

轻工特色区域

毛笔专业级团体标准研讨会在浙江湖州召开

协同开创文房四宝标准化工作新局面



本报讯(记者 贾海文)7月28日,中国文房四宝毛笔专业级团体标准研讨会在浙江湖州召开。中国文房四宝协会理事长陈建国在致辞中表示:为贯彻落实《国家标准发展纲要》行动计划精神,会议要聚焦毛笔专业级团体标准制定的指导原则、主

要内容、核心指标、适用范围等关键问题,深入交流研讨,统一思想,形成共识,为组织制定毛笔专业级团体标准,加快形成文房四宝行业标准化体系,推动行业构建新发展格局,实现高质量发展奠定坚实基础。

陈建国就推进毛笔专业级团体

制定提出三点建议:

一要坚持新发展理念,加快构建专业级团体标准体系。标准是文房四宝行业发展的基础支撑,抓好标准的制定工作,对规范文房四宝市场秩序,维护消费者权益,推动行业又好又快发展具有重要意义。二是突出重点,确保专业级团体标准编制质量。毛笔专业级团体标准具有特殊性、特定性、特质性,如何找到编制过程中的最大公约数,做到求大同存小异,协调解决毛笔专业级团标的适应性,必须寻求破解之策。三是要强化领导,推动专业级团体标准如期完成。尽快组建毛笔专业级团标起草工作专家组,提出工作目标,明确工作重点,限定时间节点,并开展起草标准框架草案。从不同层面、不同角度、不同地域,集思广益,快速推进团标编制工作。

最后,陈建国希望与会各位专家共同努力,积极提出意见和建议,做

到思想同心、目标同向、行动同步、事业同干、精诚团结,为协同开创文房四宝标准化工作的新局面而不懈奋斗。

中国文房四宝协会副理事长兼秘书长米军在会议上指出以现行国标为基本依据,提取部分核心指标要适当高于国标参数。在以专业用书画产品为定位,以服务于专业书画群体为目标,为企业生产高端产品提供可行性依据等方面提出对制定毛笔专业级团体标准的总体设想、编制目的、编制基本思路及编制阶段方案。

与会各位专家就个性化定制产品在专业级标准中如何确定标准参数、毛笔的核心品质“尖齐圆健”如何衡量才能符合专业群体的要求、传统工艺工序如何在标准中得到体现、专业级产品的下限应在怎样的高度、专业级产品的售后服务应该包括哪些方面等问题进行了热烈而有效的讨论。

地方动态



□ 本报实习记者 闫利文/摄

生蚝、花蛤、蛏子、扇贝、海螺、鲍鱼、黄蚬子、白蚬子……近日,在辽宁大连庄河的海产品加工车间里,一批批刚出海的产品正被工人马不停蹄地清洗、分拣、打包,通过冷链运往全国27个城市的300多家盒马门店。众多海产品中,最先向全国运输探路的是“生蚝”。5月31日,全国首家“海上盒马村”在大连庄河立牌。从4月初开始,盒马以订单农业方式,从庄河市下单,每天4万斤生蚝的订单量,为养殖户及时缓解压力,帮助当地海产品品牌化成长。这些产自水产养殖黄金纬度——北纬39度的生蚝正“游向”全国各地消费者的餐桌。

育种“破限” 三倍体品种解决“蚝荒季”

消费者对“肉肥体壮”的生蚝情有独钟,这些生蚝是如何养殖培育的呢?

据了解,每年5月到10月是通常意义上的“蚝荒季”,由于我国很多地区的生蚝是雌雄同体(二倍体),每年这个时间段生蚝都处于产卵期,这时候较瘦,市场效益不佳。想要解决这一问题,育苗则是关键。

“在育苗环节上,我们联合全国34所大学和16家科研院所,成立海洋研究院,共同在苗种的优良选育上下功夫。”大连玉洋集团董事长、“海上盒马村”负责人于志洋介绍,“海上盒马村”建立了系统的研发团队和育苗机制。现在的三倍体品种生蚝是使用四倍体和二倍体的生蚝杂交培育出来的,属于雄性,不具备繁殖功能,只能一直生长,个头大、生长快,可比二倍体增产30%—100%,打破了以往的季节常规。“我们下一步也将在海参、扇贝、海螺种苗的研发上下大功夫,和全国的水产院校合作,培育出更好的一代苗种。”于志洋说。

除了育种,北纬39度的地理位置,也为生蚝“肉肥体壮”创造了条件。据介绍,北纬39度海域相比其他海域温度、盐度都更低,比如其他海域盐度在30%左右,这里盐度在26%—28%之间,是生蚝养殖的绝佳“舒适区”。生蚝贝类养殖时间达到18个月,肉质口感特别好。

7月27日,在捕捞船上,工作人员打开一吊生蚝养殖笼,随便拿出一只生蚝重量都超过半斤,撬开一只生蚝,肉质肥美、鲜嫩饱满。玉洋集团副总经理王迎春边吃生蚝边介绍说:“在海上吃生蚝,是不需要像饭店里那样蘸着柠檬、芥末食用的,生蚝本身就很好吃。”

物流“抢鲜” 今天在海里 明天到锅里

刚刚出海的海产品新鲜度不言而喻,但在盛夏时节,海鲜要被运往全国各地并不容易。比如生蚝,生长温度约为20摄氏度,一旦出海,就要面临30多摄氏度的高温,运到数千公里外,怎么保证鲜活?

上海惠号供应链公司负责人余凯峰介绍,3个月内,“海上盒马村”专门在全国建了18个销地仓,在这些“保鲜中转站”有多种冷链、冷藏设备,还可以做二次分拣、加工,把状态不佳的海鲜清除出去,最后经由18个销地仓就近进入盒马门店。

为了“抢鲜”,物流环节里,海、陆、空齐上阵。海上捕捞时段多集中于夜里10点至凌晨2点,为初次分拣和运输空出黄金期。陆运时则先将海鲜装入0摄氏度恒温箱,生蚝等贝类产品可以进入休眠期,保障鲜度不受损失。0摄氏度的全程冷链车也为生蚝运输加一层保险,车内安装了GPS定位系统,可以实时掌握温度变化。成都、重庆、昆明、贵阳、广州、深圳等城市,则全部采用空运。“海鲜从大连出海之后,到达近地,当天就可以进入盒马店;超过1000公里的远途,可以做到次日达,基本上能实现生蚝‘今天在海里,明天到锅里’。”余凯峰说。

订单“保险” 稳定供应关系 助力乡村振兴

质量大的海产品加上速度飞快的运输链,为消费者带来美味的同时也为当地养殖户带来收益,推动当地产业结构转型,助力乡村振兴。

“盒马村”是指根据盒马订单,产销之间形成稳定的供应关系,推动农产品标准化、精细化、品牌化改造,发展数字农业的村庄。盒马水产采购经理邵威表示,“海上盒马村”建成后,众多海产品开始出海远行。截至目前,出自于“海上盒马村”的8种海产品,平均每天供应盒马全国门店接近7万斤。未来,双方合作能更稳健、长期,更多品类海产品可直达全国盒马门店,希望通过与上游企业合作,优化供应链,减少中间环节,带动当地的产品形成品牌化。

于志洋在谈到订单农业时说:“盒马保证每天至少4万斤订单,不但打通了销售渠道,而且有盒马给的农业订单,我们养生蚝更放心,不愁销路了。”

据介绍,目前,“海上盒马村”上下游产业链惠及2000多养殖户,户均1年增收10万元。依生蚝而生的“打工”,也在“海上盒马村”的订单农业下,解决了“砍完上顿没下顿”的难题,保障了每个月4000元—6000元的收入。

此外,在保障海产品质量安全上,每一个端上消费者餐桌的产品都要经过层层检验把关。余凯峰说:“每天晚上货物到达上海后,我们会进行每一批次的日检,检测报告出得快。针对玉洋集团的这片海域,我们也会出国检的CMA报告,每三个月做一次。以生蚝为例,玉洋集团收生蚝时,首先要检查生蚝的肥度;其次,生蚝在运输到每个销地仓时会进行检测,这批次某个卫生指标等项目就检测出来了,能够保障产品上架前的绝对安全。”



订单农业助力大连庄河海鲜「游」向全国

共谋发展大计 推动产业再上新台阶

福建莆田工艺美术协会第四届一次会员代表大会召开

本报讯(记者 贾海文)7月28日,福建省莆田市工艺美术千亿元产业发展大会、莆田市工艺美术协会第四届一次会员代表大会、莆田市工艺美术学会暨第一届一次会员大会召开。莆田市相关领导,福建省工艺美术协会负责人及莆田市工艺美术协会、学会会员代表近400人出席会议。

大会凝聚了各方智慧力量,共谋发展大计,共画未来蓝图,全力推动工艺美术产业再上新台阶。莆田市工艺美术协会第四届一次会员代表大会会议回顾了第三届理事会

工作情况,并选举产生第四届理事会。大会宣读了换届批复文件,先后审议通过了第三届理事会工作报告、财务报告,会议表决通过大会选举办法(草案),大会监票人、计票人,协会章程(修改草案)说明,会费收取标准和使用管理办法说明,采用现场举手表决方式选举产生监事会成员。在第四届理事会一次会议上,分别选举王加林为莆田工艺美术协会会长,王文杰等59人为副会长,林国水为常务副秘书长,王尖英等3人为副秘书长,其中王尖英为协会法人代表。

会上,授予七位中国工艺美术大

师莆田市工艺美术协会第四届理事会荣誉会长称号,颁发“荣誉会长”牌匾,并为新当选的莆田市工艺美术协会会长郑祖杰、莆田市工艺美术协会会长王加林授牌。

莆田工艺美术协会相关负责人表示,协会将紧紧围绕莆田市“俯下身抓产业,一心一意谋发展”的要求,全力推动工艺



美术产业发展再上新台阶,为奋力答好谱写“福建篇章”莆田答卷贡献大力量。

牧场优势明显 优质奶源加持

新疆乳企迎来“疆奶出疆”机遇期

一面是被消费者津津乐道的口感,一面是“似在天边”的存在感,新疆奶这一过去长时间游离于主流乳制品市场之外的地方牛奶,如今火爆异常,备受关注。依托独特的产区优势,面对不减的消费热情,新疆奶应该以怎样的姿态面对消费者?对于几十年“闭门”发展的新疆乳企而言,面对“疆奶出疆”的历史机遇,又该如何选择接下来的发展道路?

新疆奶需要被重新认识

过往偏居一隅的新疆奶到底靠不靠得住?回答这一问题,还得从新疆奶业的发展历史说起。

新疆具有得天独厚的自然资源优势和悠久的奶牛养殖历史,是我国传统奶业主产区。长期关注和研究我国乳业产业发展的中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建表示,天山北坡位于世界“黄金奶源带”,是国际公认的优质奶牛饲养带。这种独特的资源禀赋优势为新疆乳业的发展及核心竞争力的构建奠定了良好的基础。

在国家公众营养改善项目办公室原秘书长王伟看来,如今的消费者十分在意乳制品的风味,对于产自新疆的牛奶会有一种主观认同感,就像消费者更乐于接受产自内蒙古的羊

奶。新疆维吾尔自治区奶业协会副秘书长邵伟在接受媒体采访时曾表示,新疆奶的出圈,并不仅仅是国货情感和利好因素的产物。依托新疆优质的牧场环境,新疆奶确实在奶香、口感方面有过人之处,走红确有先天优势。

新疆奶有着一定数量的消费人群。数据显示,新疆地处天然优质牧

场,当地人具备长期稳定的乳制品饮用习惯。新疆居民家庭人均奶类消费量达21.07千克,列全国第三,仅次于内蒙古和北京。此前,受困于地广人稀、运输成本高等因素,新疆的乳制品市场形成了高度本地化的格局。经过多年发展,如今新疆乳制品市场形成了天润乳业占据主导地位,西域春、西部牧业等多个品牌割据发展的格局。

除了一定的市场规模,新疆乳业的整体质量发展水平也需要被正视。张永建介绍称,奶产业包括养殖、挤奶、储运、加工等关键环节,具有较长的产业链,而每一个环节的质量决定了最终产品的质量。近几年,新疆不断加强监督检查,强化生鲜乳质量安全监管,目前已初步建立了区、地、县、乡四级生鲜乳质量安全监管检测网络,实现了全区所有生鲜乳收购站、运输车监管全覆盖以及国家公布的违禁添加物检测全覆盖。

尽管新疆奶口碑逐渐打响,但仍有不少方面需要完善。新疆的自然生态对于乳企来说是先天优势,想要打好这副牌,还必须练好内功,强品质重创新。另外,新疆奶出名了,但品牌叫得响的新疆乳企屈指可数,新疆还未培育形成全国知名的乳业品牌,与国内一线品牌和国外品牌相比,新疆乳品品牌效应尚低。

优质牧场是新疆奶的核心价值

近年来,各家乳企对于奶源的争夺可以称得上是白热化。包括伊利、蒙牛、新希望乳业等乳企纷纷以收购或入股方式加强对上游原奶供应链的把控力度,目的在于获得优质奶源的同时控制成本。

新疆尽管坐拥我国第二大牧区,且奶牛存栏数量长期位居全国第二,但《新疆奶业振兴行动方案(2019—2025年)》依然提出了要提质增效强基础,实施奶牛布局优化行动,支持规模奶牛场扩群扩群,提高奶源自给率等一系列涉及奶源建设的要求。可见,即便是坐拥牧区优势,但打造优质牧场、自建可控奶源,依然是新疆乳业未来一段时间的重要发力点。

以天山为界,新疆被分为北疆和南疆。来自大西洋、地中海的暖湿气流被阻隔在天山以北,使得相比同纬度的其他奶区,北疆更利于牧草种植。作为新疆乳业龙头企业,扎根于此的天润乳业确立了“围绕市场建工厂、围绕工厂建牧场”的产业协同发展战略。公司充分挖掘天山北坡黄金奶源带优势,在天山南北布局了天润乳业、沙湾天润、天润烽火台、天润北亭等8家奶牛养殖企业。同时,从精准饲喂、狠抓繁育、技术改造等方面多管齐下,打造高品质原料奶生产保供基地。目前,天润乳业共拥有分布在新疆昌吉、阿克苏、奎屯、沙湾、西山农场等规模化牧场18个,奶牛养殖规模达到4.6万头,自主奶源占比接近70%。

王伟指出,影响乳品品质的因素非常多,如果新疆的奶牛部分或大多采用室外采食饲养,则会对乳品营养和风味品质产生有利影响。

在社交网络中,有关新疆奶的点评多达几十万条,其中酸奶、奶啤等天润乳业推出的系列产品备受消费者青睐。这背后,依靠的是天润乳业所拥有的高标准牧场,精选进口荷斯坦奶牛,采用自然草饲方式,在为消费者带来更优质安心牛奶的同时,也赋予

其产品独特的新疆奶风味。

“疆奶出疆”要学会优势转换

近几年,新疆奶在以年轻人为主体的社交平台上的热度明显变高。媒体报道显示,2021年前三季度,天猫超市上新疆奶销售同比增长近200%。可以说,依靠互联网销售与物流升级,新疆奶已经具备了“走出去”的初步基础。

《新疆奶业振兴行动方案(2019—2025年)》提出,要加快培育“疆字号”乳品品牌,以新疆以外的市场作为消费主要增长点,鼓励企业积极拓展市场。

作为出疆发展的代表,今年6月,天润乳业布局疆外市场有了实质性进展,天润乳业乳制品加工项目在山东德州落地。这是天润乳业向疆外市场迈出的第一步,对于扩大产业链条、壮大产业规模、建立双循环市场、实现高质量发展都有重大意义。

对于新疆乳企而言,走出新疆将是企业发展到一定时期的必然选择。数据显示,2021年,新疆注册备案的乳品生产企业实现销售收入81.56亿元,同比增长13.58%;乳制品疆外销售量22.44万吨,同比增长32%。

从目前看,新疆乳企仅有天润乳业等少数品牌走出新疆,且主要以点对点方式在部分大中城市销售,覆盖面较窄。从区域市场迈向全国市场是新疆乳业升级所要面对的艰巨挑战。对此,张永建建议,新疆乳企谋划出疆要将资源禀赋形成的产区优势,向产品优势、产业优势和市场优势转变,同时,还需要加快推进“疆字号”乳品品牌的培育和推广。

(中国食品报)