

# 发力高端化、年轻化 “土”黄酒迎来“新”潮流

□ 本报记者 卢岳

随着初春的来临,黄酒也迎来了一年一度的“春榨时节”。记者了解到,发酵成熟的酒醪在春季经历压榨、澄清、杀菌、灌坛后放至酒库,经过陈化后就诞生一坛坛沁人飘香的黄酒,再经分装后便成为了消费者餐桌上的佳酿。

业内人士指出,伴随着新时代年轻人的养生需求逐渐崛起和低度酿造酒市场需求的升温,承载着深厚历史底蕴的黄酒正凭借健康、口感及国潮等标签进入发展快车道。

## 高端化、年轻化成行业发展方向

资料显示,黄酒属酿造酒,不仅是我国独有酒种,也是世界三大发酵酒之一,更凭借独树一帜的酿造技术被视为“国粹”。但受历史、文化和地理等诸多因素影响,黄酒行业区域经济的特征显著,因此也经历了长期的发展低迷阶段,存在消费占比不高、消费场景单一、受地域局限等问题。

在此前举办的2022中国国际黄酒产业博览会上,中国酒业协会理事长宋书玉表示,黄酒必须走向世界,增强国内国际两个市场、两种资源联动效应,加快全国化和全球化布局,让黄酒成为名副其实的国际性酒种,展现出中华国酿的文化内涵和精神内核。

数据显示,2016—2020年,我国黄酒行业CR3企业市场集中度(营收)整体小幅上升,2020年,黄酒行业CR3市场集中度为21.95%。然而,相对于已超万亿元的酒类市场,当前120家黄酒企业市场规模仅为143亿元,占比不足1.6%。

“黄酒不应局限在自己的圈子,而是应立足整个酒水市场,去抢占更大的份额。”2月13日,黄关黄酒负责人宋伟在接受记者采访时表示,“作为中



国酒的代表,如今黄酒无论是饮用方式、文化传承、器具使用还是其健康价值,都不应该停滞在‘土’和‘古板’的刻板印象中。从中国传统文化中汲取精华,让黄酒在更符合现代发展审美和消费需求的前提下走出高端化、年轻化,是整个行业共同努力的方向。”

## “国潮”定位激发消费潜力

年轻消费者鲁永向记者坦言,如今的黄酒在更好的口感和更“潮”的包装下正俘获着年轻消费者的“以前喝过家里老人喝的黄酒,印象中农药浓郁缺少回甘。但如今的黄酒不但颜值在线,口感也非常棒,确实值得尝试。”

记者看到,目前市场上在售的黄酒品牌多以陶坛装为主,如今随着消费市场不断演变过程中,以黄关黄酒为代表的主攻年轻群体消费市场的品牌渐渐崛起。而自2019年起,在优化产品结构同时推出“陈酿”等售价400元—900元间的高端黄酒产品,成为行业企业提高产品力和消费者品牌认知的重要发力方向。

## 工艺+原料实现产品“真高端”

华经视点行业研究网发布的《2022—2027年中国黄酒产业发展及需求市场下游专项研究报告》观点认为,除自身文化属性外,黄酒作为低酒

精度、低粮耗的酿造酒和民族特有产品,一直受到国家的保护和产业政策的鼓励。随着未来传播力度的加大、产品结构的调整及健康消费理念的进一步推广,黄酒行业的发展势头良好。

“‘阳康’后对饮酒格外注意,在尝试将高度白酒换位低度又养生的黄酒后感觉不错。”消费者张金涛向记者坦言,印象中作为烹饪调料的黄酒,如今已经成为家庭餐桌的“常客”。

对此,有业内专家指出,从黄酒的饮用价值上看,黄酒含极丰富的蛋白质,经微生物酶的降解,绝大部分以肽和氨基酸的形式存在,易为人体吸收利用。黄酒含多种人体必需氨基酸,更富含功能性低聚糖、无机盐及微量元素。其低度、温和的特性契合当下人们对健康越发重视的消费需求。而黄酒“高端化”背后,是产品工艺和产品品质的升级。

国家黄酒工程技术研究中心副主任、江南大学教授毛健在“中国黄酒价值发掘与高质量发展之路”论坛提出,黄酒酿造是多菌种共酵过程,须采用国际顶尖的学术思想和技术手段提升酿造工艺。

黄关黄酒负责人宋伟则强调,从自然发酵到人工干预发酵是黄酒行业伟大的探索,而在科技赋能的酿造工艺和技术下,干净的配料表也是优质黄酒的最直观体现,“我们将产品线和产品结构改造升级,在酿造技术完整保留的同时,选择农药和重金属0残留的绿色有机糯米和小麦为原料,实现用最好的原料、最好的工艺酿造出最高品质的黄酒。”他坦言,未来的黄酒不应局限在自己的圈子,而是应立足整个酒水市场,在工艺、原料、包装、传播及文化提炼等多方面发力,通过高质量产品、丰富场景及文化赋能,助力黄酒产业焕发出全新活力。

# 下一个万亿餐饮市场? 预制菜首次写入中央一号文件

近日,《中共中央国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作意见》重磅发布,其中明确,深入实施“数商兴农”和“互联网+”农产品出村进城工程,鼓励发展农产品电商直采、定制生产等模式,建设农副产品直播电商基地。提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平,培育发展预制菜产业。

这是预制菜首次写入中央一号

文件。小小一盘预制菜,上游连着农

业发展和乡村振兴,下游连着餐饮业

转型和消费变革,带动一、二、三产

业融合发展,被认为是促消费促转型

的有效抓手。

但是,预制菜自面世以来,一直

饱受争议。智纲智库创始人王志纲曾在东方甄选直播间谈及预制菜时称,“那种我从来不吃,那是猪狗食。以前专家说不建议吃隔夜菜,于是现

在就有聪明人发明了预制菜!”言论曝

光后,迅速引发舆论

关注与讨论。

随疫情而走红的预制菜:支持者

认为它“浓缩中餐精华”“拯救残星人”“干净卫生快捷”,而反对人士则

认为它“花费高”

“口感差”“营养流失多”。

据艾媒咨询数据,2022年中国预制菜行业规模将达4196亿元,未来市

场将保持

20%以上的年增长率,2023年市场规模将达5165亿元,2026年预计突破万亿。

我国预制菜行业有望成为“下一个万亿餐饮市场”。可见,预制菜行业不一定是中

餐现代化的最终答案,但一定是这一

过程中值得书写的里程碑。

## 即热即食即配即烹

预制菜源于上世纪40年代美国提出的3R餐饮概念,即“即时烹饪”“即时加热”以及“即时食用”。受制于科技发展水平和市场接受程度,与中国一洋之隔的日本成为最早尝试预制菜的“小白鼠”,方便面、冷冻加工食品在上世纪60年代就开始在市

场上普及,并收获了不错的反响。

到上世纪90年代以后,预制菜就

已经悄然走入餐饮门店的后厨,很多

餐厅都是将大量食材在中心店预先

制作好,然后配送给各门店,再进

行简单加工后上桌,最大程度保证了

餐饮服务和宴请的高效进行。不过,

真正让预制菜走入寻常百姓家的恐

怕还是新冠疫情——在“宅经济”的

拉动下,预制菜产品火爆“出圈”。

半成品菜肴在冷冻密封的情况下

可以保持更久、且烹饪时不用担心

缺少葱姜蒜等配料,免去了洗菜时

间,解决了居家期间“原料难买”“菜

肴难做”“口感难还原”等问题,达到

“解馋”的效果。

根据加工深度与便捷程度,目前

预制菜可以分为“即食食品”即罐头、

八宝粥等;即热食品,需要经过加热

即可食用的食品,比如方便面、自热

米饭;即烹食品,需要用锅具进行简

单加工,甚至需要调味;即配食品,只

提供基本原料,需要自行配菜、调味、

烹饪的食品。目前公众认知中的“预

制菜”,基本属于即配和即烹食品。

赵天宇)

## 中国预制菜相关企业年度注册量 (2011年-2020年)

单位:家

15000

10000

5000

0

1796家

5000家

10000家

15000家

2020年

## 声音

# “小份菜”助力减少浪费值得推广

酒店宴请客人时,生怕“失面子”,于是不管赴宴人多寡,一股脑儿地点上满满一大桌子的菜,结果等宴请结束后还剩一大半,眼睁睁地看着服务员把剩菜全部倒入了泔水桶。这是典型的“打肿脸充胖子”,不仅死要面子活受罪,还造成了极大浪费。另一方面也有酒店的原因。酒店有义务提醒顾客“按需点餐”,但很多酒店却生怕顾客点餐少了影响经济效益,任凭顾

客“过量点餐”,结果造成了大量的食品浪费。

近年来,随着《反食品浪费法》的出台,虽然各地已推出各种反食品浪费举措,诸如按需点餐、光盘奖励、剩菜打包等等,但由只是立足于“倡导”层面,因而单位食堂也好,酒店餐馆也罢,浪费现象依然未能杜绝。

食堂、酒店根据消费需求推出

“小份菜”供消费者选择,不失为一个减少浪费的良策。“小份菜”可让就餐者,尤其是就餐人数较少时,既能多品尝几样菜品,又不至于因过大的份量而造成浪费,契合当下“厉行节约,反对浪费”的倡议,也使得消费者的餐饮文明得以大大提升。

“小份菜”是一种多赢之举,值得点赞,值得推广。

(叶金福)

商务部电子商务司负责人日前表示,商务大数据对重点电商平台监测显示,2022年中国农产品网络零售增势较好,全国农产品网络零售额同比增长9.2%。农村电商的蓬勃发展,为广阔乡村构建了农产品流通新平台,拓宽了农民增收路径,激活了乡村振兴潜能。一位在电商平台卖农产品的乡村青年说:“从去年的销售数据来看,农产品站上了电商‘C位’”。

## 平台加快“下乡”步伐

农产品网络销售成绩喜人。根据商务大数据,2022年,全国农村网络零售额达2.17万亿元,同比增长3.6%。其中,农村实物商品网络零售额1.99万亿元,同比增长4.9%。全国农产品网络零售额5313.8亿元,同比增长9.2%,增速较2021年提升6.4个百分点。

农产品网络销售较快增长,离不开政策的有力支持。2022年,《中共中央国务院关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作意见》提出实施“数商兴农”工程,推进电子商务进乡村。“数商兴农”是发展数字商务振兴农业的简称,包括引导电子商务企业发展农村电商新基建,提升农产品物流配送、分拣加工等电子商务基础设施数字化、网络化、智能化水平,发展智慧供应链,打通农产品上行“最初一公里”和工业品下行“最后一公里”等。在“数商兴农”政策的支持下,电商加快了“下乡”步伐,从初期的销售端网络化,逐渐向流通端、生产端的数字化、智能化推进。各大电商平台发力农产品供应链,加快了农业供给侧结构性改革进程,实现产销紧密衔接,助力全面推进乡村振兴。拼多多采用“拼多多产地直发”的模式,设立“百亿农研”专项,探索参与农产品标准制定,助力农业农村现代化。京东推出“农特产品购节”,上线丰富多样的高质量农产品。此外还有电商平台开展乡村振兴新农人短视频直播大赛等,以多种形式助力优质农产品上行,促进农民创富增收。

## “土”视频带火土特产

在湖北省黄冈市,罗田县骆驼坳镇燕窝村第一书记徐志新做起了助农主播,推广罗田板栗、红安苕、茶叶等农产品,月销达600多万元;四川省泸州市的吴秋月,将小小高山萝卜干做到月销10多万斤;李春望不惑之年扎根大西北,把优质的猕猴桃、红枣、苹果带给更多人。

近几年,有关乡村题材的短视频频频走红,短视频、直播平台成为农产品走向城市的一条快车道。中国农业科学院农业经济与发展研究所农产品电商课题组发布的《短视频为新农人搭建平台,助推农业高质量发展》报告提出,短视频和直播带货可以吸引并留住返乡创业青年,带来先进经营理念、带动产业链上下游发展,进而助力培育新型农业经营主体、增加农村居民就业机会,扩大农民增收空间。例如,抖音电商“山货头条”助农项目深入福建、贵州、四川、吉林等地,让远在各地乡村、尚未被更多人看见的优质农特产品出山,走向全国消费者。“山货头条”已经助力平和蜜柚、连城红心地瓜干、来凤藤茶、都匀毛尖、延边大米等农产品在抖音电商平台销量翻番。

“自成立以来,抖音电商不断挖掘平台内的优质农特产,助其拓展市场和打造特色品牌。”抖音电商相关负责人对本报记者说,未来,抖音电商平台将在此基础上,更加深入农产品生产全链条,与农产品原产地携手将区域特色农产品发展成为具有代表性的农产品产业,助力产业纵深发展、带动更多就业。

## 农民从“会种”到“会卖”

“销农货,找电商”成为许多农民的共识,但具体如何“触网”,不少人并不在行。老乡最了解自家产品,却不擅长网络营销;主播们懂网络,却对田间地头的活计并不内行。如何发挥各自优势,让农产品“种得好”也“卖得火”?

2021年,在云南省大理白族自治州宾川县乔甸镇李捷村,村民李本斌种的石榴丰收了,本想继续通过传统渠道销售,但问了好几家采购商,最高收购价才每斤1.8元,他想起曾看到的“果农爸爸”直播团队,几个年轻人在田里对着手机吆喝“石榴现摘现发,不吐籽味道甜”。

李本斌拉着石榴来到镇上的云南果农爸爸农业科技有限公司,他家的石榴品相好、个头大。公司负责人袁晓薇说:“这样的石榴适合电商渠道做精品零售。”两人一拍即合,按照2.2元每斤的价格,李本斌的80多吨石榴陆续进入电商仓库。

宾川县大力培育、发展农村电子商务产业,吸引年轻人返乡创业,做主播、帮带货,现已上线销售农特产品超百种,农产品上行交易日趋活跃,全县农产品网络零售额大幅提升。

(杨俊峰)

# 工业碳酸钙领域专家张有祥: 创新助推我国碳酸钙产业升级

□ 本报记者 卢岳

工业碳酸钙在我国有着广泛的应用,通常使用在塑料行业、涂料行业、造纸行业、橡胶行业。据了解,工业碳酸钙自身优势显著,其在橡胶行业的使用能降低产品成本外,还能有效提高橡胶制品的耐磨性和抗撕裂性;而工业碳酸钙用在塑料行业中,能起到“骨架”作用,即增加产品稳定性、提高硬度和耐热性等。另一方面,由于自身的稳定特性,工业碳酸钙不会给环境带来污染,因此已成为工业诸多领域广泛应用的原料之一。

业内人士指出,随着技术的进步,碳酸钙生产设备越来越先进,也赋予了碳酸钙更多的功能性,以满足不同生产要求。而在日益发展的工业碳酸钙领域中,优秀企业及行业人才,则成为助推行业高效高质量发展的源动力。

出生于1972年5月4日的张有祥,是东南新材料股份有限公司的董事长兼总经理,也是我国工业碳酸钙领域的研究专家。2010年,张有祥创建了东南新材料股份有限公司,并亲自带领企业的运营与管理。

2009年,张有祥基于其多年在产品开发中所遇到的问题和积累的丰富经验,编写了《聚氯乙烯糊填充碳酸钙的表面改性研究》一文。论文中,其通过研究的实验结果表明了碳酸钙的表面处理剂种类及用量对其粘度的影响,并确定了最佳处理方法。此外,《轻质碳酸钙节能及新技术探讨》是张有祥的又一力作,在该内容中,其在总结了国外先进的轻钙生产技术特点及优势的基础上,提出了关于节能降耗的思路和建议,从根本上实现高效高质的节能降耗。

从1997年从业至今,张有祥凭借着刻苦钻研的精神,在工业碳酸钙研究领域

不断突破,为中国工业碳酸钙领域发明了多项专利。专利涵盖重质碳酸钙研磨改性一体化生产的生产系统及生产方法、碳酸钙研磨改性一体化生产温控装置、自动码垛系统的压垛装置、粉体包装机的侧嘴集尘装置、自动码垛传输系统的排气整形装置、粉体包装机阀嘴自密封装置及电动叉车除尘装置等。

“应用重质碳酸钙研磨改性一体化生产的生产系统及生产方法该专利发明,能提高超细改性重质碳酸钙产品的质量,大幅降低了超细改性重质碳酸钙产品的生产成本。”张有祥在接受记者采访时表示,应用新型专利碳酸钙研磨改性一体化生产温控装置能提高碳酸钙研磨改性效果和生产效率。业内人士指出,作为行业专家