

轻饮食、低糖饮食、天然无添加正成为行业新风尚

零食健康化转型显著

性,健康零食契合新的消费需求。

要健康更要“好吃”

业内人士介绍,所谓健康化零食,是在遵循成分加减法则的基础上,进一步聚焦原料、工艺技术及功能细分。要成为“健康零食”,首先要满足“一加一减”:在高蛋白、高纤维方向做加法,在糖、脂肪等方向做减法。同时,在原料上多使用燕麦、巴西莓、甜菜根、姜黄、青裸、奇亚籽、藜麦等作物,在工艺上多采用低温烘焙、冻干、非油炸、低温脱水等技术,并通过加入维生素、锌、硒、益生菌等元素来增加零食的功能性。

“蛋白质能给人体提供必要的营养与能量,膳食纤维在到达肠胃后具有吸水膨胀的特性,可以增强人体的饱腹感。通过食用蛋白棒类产品,及时补充人体对上述营养素的需要,实现能量补给。”ffit8品牌创始人兼首席执行官张光明说,“以ffit8的蛋白棒为例,我们在确保产品本身高纤维、高蛋白的前提下,特别采用了小分子高吸收率的蛋白技术,来促进人体对蛋白质的高吸收,从而达到营养又饱腹的目的。”

此外,作为深耕食品饮料行业的国产老品牌,娃哈哈在2010年就开始研制健康食品,为消费者提供更多选择。“消费者从最开始的口味需求,到如今的健康追求,他们逐渐注意到自身的亚健康问题,因此更偏好低糖、无糖的饮品。”娃哈哈有关负责人说。目前娃哈哈不仅持续研创新的健康饮品,还对营养快线、非常可乐等畅销饮品开展低糖化、无糖化升

级,累计推出超过40款低糖或无糖产品,受到消费者的欢迎。

要想在激烈的市场竞争中突出重围,国产健康零食除了关注到食品本身的营养价值和健康功能之外,还要尽可能满足消费者的味蕾,做到健康美味两不误。记者在社交平台检索“美味”“健康食品”等关键词发现,在网络上正在流行一种“农科院美食”系列产品。据了解,“农科院美食”指的是由高校农业机构研发的健康类食品,这些食品注重减少添加剂,还尽可能保证了食物的美味。其中,一款名为“西大魔芋”的产品受到消费者一致好评。该品牌董事长汤玉兰在介绍“西大魔芋”时说,“我们的产品定位,就是按照消费者需求,为魔芋零食赋予多样的种类和口味。”

技术创新和自主研发成为破局关键

在日趋激烈的健康食品市场竞争中,国产品牌应当如何促进自身的可持续发展?如何让产品“健康又好吃”?如何赢得市场和消费者的认可?技术创新和自主研发成为破局的关键。

对于ffit8而言,“自主研发”深深烙在品牌基因之中。张光明对公司的科研创新如数家珍:“ffit8开设了专门的蛋白质创新实验室,拥有多项国家发明专利,如全新一代的小分子高吸收率蛋白技术和双重燕麦蛋白科技等,获得过国家级科技创新奖。我们致力于促进科技创新和中式食物价值观的有机融合,努力通过科技让食物更健康、配料表更清洁,为勤奋而忙碌的中国人提供一种兼顾健康和生活质量的饮食方式。”

(宗文)

疗传统理论和生物工程、现代提取等技术相结合,重点开展了益生菌菌株选育及其产业化与应用研究等工作。

娃哈哈方面介绍,经过近10年努力,在功能益生菌领域,娃哈哈成功研发了10余种具有完全自主知识产权的益生菌菌种,建立了拥有超过4500株菌株的菌种资源库,有效打破了依赖“洋菌种”的桎梏,也让公司能够在益生菌领域大展拳脚。

“依托西南大学,加大产学研用融合开发和投入,是我们的核心抓手。”据汤玉兰介绍,从1979年开始,西南农业大学(西南大学前身)的刘佩瑛教授推动成立了国内最早的魔芋研发团队,专门从事魔芋的各类学术研究和实践。之后,刘佩瑛的学生,现西南大学魔芋研究中心主任张盛林教授跟着导师的步伐,对魔芋品种作了一步深入研究,相关科技成果频出。现今,西大魔芋背靠西南大学魔芋研究中心,力图将前沿的高校科研成果应用于健康食品的生产。

对于ffit8而言,“自主研发”深深烙在品牌基因之中。张光明对公司的科研创新如数家珍:“ffit8开设了专门的蛋白质创新实验室,拥有多项国家发明专利,如全新一代的小分子高吸收率蛋白技术和双重燕麦蛋白科技等,获得过国家级科技创新奖。我们致力于促进科技创新和中式食物价值观的有机融合,努力通过科技让食物更健康、配料表更清洁,为勤奋而忙碌的中国人提供一种兼顾健康和生活质量的饮食方式。”

(宗文)

甘肃兰州中川国际机场单日旅客吞吐量重回2万人次

本报讯 (记者 刘胜利 □ 魏平)日前,记者从甘肃兰州中川国际机场获悉,12月14日,兰州中川国际机场进出港航班超210架次,时隔72天后单日旅客吞吐量重回2万人次,环比上周日均旅客人数增长170%。

兰州中川国际机场为满足快速回暖的市场需求,充分发挥“国内乘机进疆第一通道”优势,协调东航、春秋航、长龙航、乌鲁木齐航等多家

航空公司,陆续恢复兰州至乌鲁木齐(日均7班)、喀什(日均4班)、伊宁、阿克苏、库尔勒、和田、阿勒泰、哈密、石河子等多个航点。

据携程、去哪儿等OTA平台销售数据显示,近期新疆航线价格普遍在2—4折左右。预计,随着元旦与春节临近,国内旅游业将迎来强劲复苏,旅客出行意愿回升将为进一步激活航空市场容量,加速航空市场回暖。

小草莓成为“大网红”

西安高新区持续推进乡村振兴

本报讯 (记者 樊春勤 □ 李晓迎 张静攀)12月14日,西安高新区灵沼街道举行“草莓宣传推介”活动。此次活动,旨在不断拓宽农产品销路助农增收,加大力度持续推进乡村振兴,将当地特色农产品——灵沼草莓,打造成“网红”产品。

活动现场,陕西省地理标志产业协会及相关农业科技特派员,为灵沼街道开展科技助农服务,实现服务环节全链条贯穿式对接。针对现阶段疫情影响以及产销同步发展等问题,高新区科技局组织科技特派员进行现场直播活动,将多种营销渠道整合应用,利用农村科技特派员的技术优势,从专业技术角度与市场需求角度对产品进行介绍,以此带动产品宣传销售,让小草莓成为“大网红”,拓宽销路的同时带动农民增收致富。

西安高新区科技创新局相关负责人表示,要继续探索农村科技特派员精细化管理机制,引导农村科技特派员将服务环节从产前、产中延伸至产后,实现产销对接、全链条覆盖,打造“农村科技特派员+电商”新模式,实施“互联

网+农村科技特派员”工作机制,探索科技成果入乡转化的新路径、新模式。

据介绍,灵沼街道地处关中平原南部,水质优良、气候适宜、土壤肥沃,是专家公认的反季节草莓优生区。近年来,灵沼街道从日本引进了红颜、章姬、丰香、隋珠等多个优质草莓品种,在包括9名高级职业农民的专业化种植队伍的科学管理经营下,向市场提供了大量质优、味美的草莓产品。

据了解,目前灵沼街道设施草莓种植面积共1500亩,年产量210万斤,与设施蔬菜种植产业一并成为当地农业支柱产业,解决了辖区5500余群众的就业问题,带动种植户人均年收入突破3万元。

活动现场,哲哲家庭农场、南沣公司、慧东合作社等草莓种植企业,获颁全国特质农产品证书。灵沼街道相关负责人表示,

本次宣传活动为灵沼街道的草莓打开了销量和市场,同时也加深了广大群众对科技特派员的认识,树立起科技特派员“带货”的知名度,进一步促成了科技成果转化和优势特色产业开发和升级。

市场

黑龙江省消协发布湿巾比较试验结果

60款样品均符合标准

湿巾因具有温和、便捷、洁净的属性,已逐渐成为消费者日常生活的必需品。近日,黑龙江省消费者协会对市场上销售的湿巾类产品进行了比较试验。结果显示,60款湿巾的pH值、微生物指标等安全性指标均符合国家标准。

据介绍,目前市面上湿巾产品按照功能细分为多种,一般分为人体用湿巾和物体用湿巾两大类,本次比较试验主要对人体用湿巾进行了比较检测。此次比较试验的60款样品由黑龙江省消费者协会工作人员以普通消费者的的身份随机购买,其中在哈尔滨市辖区内的商场、超市和药店等线下渠道购买样品12款,在唯品会、天猫商城和京东商城等线上渠道购买样品48款。购买单价从0.06元/片至1.99元/片不等。

本次比较试验对湿巾本身的pH值、微生物(大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、绿脓杆菌、溶血性链球菌、细菌菌落总数、真菌菌落总数)、可迁移性荧光增白剂、含液量和密封性进行检测。

在pH值方面,人体皮肤一般呈弱酸性,这个酸碱度可以很好地抵御外来细菌的入侵,但如果酸碱均衡被打破的话,将会削弱皮肤壁垒、滋生细菌,甚至引起感染发炎。因此,湿巾pH值与肌肤所需值越接近,刺激性越小。标准规定用于手、皮肤、黏膜的湿

巾挤出液pH值应在3.5—8.5之间,检测结果显示,本次比较试验60款样品pH值均在上述标准规定范围内。本次取标准规定的pH值中间值6.0为适中,共4款产品pH值最接近。在微生物方面,湿巾中含有液体,是微生物繁殖的理想环境,如具备合适的酸碱环境、温度、水及营养等就容易滋生细菌。本次比较试验60款样品微生物指标均在明示标准范围内。可迁移性荧光增白剂是一种复合有机化合物,含有此类荧光剂的产品如果与人体皮肤接触,有可能进入人体且不容易被分解,且毒性会累积在肝脏或其他重要器官,成为致病因素。本次比较试验60款样品均未检出可迁移性荧光增白剂。

黑龙江省消协提醒消费者,购买湿巾要注意:选择正规厂家产品。查看是否标注了产品名称、商标、标准编号、主要成分、生产日期和保质期、产品合格标识、使用说明及注意事项等内容,标识信息不全或模糊不清的湿巾不要购买。

同时,消费者使用湿巾前要闻一闻,检查是否有令人不适的气味。优质湿巾香味柔和,没有刺激性气味,劣质湿巾往往会有明显的刺激性气味。如需使用湿巾擦拭脸部、眼睛及黏膜处等,应注意查看湿巾使用建议中的可擦拭部位,按照说明使用,以免出现红肿、刺痛、疼痛等现象。

(左文)

福田汽车依托新生态、新能源持续为用户提供优质产品与服务



2022年,全球商用车市场驶入新赛道,传统的商用车业态界限被打破,行业迎来新的升级。福田汽车在“双碳”战略目标及行业变革的推动下,以“科技引领,发力混动、新能源领域,拓展硬派皮卡新赛道,共建新生态,拥抱新能源”的全球视角,不断推出新产品。

在12月15日举办的“科技云端2023产品发布会”上,福田汽车诠释了商用车发展的新趋势。

精心布局新能源智能汽车持续推动电动化、智能化产品应用

2022年,中国商用车市场依然处于低位徘徊态势,市场发展面临巨大挑战。福田汽车面对行业挑战,在新能源领域针对不同的应用场景和运输距离,坚持“纯电动+换电、燃料电池、插电式混合动力三线并举”的技术路线,通过全系列布局推进新能源汽车开发,加快推进高端、中端和经济型商用车,全系列、全场景产品组合规划与开发。在产品布局上,福田汽车在大力推进全新平台新能源产品开发和智能驾驶研发的同时,针对现有产品线持续强化“生命周期”管理。

福田汽车集团总经理武锡斌在致辞中指出:“福田汽车紧抓机遇,深耕新能源赛道,推动传统能源与新能源齐头并进,坚持‘只有核心体验够好的产品,才真正值得消费者预算的投入’的理念,始终以满足消费者高品质消费体验为目标,以科技研发和精工制造为抓手,为消费者提供高品质家电产品。”

近年来,福田汽车在“双碳”战略目标及行业变革的推动下,以“科技引领,发力混动、新能源领域,拓展硬派皮卡新赛道,共建新生态,拥抱新能源”的全球视角,不断推出新产品。

福田汽车在26年稳步向上的发展历程中持续创新,从“逐量”到“竞质”,持续为客户提供超一流的技术创新产品。面对电动化、智能化、网联化、共享化的新一代科技革命,在多元化技术路线的融合下,商用车产品朝着绿色低碳化、智能网联化的方向发展。作为最早

局,进入发展的加速期。

福田汽车集团动力传动副总裁冯静在混动路线成果产品发布报告中指出,多重驱动因素的影响下,未来混合动力将逐步得到推广,无论是轻型商用车还是中重型商用车,经过技术的不断升级,其应用将会越来越广泛。因此,福田汽车提前布局,推出了系列中重卡产品,通过全场景、全气候标定,以及多模块控制,产品可实现850公里至2200公里续航里程,满足城市配送及中长途运输的需求。

以“产品+用户”战略领跑中国硬派皮卡

近年来,皮卡由原来的商用车车,逐渐转向休闲娱乐及家庭代步乘用车,客户对皮卡的应用需求转变,促使皮卡向高端化、乘用化、智能化、新能源、智能网联等核心领域关键技术,不断健全环保、节能、安全、智能网联生态,提升产品研发创新能力,满足客户特定场景化需求,为用户提供更优的TCO运营。

在福田汽车2023产品发布会上,福田皮卡新一代全尺寸平台进行了发布。福田汽车集团皮卡事业部总裁代勇介绍,全新一代产品平台基于FIA(国际汽车联合会)全尺寸智能平台架构,以为客户提供全新体验为目标,以智能、豪华、绿色为方向,具有天生越级、天生强劲、天生引领、天生越野、天生舒适、天生睿智、天生可靠七大特点,实现了平台的越级提升。在产品之外,福田皮卡同步升级了客户战略,福田皮卡从客户触达、客户生态、客户互动、客户共创及皮卡生活APP五个方面进行打造。通过线上线下同频共振,福田皮卡为客户提供全流程、全触点服务,并通过专业服务平台,构建皮卡“后市场”生态服务体系,基于全媒体客户互动平台,时刻为用户提供及时、优质的产品与服务体验。

(苏明悦)

长期以来,福田汽车在市场上坚持打“组合拳”,满足不同用户的消费需求。福田汽车集团业务副总裁秦志东表示,福田汽车在坚持三线并举的基础上,坚守新能源发展“2+3”技术战略,持续深耕独有的架构集成技术、自主创新软硬件控制技术。在技术战略的指导下,福田汽车将聚焦智能控制、动力能源、驱动效率、车辆安全,赋能产品竞争力。截止到2022年,福田汽车已经基本完成新能源产品的布局,补齐了产品线,2023年还将进一步丰富细分产品布

局,进入发展的加速期。

福田皮卡同步升级了客户战略,福田皮卡从客户触达、客户生态、客户互动、客户共创及皮卡生活APP五个方面进行打造。通过线上线下同频共振,福田皮卡为客户提供全流程、全触点服务,并通过专业服务平台,构建皮卡“后市场”生态服务体系,基于全媒体客户互动平台,时刻为用户提供及时、优质的产品与服务体验。

近年来,福田汽车在坚持三线并举的基础上,坚守新能源发展“2+3”技术战略,持续深耕独有的架构集成技术、自主创新软硬件控制技术。在技术战略的指导下,福田汽车将聚焦智能控制、动力能源、驱动效率、车辆安全,赋能产品竞争力。截止到2022年,福田汽车已经基本完成新能源产品的布局,补齐了产品线,2023年还将进一步丰富细分产品布

局,进入发展的加速期。

福田皮卡同步升级了客户战略,福田皮卡从客户触达、客户生态、客户互动、客户共创及皮卡生活APP五个方面进行打造。通过线上线下同频共振,福田皮卡为客户提供全流程、全触点服务,并通过专业服务平台,构建皮卡“后市场”生态服务体系,基于全媒体客户互动平台,时刻为用户提供及时、优质的产品与服务体验。

近年来,福田汽车在坚持三线并举的基础上,坚守新能源发展“2+3”技术战略,持续深耕独有的架构集成技术、自主创新软硬件控制技术。在技术战略的指导下,福田汽车将聚焦智能控制、动力能源、驱动效率、车辆安全,赋能产品竞争力。截止到2022年,福田汽车已经基本完成新能源产品的布局,补齐了产品线,2023年还将进一步丰富细分产品布

局,进入发展的加速期。

近年来,福田汽车在坚持三线并举的基础上,坚守新能源发展“2+3”技术战略,持续深耕独有的架构集成技术、自主创新软硬件控制技术。在技术战略的指导下,福田汽车将聚焦智能控制、动力能源、驱动效率、车辆安全,赋能产品竞争力。截止到2022年,福田汽车已经基本完成新能源产品的布局,补齐了产品线,2023年还将进一步丰富细分产品布