

编者按:连日来,黄桃罐头成为线上线下热销的产品,消费者为情怀买单,生产者为订单忙碌,专家为科普奔跑,这让能够“包容万物”的罐头受到了行业内外的关注,越来越多的人开始主动走进罐头工业的世界,了解罐头的“成长之路”。面对当前市场上纷繁复杂的信息,本版文章聚焦当下热点,以黄桃罐头为切入口,多角度报道罐头工业的发展历史,使读者能够看到罐头工业在我国经济发展中的作用,也能够听到当下罐头工业的最新声音——力争“十四五”期间,罐头食品工业产值年均增长8%以上,全行业主营业务收入突破1500亿元。

□ 本报实习记者 闫利 文/摄

聚焦行业热点

坚持走“三品”路线 不断拓展细分市场

黄桃罐头异军突起 产业“破圈”势在必行



人惊喜。

12月26日,淘宝热趋显示,“黄桃罐头”搜索热度达449.4万,相关宝贝数量达2万件。其中,多个品牌的黄桃罐头月销量均超过1万件,品牌“林家铺子”的黄桃罐头月销量甚至超过10万件。京东实时热卖榜单显示,品牌“真心”的黄桃罐头排行第十一位,有1485人买过,当日售出2012件。不过,记者注意到,不少店铺的产品都标明,受疫情影响,快递运力有限,订单预计在10天内发出。

当下,受到线上购物运输周期较长的影响,不少消费者也会就近在线下商超购买罐头。12月22日,在山西省太原市阳曲县家利超市罐头食品售卖区域,一位消费者告诉记者,他家附近的便利店也有罐头,但黄桃罐头基本卖空了。“虽然黄桃罐头不能治病,但却是我目前最想吃的东西,无关其他。没想到,超市也不容易买到黄桃罐头。”记者看到,货架上的罐头产品摆放参差不齐,黄桃罐头基本已经卖完,只剩山楂、橘子等

罐头。工作人员也开玩笑地说:“上货速度有时赶不上消费者的购买速度。”

按需购买 理智囤货

“记忆中的罐头都是成箱购买,不拘泥种类,一箱罐头用不了几天就都吃完了。”在“90后”女孩张娜看来,不论是黄桃罐头还是梨罐头、橘子罐头,都是生病时最好的“安慰剂”。

此前,消费者对黄桃罐头需求暴涨,各种与黄桃罐头相关的话题也水涨船高。12月9日,“林家铺子”在微博发布声明称,黄桃罐头本身没有药效,大家根据喜好和需求购买即可,并且还表示目前货源充足,希望消费者理智囤货。

针对消费者对黄桃罐头新鲜度和加工工艺的疑惑,国家桃产业技术体系桃加工岗位科学家、中国农业科学院农产品加工研究所果蔬加工与品质调控创新团队首席科学家毕金峰接受媒体采访时表示,黄桃本身酸度较高、果肉硬度大,富含β-胡萝卜素、膳食纤维、多酚类物质、矿物质、维生素等营养物质。为了调整罐头产品口感,需要加入适量白砂糖,使罐头食品的开罐糖度(折光度)达到14—17,这在国际上属于低糖食品,因此并不能说“黄桃罐头糖分高不健康”。此外,罐头加工所采用的巴氏灭菌,温度一般控制在80℃左右,可以保留原料中大多数的营养成分。黄桃罐头加工一般选用适宜的专用原料品种,在适宜加工的季节采收,并及时进行加工,而不是品质不好的黄桃,所以也不能笼统地说“黄桃罐头不如新鲜黄桃有营养”。

刘有千认为,在情怀之外,黄桃罐头以及其他罐头想要持续发展,需要企业坚持走“三品”路线,不断拓展并细分市场,以及完善智能化供需配给,也需要行业继续推行“品牌打造三年专项行动”,鼓励罐头企业以品牌建设为中心,做好全面创新,包括品牌、产品、技术、营销、包材的创新等。“在后疫情时代,囤粮囤菜囤罐头已然成为一种生活方式,罐头的营养、健康、应急保障的属性得到充分认可,对罐头行业的长期向好发展起到了积极的促进作用。”刘有千说。

近日,黄桃罐头突然“出圈”,成为人们争相购买的产品,也引发行业内对外对罐头产业高质量发展的关注。中国罐头工业协会理事长刘有千接受记者采访时表示,此次黄桃罐头异军突起是罐头行业即将重新崛起的一个信号,表面上看是由于“新十条”发布后,疫情防控进入新阶段,消费者将黄桃罐头列入了囤货清单,有生理、心理的各种需求的原因,但从根本上说,黄桃罐头的异军突起其实反映了消费者对罐头产品的信任与日俱增,消费罐头在消费者尤其是年轻消费者生活之中日益成为一种日常。

热度延续 销量依旧

从“桃过疫情”开始,黄桃罐头多次登上微博热搜以及各大电商平台的热卖榜单。天猫数据显示,12月12日全天,黄桃罐头一举登上天猫全网趋势热点TOP1,热度搜索值达到738.5万。

随着时间推移,当下黄桃罐头的热度虽没有开始的那般惊人,却也让

打开技术之窗

跟跑 并跑 领跑

从零起步 搭建产品技术和标准体系

罐头工业发展至今,经历了诸多磨难,也收获了瞩目成就。从学习和借鉴国外的先进科学知识和管理经验到自主研发和改善相关产品技术、设备,从手工作坊生产到机械化、自动化企业规模生产,从单一标准产品到满足世界各国产品进口要求……我国罐头工业不断开展国内外交流沟通,提高罐头工业的科技水平。从零到一,我国罐头工业的科技创新已从跟跑变为

为解决我国罐头用镀锡薄钢板长期依赖进口的问题,20世纪90年代初期,原冶金工业部将镀锡薄钢板国产化列入发展规划和计划,改变了罐头包装用镀锡薄钢板一直依赖进口的局面。

为解决罐头生产线单一、生产效率低的问题,从1965年到1984年,各地罐头厂先后从国外引进了17条罐头连续生产线。国内有关部门、科研设计单位、轻工机械厂也积极地开展部分空罐和实罐设备的消化吸收、科技攻关,逐步实现了国产化。

为解决“罐头好吃,口难开”的问题,早在1997年,中国罐头工业协会就召开罐头食品容器和易开盖发展方向研讨会,研究推广镀锡薄钢板易开盖。现在国产罐头旋开盖、易开盖质量全面提高,内销铁听罐头基本都采用易开盖,玻璃罐头全部采用旋开盖。

此外,随着软包装材料和生产软罐头的密封、杀菌等关键设备从进口

到了迅速发展,年总产量达到数百万吨(因统计口径因素,有些软罐头并未纳入罐头产品统计),软罐头更是成为我国罐头工业发展的亮点和新的增长点。

兼顾内外: 标准化管理助力行业提质增效

行业的高质量发展离不开相关管理制度的完善,各项标准的制定和修订,为罐头行业的有序发展奠定了基础,亦见证了罐头工业的发展历程。

中国罐头工业相关人士介绍,从《全国罐头工业卫生制度》,到《食品安全国家标准 罐头食品生产卫生规范》,再到《食品安全国家标准 食品微生物学检验 商业无菌检验》,不断完善的标准促进了罐头厂技术改造和规范生产质量管理,推动了罐头工业技术进步。进入21世纪后,各罐头厂必须建立质量管理体系、食品安全管理体系,有些罐头厂还建立了HACCP体系、食品防护计划等,还有些罐头厂应外商要求进行BRC、IFS认证。

现如今,开展标准化工作已然成为罐头工业发展中必不可少的一环。自1991年在江苏省无锡市举行全国食品工业标准化技术委员会罐头分技术委员会成立大会暨罐头标准审定会以来,罐头标准化工作在过去的基础上翻开了新的一页,成为有组织机构、专职人员有计划、日常化的一项工作。经过近三十年的工作,现已建成由安全标准、基础标准、产品标准、方法标准、管理标准构成,包括罐头质量

标准和罐头容器包装标准两个领域的罐头标准体系,现行标准超180个。

人才培养: 加强沟通交流与提供优质平台

人才是创新的根基,创新驱动实质上是人才驱动,谁拥有一流的创新人才,谁就拥有了科技创新的优势和主导权。在罐头工业发展的道路上,一批批先进设备的制造、一项项管理标准的制定,都离不开人才的培养,不同岗位上的“罐头人”在自己的专业领域持续发光发热。

中国罐头工业协会介绍,全国罐头封口杀菌培训班从1982年开始延续至今。现在,该职业技能培训班改为每年举办一期,并编印《罐藏容器密封工艺技术》和《罐藏食品杀菌工艺技术》两本“中国罐头行业技能师培训教材”。此外,行业还通过技术协作绘制工业手册,为行业发展发挥了重要作用。2016年,中国罐头工业协会成立了技术委员会(2019年更名为专家委员会),编辑发行行业的内部期刊《中国罐藏食品》,提供并交流行业资讯,为行业开展技术咨询和服务。

中国罐头工业协会理事长刘有千说:“行业协会是行业的组织,是行业内各种不同经济类型的组织共同发起成立的非营利组织,它诞生那天起,从来就没有自己的私利,是以维护行业共同利益、推动行业发展为根本宗旨,只有坚持共商共建共治共享的办会原则,才能发挥行业协会作用。”

丰台市场监管局之窗

丰台区专业市场行业党委召开工作视频会议

日前,丰台区专业市场行业党委召开了第三次会议,会议以视频会议形式召开。会上,丰台区专业市场行业党委副书记、丰台区商务局副局长张会利传达了中国共产党第二十次全国代表大会会议精神,丰台区专业市场行业党委副书记、丰台区市场监管局副局长陶洪针对党建引领专业市场治理,推进专业市场的组织和强化防疫工作进行重点部署,全区60家专业市场参会。结合党的二十大精神以及当前面临的复杂严峻的疫情形势,下一步将开展以下五项重点工作:一是围绕“两个覆盖”,强化专业市场的基层组织和党的工作。二是聚焦服务大局,发挥专业市场主体党组织和党员的先进行作用。三是夯实阵地建设,引领专业市场从业人员融入首都治理格局。四是加强责任意识,促进专业市场有效提升疫情防控管理措施。五是结合创卫等重点工作认真做好门前“四包”,包卫生、包绿化、包秩序、包疫情防控,将市场工作融入到新时代首都发展的大局当中。(邢相坤)

见证历史发展

迎难而上 由生产大国向生产强国转变

每一个行业繁荣发展的背后,都有着无数个喜乐哀愁、笑泪交织的故事,有着200多年历史的罐头也不例外。从军需到民用,从冷食到自热,从高档消费的舶来品到日常生活的必需品,从手工操作生产到机械化、智能化生产……随着时代的发展,我国罐头工业在不断成长,为满足人民日益增长的美好生活需要提供着更多高质量的产品。

经历风雨雷电考验

相关资料记载,1893年,我国最早的罐头厂——广州广茂香罐头厂建成并生产出了世界上第一罐豆豉鲮鱼罐头,从此开启了我国罐头工业的发展道路。以后在沿海的天津、厦门、宁波、汕头、烟台、大连和内陆的重庆、成都、万县等地,也先后建立了一批罐头厂。这些企业的规模很小,绝大多数是手工作坊性质。在这段时期,外国资本为了占领中国市场,也在我开办了一些罐头厂。但在当时,我国罐头工业总体依然非常落后。

中国罐头工业协会相关人员介绍,萌芽阶段,我国罐头工业的成长并不顺利,国内外环境的变化对罐头工业的发展产生巨大影响。中华人民共和国成立后,我国罐头工业重新走上了发展的轨道,当时我国罐头厂大都处于百废待兴的状态。抗美援朝胜利后,军需罐头需求量锐减,罐头工业发展遇到瓶颈的难题,国家提出罐头出口外销换取外汇的发展方针。20世纪60年代初期,因国际形势,我国罐头面临“出口难”问题,产品又一次滞销。

作为支持国家经济建设,罐头食品的生产和出口积极求变,从主要对苏联和东欧国家出口,转向对资本主义国家出口,确立了当时我国罐头工业以外销为主的产业发展方向。

乘着改革开放的春风

春风袭来,草长莺飞,万物欣欣向荣。改革开放后,我国罐头工业走上了快速发展的道路。据中国罐头工业协会介绍,这四十余年的发展历程,具体可以分为加速发展、重组发展和稳步发展三个阶段。

1979年至1988年是加速发展阶段。随着改革开放政策的实施,罐头食品作为

出口创汇的重点产品得到国家的重视和支持。我国罐头工业在原有基础上,通过全面进行技术改造,积极开展科学研究等,为加快罐头工业发展创造条件。到1988年,我国罐头总产量达到220.87万吨,出口量达56.26万吨,创汇达6.24亿美元,成为世界上罐头主要生产国和出口国。

1989年至2000年是重组发展阶段。在计划经济向市场经济转轨的过程中,罐头厂对此转变很不适应,我国罐头工业经历了动荡和挫折,在各种因素叠加下,加快了企业结构的改革重组。随着国际产业分工继续深化,国内体制不断创新,我国罐头工业步入发展的快车道。

2001年之后是稳步发展阶段。进入21世纪,我国加入了世贸组织,人民生活水平不断提高,我国罐头工业技术装备水平再上了一个新台阶,产品竞争力显著增强,罐头工业体系更加完善,充满了新的发展活力和机遇,但也面临食品安全、环保节能排放等方面的问题。在国家有关部门的支持下,经过罐头厂和罐头行业职工的不懈努力,使得我国罐头工业稳步发展。

打造生产出口大国

罐头虽小,内藏乾坤。我国罐头工业不断面临挑战,迎接挑战、完成挑战,并时刻准备着由生产大国向生产强国转变。

作为农业生产大国,我国罐头工业上游的蔬菜、水果等原材料有着充足供应。尽管罐头食品在我国最早是一种高档消费的舶来品,但随着新中国成立,罐头工业历经了70多年发展,在保障军需、出口创汇、促进经济发展和实现农民增收、带动农业产业化方面,发挥了重要作用。

海关总署数据显示,今年上半年我国罐头产品累计出口154.77万吨,价值34.47亿美元,同比增长分别为15.41%和39.92%,累计平均价格较去年同期增长21.23%。

中国罐头工业协会相关负责人介绍,我国罐头食品出口到全球150多个国家和地区,成为世界最主要的罐头生产国和出口国。与此同时,在扩大发展内需的方针指引下,国内罐头市场日益扩大,罐头内销量约占总产量的70%以上,美味、营养、健康的罐头食品受到了消费者的欢迎。

共创美好未来

面向未来 传递中国罐头“好声音”

当今世界正面临新一轮科技革命和产业变革的机遇和挑战,罐头工业也站在了新的起点上蓄势前行。中国罐头工业协会理事长刘有千表示,我国罐头产业未来发展的目标和方向是,通过不断完善罐头食品产业链,进一步增强产业在保护生态环境、增加绿色优质健康食品供给,促进农业增效和农民增收等方面的带动作用,协同提升产业生态效应、经济效益和社会效应,提高产业经济创造能力,改善行业出口依存度。力争“十四五”期间,罐头食品工业产值年均增长8%以上,全行业主营业务收入突破1500亿元。

三年专项行动引路

打开中国罐头工业协会官方网站,中国罐头行业品牌打造三年专项行动计划(2021—2023年)(以下简称“三年专项行动”)专区格外引人注目,专区区内分门别类地展现了三年专项行动的相关进展。

作为传统的人工密集型行业,近年来罐头行业积极在智能化制造、提升品牌价值和节能环保方面进行努力,并取得了一些不错的成果,但消费者对罐头的认知还有各种误区。

2021年4月,中国罐头工业协会第五届理事会第三次理事长工作会议专题讨论并通过了《中国罐头行业品牌打造三年专项行动计划(2021—2023年)》,以科普罐头知识、消除国内市场对罐头食品的偏见为主线,以培育和激活罐头消费信心为核心,针对国内消费者对罐头食品存在的认知误区和知识盲点,与国内顶级媒体、新媒体和互联网平台、旅游企业以及地方政府等合作,传播罐头文化,多维度打造罐头行业品牌,树立罐头行业品牌的公信力。

据不完全统计,自三年专项行动启动以来,以“罐头+防腐剂”“罐头+新鲜”“罐头+营养”“罐头+健康”等为关键词在百度搜索,正面报道的文章占94.16%。

刘有千表示,通过建立媒体资源库、专家资源库,中国罐头工业协会自媒体平台等手段,协会不遗余力广泛地进行澄清误区和消除盲区等消费者科普宣传,起到了加快罐头消费认知转变速度的重要作用。

谈到罐头产业创新的具体方向时,刘有千说:“在产品创新方面,企业首先要让消费者知道产品的需求。比如近几年出现的菜肴类罐头就是满足了消费者对预制菜、预制食品的需求。其次,企业要紧跟消费者需求的变化,不断满足变化了的需求。比如需要加水自热的罐头容器升级为无需加水、轻轻一扭就可以加热的罐头包装,就是满足了消费者要求更便捷、使用场景更丰富的需求变化。最后,企业要能前瞻性地创造需求。比如罐头一直被人诟病品种少、缺乏创新,就拿水果罐头来说,几十年卖来卖去都是黄桃、橘子罐头,最多包括荔枝、樱桃、菠萝、草莓等罐头,但很难再看到新品种的加入,这就需要行业研究消费需求,大胆创新产品,把潜在的需求充分挖掘出来。在技术创新方面,则要加强与风味还原及保持有关的技术,比如锁鲜技术等;以及与罐头产品质量及稳定性有关的技术,比如杀菌技术等。不论是哪种技术,其实都要围绕提高产品质量、提高生产效率和节能减排来创新。技术上的创新能从根本上解决经营和发展问题,能解决从无到有的问题,解决从难到易的问题,解决从慢到快的问题。”