

《乳糖不耐受与科学饮奶专家共识》指出:

乳糖不耐受人群无需完全回避乳糖

本报讯(记者 暴梦川) 针对国人乳制品摄入不足的现状,近日,由中国营养学会专家组编写的《乳糖不耐受与科学饮奶专家共识》(以下简称《共识》)首次发布,为国民正确认识乳糖,科学饮奶提供权威指导。

《中国居民膳食指南(2022)》推荐“吃各种各样的奶制品,摄入量相当于每天300ml以上液态奶”。然而我国人群对乳及乳制品的健康作用认识尚不充足,人均乳及乳制品的消费量远远达不到推荐量。《2015—2017年中国居民营养与健康状况监测报告》显示,中国城乡居民平均每人摄入乳制品量仅为25.9克/天,不到推荐量的十分之一。究其原因,除了饮食习惯的问题,我国居民对乳糖不耐受/乳糖吸收不良的认识存在一定的误区。为科学引导公众饮奶,正确认识乳糖不耐受,中国营养学会组织专家组在查阅大量国内外科学文献的基础上,编制了《共识》。

《共识》指出,乳糖不耐受是由于小肠中乳糖酶活性不足,导致摄入的乳糖不能被完全分解和吸收,从而出现腹胀、肠鸣、腹泻等症状。乳糖不耐受的症状容易与其他胃肠道问题混淆,且存在较大个体差异。目前多数人容易因为饮奶后出现上述症状而盲目回避乳制品,这也是导致乳制品摄入量不足的重要原因。

中国营养学会理事长杨月欣表示:“乳制品有不可替代的营养价值,提升乳制品摄入量是今年全民营养周核心主题之一。在日常的膳食当中注意摄入足量的乳制品,可以保证钙和优质蛋白的摄入,对健康有许多积极作用。但由于对乳糖存在认知误区,很多国人在日常饮食中对乳制品采取盲目回避态度,再加上长期饮食习惯影响,导致国人乳制品摄入量不足,从而错失优质的营养来源。为此,中国营养学会组织专家组基于大量国内外科学文献,编制了这份《共识》。相信《共识》的发布能够帮助更多国人重新认识乳糖,并建立科学饮奶观,将喝奶纳入一日三餐,提高

国人饮奶量。”

《共识》认为,乳糖与其他糖相比可以更好地促进营养吸收和支持肠道健康,出现乳糖不耐受的症状的人群,也无需盲目回避牛奶中的乳糖。中国营养学会秘书长韩军花在对《共识》进行细致解读时进一步强调:“由于乳糖对营养素的吸收和肠道健康具有重要作用,基于用进废退的理论,大多数情况下,乳糖不耐受人群无需完全回避乳糖。可以通过选择低乳糖乳制品,补充益生菌/益生元/乳糖酶等产品,或者通过控制单次乳制品摄入量,逐步加重,与其他食物一起食用等多种方式改善乳糖不耐受症状。”

味接受度不足,所以品类创新一定要满足消费者的口味。奶酪博士也推出了自主研发的小方奶酪,打破了国外设备垄断和供应链依赖的局面,为全年龄段人群提供了营养补钙的新选择。

业内人士表示,奶酪仅仅是奶酪行业发展的开端,产品形式的不断创新和销售渠道的持续开拓,也将为行业发展带来新动力。

零售渠道的拓展和电子商务的崛起,也对奶酪销售产生了积极影响,消费者可以更加便捷地购买到各种品类的奶酪产品,而且电商平台的推广和优惠活动也激发了消费者的购买欲望。近日,妙可蓝多与京东签约2024年度战略合作,双方将扩大奶酪产品在线上的渗透率,进一步优化用户体验,通过线上线下营销的全面合作以及服务体验的全方位升级,实现消费者的全链路升级。

分众传媒创始人江南春表示,国内消费升级的大方向没有变,奶酪市场发展需要开发新人群,开创新场景,引领奶酪的必选属性。

业内人士建议,各大乳制品企业要加大产品创新,丰富产品组合,将奶酪产品的消费场景向餐桌转换,从而增强奶酪的必选属性。

“在中国的消费市场,奶酪这个品类依然有前景。但大家对于奶酪的需求也好,消费习惯、消费频次也好,都有一个缓慢渐进的过程,需要通过产品创新来推动。”乳业分析师宋亮坦言。

(宗 禾)

行业动态

本报讯 为进一步贯彻落实《乳品质量安全监督管理条例》《国务院办公厅关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》,根据《农业农村部办公厅关于开展2024年生鲜乳质量安全监测和监督检查计划的通知》,日前,上海市农业农村委员会发布《2024年上海市生鲜乳质量安全监测计划》(以下简称《计划》),明确各区农业农村委、有关单位要严格落实生鲜乳质量安全监

测计划,及时完成市级生鲜乳质量安全监测任务,并分别于7月、12月将监测情况报送至市农业农村委畜牧兽医管理处。对于检测不合格的,要及时将信息反馈至市农业农村委畜牧兽医管理处、市农业农村委执法总队和所在区农业农村委。各区农业农村委对日常监管或抽检中发现的违法违规添加行为,发现一起,查处一起,涉嫌违法犯罪的,要及时移送公安

《2024年上海市生鲜乳质量安全监测计划》发布 进一步提高监管效率和信息化水平

管责任,结合监测计划的实施,进一步加强对所辖奶牛场、生鲜乳收购站和运输车的监管,核查相关证照信息,严查生鲜乳收购运输环节违法行为。对于跨省运营的生鲜乳运输车,实行发证地和运营地“双重属地”监管。

《计划》对部级监测任务和市级监测任务进行了详细安排,包括生鲜乳例行监测、生乳国标指标监测、生鲜乳质量安全风险排查等。部级监测任务由农业农村部畜牧兽医局委托有关检测单位承担,生鲜乳例行监测任务的监测方式为现场检查 and 抽样检测,生乳国标指标监测任务的监测方式为抽样检测;市级监测任务的监测方式为抽样检测。

《计划》要求市农产品质量安全中

部门,并跟踪查处结果;市农业农村委执法总队要做好相关指导工作。

《计划》指出,各区农业农村委要推进生鲜乳质量安全监测监管信息化,推行使用“饲料及生鲜乳质量安全监管系统”。要严格落实《生鲜乳收购许可证》《生鲜乳准运证明》在线出证。要安排专人负责辖区内生鲜乳收购站和运输车信息核查上报工作,准确掌握生鲜乳收购站和运输车变动情况。加强对跨省运营生鲜乳运输车的信息化监管。要做好农业农村部推广使用的“生鲜乳收购站和运输车电子交接单”相关衔接保障工作,进一步提高监管效率和信息化水平。

(辛 文)

市场观察

开发新人群 开创新场景 开发新产品

奶酪市场多元化个性化发展趋势明显

近年来,在奶粉销量下滑、液奶遭遇增长瓶颈的市场环境下,奶酪成为乳业的重要增长点。业内人士认为,在奶酪赛道上,奶酪棒目前依然占据主导地位,未来奶酪产业的高质量发展,还需构建更加丰富的产品矩阵,挖掘市场新增长点,从而进一步打开新的市场空间。

奶酪成为乳业发展新引擎

随着消费升级步伐加快、国民健康需求进一步提升,具备高营养价值、丰富产品形态的奶酪产品逐渐受到消费者的青睐。近年来,我国奶酪市场快速增长,奶酪正在成为乳制品行业新的增长点。《奶酪创新发展助力奶业竞争力提升三年行动方案》提出,到2025年,全国奶酪产量达到50万吨,全国奶酪零售市场规模突破300亿元。

相关数据显示,2017—2021年,中国奶酪行业零售市场规模从51.54亿元增至131.20亿元,年均增速达25.6%。2022年,中国奶酪行业零售市场规模为142.94亿元,同比增长约9%。经历了此前的黄金发展期,奶酪已成为乳制品行业的新增长引擎。

行业政策层面,《食品安全国家标准 再制干酪和干酪制品》(GB25192—

2022)已于2022年底开始实施。新国标规定,“再制干酪”的干酪比例要求从大于15%调整为大于50%。业内人士指出,干酪含量的提升对相关产业提出了更高的要求,有望进一步提升再制干酪的产品品质。

近年来,越来越多的龙头企业切入奶酪赛道,妙可蓝多等国产品牌更是依托奶酪棒业务实现了快速增长。

蒙牛相关负责人表示,奶酪业务规模已超过奶粉,成为蒙牛收入的重要增长点。“一些产品品质差的品牌会逐渐被洗出市场,真正注重品质、供应链打造和长远增长策略的品牌将有更坚实的增长基础。”

“奶酪这一高品质的乳制品还具有巨大的市场增长空间,中国奶酪产业大有可为。”妙可蓝多创始人、CEO柴琇说。

业内人士表示,奶酪是奶业发展到成熟阶段的标志性产品,发展奶酪有利于原奶的综合利用及乳制品产销结构调整,有助于带动乳制品消费升级。

多管齐下挖掘市场新增长点

近年来,国内奶酪行业的高速增长主要依托奶酪棒这个单品的贡献。随

着市场步入调整期,如何挖掘新增长点、进一步打开市场空间成为竞争关键点。中研产业研究院《2024—2028年中国奶酪行业深度分析与投资前景预测报告》显示,近几年,我国奶酪行业的市场规模呈现增长趋势的原因是多方面的,包括产业链的优化、政策的支持、消费者需求的变化以及市场营销的推动。这些因素相互作用,共同推动了我国奶酪产业的健康发展。

奶酪市场的多元化、个性化发展趋势明显,为市场提供了更广阔的发展空间。

在我国奶酪市场,消费者对于奶酪产品的需求正在从单一的奶酪棒向更多元化的方向转变。除了传统的西餐奶酪,各种加工奶酪、奶酪饮品、零食等也受到越来越多年轻消费者的喜爱。妙可蓝多相关负责人表示,家庭餐桌消费方面,公司正进一步丰富奶酪片的产品;餐饮工业方面,已与萨利亚、鲍师傅、乐乐茶、外婆家等企业形成良好合作,之后将持续推动由产品销售商向专业乳品服务商的转型升级。酪神世家创始人郭本恒强调,奶酪行业的发展最重要的是品类创新,虽然奶酪被誉为“奶黄金”,但一般来说东方人对奶酪口

味接受度不足,所以品类创新一定要满足消费者的口味。奶酪博士也推出了自主研发的小方奶酪,打破了国外设备垄断和供应链依赖的局面,为全年龄段人群提供了营养补钙的新选择。

业内人士表示,奶酪仅仅是奶酪行业发展的开端,产品形式的不断创新和销售渠道的持续开拓,也将为行业发展带来新动力。

零售渠道的拓展和电子商务的崛起,也对奶酪销售产生了积极影响,消费者可以更加便捷地购买到各种品类的奶酪产品,而且电商平台的推广和优惠活动也激发了消费者的购买欲望。近日,妙可蓝多与京东签约2024年度战略合作,双方将扩大奶酪产品在线上的渗透率,进一步优化用户体验,通过线上线下营销的全面合作以及服务体验的全方位升级,实现消费者的全链路升级。

分众传媒创始人江南春表示,国内消费升级的大方向没有变,奶酪市场发展需要开发新人群,开创新场景,引领奶酪的必选属性。

业内人士建议,各大乳制品企业要加大产品创新,丰富产品组合,将奶酪产品的消费场景向餐桌转换,从而增强奶酪的必选属性。

“在中国的消费市场,奶酪这个品类依然有前景。但大家对于奶酪的需求也好,消费习惯、消费频次也好,都有一个缓慢渐进的过程,需要通过产品创新来推动。”乳业分析师宋亮坦言。

(宗 禾)

奶酪市场步入发展黄金期

一步增长至142.94亿元,同比增长约9%。显然,奶酪已步入发展的黄金期,成为乳制品行业的新增长极。

奶酪市场的崛起,背后有多重因素的支撑。首先,行业政策的出台为奶酪产业的发展提供了有力保障。如《奶酪创新发展助力奶业竞争力提升三年行动方案》等政策的实施,为奶酪产业的发展指明了方向,并提供了明确的目标和路径。同时,新国标《食品安全国家标准 再制干酪和干酪制品》的实施,进一步提升了奶酪产品的品质要求,为消费者提供了更安全、更可靠的产品选择。

其次,企业的创新和消费者的需求变化是推动奶酪市场增长的重要力量。

随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化,乳制品企业纷纷加大产品创新力度,推出更多元化、个性化的奶酪产品,以满足不同消费者的需求。从奶酪棒到各种加工奶酪、奶酪饮品、奶酪零食等,丰富的产品形态赢得了广大消费者的喜爱。

然而,随着市场步入调整期,奶酪行业的未来发展仍面临诸多挑战。为了挖掘新增长点、进一步打开市场空间,乳制品企业需要采取多项策略。首先,加大产品创新力度是关键。企业需要不断研发新产品,丰富产品组合,将奶酪产品的消费场景向餐桌延伸,从而增强奶酪的必选属性。其次,市场营销和品牌建设不

容忽视。在竞争激烈的市场环境中,如何提升品牌知名度和美誉度,吸引更多消费者关注,成为企业亟待解决的问题。最后,加强国际合作和产业链整合也是推动奶酪产业发展的重要途径。通过与国际奶酪品牌合作,引进先进技术和管理经验,可以进一步提升国内奶酪产业的整体水平。

面对机遇与挑战并存的市场环境,乳制品企业需要紧跟市场需求变化,加大产品创新力度,加强市场营销和品牌建设,同时加强国际合作和产业链整合。只有这样,才能共同推动中国奶酪产业的持续健康发展,为消费者带来更多健康、美味、多元化的食品选择。

声音

□ 空格

在乳制品行业面临重重挑战的今天,奶酪凭借其高营养价值、多样化的产品形态和不断增长的消费者认可度,正逐渐成为行业发展的重要引擎。这一现象不仅反映了国民健康意识的显著提升,也反映了消费升级的必然趋势。在奶粉销量下滑、液奶增长乏力的背景下,奶酪市场的迅猛增长无疑为乳制品行业注入了新的活力。

据浦银国际研报数据,2017年至2021年,中国奶酪行业零售市场规模从51.54亿元飙升至131.20亿元,年均增速高达25.6%。到了2022年,这一规模进

北京市丰台区市场监管局之窗

北京市丰台区市场监管局切实提升食品生产质量安全

近日,北京市丰台区市场监管局开展“守护消费”专项执法行动,对与群众生活消费密切相关的食品类别,进一步加大监督检查力度,筑牢安全底线。突出重点加强日常监督检查,将与人民群众消费密切相关的糕点、桶装饮用水、肉制品等食品作为检查重点,以原辅料索证索票制度落实情况、进销台账记录情况、生产加工情况等为重点检查环节开展监督检查,及时排查和消除食品生产环节安全隐患,强化食品安全源头管控。助力企业规范有序经营,对企业积极开展面对面、一对一的培训指导,现场查看了“日管控、周排查、月调度”工作机制各项记录文件等相关内容,并提出具体意见建议,要求企业要结合自身实际生产情况,不断完善细化此项工作机制。督促企业落实好主体责任,严格按照《企业落实食品安全主体责任监督管理规定》要求,建立健全风险管理制度和风险管理清单,积极发挥食品安全总监和食品安全员的主动能动性。督促企业加强质量管理,进一步增强经营诚信守法经营意识,提升食品安全管理水平。通过开展专项检查,提升辖区百姓在食品安全领域的获得感、幸福感,为百姓营造更加安全放心的消费环境,切实保护消费者权益,更好满足人民群众对高品质生活的需要,持续助推食品生产企业高质量发展,同时助力北京市丰台区倍增追赶、合作发展。(李天玲)

节 / 能 / 减 / 排 / 低 / 碳 / 新 / 生 / 活

绿色出行 低碳生活

[低碳生活从我做起 爱护环境人人有责]