

吉林白山:激活天然山泉产出新效益

□ 本报实习记者 闫利 文/摄

近年来,市场上的包装饮用水产品百花齐放,各大包装饮用水生产企业也不断创新研发,在天然矿泉水领域深耕,用优质的水源支撑产品细分化发展。目前,我国基本形成了珠三角、吉林、川滇藏、长三角等四大矿泉水产业基地,其中,作为世界优质天然矿泉水水源地的长白山就以一汪汪清泉持续激活天然矿泉水市场。

形成产业与自然和谐发展局面

2月的东北时不时飘着雪花,在吉林省长白山上,抚松莫涯泉涌出的泉水正源源不断地集聚,通过管道运往附近工厂。

据官方统计,吉林省白山市境内已发现的矿泉水和山泉水水源有200余处,这些泉眼每天的自然流量多达46.9万立方米。凭借水质量足的优势,短短几年间,农夫山泉、恒大、娃哈哈、康师傅等知名企业在入驻白山。白山市所属的靖宇县、抚松县、长白县、临江市、江源区均已纳入长白山天然矿泉水地理标志保护范围,并且成立矿泉水科研院所和基地,让矿泉水企业在较短时间内实现集群化、规模化、品牌化发展。

“长白山矿泉水具有地质环境独特、资源储量丰富、矿泉类型多样和生态环境优越四大优势。”国家饮用水产品品质检验检测中心主任米晓春告诉记者,长白山是我国位于湿润地区最大的火山台地山脉,降水经过地下火山岩、玄武岩漫长的溶滤、矿化和运移,源源不断地生成矿泉水,并通过涌泉的形式出露地表。长白山区域大规模、可持续生成矿泉水的地质和水循环条件在



我国独一无二,被业内人士誉为与阿尔卑斯山、北高加索山齐名的世界三大优质矿泉水产地之一。

长白山饮用天然矿泉水(以下简称“长白山矿泉水”)是液体矿产资源,又是饮用水的高端产品。记者注意到,近年来,吉林省人民政府不断开拓天然矿泉水资源,开展“吉致吉品”区域品牌认证,推动企业品牌、产品品牌向区域品牌升级,制定了一系列政策法规,为矿泉水产业发展保驾护航。吉林省发展和改革委员会发布的《长白山区域矿泉水资源保护与开发利用规划(2021—2025)》(征求意见稿)就阐明了未来五年吉林省长白山区域矿泉水资源保护与开发利用的基本思路、主要目标、发展任务和重要举措。

标准指引行业规范化发展

长白山区域矿泉水类型齐全,特征

组分含量高,白山市也被国际饮水资源保护组织授予“中国·白山国际矿泉水”。市场上,适合配置婴儿营养品的专用天然矿泉水、瓶装医疗矿泉水、主打年轻化消费趋势的气泡矿泉水等产品不断涌现,长白山矿泉水正以多种形式进入消费者视野,满足不同消费者差异化需求。

其中,作为包装饮用水垂直品类,“婴儿水”(适合婴幼儿饮用的天然水)自从上市以来,就引起诸多关注。2020年3月,中国卫生监督协会发布T/WSDJD 005-2020《饮用天然矿泉水(适合婴幼儿)》团体标准,此后,更多婴儿水产品进入大众视野。

负责上述婴儿水团体标准起草和制定的中国营养学会理事、北京市营养源研究所研究员何梅接受记者采访时表示,随着社会生活的进步,科学喂养受到人们的认可,婴幼儿的饮用水状况

也应得到重视。适合婴幼儿饮用的天然水与一般包装饮用水最大的区别是其较低的矿物质含量。我国多数矿泉水按GB 8537《食品安全国家标准 饮用天然矿泉水》标准生产,矿物质含量较高。婴幼儿对矿物质有特殊需求,限定矿物质含量就成为婴幼儿饮用水的重点之一。“与GB 8537相比,《饮用天然矿泉水(适合婴幼儿)》团体标准对钠、钾、钙、镁等矿物质指标做出了较为严格的限制。婴儿水团体标准中对于矿物质含量和微生物商业无菌的规定,也意味着该品类对水源有着更为严苛的要求。”何梅说。

记者了解到,目前市面上的婴儿水水源地,主要集中在东北地区的长白山、大兴安岭等地。这些水源地一般具有独特的地质环境和较为良好的生态环境,一定程度上对应了团标中的相关要求。

何梅表示,《饮用天然矿泉水(适合婴幼儿)》团体标准是对包装饮用水国家标准的有效补充,也是该细分品类走向规范化和专业化的重要一步。

如今,距离该团体标准发布已有将近三年,这段时间里,婴儿水正在团标的指导下实现更加规范和健康的发展。

当前,长白山矿泉水产业发展初具规模,婴儿水作为其中一个代表也迎来发展。米晓春介绍,目前,长白山矿泉水产能利用率由不到30%提高到32.18%,销售收入年均增长15%左右,行业集中度进一步提升,百万吨企业占总产能的50%以上。未来,天然矿泉水市场占比将不断攀升,矿泉水产业集中度将加速提高,矿泉水产品结构将持续优化。



2月15日,陕西省安康市恒安玩具有限公司手工车间内,工人们正埋头为毛绒玩具缝合棉口。一个个造型别致、小巧可爱的毛绒玩具堆放在工作台上,不久,这些毛绒玩具就将漂洋过海,进入国际市场。

安康市恒安玩具有限公司是陕西省安贝斯玩具有限公司(以下简称“陕西安贝斯”)旗下最大的企业。陕西安贝斯入驻安康市4年多来,已发展成为当地毛绒玩具产业龙头企业,并带动上下游近百家配套企业落户安康市。2022年,该公司出口额超4000万美元,同比增长超过50%。

近年来,安康市紧抓苏陕协作、承接东部产业转移等机遇,大力发展战略性新兴产业。经过近5年持续发力,当地初步形成包括创意设计、原辅料生产、产品加工、贸易销售等环节在内的完整产业链,产品大量出口海外。

2022年,安康市进出口总额达15.94亿元,同比增长166%,增速居陕西省第二位。其中,工艺品和玩具有实现出口4.1亿元,同比增长160%。毛绒玩具产能从上年的80万只上升到100万只,产品出口欧美、日韩、中东等80多个国家和地区,已成为全国第四大毛绒玩具生产基地。

毛绒玩具成为安康市出口主导产业的背后,离不开政策与服务的有力支撑。

“陕西安贝斯及旗下企业入驻安康恒口示范区,得到了安康市政府及相关部门的大力支持和配合,从招聘用工到配套产业环境,从硬件设施支持到政策惠企扶持等方面,为企业提供了全方位的支持。”陕西安贝斯董事长、安康市毛绒玩具行业协会会长沈爱华说。

安康市围绕打造新出口支柱产业,先后出台《关于促外贸稳定发展实施意见》《关于加快推进毛绒玩具文创产业发展打造安康新兴支柱产业的意见》和《持续推进毛绒玩具文创(织袜)产业高质量发展若干政策》等系列措施,设立1亿元产业发展基金,对企业在落户、融资贷款、税收优惠、就业扶持、人才引进等方面给予全链条支持。近三年来,安康市累计为毛绒玩具产业兑现各类补贴资金3.97亿元。2022年,安康市毛绒玩具文创(织袜)产业实现产值51.67亿元,增加值增长33.1%。

除充分释放政策红利外,安康市有关部门还想企业所想,多措并举帮助企业提高出口外向度。去年,安康市商务局利用外经贸发展专项资金,支持毛绒玩具企业参加境内外线上线下展会、注册境外专利商标、开展国际管理体系和产品认证。同时,组织企业利用广交会、跨采会等各类展销活动开拓国际市场;组织相关企业与陕西科技大学、苏州大学、武汉理工大学等多所高校达成产教融合合作,与京东、阿里巴巴、亚马逊等大型电商平台合作,引导企业入驻平台开店试水跨境电商业务。

如今,安康保税物流中心(B型)正在如火如荼建设,“安西欧”中欧班列常态化开行,安康市与上港物流集团达成战略合作,启动“无水港”建设,推出“公铁海”多式联运,开通安康至上海、扬州等地专线班列,企业出口物流成本平均下降40%。毛绒玩具企业“通江达海”更加便利。

“陕西省正在开展高质量项目推进年、营商环境突破年、干部作风提升年‘三个年’活动。这进一步增强了我们在安康市投资发展的信心。”沈爱华说,“下一步,公司还将投资5亿元在恒口示范区启动安贝斯玩具文创产业园综合体项目建设,项目建成后每年将实现出口5000万美元以上,工业产值2.5亿元以上,提供就业岗位1500个。”

地方动态

2022年贵州白酒行业实现产量约45万千升

本报讯 记者从2月18日举行的贵州省白酒产业绿色生态发展论坛暨贵州省酿酒工业协会成立二十周年恳谈会上获悉,2022年,贵州白酒行业实现产量约45万千升,同比增长22.6%,连续两年实现逆势上涨,贵州白酒制造业销售利润率达50.72%,高于全国平均水平。

贵州是酱香型白酒的主产地,依托特殊的生态环境和独特的酿造工艺,构筑了黔酒独一无二的酱香型白酒优势。近年来,贵州白酒实现了多品牌和多品种的良性发展,酱香型白酒奠定了贵州白酒在国内市场的重要地位。

贵州省白酒专家委员会顾问、贵州省酿酒工业协会名誉理事长龙超亚表示,白酒产业已成为贵州的支柱产业和特色优势产业,成为贵州工业经济中“靓丽名片”。过去的20年,贵州省酿酒产业取得了长足发展,在酿酒自然生态资源、品牌资源、产业集群、酿造酒质、白酒香型

等方面都具有明显的比较优势,销售利润和上缴税金在全国位列前茅。当前,酿酒产业处于“投资加大、发展提速、效益提高、品牌崛起”的快速发展期,呈现勃勃生机和强大生命力。今后一个时期,全国白酒产业将继续处于调整期并保持适度增长,贵州酱香型白酒发展面临重要机遇和良好条件。好的酱香酒是酿造出来的,酿造好酒离不开好的自然生态环境、传承传统工艺和酿酒工匠技艺的发扬光大。希望贵州白酒坚守品质,持续稳定上升,实现健康可持续发展。

贵州省酿酒工业协会理事长黄平表示,白酒产业是贵州支柱产业,位于贵州十大工业产业之首,举办此次活动旨在汇聚国内外白酒产业相关企业家、学者和科研工作者,共同探讨在新时期如何推进贵州白酒产业生态绿色发展,行稳致远。

(宗文)

河北:去年牛奶总产量达546.7万吨

本报讯 记者日前从“河北好牛奶 新春幸福+”河北名优乳制品推广活动上获悉,去年河北省牛奶总产量达到546.7万吨。

作为乳业大省,河北乳制品产量连续八年居全国第一,乳制品行业正呈现蓬勃发展景象。河北省畜牧业协会会长赵吉祥表示,《河北省奶业振兴规划纲要》实施以来,河北奶业龙头企业发展趋势强劲,去年全省牛奶总产量达到546.7万吨。

君乐宝乳业集团快速发展壮大,伊利、蒙牛等大型乳企纷纷落地河北,扩大投入,助力河北奶业振兴。

据了解,该活动由河北省畜牧业协会、河北省农产品品牌协会主办,旨在提高河北乳制品品牌知名度、美誉度和市场竞争力,提升河北乳制品品牌在全国范围内的影响力,全力促进河北奶业振兴。

下一步,河北将持续提升乳品品质,对标四个“世界一流”,实施绿色奶源基地建设工程、乳品加工企业培育工程、乳品质量提升工程、乳品品牌创建工程“四大工程”。支持乳制品企业参与国际、国内质量评比活动,全方位宣传推介河北产品,提升河北品牌知名度。(综合)

前沿指数

第795期“义乌·中国小商品指数”周价格指数发布

首饰、钟表眼镜等9大类商品指数上涨

日前,第795期“义乌·中国小商品指数”周价格指数发布。据监测,“义乌·中国小商品指数”中小商品周价格指数本期为100.74点,环比上涨0.22点(由于市场休市,本次环比比较周期为2023年1月2日至2月18日,下同),网上交易价格指数、场内订单交易价格指数和场内直接交易价格指数环比分别上涨2.6点、0.7点和0.15点,出口交易价格指数环比下跌0.03点。

随着疫情管控的全面放开,内外贸稳步回暖,旅游、物流、跨境电商等行业发展迎来一轮强劲反弹,场内呈欣欣向荣态势。受此影响,经营户们节后开工时间提早且较为集中,不少外贸商回归进行现场看样采购。记者走访市场发现,玩具、文具及饰品等行业场内客流量较多,不少内销订单产品断供,经营户忙于安排生产出货。开学季效应持续,各类学习用品、纸制品迎来销售旺季。

将有仿真花展、家博会、体育及休闲用品博览会等9个展会陆续举办,婚庆用品、家居用品、汽摩用品等相关行业有望迎来一拨下单高峰。

15大类价格指数9涨6跌,首饰类、五金及电料类、钟表眼镜类、体育娱乐用品类、箱包类、工艺品类、文化办公用品类、日用品类和服装服饰类9个大类出现上涨,最大涨幅为1.07点。电子电器类、护理及美容用品类、辅料和包装类、针·纺织品类、鞋类和玩具类6个大类出现下跌,最大跌幅为1.04点。在97个二级类别中,上涨比例为40%,下跌比例为22%,持平比例为38%。(新文)