

青幽爽能治病？均瑶健康踩红线

#我国平均幽门螺旋杆菌的感染率为59%#、#幽门螺旋杆菌真有那么可怕吗#……随着不断上热搜，幽门螺旋杆菌被公众关注。然而，北京商报记者近日发现，均瑶健康推出的一款名为 味动力青幽爽益生菌乳酸菌饮品（以下简称 青幽爽）的产品正以江南大学专利菌株之名，在各大销售平台宣称可预防和辅助治疗幽门螺旋杆菌。

值得注意的是，根据青幽爽产品类型和执行标准划分，该产品为乳酸菌饮料，即普通食品，按照我国相关法规，普通食品在宣传时不能涉及具有治疗或预防疾病等功效诱导消费者。湖北省宜昌市市场监督管理局相关负责人也明确表示：“一般食品不能宣传有治疗功效或预防功效”。



可预防幽门螺旋杆菌

均瑶健康旗下味动力天猫官方旗舰店中的青幽爽产品介绍页面上，介绍了“什么是幽门螺旋杆菌”，还附上名称为“一株能够预防和/或治疗幽门螺杆菌感染的卷曲乳杆菌”的发明专利证书。根据店内客服人员的说法：“该款产品可以达到预防和辅助治疗幽门螺旋杆菌的效果”。

“青幽爽产品中含有卷曲乳杆菌，该菌种可以非常好地抵抗某一菌，比如幽门这个菌（幽门螺旋杆菌），建议有幽门螺旋杆菌或想要把幽门螺旋杆菌拒绝的人，长期饮用青幽爽这款产品。”均瑶官方旗舰店抖音直播间主播介绍称。

近年来，居民对幽门螺旋杆菌的关注也在加大。相关数据显示，幽门螺杆菌在我国感染率大约是50%，也被世界卫生组织列为一级致癌物，63.4%的胃癌与它相关。研究表明，从感染幽门螺杆菌到胃炎，

再到溃疡，直到胃癌，平均需要10年左右，根除幽门螺杆菌治疗，可有效降低胃癌的发生风险。

据了解，青幽爽添加的是国家发明专利菌株CCFM1118“一株能够预防和/或治疗幽门螺杆菌感染的卷曲乳杆菌”，基于该专利菌株，均瑶健康还开发了咀嚼片、酸奶活性益生菌、休闲食品等各类形态的系列产品。北京商报记者查询上述青幽爽添加的国家发明专利菌株CCFM1118发现，该菌株在权利要求中提出：“卷曲乳杆菌在抑制幽门螺杆菌方面不以疾病的诊断和治疗为目的”。

江南大学相关负责人告诉北京商报记者：“卷曲乳杆菌确实是一株抗幽（幽门螺旋杆菌）的菌株”。但关于该菌株添加到食品中是否有治疗或预防幽门螺旋杆菌的效果，该负责人则表示具体不太了解。

市监局：不可宣传治疗功效

按照产品类型和执行标准来看，青幽

爽产品类型：发酵型乳酸菌饮料，产品标准代号为：GB/T 21732，该标准规定了含乳饮料的产品分类、技术要求、试验方法、检验规则、标志、包装、运输和贮存。含乳饮料包括三种：配制型含乳饮料、发酵型含乳饮料、乳酸菌饮料，分别规定蛋白质每100g含量为≥1g、≥1g和≥0.7g。

从配料表来看，青幽爽每100毫升仅有0.7g，从上述蛋白质含量以及产品类型来看，青幽爽应属于含乳饮料中的乳酸菌饮料。味动力天猫官方旗舰店客服也称，这款产品并非保健品，属于乳酸菌饮品（即普通食品）。

对于青幽爽上述宣传内容，北京商报记者以消费者身份咨询该公司注册地湖北省宜昌市市场监督管理局，该局相关负责人称：“一般食品是不能宣传有治疗功效或预防功效”。

《食品安全法》第七十三条，食品广告的内容应当真实合法，不得含有虚假内容，不得涉及疾病预防、治疗功能《广告法》第

十七条也明确规定，除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。

在中国人民大学法学院教授刘俊海看来，食品毕竟不是药品，企业在官方渠道产品页面介绍幽门螺旋杆菌疾病，甚至客服直接称可以预防和辅助治疗疾病，确实违反了《食品安全法》和《广告法》。

“其实国家对上市产品定位都非常准确，经过药监局批准的药物往往具有确切的治疗效果，而食品饮料的功能主要是补充能量和提供味觉体验。某饮品尽管获得了专利，其作为饮品的治疗效果仍是未知或不确切的，仍待进一步大样本的临床研究去验证。不管是卷曲乳杆菌还是青幽爽，它们的定位都不是药物，不能对其治疗功效报以希望。对于治疗幽门螺旋杆菌确切的疗效，还是使用三联疗法。”一位不愿具名的医学博士称。

对于均瑶健康上述宣传行为以及缘由，北京商报记者多次致电并发邮件采访均瑶健康，但截至发稿并未收到回复。

均瑶健康焦虑了？

公开资料显示，均瑶健康是均瑶集团旗下继吉祥航空、爱建集团、大东方后的第四家上市公司。上世纪90年代初即进入乳制品及含乳饮料行业，2011年起，该公司推出“味动力”迈入含乳饮品中的常温乳酸菌市场，并以此为主营业务，是国内最早生产与销售常温乳酸菌饮品的品牌企业之一。2020年8月，公司成功登陆上交所主板，被誉为“常温乳酸菌第一股”。

均瑶健康登陆资本市场以来的业绩并不乐观。2020年，均瑶健康上市首年就出现业绩下滑，净利下降27.6%；2021年实现净利1.47亿元，同比下降31.26%，净利下滑幅度进一步扩大。此外，相关数据显示，常温乳酸菌饮品市场按零售额统计的销售额中，均瑶乳业的市场占有率已经从2018年的14.7%下滑至截至2020年7月的12.3%。

均瑶健康将目光瞄向益生菌赛道：“通过二次创业，发展培育新品，尤其以益生菌为核心突破，向‘益生菌第一股’奋进。”均瑶健康在公司发展战略中表示。

在益生菌赛道均瑶健康早已布局。2021年3月，均瑶健康宣布与江南大学在上海市签订了《战略合作协议》。数据显示，截至2021年末，该公司与江南大学等世界一流学府结成战略合作，通过独家授权、自研、购买等方式储备了具有独特功能性的益生菌菌株十余株，并2021年下半年累计上市16个SKU，包括益生菌固体饮料、咀嚼片、黑巧、酸奶巧克力等。

最新2022年一季度报显示，该公司实现营业总收入2.5亿元，同比下降2.3%；实现归母净利润1827.4万元，同比下降71.6%。

在香颂资本董事沈萌看来，连续推新品是均瑶健康希望能找到新的增长点，幽门螺旋杆菌相关概念确实会吸引一部分消费者，但一不小心也会触碰红线。另外，益生菌已经不是一个新的市场概念，而且均瑶健康也缺少自有的技术研发与创新能力，外购的专利是否能够更深入掌握，还是为了迅速投产而简单“拿来主义”，这些都可能无法突出竞争的差异化优势。

北京商报记者 郭秀娟 王晓
图片来源：味动力官方旗舰店评论区

天津医药能救郁美净吗

药企加持，郁美净能翻身吗？近日，天津市医药集团有限公司（以下简称“天津医药集团”）收购了天津郁美净集团有限公司（以下简称“郁美净”）87.7671%的股权，成为郁美净控股股东。业内人士认为，近两年功效性成为了竞争的热点，如今郁美净有医药企业做背书，如果布局功效性护肤产品，将会比其他品牌更有优势。不过，无论是郁美净还是医药企业都有着共同的短板——营销不足，这也是郁美净翻身面临的最大问题。

郁美净是国内市场较早布局儿童护肤的企业，其历史可追溯到1979年。这一年，郁美净的前身天津市第二日用化工厂诞生；次年，自主研发出郁美净儿童霜，成为我国第一款儿童霜。随着后续的发展，其产品线从儿童护肤和婴儿护肤系统延伸到了化妆品、乳液、面霜、防晒等护肤系列，以及洗发水、沐浴露、香皂、身体乳等个人护理品。

天津医药集团是一家国有大型综合性制药集团，主要产业包括绿色中药、化学原料药、化学制剂与生物药、特色医疗器械和现代商业物流。据天眼查信息，天津医药集团业务还包括化妆品批发和零售、日用化学产品销售等。

作为我国第一款儿童护肤品牌，郁美净曾创下过不俗的销量。公开数据显示，郁美净在1981年期间，销售额就达到320万元。在1999—2003年期间，郁美净急速扩张，在全国建立了20家销售公司（经营部），拥有自营终端近2万家，构建起完整的销售网络。基于完整的销售网络，再加上“鲜奶霜”的概念，郁美净成为家喻户晓的儿童护肤品牌。

在2001年左右，郁美净产品在国内市场覆盖面达90%以上，2003年销售收入近2亿元，销售收入实现连续十年高速增长。2015年期间，郁美净销售收入达10亿元。同时，也有数据显示，郁美净曾连续25年保持行业内产销量全国第一。

然而，郁美净的这种发展势头并没有持续下去，随着儿童护肤市场的发展，众多品牌涌入，郁美净不可避免的受到影响。

2011年，青蛙王子在香港上市；2013年，上海家化推出婴童护肤品牌启初；2015年，上美集团推出母婴护理品牌红色小象；2016年，强生旗下主打功效性婴儿护肤品牌艾惟诺进入中国市场……郁美净市占率、销量均受到影响。

有数据显示，现阶段从销售额方面来看，艾惟诺、

红色小象相对领先，市占率均约占到13%左右。其次贝亲、松达、戴可思、妙思乐等品牌排名相对靠前，郁美净相对落后。

2020年8月—2021年9月宝宝护肤排行榜显示，红色小象排在第1名，市占率8.94%；艾惟诺以7.92%的市占率排在第二；贝亲以6.79%的市占率位于第3名；郁美净则以2.06%的市占率排在第12名。

北京商报记者搜索发现，郁美净淘宝店铺最高销量产品付款人数为1万+，红色小象销量最高产品付款人数为7万+，青蛙王子为3万+，艾惟诺为2万+。

值得一提的是，郁美净在市场鲜有声音，却在舆论场频频现身。

2020年1月16日，国家药监局发布《关于27批次不合格化妆品的通告》，郁美净儿童爽身粉重金属铅超出限值近1倍。2019年12月9日，天津药品监督管理局称郁美净生产的3批次儿童爽身粉铅含量超国标。

在战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊看来，郁美净在前十几年比较出名，近几年随着国内外儿童护肤品牌的布局，郁美净的市场份额逐渐被抢占，品牌影响也逐渐下滑。

“郁美净是个老品牌，曾经很受消费者欢迎，但是从其形象及营销方面来看，品牌老化比较严重，难以引起年轻父母的喜欢，与强生及启初等品牌相比，营销能力较薄弱，这也使得其在市场上的竞争力下滑。”深圳市思其晟公司CEO伍岱麒表示。

在日化行业天使投资人夏天看来，近两年功效性成为了竞争的热点。如今郁美净有医药企业做背书，如果布局功效性护肤产品，将会比其他品牌更有优势。不过，作为几十年的老品牌，郁美净在营销层面难与新晋品牌抗衡，同时医药企业在营销方面也有着一定的短板，郁美净能不能凭借医药企业的加持翻身，还要看后期营销层面的发展。

在快消行业新零售专家鲍跃忠看来，如果天津医药能够在资金、技术、创新等多层面帮助郁美净推动市场发展，做大做强产品，再加上郁美净品牌几十年的影响力，实现恢复不是什么难事。徐雄俊表示，郁美净需要强大的资本方、新的管理理念、品牌理念，重新找到自己的定位，而天津医药的入局，对其而言无疑是较大的利好。

就此次收购及未来发展问题，北京商报记者对郁美净、天津医药集团进行采访，截至发稿未收到回复。

北京商报记者 郭秀娟 张君花

完善发展结构 蓄力研发 中自科技未来可期

近日，中自环保科技股份有限公司（以下简称“中自科技”）发布了上市以来的首份年报。2021年，中自科技营业收入达9.62亿元，净利润为1040.92万元，研发投入达9522.53万元，同比增长23.29%；研发投入费用占营收比例达9.9%，同比增长6.9%。

优化营收结构

根据财报信息，中自科技天然气车产品销售收入达4.15亿元，占据营收大头。不过面对国内天然气重卡销量大幅下滑的窘境，中自科技通过不断发挥自身主观能动性、充分释放公司科技研发实力，稳固天然气重卡业务的同时，推动柴油车、汽油车等领域产品业绩大幅提高，使其营收结构及业务结构得到全方位优化。

财报数据显示，2021年中自科技柴油车产品销售收入达2.19亿元，同比增长44.6%；汽油车产品销售收入达1.52亿元，同比增长15.98%；摩托车产品销售收入为1.04亿元，同比增长26.71%。

在天然气产品线方面，中自科技取得的国六天然气发动机的环保信息公开数量居行业首位，产品性能全行业领先。在柴油机产品线方面，道路国六方面中自科技已与云内、玉柴等企业的主流发动机型环保信息公开，并形成批量供货。非道路国四方面中自科技已与国内主流发动机厂进行匹配标定，能够满足排放标准要求。在汽油车产品线方面，中自科技也已形成批量供货。

除中自科技自身结构的不断优化外，从行业而言，整个尾气催化剂市场正在不断扩大。根据《尾气后处理市场空间大幅扩容，国产替代有望加速》报告显示，全面执行国六排放标准后，我国机动车尾气处理催化剂单价平均增幅预计达105.72%，尾气处理催化剂市场空间将达937.8亿元，较原有国五排放标准下的市场规模大幅增长156%，行业市场规模大幅增加。再加上重型天然气车、摩托车及非道路移动机械、船舶等移动污染源市场，中自科技所处尾气处理行业可预见的市场空间仍将在千亿元以上，其各类型尾气处理催化剂产品在下游的应用空间及市场规模也将更加广阔，为中自科技提供的业绩发展增量空间也随之水涨船高。

此外，根据中自科技此前发布的公告，中自科技控股子公司成都中自光明催化科技有限公司（以下简称“中自光明”）收到重庆长安汽车股份有限公司（以下简称重庆长安）通过专用系统发来的通知，中自光明通过竞标成功获得重庆长安部分车型的催化剂产

品定点通知函，包括C385—EVE、P201MCA1汽油项目、MDS201—ICA1、F202MCA车型1.5T国六RDE等重点项目。其中包含有C385混动系统车型。

值得一提的是，自2021年及2022年一季度以来，长安汽车的自主品牌车型销量也正处于产品销售强势周期。2022年一季度，长安汽车自主品牌销量达40万辆，环比上升40%。在此情况下，作为重庆长安多个重点车型项目催化剂产品的独家定点供应商，中自科技产品供应量预计也将随之水涨船高，业绩将获得大幅提振。

布局新能源

新能源是未来的发展趋势，已成为行业共识。基于此，中自科技也在加紧布局。

据了解，中自科技已超前布局氢燃料电池电催化剂，还包括膜电极、电解水催化剂，以及固态氧化物燃料电池（SOFC）等系列新能源产品，特别是要利用其承担氢燃料电池电催化剂产业化这项国家重点研发计划项目的契机，做实做强新能源产业。

根据公开资料，中自科技已成功研制出第一代铂碳催化剂。同时，为紧抓环保催化剂行业快速发展机遇，强化技术创新能力，中自科技现已建立了多个自主研发机构，包括研发部、应用技术部、系统集成部和氢能研发中心等。其中，氢能研发 centers 下设催化膜电极开发室（CCM室）、燃料电池集成开发室（FCS室）和燃料电池评价系统开发室（PES室）。

此外，在氢燃料电池产业受到国家和全国多个省市的政策支持之际，中自科技也将紧跟国家政策，利用自身环保催化剂领域的深厚技术储备持续推进研发氢能源燃料电池催化，加快智能制造升级。

在固态电池方面，中自科技也迅速把握行业市场发展走向，积极布局相关领域，随着后续中自科技对于固态电池技术的持续研发与创新，其也必将成为我国首先掌握固态电池核心技术的龙头企业之一。

据了解，近日，中自科技对外披露称，拟采用3000万元自有资金，设立全资子公司“中自科技湖州新能源产业研究院有限公司”。而该子公司也将依托湖州市在新能源汽车及动力电池产业集聚优势，充分利用中自科技在新材料、新能源领域的技术储备及科研成果工程化产业化的经验，通过与国内高校研发团队合作的方式开展固态电池及其核心材料的研发及产业化技术开发。