

# 夏季喝奶易上火?

——乳业专家:不必因季节转换因素中途“换奶”



□文/涂端午 图/李波

烈日炎炎,肠胃敏感容易上火?尽管牛奶、羊奶、骆驼奶是公认营养滋补佳品,但民间也有观点认为喝奶可能上火,夏季不宜多喝。对此,记者采访乳业专家、中医科专家得知:夏季喝奶不会上火,主要还是因人而异。“也有部分羊奶宣传‘不上火’概念,听上去更像是制造一个‘卖点’。”有业内人士表示,羊奶粉的确有温和清淡的特点,但消费者也不必逢夏天就“换奶”。

在羊奶、骆驼奶强调自身“易吸收不上火”的同时,番禺、白云区部分小区的骆驼奶门店却已宣告歇业。记者获悉:当前骆驼奶供应量足但需求不算旺盛,“小众”羊奶则

成功突围,不少乳企都在“牛羊并举”发展。

“小众奶”如骆驼奶、羊奶主打“不上火”

“牛性寒、羊奶性温,羊奶蛋白分子小所以容易吸收,按理来说不容易上火。上火主要还跟人的代谢有关,如果自身代谢不足,别说是喝奶,吃肉、熬夜都更容易上火。”独立乳业分析师宋亮告诉记者。

“最近天气热起来了,不少婴幼儿也好、成年人也好,一到夏天就没什么胃口。夏季尤其是南方的夏季比较湿热,容易引起内热,胃口不佳是正常现象,此时选择温和好吸收的奶粉、液态奶都是不错的选择,可以适当补充营养,提高人体免疫

力。”宋亮认为。

他还特别提醒:夏天由于气温炎热,冲泡好的奶粉很容易变质,最好现冲现喝,如果是小瓶液态奶最好一次性喝完,大升液态奶则要做好密封和储存;喝奶以早晚为最佳时间,饭后喝营养吸收更好。

对此,中山大学附属第一医院中医科教授、主任医师、博导张诗军告诉记者称,牛奶味甘、性微寒,所含的优质蛋白质、脂肪、钙、维生素是其他食品无法比拟的,被誉为“完全营养食品”。

传统中医学也认为,牛奶可以补肺养胃、生津润肠、促进发育、润泽肌肤、增加皮肤弹性、镇静安神、抗疲劳,还具有消炎、消肿、缓解皮肤干燥的作用,不仅可以提高人体的免疫能力,还是糖尿病、便秘、久病体虚、气血不足、脾胃不和之人的主要滋补饮品。

“从牛奶的性味、成分和功效上来说,其食用不存在季节差别,更不会产生所谓的热气和上火。明代医家李时珍的《本草纲目》中,就有牛乳可以补益劳损、润大肠、治气痢、除黄疸的记载。相反,由于夏季天气炎热,人体代谢加快,消耗增大,水分散失也增多,作为营养饮料的牛奶不仅可补充人体营养成分,其接近80%的水分含量还可起到补充水分的作用。”张诗军表示。

乳业专家:不必因季节转换因素中途“换奶”

记者逛超市时,眼见一位促销

员对一位妈妈说:“你家宝宝有点偏瘦,进入夏季之后如果孩子越来越瘦、胃口变差,可以考虑在奶粉品类选择上更换为更适合婴幼儿的羊奶粉来进行喂养。”但这位妈妈十分犹豫,回答称:“我家喝牛奶不过敏,有必要因为天热就换奶吗?”

对此,有乳业专家认为,大多数肠胃敏感的婴幼儿消化吸收往往较差,羊奶富含丰富营养,的确更容易吸收,但如果孩子自身消化吸收没有问题,不必因为季节转变等因素中途“换奶”。

对于民间流传的“夏天奶制品营养不如冬天好”的说法,业界也认为缺乏科学依据。“奶制品的营养价值高低并不决定于季节,而应取决于饲料的营养价值。”有专家如此认为。

## 链接

“小众奶”现状:羊奶发展迅速,骆驼奶相对滞后

中国社科院工经所食品药品产业发展与监管研究中心发布的《中国羊奶粉产业发展研究II》预测:2025年,中国羊奶粉市场规模预计将达到近200亿元,到2030年将扩大到近300亿元。据悉,目前,我国羊奶粉产品主要集中于婴幼儿奶粉领域,针对较大儿童、特殊人群、老年人的专属性奶粉尚未进行大规模开发,成人羊奶粉消费市场潜力巨大,包括成人羊奶粉、功能羊奶粉、羊奶营养制品。

伴随我国羊奶粉行业不断从“小众奶”中突围而出、市场越做越

大,“牛羊并举”成乳业巨头“标配”,龙头乳企加速深耕、快速进场者兼而有之。日前,澳优旗下羊奶粉品牌佳贝艾特宣布推出免疫营养新品并表示要持续引领羊奶粉品类扩容;不久前,达能旗下全新婴幼儿配方羊奶粉系列爱他美卓得和诺优能诺优羊上市,作为达能首批新国标婴幼儿配方羊奶粉,新品的推出宣告达能开始发力羊奶粉赛道。

“羊奶中的乳清蛋白和酪蛋白比例介于牛奶和骆驼奶二者之间。在我国,牛奶消费是最大的,羊奶近年来发展得也不错,盒子整体仍在增长,但目前羊奶制品品种比较单一,仍是以奶粉为主,液态奶的市场接受度一般;骆驼奶因为产量偏小,市场良莠不齐,目前发展相对较慢。”宋亮如此说。

记者近期走访发现,广州部分小区的骆驼奶门店或“有事暂停营业”或直接更换门庭,完全没有了往昔沿街促销、买赠的热闹景象。在业内人士看来,目前骆驼奶缺的不是奶源,也不是目标客户,而是透明价格下的品质好奶。“产品价格不一、偶有掺假现象,消费者选择成本比较大,所以市场热情也较小。”业内人士认为。

该业内人士表示,夏天也应该多喝奶,而且乳企应针对不同人群开发具有特殊内涵的“定制式”奶制品以不断丰富奶制品种类,满足不同地域、不同年龄消费者的多元化、个性化需求。

## 行业动态

### 6月份第2周生鲜乳 平均价格3.84元/公斤

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测,6月份第2周(采集日为6月7日)所有畜产品和饲料产品价格下跌。

生鲜乳价格:内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平均价格3.84元/公斤,比前一周下跌0.3%,同比下跌7.2%。

饲料价格:全国玉米平均价格2.91元/公斤,比前一周下跌0.3%,同比下跌2.7%。主产区东北三省玉米价格为2.66元/公斤,比前一周下跌0.4%;主销区广东省玉米价格2.99元/公斤,与前一周持平。全国豆粕平均价格4.32元/公斤,比前一周下跌1.6%,同比下跌4.2%。

(农业农村部)

### 农业农村部部署大豆玉米 带状复合种植夏播工作

“芒种后、忙种豆”。当前正是大豆玉米带状复合种植夏播的关键时期。近日,农业农村部在安徽省宿州市召开全国大豆玉米带状复合种植现场观摩交流会,观摩品种农机展示和夏播现场,开展关键技术培训,交流各地经验做法,部署夏播重点工作,推动带状复合种植往深里走、往细里做。

会议指出,推动带状复合种植示范推广是破解资源约束、促进大豆玉米相向发展协调发展的现实选择,各地务必提高认识,深刻理解示范推广大豆玉米带状复合种植的重要性,坚定信心,强化措施,千方百计落实夏播面积,全力以赴抓好夏播田管,确保取得实实在在成效。

会议强调,各地要聚焦重点问题、紧抓关键环节,破解制约瓶颈,坚定“玉米基本不减产、增收一季豆”的目标不动摇,抓住播种保全苗这一关键环节,抓好封闭除草这一关键措施,打好全年丰产丰收基础。一是面积落实要到位。夏播带状复合种植面积占全年近六成,是大头关键,要抢抓农时,高标准高质量完成夏播任务。二是政策落实要到位。及时足额拨付中央和地方配套补助,强化资金管理,确保发挥政策实效。三是指导服务要到位。聚焦关键要素、关键环节,适时开展巡回指导、蹲点指导、技术培训,提高关键技术到位率和覆盖面。四是田间管理要到位。聚焦品种选择、模式选配、农机配套、施肥化控等关键技术,加强田管、优化模式,全面提升规范化、标准化种植水平。五是防灾减灾要到位。针对今年可能出现的渍涝、干旱等自然灾害,要做好预案,提早准备,防患于未然,避免或减少灾害损失。

六是示范引领要到位。打造高标准高质量示范样板,树立带状复合种植示范区标杆,发挥示范引领作用,做给农民看,带着农民干。七是宣传引导要到位。总结示范推广中的好经验、好做法、好成效,主动宣传、积极引导,营造良好氛围。

(农业农村部)

## 《学龄前儿童用调制乳粉》团体标准正式发布

近日,中国营养保健食品协会婴幼儿配方食品分会、中国标准化研究院农业食品标准化研究所与9家头部乳企联合起草的《学龄前儿童用调制乳粉》团体标准,正式发布。

中国营养保健食品协会表示:孩子3—6岁身体发育情况和饮

习惯会直接影响其少年乃至成年后出现肥胖及相关慢性病的概率。现执行的《食品安全国家标准乳粉》(GB 19644)虽保证了食品安全底线,但市面上很多学龄前儿童用调制乳粉配方没有统一标准,这就导致此产品不同品牌间的各类营养素含量相差较大。

文件内首先对学龄前儿童用调制乳粉做了定义:“以生牛(羊)乳或及其加工制品为主要原料,满足儿

童的营养需要而加入适量的维生素、矿物质和(或)其他原料,制成的适宜3周岁至6周岁(或进入小学之前的)儿童食用的乳固体含量不低于70%的调制乳粉。”

此外,该文件还对水、污染物和真菌毒素、微生物含量以及食品添加剂和营养强化剂做了参考规定,

全部依循食品安全国家标准。

虽然本次发布的《学龄前儿童用调制乳粉》团体标准不属于对企业硬性的要求,但它也是儿童奶粉市场的一份里程碑式文件,未来我国的奶粉市场一定会更加规范、严谨、科学。

(来源:中国营养保健食品协会)

## 太子奶创始人李途纯:联手儿子再战乳业江湖

□陈秋

### 大起大落太子奶

太子奶和李途纯,息息相关。时至今日,他谈及太子奶往事,依然滔滔不绝。

时间回溯至1981年,时年21岁的李途纯大学毕业,分配到株洲二商业局,“从那个时候就开始和衣食住行打交道。”按部就班的办公室工作,终究平淡。1985年,李途纯被调至株洲当地最大的湘江饭店工作,后又任命杉木塘饮食店总经理。那时,国企改革全面铺开,李途纯成为最早一批探索国企改革的先行者。

他当时实施固定员工下岗后返聘、计件工作制、提成工作制以及医药费年包干制等,扭转了企业亏损局面。1997年,我带着300元南下闯荡深圳。刚到深圳,李途纯做了最坏的打算,“可能要从搬运工、扫马路等体力活干起。”现实比他想象的乐观。李途纯有大学学历,在宾馆做过负责人,懂经营管理,“用人单人单挑着要。”

李途纯在深圳开了个好头,后续进展却不算顺畅,“我在深圳尝试了很多工作,换了二十多个工种。”

在一家粮油贸易公司的工作经历刺激了李途纯。他帮着老板打理公司,营收、利润大幅扩增,“但作为打工者,最后到手的钱很少,甚至有时为了跑业务还得搭钱。”

1992年,李途纯选择单干,在深圳卖过粮油、开过书店,这些都难言成功。1992年,他借10万元卖起了挂历,印了300万套。“成本价是8元,市场批发价是10.8元。最后算下来,我那一年赚了500多万元。”李途纯终于掘得人生第一桶金。

1993年,他回到株洲,开农贸市场、酒店、火锅店、书店,还代理花花公子的服装。机缘巧合之下,李途纯和深圳乳酸菌发酵专家盛延龄相识。盛延龄曾是活力宝技术副总裁。活力宝在八十年代推出的乳酸菌饮品,一度风行中国香港和东南亚市场。

李途纯也注意到,乳酸菌饮品在日本、欧美等发达国家和地区畅销,而国内乳酸菌饮品市场仍是一片空白。他1993年在株洲投入几百万元,推出太子奶玻璃瓶版,早期只在株洲和长沙销售。“外界以为太子奶是1996年创办,其实早几年就有了。”

1997年11月8日,太子奶拿下央视饮料板块广告标王,知名度大增。李途纯趁势向二、三线市场挺进,广建经销商网络。在很长一段时间,太子奶几乎成为乳酸菌饮品的代名词。李途纯2002年开始着力扩大产能建设,先后在株洲、北京、黄冈、成都、昆山等地建立五大生产基地,总投资超20亿元,生产能力可达300亿。

2007年,成为太子奶由盛转衰的关键之年。当年1月,高盛、摩根士丹利、英联等全球三大投行联手向太子奶注资7300万美元。9月,以花旗银行为首的国际银团向太子奶提供5亿元无担保无抵押的低息贷款。

李途纯对记者回忆道,当时,金融危机全球蔓延,花旗银行要求太子奶提前还款,“我多次妥协。花旗银行要加息,我同意了;提前还贷,我同意了;要我个人担保,我依然同意了。”回看旧事,李途纯也在反思——当年不应该让国外资本进入。

“太子奶内部股东也出现了问题,银行和公司内部股东联合,就是要把太子奶以50亿元卖掉。”李途纯终究没有力挽狂澜,反遭牢狱之灾。

李途纯在深圳开了个好头,后续进展却不算顺畅,“我在深圳尝试了很多工作,换了二十多个工种。”

在一家粮油贸易公司的工作经历刺激了李途纯。他帮着老板打理公司,营收、利润大幅扩增,“但作为打工者,最后到手的钱很少,甚至有时为了跑业务还得搭钱。”

1992年,李途纯选择单干,在深圳卖过粮油、开过书店,这些都难言成功。1992年,他借10万元卖起了挂历,印了300万套。“成本价是8元,市场批发价是10.8元。最后算下来,我那一年赚了500多万元。”李途纯终于掘得人生第一桶金。

1993年,他回到株洲,开农贸市场、酒店、火锅店、书店,还代理花花公子的服装。机缘巧合之下,李途纯和深圳乳酸菌发酵专家盛延龄相识。盛延龄曾是活力宝技术副总裁。活力宝在八十年代推出的乳酸菌饮品,一度风行中国香港和东南亚市场。

李途纯对记者回忆道,当时,花旗银行要求太子奶提前还款,“我多次妥协。花旗银行要加息,我同意了;提前还贷,我同意了;要我个人担保,我依然同意了。”回看旧事,李途纯也在反思——当年不应该让国外资本进入。

“太子奶内部股东也出现了问题,银行和公司内部股东联合,就是要把太子奶以50亿元卖掉。”李途纯终究没有力挽狂澜,反遭牢狱之灾。

&lt;p