得注意的是,可口可乐2019年一季度财报显示,零糖饮料连续第六个季度实现两位数的增长。特别是零糖雪碧和芬达低热量、无热量产品从2018年开始呈现出强劲增长。

三年不到,可口可乐共推出了零糖可乐、零卡雪碧、芬达零卡、可口可乐纤维+、雪碧纤维+、淳茶舍无糖茶饮、纯悦神纤水、黄瓜味雪碧纤维+和雪碧爽椰派9款零糖产品,同时推出怡泉+c减糖版、美汁源每日轻活等低糖系列。

补贴退坡 新能源车怎么跑

6月26日,北京市科学技术委员会、北京市经济和信息化局等部门发布通知称,自6月26日起,取消对纯电动汽车的市级财政补助。由此,北京市正式取消针对普通纯电动汽车的地方补贴。这一天也是2019年新能源汽车补贴过渡期结束的首日,但面对过渡期结束后巨大的成本压力,不少新能源车企采取暂时“按兵不动”的策略。业内人士表示,补贴退坡给上游企业带来较大的成本压力,车企很难再像过渡期时那样“自掏腰包”消化成本压力,目前,各厂家都在观望,一段时间之后,大规模的涨价潮可能在所难免。

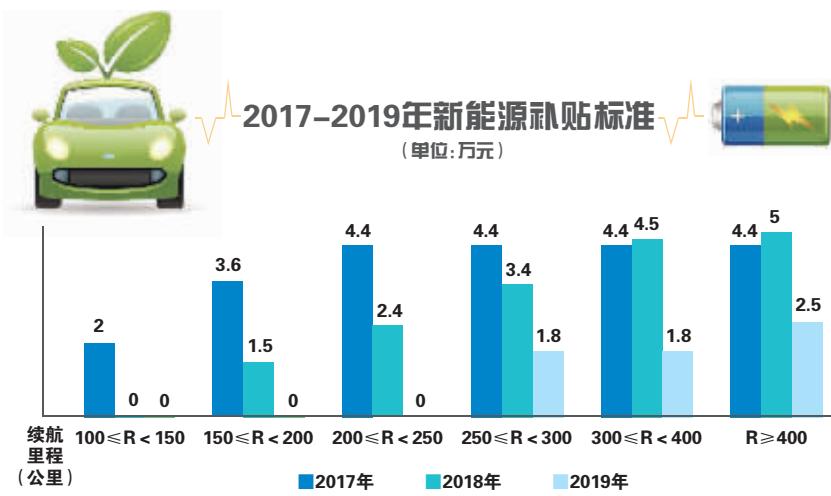
价格未变

过渡期后,新能源汽车补贴将完全执行2019年标准。这意味着,新能源乘用车、客车、专用车国家补贴相较于2018年,整体退坡幅度将超过50%。然而,面对补贴过渡期结束给车企带来的巨大成本压力,市场预期的“涨价潮”并未如期到来,大量车企目前仍然“按兵不动”。

6月25日,造车新势力威马汽车率先宣布不受补贴退坡影响,旗下多款车型不涨价。根据威马汽车公布的清单,威马汽车4款智行2.0版EX5官方零售价为20.98万-25.98万元,6月25日前的综合补贴后售价为15.98万-20.98万元,补贴正式退坡后,售价仍为15.98万-20.98万元,优惠幅度保持5万元。

与造车新势力不涨价的高调表态相比,传统车企显得更为低调。6月26日,北京商报记者调查市内奇瑞、比亚迪、广汽新能源等品牌的部分4S店了解到,店内经销商均未接到厂家正式调价通知,暂时仍以2018年补贴标准售车。

一家奇瑞新能源4S店销售人员表示,虽然已经听到厂家调价的风声,但目前尚未正式收到相关通知,因此客户如果现在购车并完成上牌,仍可享



受2018年补贴政策。以艾瑞泽5e车型为例,店内有智享版车型现车,该车官方指导价为20.23万元,补贴后价格(北京)仍为11.98万元,补贴力度达8.25万元。

同时,一位比亚迪4S店销售人员表示,店内尚未收到厂家针对补贴退坡的调价通知,不过据该销售人员称,7月1日后新能源车可能要被征收购置税,届时店内各新能源车型应该会涨价。

优惠各异

值得注意的是,为赶在过渡期的最后时刻冲量,6月中旬以来,不少新能源车企都推出大力度优惠活动。6月25日前,长安汽车、奇瑞、比亚迪、吉利等车企纷纷针对旗下新能源车型推出数千元到数万元不等的优惠政策。进入6月26日,一些品牌不仅旗下车型暂未涨价,而且相关优惠活动仍在持续。

“购车送新能源牌,免购置税。”一家吉利4S店销售人员介绍,厂家在6月1日-30日推出“吉利购车节”活动,一些新能源车型在活动期间优惠力度较大。

如客户在6月30日17:00前购买6月23日上市的新款帝豪GLPHEV车型,最高可以享受6000元置换补贴、全系

24期零利息等政策。

与其他品牌只是暂时继续执行2018年补贴政策相比,广汽新能源近期推出的优惠活动,明确Aion S车型在补贴退坡后不会立即涨价。只要客户能在7月31日前下订,Aion S炫和魅两个版本的车型的起售价仍然为13.98万元和15.98万元,和6月25日前相比不会变化。”一家广汽新能源4S店销售人员说。

不过,也有一些新能源品牌的优惠活动恰好于6月25日截止。一位奇瑞新能源的销售人员介绍,5月末至6月25日,厂家推出“置惠焕新”活动,活动期间置换新车可享受置换补贴,其中小蚂蚁400车型最高为3000元,艾瑞泽5e车型最高为5000元;如果是活动期间增购新车,小蚂蚁400和艾瑞泽5e车型也可以分别享受最高3000元和5000元增购补贴。因此,6月25日前,这些车型的实际到手价会低于补贴后售价。不过,随着6月26日起活动结束,这些车型已经变相涨价。

压力难免

事实上,尽管各新能源车企仍然“按兵不动”,但并不意味着它们有能力与过渡期一样“自掏腰包”化解此轮补贴退坡的压力。

与往年相比,过渡期结束后,2019年补贴退坡力度巨大:不仅整体补贴力度退坡50%,而且直接取消了地方补贴。由于北京、上海等一线城市地补标准一般能达到国补的50%,自6月26日起,新能源汽车补贴退坡幅度最高可达70%。

以蔚来ES8为例,该车70kWh的车型电池能量密度为135Wh/kg,NEDC续航里程为355km。按照2018年的补贴标准,蔚来ES8可以获得4.5万元的国家补贴和2.25万元的地方(北京)补贴,即最终可获得6.75万元的补贴,而按照2019年新能源补贴标准,蔚来ES8只能获得1.8万元的国家补贴,再乘上80%的电池能量密度补贴系数,最终仅能获得1.44万元的补贴。如果蔚来ES8完全依据2019年的补贴标准重新定价,该车的价格将上涨超过5万元。

“补贴退坡,必然会带动更多的新能源汽车涨价。”全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,车企既要覆盖制造成本,也要考虑未到位补贴的资金成本,所以肯定会调涨价格。如果不涨价,车企将面临极大压力。

不少经销商也认为,一段时间之后,新能源车涨价潮在所难免。对于未来具体会涨价多少,多家4S店销售人员表示,按照补贴政策测算,消费者购买新能源汽车成本将普遍上涨2万元以上。一位销售人员坦言,以一款补贴6万余元的纯电车型为例,过渡期结束后,该车型补贴将减少约4万元。

“眼下各车企之间都在观望,避免出现因贸然提价过高而导致市场份额被竞品抢走的情况。”在汽车行业分析师颜景辉看来,越临近补贴新政正式实施,消费市场将越火爆。但过了这个节点,消费者又将进入下一个观望期。所以,在过渡期结束后的一段时间内,新能源车的销量数据或许不会太理想。

北京商报记者 钱瑜 潘振宇

S 重点关注
Special focus

波司登再遭做空 百亿营收难消沽空影响

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 李漾)刚刚做出澄清后,波司登再次遭到做空机构的狙击。6月26日,波司登即将发布2019财年年报前,Bonitas发布了针对波司登的第二份沽空报告。之后,波司登再发一则澄清公告,否认所有指控,并亮出了2019财年亮眼的业绩。

6月26日上午,在第二份做空报告中,沽空机构Bonitas除了维持之前的判断,还提供了一部分关于女装项目收购的新证据。做空报告称,周美和2001年只是深圳杰西的雇员,并非持有股权,直到2008年,周美和才买下深圳杰西,并指波司登完成对深圳杰西的收购后,深圳杰西申报的企业类型最高收入级别500万-5000万元和其披露的杰西品牌过亿的收入完全不符。

根据这些证据,Bonitas主要提出了3个针对性的质疑。一方面,Bonitas指责波司登谎称从独立第三方收购邦宝品牌,称周美和当时已经是邦宝品牌的供应商,并以1750万元收购了邦宝品牌。

另一方面指责波司登谎称周美和1998年创立杰西。此外,还称波司登在收购杰西品牌后对其实际收入贡献夸大。

针对沽空机构对杰西品牌的质疑,知情人士向北京商报记者表示,女装杰西品牌在波司登开展四季化业务之前就早已经存在,是其老板周美和创办的自有品牌,也是波司登收购的第一家女装公司,收购杰西品牌的意愿是在女装市场大有作为。

对此,波司登发布澄清报告称,第二份做空报告依旧是具有误导性、偏见性、选择性、不准确及不完整的陈述,公司可能会尽快再度出具简短的回应公告,并在下一步不排除出具更详细的澄清公告,亦不排除启动法律诉讼程序追究相关责任。

纺织服装管理专家、上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄认为,沽空机构为盈利机构,此次做空已是恶意做空,背后或有其他势力故意操纵。不过,虽然沽空机构对于女装收购项目的指控

不属实,但是波司登的女装业务发展确实存在问题,女装等多元化业务如果能独立发展,甚至能协同主业,会给主业带来积极的影响。如果不能独立发展,也可能会拖累主业的发展。

当天,波司登发布了2019财年业绩报告。截至2019年3月31日,波司登营业收入约为103.83亿元,较去年同期上升约16.9%;毛利率达53.1%,同比上升6.7%。整个品牌羽绒服业务板块收入同比上升35.5%,达约76.57亿元。此外,被沽空报告重点指控的女装业务,在2019财年发展良好,业务收入约12.01亿元,同比上升4.2%。

在当天沽空报告发布之前,波司登的股价从2港元开盘并维持上涨,在第二份做空报告公布后下跌至1.94港元,下跌2.51%,但午后波司登股价大幅波动,迅速上涨到2.14港元,一度上涨超过7%。

经济学家宋清辉认为,以目前情况来看,沽空机构明显是有备而来的,接下来还会有针对波司登的质疑出现。

5G哨响 运营商设备商竞速

网络覆盖范围,在全国所有地级以上城市提供5G商用服务。

中国电信董事长柯瑞文表示,中国已经进入5G商用元年,在5G建设初期,中国电信将在全国40+城市,建设SA/NSA混合组网的优质网络。同时,中国电信力争在2020年率先全面启动5G SA的网络升级。

在此次展会上,包括手机、电脑、AR眼镜等在内的5G设备纷纷亮相。在开幕演讲中,全球移动通信系统协会会长Mats Granryd表示,2025年,中国将有28%的移动设备通过5G网络运行,占全球所有5G移动设备的1/3。

目前,OPPO已经正式向中国移动交付了首批5G手机,并宣布计划于今年三季度在中国市场推出5G手机。vivo则带来了iQOO 5G手机、vivo AR眼镜、5G云游戏、vivo 120W超快闪充等产品和技术。

“4G改变生活,5G改变社会。”资深通信专家项立刚指出,4G时代,人们通过手机就能够解决衣、食、住、行问题,打开了新的生活方式;到5G时代,移动网络还将渗透手机之外的更多垂直行业。

北京商报记者注意到,现场部署了大量5G网络环境,参观者可亲身体验相关5G业务应用。以5G智慧医疗为例,据

中国移动展区工作人员介绍,5G网络下的远程会诊和手术、视频和通话延迟将压缩到以毫秒为单位的时间,这对于医疗行业来说是巨大的进步。

在5G的垂直行业应用方面,华为5G产品线CMO朱慧敏表示,目前,华为联合运营商、合作伙伴在几十个垂直行业都进行了5G应用的探索。

“5G的应用场景是多样性的,因此与各行业一道探索5G的商业模式至关重要。没有产业链支撑,没有合作伙伴的共赢,没有健康的生态环境,5G发展会举步维艰。正如杨杰所言,5G发展不是电信运营企业一家唱独角戏,而是多方参与的‘大合唱’。”项立刚说。