

消费日报

2023年4月24日
星期一
总第8436期
第5495期
今日4版



2023第25届中国国际焙烤展
Bakery China 2023

上海虹桥国家会展中心 2023.5.22-25

26万+平米展会规模
2200+家海内外参展企业
近30万人次专业买家

www.bakerychina.com
电话: 010-63430880 / 010-63430990
微信号: BakeryChina

版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号 CN 11-0057 ■ 代号 81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

创新谋变 推动中国食品工业走稳高质量发展路

中国轻工业联合会成立预制食品分会

本报讯(记者 王蔚)4月19日,中国轻工业联合会预制食品分会成立大会在山东省临沂市兰陵县召开,中国轻工业联合会副会长、预制食品分会主任李玉中出席会议并讲话。临沂市政协副主席、民盟临沂市委主委孟凡明,兰陵县委副书记、县长李春仲出席会议。大会由中国轻工业联合会预制食品分会秘书长刘有干主持。预制食品分会会员单位、食品行业协会、临沂市预制食品企业、有关政府部门、科研院所代表近200人参加了会议。



的上升期。

2022年,全国居民人均食品烟酒支出比上年增长4.2%,居民膳食结构进一步优化,人均粮食消费量为136.8公斤,比上年减少7.8公斤,下降5.4%;人均肉类消费量为34.6公斤,增长5%。从数据可以看出,主食越来越多地被营养更全面、蛋白质含量更高的副食替代。国内多家机构对预制食品现状的统计结果也显示,近年来,我国预制食品相关企业整体呈上升趋势,近一半企业为近两年注册成立,2022年食品工业的全年营业收入在9.8万亿元,估算预制食品市场规模增速在20%左右,2023年有望超过5000亿元。市场热度和消费潜能表明,预制食品行业仍处于发展

2023年,中央一号文件明确指出,要“培育发展预制菜产业”。中国轻工业联合会从食品行业整体发展趋势深刻认识,经会长办公会研究决定,2022年11月14日发出中轻联办《关于同意筹建中国轻工业联合会预制食品分会的批复》,开始组建预制食品分会。目前会员单位已近百家,有近10个食品产业园区对接交流、参与探讨,研究共建培育产业集群相关工作,各地方政府对发展预制食品积极性高,相当数量的

产业联盟蓬勃兴起,食品主要产区广东、山东、四川、福建等都在新建、筹建预制食品相关的产业园,预制食品的市场增长已成为食品行业的共识。

此次大会宣读了预制食品分会成立批复及分会领导、秘书处组成方案,并向安井食品集团股份有限公司、内蒙古伊利实业集团股份有限公司、安琪酵母股份有限公司等18家以行业知名龙头企业为代表的预制食品分会副主任单位授牌。

李玉中对分会的成立寄予厚望。

他指出,要让预制食品成为食品工业增强国内大循环的内生动力,成为提升食品安全可靠性增长、有效提高食品产业市场增加值的新增长点,成为既能够丰富百姓餐桌、适应现代生活节奏,又能有效实现营养搭配的“厨房助手”。“我们要发挥预制食品的便捷化、标准化、规模化、科技化优势,为维护全体中国人的健康做出食品界的共同努力。”李玉中说道。

刘有干代表秘书处向大会汇报了预制食品分会的工作计划。北京工商大学校长、中国工程院院士孙宝国介绍了中国预制菜产业的发展趋势。来自全国食品工业标准化技术委员会、中国肉类食品综合研究中心、浙江省农业科学院、江苏大学、潍坊工商职业学院等单位的业内专家学者以及预制食品相关企业代表在会上分享了行业标准体系、食品生产新技术、成套加工装备、产业数字化的解决方案、人才培养、产品标识等一系列预制食品产业相关信息和工作进展情况,为预制食品行业发展助力。

会议期间,代表们实地考察了兰陵县预制食品近年来的发展,参观了设施农业、种植养殖基地和相关生产企业。

热点聚焦

□ 本报实习记者 刘元

日前,凰家实验室发布的“便宜没好货? 17元和238元的保温杯差在哪里”测评视频从材质、保温性能、耐冲击性等方面对13款热门保温杯进行测评,帮助消费者简化选购流程,仅微博平台播放量就超过262万次,引发网友热议。但记者注意到,部分消费者在观看视频后对测试结果以及如何选择一款适合自己的保温杯仍有疑惑。消费者在购买保温杯产品时究竟需要注意哪些指标?保温杯行业又该如何高质量发展?

不是“万能”饮品容器

“视频中将装满热水的保温杯从1.2米的高度多次跌落以测试其耐冲击性,这种方法是否合理?”家住北京市石景山区的李女士对记者表达了自己的疑惑,这样的实验是否真的具有参考意义?

带着上述问题,记者联系到了中国日用杂品工业协会杯壶分会秘书长许崇毅。“实际上,1.2米的跌落测试高度过于严苛,根据国家标准的要求,跌落测试的高度是40厘米。”许崇毅介绍,跌落测试的合理性涉及产品材料厚度、材料类型的选择。如果产品要做到可承受1.2米高度的跌落冲击,不锈钢材料的厚度就需要达到1毫米至1.2毫米,这样的产品不具备经济性,也会因过于笨重而不方便消费者携带。

此外,记者注意到,除了测评视频中所提及的指标,不少消费者对保温杯的内胆材质是否限制了盛放物也存诸多疑虑。“00后”小张就对记者说:“此前社交平台刮起了一股‘养生热’,现在的年轻人中更是流行起了‘保温杯泡枸杞’,我也想跟风试试,但总觉得这些饮品会腐蚀保温杯内胆。”

对于“保温杯能不能泡枸杞”这一问题,许崇毅则建议消费者不要长时间使用保温杯来盛放泡了枸杞的饮品。许崇毅说:“保温杯是不锈钢金属材质,所以不建议长时间盛放酸性饮品,包括部分中药。同时,也不建议消费者用保温杯长时间盛放高蛋白的饮品,因为在相对恒温的环境下,保温杯中的高蛋白饮品更容易出现细菌过度繁殖的情况。”

“真空寿命”也影响价格

出于安全和健康考量,保温杯虽然对一些饮品设置了“门槛”,但在满足消费者的个性化需求上,早已开辟出了新思路。记者浏览电商平台发现,目前保温杯产品种类繁多,按材质可分为304不锈钢、316不锈钢等,按设计可分为商务款、运动款、联名款等,按产地可分为国产和进口。这些保温杯价格从30元到300元不等,很容易让消费者看花了眼。这些价差近十倍的保温杯产品具体有什么区别呢?

浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司副总工程师翁文武告诉记者,仅从保温性能上讲,消费者在正常使用产品的情况下,优质的保温杯可以维持8年到10年甚至更长时间的“真空寿命”,但劣质的保温杯则可能在焊接处存在虚焊、假焊等情况,导致产品的真空性能衰减很快,仅有1年到2年的使用寿命。

也就是说,除品牌溢价、材质不同等情况产生的价格差,保温杯的“真空寿命”也是影响其价格的重要因素。那么,究竟什么样的保温杯质量更好呢?消费者又该以什么标准去选购保温杯?

翁文武表示:“消费者首先应关注保温杯的材质,要选择健康、安全的,比如304不锈钢、316不锈钢等。合格的保温杯产品包装上也都明示了与水接触材料的类型、牌号、适用标准,在保障消费者知情权的同时,市场监管部门也会根据厂家明示的材质进行监管。其次,要关注产品的保温性能,大部分产品都会在详情页明示产品有6小时或24小时的保温效能指标,消费者可以依据这一点选择适合自己的产品。最后,则需注意产品的密封性和易用性,密封性不好的产品,会在造成烫伤的风险,而杯盖旋合顺畅、按钮开关开合轻便则保障了产品的易用性。”

发展需强化品牌影响力

如今,随着我国居民生活水平不断提高,保温杯已经不再是简单的饮品容器,正不断趋向智能化、轻量化、个性化,产品设计也更加精美时尚。消费者对轻量杯、运动杯、个性定制杯、保健养生杯、智能数字水杯等新产品需求迅速增长。

值得一提的是,面对市场上种类繁多的产品,当消费者对同等价位的保温杯进行选择时,往往会认为国外产品质量要优于国产产品。真的是这样吗?

“实际上,国内不少知名企业的产品在保温效能等基本品质方面与国际知名品牌是不相上下的。”许崇毅表示,近年来,国内的技术发展迅速,保温杯产品的生产设备、材料、工艺等各个方面都涌现出大量创新举措。当前国内保温杯产品与国外产品的差距主要集中在品牌的沉淀、影响力、国际化运营能力,以及产品的创新研发水平和部分产品细节的处理上。未来,加强品牌影响力和国际化渠道的建设仍是国内保温杯生产企业的发展重点。

观点

以品牌建设赢得市场

在日前举行的第三届中国国际消费品博览会上,众多农业企业带着自己品牌的农产品参展。兰州百合、大同黄花、湖南茶油等走向世界的中国“土特产”吸引了众多参观者。

当前,全球农业企业竞争日趋激烈,我国农业企业的竞争也从以规模和成本为主导的重点竞争转向涵盖品质和品牌的全面竞争。品牌是品质的背书,是企业的金字招牌,如何以品牌赢市场,是农业企业发展的一道必答题。

我国多数农产品产量稳居世界第一,催生了众多农业企业。与之相伴的是,农业企业同质化程度较高,品种布局、生产模式、市场推广缺乏差异化,导致“人争卖出萝卜价”,甚至时不时出现“卖难”问题。其症

结在于,我国品牌农业起步较晚,很多农业企业对品牌的创立、维护、提升尚处在摸索阶段。许多地方不乏优质农业资源,但农业企业没能把这些优质资源完成品牌化、规模化,或是藏在深山人未知,或是酒好也怕巷子深。

随着生活水平提高,人们对营养、健康、安全农产品的需求,推动农业企业不断向产品优质化和品牌高端化发展。对企业来说,要注重增加以优质、特色产品,减少一般化低端供给。以消博会上的兰州百合为例,相关企业着眼于开拓国内国际市场,加强产品研发,优化产品结构,开发的新产品既有颗粒百合和碗装百合,也有作为航空食品的百合饼干和作为预制菜的百合净片。

要扬品牌之帆畅游市场之海,农业企业需要把产品特色与农业底蕴相结合。尽管互联网、物联网等科技元素对农业的渗透越来越深,但农产品的自然性、地域性仍很明显,是吸引消费者的独门秘籍。近年来,经营成功的农产品品牌大多有吃头、有看头、有讲头,不仅口感好、营养足,更具有地域风情和文化内涵。这启示我们,农业企业在打造品牌时要立足乡土资源,挖掘人文特色。充分挖掘各地独特的资源环境、独到的工艺流程、独有的民俗民风,用口碑吸引人,用品质留住人,用文化打动人心。

打造农业品牌,不可能一蹴而就,必须尊重产业规律和市场规律,久久为功。这就要求企业应做到补链条、兴业态,构建产业联合体,提升

品牌的规模化稳定输出能力。近日,上海市崇明区组建了崇明米业集团、河蟹集团、蔬菜集团等多个农业集团,通过区域内的龙头合作社抱团成立集团公司,统一品牌继而统一生产销售,使得产品数量和质量更稳定,拥有更大的市场话语权。可见,企业可以通过建立覆盖生产源头、市场价格、消费反馈、质量追溯等在内的管理平台,因时因地调节产销活动,从而夯实品牌的稳定输出能力。

党的二十大报告提出,加快建设农业强国。眼下正是农业企业发展壮大的黄金期,期待越来越多的农业企业闪亮登场,丰富中国百姓和世界的餐桌,向世界展示中国农企的力量。

(经济日报)

农业农村部:支持脱贫地区打造区域公用品牌

本报讯 日前,农业农村部网站公布的支持脱贫地区打造区域公用品牌实施方案(2023—2025年)(以下简称《实施方案》)提出,到2025年,脱贫地区品牌打造能力明显提升,塑造50个质量过硬、特色鲜明、带动力强的精品区域公用品牌。

《实施方案》提到,支持打造的区域公用品牌是指在一个具有特定自然生态环境、历史人文因素的明确生产区域内,由相关组织所有,由若干农业生产经营主体共同使用的农产品品牌。品牌名称由“产地名+产品名”构成,产地为县级或地市级。

根据《实施方案》,到2025年,脱贫地区品牌打造能力明显提升,品牌市场占有率、溢价能力明显提高,品牌引领提升产业质量效益和竞争力作用明显加强,塑造50个质量过硬、特色鲜明、带动力强的精品区域公用品牌,打造200个具有一定知名度和影响力的地域性区域公用品牌,带动培育300个具有市场竞争力的核心授权企业品牌和600个特色优质农产品品牌,推动建设一批质量水平高、供给能力强的农产

品原料基地品牌。

具体来看,《实施方案》共提出壮大主导产业、推动全产业链升级,提升供给质量、夯实品牌发展根基,强化市场跟踪、做好品牌战略布局,壮大品牌主体、提高品牌建设运营能力,开展品牌帮扶、强化样板示范带动,加强宣传推广、提高品牌知名度美誉度,支持渠道拓展、实现品牌营销增效以及强化品牌管理、促进品牌健康发展8个方面的重点任务。其中提到,推进全产业链开发,引导龙头企业到脱贫地区建设农产品加工基地,支持建设一批田间冷藏保鲜设施和产地冷链集配中心,提升脱贫地区农产品加工、仓储保鲜、运输销售等能力。

此外,《实施方案》还提出,要充分发挥政策导向作用,建立品牌激励机制,对支持品牌建设和品牌打造成果突出的组织和单位实施激励。相关部门要引入市场机制,积极引导社会资金投入,参与帮扶脱贫地区区域公用品牌建设,创新金融政策支持政策,加大品牌使用主体信贷直通车支持力度。

(辛文)



河北围场:粉条变“金条” 搭起致富桥

近日,走进河北省围场满族蒙古族自治县朝阳镇孤山村一食品晾晒场,一排排晶莹剔透的马铃薯粉条悬挂在杆上。围场有“中国马铃薯之乡”美誉,该县马铃薯种植面积稳定在70万亩上下,总产量达到165万吨,仓储集配能力达到300万吨,有国家级马铃薯研究机构1家。

据了解,近年来,围场鼓励成

立手工粉条合作社,吸纳当地零散手工粉条作坊加入,通过不同的制作技艺,以产品质量吸引外地客商、销售平台和商超餐饮订购产品,扩大销售渠道,提高市场份额,打通马铃薯手工粉条生产、加工、销售链条。目前,围场马铃薯加工企业已发展到21家,带动1.1万人在家门口就业,户均增收2万余元。

(中新网)

本报新闻职业道德监督岗

电话:(010)67605353 67606237
邮箱:xfrbjw@163.com



快来扫描我吧!



搜狐新闻客户端

消费日报微信公众平台

《消费日报》搜狐新闻客户端订阅流程:

步骤一:扫码下载搜狐新闻客户端 步骤二:打开应用点击上方“订阅”
步骤三:选择“添加订阅”后搜索“消费日报” 步骤四:点击右上角“+关注”即可