

D 调查 LAOCHA

# 数字化重塑零食“生意经”



只松鼠股份有限公司总部的中央品控工作台前，8块巨大的屏幕上实时数字在不断滚动，数以亿计的零食产

品信息流在这里汇总、分析。后台的工作人员和处理系统可以根据线上上传来的实时结果，形成可执行的指

令分发到对应的供应商、物流商以及分装车间等各个环节，最终及时解决消费者的诉求。在不远处的另一个办公区内，一块巨大的电子屏幕则实时更新当天全国范围内零食电商销售的数据。据介绍，三只松鼠通过云平台连接了500多家合作伙伴，并通

线上信息流，影响到线下才有了真正的生命力。在实践中，数字化技术形成的消费者偏好数据成为企业控制产品品质方向的宝贵指南。在安徽中创食品检测有限公司的全透明玻璃隔间里，一台造型各异的全

谱的技术人员穿梭其间，利用技术设备挑选与检测坚果。据了解，为提高坚果质量，三只松鼠联合业内顶尖的科研机构和专家，共同研发了专业的色选机和X光分选机，创新性地将航空和医学影像技术运用于检测坚果坏籽、大小、颜色、操作人员只需要按几个按钮就能根据不同产品自动配选挑选模式，一改行业过去依靠人工判断坚果坏籽的模式。“如今，行业通用标准已经难以完全满足消费者的要求。比如面包的颜色烤深了、坚果口感不佳、味道成了或者淡了等问题就难以靠机器设备检测出来，只有靠人工来品尝发现才行。我们根据大数据形成的意见，安排专业的‘试吃员’进行体验以及相关检测，目的就是使零食产品的特征更加符合消费者的实际需求。”该公司一位工作人员说。

三只松鼠股份有限公司创始人

章燎原对记者表示，新渠道的产生往往会形成很多新的需求和商机，从而为新品牌的崛起创造条件。借助互联网连接国内众多的食品生产企业，一边通过更广泛的渠道连接消费者，同时努力把两者之间的链路做得更短。“一方面，数字化技术渗透到生活的方方面面，移动互联网技术和物流体系的快速发展奠定了线上销售的基础；另一方面，零食本质上同质化程度较高，只有洞察消费者需求并形成相应供应链的企业才能超越强者。因此，近年来我们也从电商企业转型成为数字化供应链平台企业，以更高的效率、更优的品质和个性化的产品，重新定义新零售，实现‘从多到少’。未来，我们还将不断探索线下实体店以及海外市场。”章燎原说。

新华社

## 国产乳粉期待重振市场信心

日前，国家发展改革委、农业农村部等七部委发布《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》(下称《行动方案》)，提出实施国产婴幼儿配方乳粉“品质提升、产业升级、品牌培育”行动计划，力争婴幼儿配方乳粉自给率稳定在60%以上，对国内乳粉行业而言，这无疑是带来了广阔的发展空间。

不过，围绕婴幼儿配方乳粉有两组数据让人深思：一是，国家市场监督管理总局此前发布的数据显示，国产婴幼儿配方乳粉质量正处于历史最好时期，近年抽检合格率连续稳定在99%以上，许多关键指标优于进口奶粉。二是，不少一二线城市消费者仍倾向选择进口奶粉。今年前4个月，进口婴幼儿配方乳粉数量增长达29%。尽管国产奶粉及辅食都不错，但崛起之路仍然任重道远。

### 树信心：乳粉自给率瞄准60%以上

“婴幼儿配方乳粉提升行动是整个奶业振兴的关键。”国家奶业产业技术体系产业经济研究室主任、中国社科院农发所产业经济室主任刘长

全说，婴幼儿配方乳粉是很大一部分婴幼儿的基本口粮，是刚性需求。中国乳制品工业协会有关负责人表示，目前，我国婴幼儿配方乳粉行业的法规标准逐步完善，加工技术装备达到国际水平，产品质量安全保障水平稳步提高。同时，国产乳粉在生产体系管理和核心技术创新方面与世界乳业发达国家相比还存在一定差距。从产品数量上看，尽管国产乳粉仍然是我国市场供应的主体，但随着进口产品不断渗透，中外品牌的竞争已扩展到中小城市。因而，为提高国产乳粉行业的竞争力，有关部门出台了《行动方案》。

在刘全长看来，有两个方面影响奶业振兴。一方面是成本竞争力不足。中国原料奶收购价格比新西兰、美国高出近50%，如果与进口原料奶折原料状态奶后的进口到岸价格相比，中国原料奶收购价格高出40%多，生产成本高出30%多。另一方面是消费信心不足。据商务部监测数据，国外品牌婴幼儿配方奶粉价格比国内品牌高了近25%。在国家奶业产业技术体系监测的超市，国外品牌国内生产的婴幼儿配方奶粉均价约为每公斤200元，国外品牌进口产品的

均价则可能超过400元。刘全长分析，进口产品成本更低却价格更高反映出部分消费者对国产乳粉缺乏信心，因此出现了此前的奶粉海淘与海外代购现象。2018年，我国奶源自给率为65%左右，婴幼儿配方乳粉的自给率则更低，今后实现自给率稳定在60%以上也并非易事。在消费者对质量高度敏感、对进口产品依然存在偏好的情况下，自给率目标的实现只能建立在品质提升与消费者信心提升的基础上。因此，在《行动方案》提出的品质提升、产业升级、品牌培育三个行动中，品质提升是基础。

### 重奶源：奶牛规模化养殖率达96%

尽管乳品中的三聚氰胺早已消失，但消费者心里的三聚氰胺并没有完全退出。乳粉提升行动的重要方面是抓好乳粉的奶源质量。近年来，国家在奶源质量建设方面做了很多工作，原料奶质量安全得到了大幅提升，助推婴幼儿配方奶粉的品质提升。为促进产业升级，《行动方案》提出，促进婴幼儿配方乳粉奶源基地实行专

业化、规模化、智能化生产，推行良好农业规范，引导中小规模养殖场以托管或入股等方式，将奶牛集中到专业化饲养企业、合作社养殖，提高原料奶质量。

农业农村部数据显示，我国婴幼儿配方奶粉的奶源基地主要分布在黑龙江、河北、陕西、辽宁等北方黄金奶源带。目前，全国正规经营的婴幼儿配方奶粉奶源奶站345个，奶牛存栏37.4万头，奶山羊存栏4.7万只。在政策推动和市场带动下，其奶源基地的养殖规模化、标准化水平大幅提升。2018年，婴幼儿配方奶粉奶源基地的奶牛规模化养殖比重达96%，且全国平均水平高35个百分点，且全部实现机械化挤奶。乳粉奶源质量安全水平明显提升，质量安全指标优良，乳蛋白、乳脂肪、酪蛋白、体细胞数等指标达到发达国家水平。

农业农村部奶业质量监督检测中心主任、中国农科院奶业创新团队负责人王加启认为，2008年以后，我国奶业从饲料养殖各环节全面抓实安全监管体系。2014年，国产乳粉行业向品质发展期升级。瞄准原料的鲜活本地化，国内乳粉企业制定了相关标准体系。当前，国产乳粉

已经具备强势崛起的基础，挖掘更新鲜更优质的技术条件已经成熟。

### 强监管：追溯体系将覆盖六成企业

好奶粉生产出来的，也是管出来的。2016年10月，《婴幼儿配方奶粉产品配方注册管理办法》正式开始实施，规定每个企业原则上不得超过3个配方系列9种产品配方。这扭转了行业存在的配方过多、过滥、配方制定随意、更换频繁等问题，消除了与之相关的潜在质量安全风险。据估算，奶粉新政实施以来，七成以上的品牌因配方数量限制进行缩减、贴牌、代工和假洋奶粉则被淘汰出局。

国家不断完善奶业质量监管体系，各地市场监管部门也在强监管。在江西省严查某家乐超市，柜台上架放着飞鹤、君乐宝、贝因美等品牌奶粉。泸溪县市场监管管理局党组书记刘慧介绍，当地从市场准入和日常监管两方面发力，严把市场准入关，对经营婴幼儿奶粉的经营者加强监管，严查无证经营婴幼儿奶粉的行为，加强日常监管力度，一方面查来源，督促经营者完

善进货台账、索证索票；另一方面开展专项检查，对婴幼儿奶粉中存在的标签不当标注和广告不当宣传问题进行查处。

黑龙江飞鹤乳业是国产婴幼儿奶粉的代表性企业。公司董事长冷友斌介绍，婴幼儿配方奶粉的生产工艺在所有乳品生产中是最复杂的，也是对原料、流程、工艺等要求最严格的。因此，婴幼儿配方奶粉企业必须实施良好的生产规范。飞鹤成立了行业首家乳品工程院士工作站，对婴幼儿配方奶粉的母乳化配方进行重点研究，加快突破婴幼儿奶粉领域关键技术，如乳铁蛋白的生产研发、乳原蛋白的生产供应，逐渐实现婴幼儿奶粉原料的自主掌控。

《方案》要求，逐步建立全国统一的婴幼儿配方乳粉质量安全追溯平台，3年内实现质量安全追溯体系企业覆盖60%以上婴幼儿配方乳粉企业。专家认为，推动企业全面按照统一标准对现有质量安全追溯系统进行改造，并与国家平台对接。未来要加快推进婴幼儿奶粉质量安全追溯体系建设，打造全产业链的质量监管和追溯体系。

据《经济日报》

## 千亿处方外流 药企联手抢占院外市场

近日，百洋医药集团牵头，包括武田制药、西安杨森、罗氏、拜耳、礼来、默沙东、安斯泰来、杰特贝林、三生制药等29家全球知名的主流医药工业企业联合宣布，启动“千亿处方外流零售平台”。

对此，业内人士表示，众多药企联手启动处方药零售平台的原因，一方面从“医改”启动以来，“医药分开”是重中之重，破除医院对药品的垄断，处方外流空间有超千亿元；另一方面，药品“高溢价”时代即将过去，慢慢失去院外市场的药品需要销售平台，寻找销售增长点。

### 处方外流大势所趋

处方外流顾名思义是医院允许患者持有处方，到院外买药，即将医院处方承担的药品供给，流转至零售药店、基层医疗机构等院外市场，实现医药分离。

自2000年开始，国务院医改办出台的《关于城镇医药卫生体制改革指导意见》首次指出，医药要“分开核算、分别管理、统一收支、合理返还”。此后管理上“破除以药养医机制”“被反反复复”、控制药占比、参加处方外流等政策层层递进。2017年，处方外流空间有超千亿元；另一方面，医保控费、公立医院药品加成、药占比限制等政策成为处方外流的重要驱动力。

兴业研究分析师周奕表示，随着我国人口老龄化加深和“三医联动”

医改推进，医药分开逐渐落地，处方外流成为大势所趋。处方外流的主要目的是限制医院对药品的垄断，形成药品市场化竞争机制，打击药品带金销售弊端，破除以药养医模式，提升医疗服务的核心价值。

据统计，2018年我国三大终端药品销售额为17131亿元，其中公立医院药品销售高达11546亿元，占比达67.4%，占比持续下降；零售药店及基层医疗机构药品销售额分别为3919亿元和1671亿元，仅分别占比22.9%和9.7%，公立医院是药品销售的核心渠道。另从处方药市场看，2017年城市实体药店用药中约有48%的药品为处方药(不含双药)，据此推算，公立医院占据了处方药约80%的市场份额。

“但医院对药品的垄断不利于药品市场化，消耗了打击医保资源。”周奕认为，本轮医改的重要任务就是进行医保控费，促进医药分开，破除以药养医。在这一政策目标下，药品加成、控制药占比、带量采购等重磅政策陆续出台，斩断医院与药品之间的利益关系，推动医药分开，促进处方外流。理论上医院门诊药费多数药品都是处方外流(如注射剂等)，考虑到部分药品无法流出(如止咳药)，业内预测近年处方外流空间也有超千

亿元。的确，医院价值回归带来院外处方药销售市场。根据市场研究机构预测，2020年我国处方药市场总规模可达18900亿元，医院处方药流出量约占总处方药量的1/5左右，我国处方外流市场将接近4000亿元，而其中处方药零售市场的销量将超过1500亿元。

### 政策推动落地加速

近日，山西省药监局发布《关于在药品零售企业开展电子处方服务试点工作》(征求意见稿)被认为是山西省处方外流放开的前奏。而在这之前，北京、福建、海南、广东、甘肃、广西、四川、辽宁等地已宣布开放处方药。

“带量采购推广也将加速处方外流。”周奕认为，虽然药品零差价、控制药占比等政策推行促进医药分开，但由于以前药品模式存在，医院仍然通过“二次议价”的方式获取药品利益，导致处方外流难以落地。带量采购模式推行后，通过对药品招标采购、挤压仿制药利润，从而消除“二次议价”空间。新的招标采购体系下，药品营销传统的代理商、医药代表模式遭受重创，处方药进院价格将大幅下降。除了大量的药企成本摊额外，部分药企在综合考虑政策、成本、收益的基础上，也可能选择主动弃标、流标及弃

标处方药品种转向拓展院外市场，这将显著加速处方外流。

另外，禁止药房托管也将促进处方外流。2018年11月，卫健委、国家药监局联合下发《关于加快药学服务高质量发展的意见》，要求“坚持公立医疗机构的公益性，公立医疗机构不得承包、出租药房，不得向营利性企业托管药房”。从国家层面叫停药房托管。药房托管被禁止意味着医院将直面药品零加成的压力，作为成本部门的医药药房将逐步社会化，也将显著促进处方外流在此背景下，众多知名药企也将视线投向零售药店，拜耳、默沙东、罗氏等跨国药企都加大了零售药店的投入，默沙东甚至成立了专门的零售药店投入团队。

事实上，不少工业企业是在慢病的药物治疗上，拥有多个品种，它们不只要和其他企业竞争这一个席位，在内部也要挑选合适的品种进入医院。同时，“落选”的品种将流向医院附近的DTP药店。

### 主流药企“结盟”跑步进场

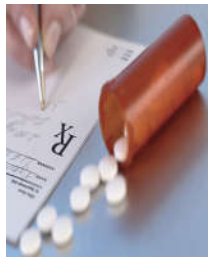
日前，在2019年中国医药零售行业大会上，中国医药商业协会支持、百洋医药集团牵头，29家全球知名的主流医药工业企业共同启动“千亿处方外流零售平台”。平台意在发挥药企处方药品类综合能力与高效协同能力，提升全品类、全品类、全品类的患者可及性与终端药事服务，抢占

零售市场增量。

对此，业内人士透露，中国是全球第二大医药市场，医保控费、一致性评价、两票制、4+7带量采购等一系列医改新政密集出台，给行业发展带来了深远影响。一方面公立医院取消药品加成，药品由医院的收入项变为成本项，公立医院经营药品动力下降。另一方面带量采购等招采政策出台后，药企品种进院的利润空间大幅下降，需要寻求新的院外市场以量补价。

大部分跨国药企在中国的增长主要是创新和原研药，一系列政策变化拉大了原研药和仿制药的价差。武田制药大中国区副总裁袁瑜认为，“慢慢失去医院市场的药品品牌需要有创新经营策略，零售渠道很可能成为原研药产品继续保留产品价值的方式之一。两证合一、简化流程，医保定点资质放开，医保结算试点放开，处方外流都将长期利好零售市场的销售增长。”

西安杨森渠道与商务管理部高级总监侯杰表示，“传统医院渠道模式下，面临着医院进药难、医生开药难、患者买药难等三大难点，而在政策扶持和国家鼓励下，由于定点药店购药可报销，门店更易触达患者，零售渠道拥有巨大的竞争优势。通过创新增值服务，助力患者全病程管理。”中国医药商业协会副会长、百洋



医药集团董事长付钢表示，面对政策和市场带来的挑战和机遇，药企获取优质渠道和营销资源迫在眉睫。无论是零售药店还是医药工业企业，都应该放眼全行业，建立好医院、药店、药企可持续发展的协同关系，建立专业分工是提升行业效率和水平的必由之路。

付钢表示，“不能适应新时代市场规则，不能与医院建立稳定连接的零售企业只能在市场中挣扎。百洋是一个商业化的平台，深入研究链接各方医疗机构、零售企业和工业企业，帮助药企先进的医药产品和医疗技术通过优秀的零售渠道进入应用场景。”

据《经济参考报》