

新国标 新消费

□ 本报记者 吴佳佳

婴幼儿配方奶粉新国标实施——

“最严”国标更益于中国宝宝

新国标的实施将倒逼市场竞争转向品质竞争,推动行业向高质量发展。新国标的实施将对稳定奶粉价格、促进产业转型升级产生积极作用。

近日,记者走访物美、华润万家和沃尔玛等大型超市及部分母婴用品店发现,目前在售的不少婴幼儿配方奶粉已更新为“新国标”产品,一些旧包装产品为清库存开始了大力度促销活动。

婴幼儿配方奶粉新国标于今年2月22日开始实施,按照规定,只有通过新国标配方注册的奶粉产品才能在中国境内出售。这份被业内称为“史上最严”的奶粉新国标也因其高要求受到社会高度关注。新国标严在哪里?将对行业产生哪些影响?消费者又该如何根据新标准选购合适的奶粉?

体现国人健康理念转变

婴幼儿奶粉新国标是指国家卫健委于2021年3月18日发布的《食品安全国家标准婴幼儿配方食品》(GB 10765—2021)《食品安全国家标准 较大婴儿配方食品》(GB 10766—2021)和《食品安全国家标准 幼儿配方食品》(GB 10767—2021)三项营养与特膳食品标准。与此前的2010版婴幼儿配方食品系列标准相比,新国标将原有的《较大婴儿和幼儿配方食品》标准(GB 10767—2010)分为《较大婴儿配方食品》与《幼儿配方食品》两个标准,政策实施经过了2年的过渡调整期。统计显示,截至2023年2月15日,已有31家乳企旗下112个品牌的316个配方获得新国标注册。

婴幼儿奶粉国标的修订,体现了健康理念的改变。“各个国家都在修订相关标准,尤其是国际食品法典委员会对婴幼儿配方食品标准做了较大修订,包括一些营养素的指标,标准是要越来越符合现代健康理念或最新科学证据。”新国标主要起草人之一、中国营养学会秘书长韩军花介绍,新国标调整了较大婴儿和幼儿配方食品中蛋白质含量要求,并增加了较大婴儿配方食品中乳清蛋白含量要求;调整了较大婴儿配方食品中碳水化合物含量要求,与婴儿配方食品要求一致;增加了较大婴儿和幼儿配方食品中乳糖含量要求,并明确限制蔗糖在婴儿和较大婴儿配方食品中添加,使婴幼儿更适合中国宝宝体质。

新国标的“严”体现在框架更细致、配方营养更精准、安全性指标更协调、原料要求更严格。“新国标对奶粉的生产指标要求更加严格,意味着企业必须在生产过程中进行严格控制,否则很容易超出标准范围,成为不合格产品。”韩军花介绍,旧国标中对奶粉中添加的很多维生素没有设置上限值,企业在生产过程中添加的量较多也是合格的。但新国标实施后,任何一个营养素都规定了最小值与最大值,超出标准范围的将成为不合格产品。

倒逼市场转向品质竞争

5月30日,位于河北省新乐市的三元奶



观众在第三届消博会上选购奶粉。

新华社记者 李鑫摄

粉生产车间内,一罐罐新国标奶粉整齐地排列在传送带上准备装箱出厂。三元食品副总经理王辉介绍,为了适应新国标对品质的要求,三元奶粉升级A2奶源推出了爱力优、爱倍益、爱多恩三款“新国标”奶粉,主打差异化营销,满足消费者功能性、性价比等多元化需求。下一步,企业还将不断提升创新能力,持续搭建我国健康母乳数据库,推进婴幼儿配方奶粉乳化管理。

“新国标落地后,实力较强的奶粉企业通过优化升级迎来发展新机遇,实力较弱的中小企业则面临更大挑战,市场集中度或将进一步提高。”王辉认为,新国标颁布恰逢乳制品企业配方“二次注册”时期,新国标注册成本高,同时需要企业在较短时间内完成配方升级并准备注册材料,这非常考验企业的综合实力。

新国标的实施将倒逼市场竞争转向品质竞争,推动行业向更高质量发展。“在推动新国标实施的过程中,从工厂审核、企业稳定性测试到配方论证,都反映出企业在加快从过去重营销向现在以技术研发、科技创新为主转变。”中国农垦乳业联盟经济专家组组长宋亮认为,第一次配方注册实施前,婴幼儿奶粉品牌相对分散,市场集中度不高,配方注册门槛提高后,品牌在产品品质上的竞争将更加激烈,预计未来将有三分之一品牌会被淘汰。目前婴幼儿奶粉市场集中度已很高,前十家龙头企业市场占有率达到70%以上,二次配方注册相当于优中选优,龙头企业的优势将更加明显。

新国标的实施还将对稳定奶粉价格、促进产业转型升级产生积极作用。宋亮认为,过去3年,各大品牌纷纷用价格来抢占市场,造成市场竞争日益加剧,降低了消费者的消费信心。新国标的推出将满足消费者对于高质量产品的消费需求,对于稳定市场价值、恢复价格体系将是一个重要契机,有望结束国产奶粉打价格战的情况,为行业健康、可持续发展打下良好基础。此外,新国标公布后,国产品牌与进口品牌通过配方注册的时间差距不是很大,也体现了我国进一步推动奶粉行业公平竞争的氛围。

选购奶粉考虑安全营养

如今新国标已经正式落地实施,那么消费者该如何依据新标准选择合适的婴幼儿奶粉呢?“在很多消费者眼中,国外的产品质量更高一些,尤其是在选择配方奶粉这种关乎孩子健康的产品时,很多家长倾向于选择进口奶粉。事实上,各国婴幼儿配方奶粉的标准都是根据各国的母乳特征制定,对于婴幼儿配方奶粉来说,最重要的两项指标是安全和营养。家长们给宝宝选购奶粉时,不用过度纠结选国产的还是进口的,关键是要根据宝宝自身的营养需求,选择更接近中国母乳组成和喂养效果的婴幼儿奶粉。”国家婴幼儿健康工程技术研究中心主任陈历俊介绍,“经济发达国家婴幼儿奶粉国家标准对应的是其母乳特征。号称史上最严的奶粉新国标最重要的特点是增加了‘中国方案’,让奶粉配比更适合中国宝宝。”陈历俊说,为充分保障婴幼儿营养的安全性,修订或增加了产品中营养素含量的最大值同新国标对二段三段奶粉的能量值、蛋白质等指标都做了下调,是为了让奶粉更加接近中国母乳,或者说更接近该阶段孩子正常生长发育的营养需求,这也可以让宝宝避免超重、肥胖以及相关慢性病发生的风险。

“国产奶粉更适合中国宝宝,不特别提倡爸爸妈妈去国外背奶粉。”韩军花举例指出,像美国孕妇的贫血率只有2%,而中国孕妇贫血率是13.6%。孕妇的贫血率会影响孩子体内的铁储备,美国孩子出生时铁储备是比较充足的,铁的需要量相对比较少。而中国孩子出生时可能铁储备不那么充足,所以对铁的需要量相对较高。如果去吃美国的奶粉,就容易给孩子造成贫血或铁不足的现象,尤其是在半岁以后。“在国内正规渠道购买的婴幼儿奶粉,不论是进口品牌还是国产品牌,都经过了严格的注册审批和监管,所以经过正规渠道注册的国产大品牌产品还是值得信赖的。”

新国标意味着婴幼儿奶粉品质的升级,那么消费者在选购奶粉时又该如何快速区分新旧不同标准下的产品呢?据介绍,自2月22日开始,未获得新国标批件的产品已停止生产,但此前生产的还在保质期内的旧标准产品仍可以正常销售。消费者如果选购到2023年2月22日后生产的奶粉,就一定是新国标产品,同时奶粉国标号10765后有一2021字样的产品一定是新国标产品。



小朋友在消博会一家奶粉展位品尝冰淇淋。

新华社记者 李鑫摄

自5月15日起,我国全面恢复口岸快捷通关,刷证件、按指纹、识面相,耗时不超过30秒即可通关。对于有意来中国旅游的境外游客而言,这无疑增添了他们出行的动力。以北京口岸为例,共开通113条快捷通道,半个月的时间里就有超过17.5万名出入境旅客使用快捷通道,其中入境近9万人次。

此举为我国入境旅游市场的复苏加了一把劲。中国向来极具旅游吸引力,随着各国调整出入境政策,出国旅行需求快速释放,我国入境游主要客源市场的需求持续回暖。今年1月8日,我国正式取消入境后全员核酸检测和集中隔离。3月31日,恢复全国旅行社及在线旅游企业经营外国人入境团队旅游和“机票+酒店”业务。随着入境隔离、签证政策的优化,各平台入境游搜索量和预订量涨势明显,旅行社接连上新入境游产品抢占先机,机票量价齐升,多个旅游胜地再度呈现人山人海的场景。

入境游回暖,意味着我国旅游市场进入了“走出去”“请进来”双向复苏阶段。不仅吃住住行游购娱上下游企业能从中获益,对于国内目的地的文旅消费也起到一定的带动作用,利好多方。但也要看到,入境旅游配置恢复仍需时间。外语导游、酒店、地接旅行社等资源在过去几年里发生了很大变化,3月份国际航线旅客运输量为疫情前同期的18.1%,一些产品链和服务链甚至一度出现断裂,各环节成本仍处高位。此外,入境游涉及签证办理、边检手续、航线运力等管理机制,需要外交、移民、海关、文旅等多个部门的协作,反应时间相对较长。

支持入境游市场更快恢复,短期来说,像恢复便捷通关这样成效的小举措不妨再多来一些,如提升签证便利度、提高审核效率、保持航班稳定充足、进一步优化入境政策等。长远来看,对外做好宣传,对内恢复供应链,有关部门可做的还有很多,如组织大规模、有影响力的旅游宣传推广活动,提升国内目的地吸引力;发挥驻外使领馆、文化中心等作用,帮助旅游企业整合境外供应链;加大“请进来”工作力度,出台举措支持开拓入境旅游市场;加强跨境支付等基础设施建设,提升旅游体验,促进文旅消费等。

入境游市场的新变化对旅游企业的能力水平提出了新要求,企业不妨与各国旅游主管部门进行更充分的交流,加大海外营销力度,尽快重建与境内外合作伙伴的联络,发挥海外供应链优势,在创新产品开发、完善服务体系等方面做足功课,满足境外游客多样化出行需求。

我国文化底蕴深厚,旅游资源丰富,旅游基础设施日渐完善,具有相当的国际旅游影响力。可以期待的是,下半年的入境游市场将更为乐观,与国内旅游、出境旅游形成旅游市场完整拼图,将对旅游业强劲复苏产生极大促进作用。

本版编辑 李丹 美编 倪梦婷

智慧旅游成消费新选项

本报记者 温济聪

到五女山、青山山、枫林谷休闲放松,在小市一庄住一晚体验田园度假,已成为游客来辽宁本溪市旅游消费的新选项。而这些景区正通过提升文化旅游的智慧化水平吸引更多人流。

沈阳游客高玲前不久到位于桓仁县的枫林谷森林公园参加活动。虽然已是第三次来到这里,但由于景区山林很广阔,她还是不太熟悉路线。没想到,景区的“智慧导游”帮了大忙。“这里的手机信号很不错。我用手机微信搜索‘枫林谷’公众号,点击‘智慧导游’,就可以智能导航了。借助导航,我从九叠飞瀑景点走到了溪潭池,一路上都有实时位置的语音讲解,真是太方便了。”高玲说。

桓仁枫林谷森林公园旅游有限公司营销部长李光介绍,枫林谷前身是国有林场,现在通过发展森林旅游,变“砍树”为“看树”,变“卖木材”为“卖景观”。随着智慧旅游项目的开发,他们景区更受欢迎了。

与枫林谷一样,五女山景区文化旅游的智慧化发展水平也在不断提升。辽宁五女山旅游开发集团有限公司副总经理刘楠楠介绍,五女山景区用数字化、智慧化技术为文化旅游融合发展赋能,景区不断加大现代科技引进建设力度,着力打造“智慧景区”,建设了大数据管控中心,将安全监控系统、电子门票系统、电子门禁系统、天气预警等子系统一并接入。

智慧化发展水平的提高也带动了消费。“我们正在着力创建国家5A级景区。由于景区在配套设施、智慧旅游等方面都有了大幅提升,吸引了越来越多游客涌入桓仁。景区周边村民纷纷办起了民宿、采摘园、农家乐、土特产品店等,收入大幅提升。”刘楠楠说。不少游客在赴枫林谷、五女山观光后,还会到辽宁参中堂健康产业股份有限公司参观游览。“公司的‘野山参’博物馆、‘放山文化’博物馆很受欢迎。”公司副总经理宋雨桐说。桓仁满族自治县文化旅游和广播电视

局局长岑松表示,桓仁县强化智慧化服务应用,为游客提供网上预约、电子讲解、导游导览、餐饮购物等“一站式”服务,打造桓仁文化旅游融合品牌,增加桓仁文化旅游消费新亮点,促进文化旅游产业多元化发展。

小市一庄是位于本溪县小市镇的国家4A级景区,目前已发展成为集生态旅游、田园度假、生态康养、文化演艺、三产融合于一体的网红打卡地。

“我们通过‘海陆空’新型商业经营模式,发展智慧旅游,促进消费。”辽宁小市一庄集团有限公司董事长韩国华告诉记者,具体来说,“陆”是线下的实体店,“空”是线上的电商平台和新媒体,“海”是产业融合、同业联盟、异业联盟。通过这种模式的打造,小市一庄成功实现多平台抱团取暖、共生共赢。通过线上与线下相结合的方式,利用抖音、快手、视频号、小红书等新媒体平台运营景区线上账号,小市一庄将线下的门票、客房和具有特色的农副产品推送

到了互联网和消费者的手机终端上,实现了经营收入逆势增长。目前小市一庄全网共有粉丝68.3万人,实现成交额1000万元;仅2023年1月至3月,通过线上引流入园人数就近30万人次,同比增长200%;经营收入同比增长300%。

如今,本溪市正以辽东独有的自然风光为依托,将文化旅游融合,发展智慧旅游,打造具有浓郁东北地域文化色彩的文旅消费区。



游客在本溪市本溪县小市一庄游览。

本报记者 温济聪