

奶业产业链的“科技范”

从牧场到餐桌,一杯牛奶如何诞生?走进位于内蒙古呼和浩特敕勒川生态智慧牧场的牛舍内,一头头奶牛排队走上转盘式挤奶机。约10分钟后,新鲜的牛奶流入真空管道,迅速降温至2—4摄氏度,随后进入奶罐进行储存。

“无人”是这里的特色。牛舍内,全自动挤奶机器人、全自动饲喂机器人、环境监控系统等一台台智能化设备有序运转。曾经靠人工逐个记录的反刍量、运动量等数据,现在只要给奶牛戴上智能项圈、电子耳标,在手机上便能轻松获取。通过大数据分析,可根据奶牛的生理特征调控饲养环境,为精准管理奶牛提供参考。该模式下,牛奶产量和奶牛繁育率都有两位数的提升。

这种“科技范”贯穿着奶业全产

业链的各个环节。顺着产业链往前走,从“育好种”,加快生物育种关键技术研究;到“种好草”,加强紫花苜蓿等重要饲草种质资源的收集保护,科技创新对奶业发展的支撑作用逐渐凸显。往后看,以伊利现代智慧健康谷全球智能制造产业园为例,刚刚从牧场运来的生鲜乳,只需中控室的员工在电脑屏幕上轻轻一点,便可以自动进入检验、处理、混料、称重、干燥浓缩等生产流程。

全自动机器人、无人车等机械设备能够与生产线密切配合,正是得益于打通全产业链条的信息化管理。近年来,伊利对牧场、工厂和物流的多个独立信息管理系统进行了整合。在工厂智控数字中心,依托数字孪生等技术,智慧屏幕实时更新着奶牛行为监测、奶源运输、作业效率、累

计产量、工厂能耗、库存状态、运输物流等各环节信息。依据数据分析结果,工作人员可及时调控优化产业链各环节进度,进一步提质增效。

食品安全是头等大事。把好乳制品生产、加工、流通每一道关口,科技也是重要助力。为更好地管控和追溯产品质量,伊利建立从源头到终端的食品安全溯源系统,消费者可扫描产品包装上的二维码,查询获取产品的质检报告等信息。在物流端,从产品出库到商超上架,全程实施数字化管控,加强对生鲜乳收购站、运输车的精准化、全时段管理,确保牛奶被快速、安全地送到消费者手中。

对质量安全的把控,体现在每一个细节里。以灌装车间为例,包材进入设备后,先对牛奶盒内外底部彻底进行电子束杀菌;为避免使用黏合剂,

使用超声波技术对包材中的塑料夹层进行热熔封口;灌装奶粉时,将喷雾干燥后的奶粉充氮灌装,使产品在海拔地区也不会胀罐、爆罐;给牛奶盒粘贴吸管时,运用视频捕捉技术确保精准率达100%……

作为内蒙古“十四五”规划重点项目,伊利现代智慧健康谷现已建成液奶、奶粉、智造体验中心、智慧牧场等项目,产业集聚集约综合效益凸显。8月5日,位于健康谷内的国家乳业技术创新中心总部正式落成。目前,中心集聚10位院士、100多位高级行业专家、20多位海外专家和超过5000人的全产业链创新队伍,将助力解决我国乳业关键共性技术问题,为奶业高质量发展提供科技支撑。

栾心怡

《光明日报》

树立大食物观,托举美好生活

眼下,秋粮作物正处于产量形成关键阶段,各地正多措并举紧抓田间管理,全力以赴保障秋粮生产丰收,确保国内粮食供给稳定。在粮食安全基础上,随着经济社会发展以及人们生活水平的提高,我国农业与食物、粮食与食物的辩证关系逐渐清晰。习近平总书记指出,要树立大食物观,从更好满足人民美好生活需要出发,掌握人民群众食物结构变化趋势,在确保粮食供给的同时,保障肉类、蔬菜、水果、水产品等各类食物有效供给,缺了哪样也不行。这为新时代保障国家粮食安全和国民营养提供了遵循和指引。新时代筑牢粮食安全基石,需要我们牢固树立并深入践行大食物观。

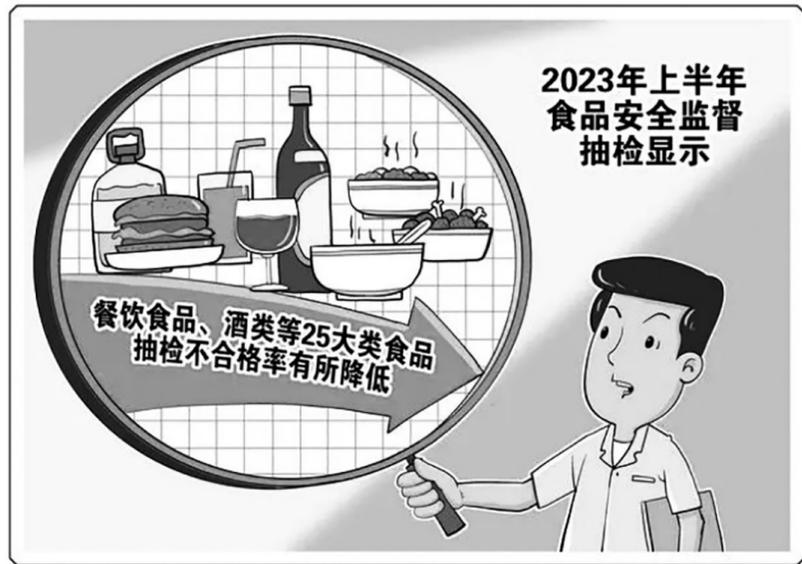
坚持把保障和促进粮食安全作为出发点。保障粮食安全,既要保证14亿多人吃得饱,又要保证吃得好。我国传统饮食以植物性食物为主,能量基本上可满足机体需要,但蛋白质、脂肪偏少。践行大食物观,意味着加强农业供给侧结构性改革,由单一供给侧管理向供需两端双向拓展,促进食物多样化供给,促进植物性和动物性食品消费占比均衡,为优化国民饮食结构奠定基础。同时,调整优化农业结构,提高大豆等油料作物种植面积,推进南菜北运基地和北方设施农业建设,稳定生猪基本产能,扩大牛羊肉和奶业生产,提升渔业发展质量,确保“油瓶子”“菜篮子”“肉盘子”供给稳定。树立和践行大食物观,还要求确保粮食的高质量供给和可持续供给,改变传统农业对资源环境不可持续的高强度开发利用,广泛挖掘各类食物资源,推广绿色、生态、可持续农业发展模式,以科技创新促进种质资源技术、农业基础设施与装置技术创新、农业生产技术创新,进一步提升多元化食物生产的科技贡献率和资源利用效率。

引领生产结构和消费结构转变。以大食物观引领生产结构的转变,是指从相对单一的粮食生产转向多元化食物供给。在保证粮食供应充足的基础上,适当增加果蔬类、动物性蛋白及海洋食品生产,才能更好满足多样化膳食营养需求。实现食物供给来源的多元化,要向森林、江河、湖海要食物,向动物植物微生物要热量、要蛋白,合理利用山水林田湖草等生物资源,充分挖掘生物资源潜力,最大限度减少土地资源依赖和环境影响,全方位、多渠道优化食物原料供给结构,满足人民群众多样化食物需求。大食物观引领的消费结构的转变,则是指从以粮食消费为主转向多元化食物消费。在保障粮食、尤其是口粮有效供给的基础上,中国人饭碗里的食物种类更加丰富,消费升级与食物供给多样化同步协调,逐渐呈现“更营养、更健康、更合理”的趋势。具体来看,主食在消费中占比下降,蔬菜、水果及肉蛋奶等消费量明显提升,这有利于形成更加均衡的膳食营养结构。在食物消费上,消费者更加注重质量和营养,推动食品生产体系不断优化迭代,实现从果腹到吃饱、从吃饱到营养、从营养到均衡、从均衡到健康的整体转变。

着力提升生产效率、控制物流成本、实施标准认证等。在提升生产效率方面,以科技为内核推动创新,在种质资源开发、种植养殖过程管理、包装与品牌设计等各个方面加强研发力度,从种养到销售各环节全面发力,提升食物生产的全过程效率。在控制物流成本方面,推进农产品全国大市场建设,完善流通体系,畅通食物生产者和食物消费者之间的连接渠道,减少交易环节,降低交易成本。针对农产品加工、包装、储运等环节中的薄弱点,采取针对性措施尽快补齐短板。在实施标准认证方面,加速完善适应大食物观发展的食物营养评价制度、食物质量安全国家标准制度,建立食物营养评价数据库,加强检测技术的研发与推广,助力建立健全更符合中国人营养健康需求的食物供需体系。

坚持把保障和促进粮食安全作为出发点。保障粮食安全,既要保证14亿多人吃得饱,又要保证吃得好。我国传统饮食以植物性食物为主,能量基本上可满足机体需要,但蛋白质、脂肪偏少。践行大食物观,意味着加强农业供给侧结构性改革,由单一供给侧管理向供需两端双向拓展,促进食物多样化供给,促进植物性和动物性食品消费占比均衡,为优化国民饮食结构奠定基础。同时,调整优化农业结构,提高大豆等油料作物种植面积,推进南菜北运基地和北方设施农业建设,稳定生猪基本产能,扩大牛羊肉和奶业生产,提升渔业发展质量,确保“油瓶子”“菜篮子”“肉盘子”供给稳定。树立和践行大食物观,还要求确保粮食的高质量供给和可持续供给,改变传统农业对资源环境不可持续的高强度开发利用,广泛挖掘各类食物资源,推广绿色、生态、可持续农业发展模式,以科技创新促进种质资源技术、农业基础设施与装置技术创新、农业生产技术创新,进一步提升多元化食物生产的科技贡献率和资源利用效率。

引领生产结构和消费结构转变。以大食物观引领生产结构的转变,是指从相对单一的粮食生产转向多元化食物供给。在保证粮食供应充足的基础上,适当增加果蔬类、动物性蛋白及海洋食品生产,才能更好满足多样化膳食营养需求。实现食物供给来源的多元化,要向森林、江河、湖海要食物,向动物植物微生物要热量、要蛋白,合理利用山水林田湖草等生物资源,充分挖掘生物资源潜力,最大限度减少土地资源依赖和环境影响,全方位、多渠道优化食物原料供给结构,满足人民群众多样化食物需求。大食物观引领的消费结构的转变,则是指从以粮食消费为主转向多元化食物消费。在保障粮食、尤其是口粮有效供给的基础上,中国人饭碗里的食物种类更加丰富,消费升级与食物供给多样化同步协调,逐渐呈现“更营养、更健康、更合理”的趋势。具体来看,主食在消费中占比下降,蔬菜、水果及肉蛋奶等消费量明显提升,这有利于形成更加均衡的膳食营养结构。在食物消费上,消费者更加注重质量和营养,推动食品生产体系不断优化迭代,实现从果腹到吃饱、从吃饱到营养、从营养到均衡、从均衡到健康的整体转变。



严控食品安全风险

市场监管总局8月14日发布2023年上半年市场监管部门食品安全监督抽检情况。与上年同期相比,餐饮食品、酒类等25大类食品抽检不合格率有所降低,但特殊膳食食品、茶叶及相关制品、蔬菜制品等8类食品抽检不合格率有所上升。

(新华社发 朱慧卿作)

加快一刻钟便民生活圈建设

在小区门口的便民早餐店喝一碗新鲜的豆浆,到社区便民菜店挑选几样可口的青菜,来社区便民中心修一修小物件……对于城市居民来说,家门口的社区商业方便了日常消费,成为生活中不可或缺的一部分。近日,商务部等13部门研究制定的《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023—2025)》发布,提出到2025年,在全国有条件的地级以上城市全面推开,推动多种类型的一刻钟便民生活圈建设,并作出优化社区商业网点布局、改善社区消费条件、创新社区消费场景等具体部署,为城市一刻钟便民生活圈建设工作明确了新目标,提出了新要求。

如果说大型购物中心是城市商业的“主动脉”,那么以周边社区居

民为服务对象的社区商业就像是“毛细血管”,激活城市消费的更大潜力。社区商业以社区居民为主要服务对象,以满足居民日常生活基本消费和品质消费等为目标,是一种多业态集聚的特色商业模式。随着我国城市建设不断推进,城市商业快速发展,我国社区商业总体布局不断完善,创新能力持续增强,不仅满足了社区居民购物、餐饮等消费需求,还为居民提供家电维修、洗衣等多种综合服务,成为居民消费的重要载体。

同时也要看到,社区商业在一定程度上仍存在商业基础设施不足、网点布局不合理、服务功能单一等问题,满足居民基本生活和品质消费需求的能力还需进一步提升。要紧跟消费需求升级趋势,坚持“问需于民、

问计于民”,“缺什么、补什么”,既要补齐人们日常所需的基本保障类业态,也要注重发展消费升级需要的品质提升类业态,将一刻钟便民生活圈打造成改善民生、扩大消费的重要载体。

全面推进城市一刻钟便民生活圈建设,需要系统谋划设计,优化社区商业布局。有的社区、周围菜店比较多,但健身场所、休闲场所不足;有的社区、娱乐休闲去处不少,购买日常生活必需品却不便利……解决类似问题,就要从规划入手,让社区商业的布局更好符合居民实际需求。要注重改善消费条件,丰富消费业态。在居民“家门口”优先配齐购物、餐饮、家政、快递、维修等基本保障类业态,让消费更便捷。在居民“家周边”因地制宜发展文化、娱乐、休闲、

社交、康养、健身等品质提升类业态,让消费更方便、更舒心。

一刻钟便民生活圈是消费新场景、新体验的重要载体。在一些社区,传统商场向社区商业中心转型,拓展特色餐饮、生活零售、文化休闲等服务功能,生意更加红火。未来,要继续鼓励场景和模式创新,发展线上线下融合的即时零售模式,赋能实体店,拓展服务半径。同时鼓励健身房、多功能运动场、保健理疗店等进社区,推动一刻钟便民生活圈与养老托育圈、文化休闲圈、快递服务圈等圈层相融,为社区居民带来更多元化、多层次的消费场景,在改善服务民生、促进消费升级、畅通城市经济“微循环”方面发挥更大作用。

王珂

资本跑马圈地,何时出现真正的奶茶大牌?

从原料多为冲泡粉剂的“台湾奶茶”“珍珠奶茶”到由鲜茶叶和品质牛奶现泡出的“秋天的第一杯奶茶”;从中小学门口不知名店铺,到如今装修、环境均相当能打,职场白领用来商务交流也丝毫不显违和的奈雪的茶、喜茶等奶茶店。奶茶从大热到步入主流不知不觉就在这十余年间,在此期间“城头变幻大王旗”,各大品牌或不断精进,或昙花一现。因高频消费、高现金流、高吸客能力的特性,在资本的加持下,奶茶市场的争斗更是引人注目,除了“一年绕地球N圈”“香飘飘”这种老牌A股上市公司,2021年6月30日,创立不过六七年的“奈雪的茶”于港交所正式上市,成为“全球现制茶饮第一股”,颇有国际化视野。时至今日,据报道仍然至少有6家奶茶连锁店考虑海外IPO。

不过,从奶茶市场现状来看,品牌野蛮生长,跑马圈地的红利期可能已

经成为过去式。不要说传统袋装非现制奶茶已经被归入超市的犄角旮旯,存量现制奶茶的市场博弈,如今可谓肉眼可见的残酷,这一点从喜茶、奈雪的茶等第一梯队奶茶单价的下降早就有所感知,不少单品的价格直接就是对半折。以往卖一杯挣到的钱,现在需要卖两杯才能挣得到。不是被逼到了事关品牌生死,哪有创始人舍得割自己肉。

但是,这些还不足以让品牌安全,因为奶茶的负面信息也始终伴随着这一行业的发展过程,诸如服务、质量等方面的问题层出不穷,成为舆情热点。近日面世的一份行业报告显示,自2022年5月至2023年6月,有关奶茶消费维权的舆情数据至少有3.1万余条。其中,有关食品安全问题的数据有2.4万余条,占比78.17%;有关服务问题的数据有3600多条,占比11.68%;有关宣传问题的数据有3100

多条,占比10.15%。其中一些主打加盟“割韭菜”的奶茶品牌,此类问题应该更为严重。

实事求是地说,奶茶消费市场一路更迭,正在走向健康、天然,新式茶饮在采用的原料和制作工艺上的提升,恰恰符合了这个趋势。奶茶目标群体同时也在升级,从以往主要面向学生群体开始转向25—35岁、更具购买力的年轻人。但时至今日,这个行业并没有一个标准化的服务管理体系和规范化操作流程,从业人员标准不一、服务水平参差不齐更是普遍现象。

这里比较正面的一个例子是来自宝岛台湾的某个奶茶品牌,迄今全国也不过数百家,以加盟和管理制度严苛著称。这就不难理解其能将产品和服务品质始终维持在一定水平。据加盟店主自爆,经营稳定期仍经常遭受来自总部的压力,后者会不定期派管理层到店内检查卫生和物料保质

期,派神秘顾客到店内购买产品,检查店员的仪表妆容、服务态度、奶茶质量。试问,这样的奶茶店有什么理由会被消费者遗忘呢?

奶茶最容易被拿来与咖啡做通俗比较,既然进星巴克点一杯咖啡可以成为一种生活方式,那么国内新式奶茶同样可以承载更多品牌价值和体验,也可以成为一种生活方式。无论是在奶茶背后的资本看来,还是在奶茶的顾客看来,与年轻人喜欢拿星巴克作为表明自己生活方式的标签一样,最好就是奶茶有一天也成为这种标签,消费者拿着这么一杯,自己就像过上了有情调的生活。目前看来,硬件已经接近,软件尚未完全落地。如果在食品安全、操作卫生这些重要环节上都还存在瑕疵,那么,显然要实现这一愿景就不是一件容易的事。

蒋光祥

预制菜应让消费者“预知”

□易博文

现在,不少餐馆在食材环节选择了预制菜。菜品预先做好了,加热一下就可以端上来。所谓预制菜,按照中国烹饪协会发布的团体标准,是“以一种或多种农产品为主要原料,运用标准化流水作业,经预加工(如分切、搅拌、腌制、滚揉、成型、调味等)和/或预烹调(如炒、炸、烤、煮、蒸等)制成,并进行预包装的成品或半成品菜肴”。

预制菜能做到即烹、即热、即食,省去了买、洗、切等繁琐工序,连接了上游“菜园子”和下游“菜篮子”,正逐渐获得市场青睐。有数据显示,预制菜相关企业达6.6万余家,其中,2022年新增注册企业1020余家。今年中央一号文件提出,培育发展预制菜产业。未来5年内,预制菜产业产值有望达万亿元级别的规模,成为餐饮产业发展的又一个“风口”。

预制菜受追捧,但其口味、新鲜食

材还有一定差距。《餐饮服务食品安全操作规范》鼓励餐饮服务提供者明示餐食的主要原料信息、餐食的数量或重量。消费者权益保护法明确规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。相关部门有必要加快制定和实施预制菜行业生产标准,督促餐饮企业履行对消费者的告知责任,标注哪盘是现炒菜,哪盘是预制菜,别让消费者用现炒菜的价钱,买了预制菜的单。

预制菜的赛道很长,市场发展前景可观。它的兴起,有效提升了经济复苏的烟火气。促进这一新兴产业健康发展,需要守牢食品安全底线,提升营养价值、丰富菜品口味、明晰产品标识、督促餐饮店落实告知责任等。只有让消费者更加清楚明白地放心消费,才有可能不断拓展市场空间,推动预制菜产业真正实现高质量发展。

(本版稿件仅代表作者个人观点)

征稿启事:

本版关注的是乳业界的热点话题,常有业内知名专家、学者参与话题的讨论。如果您有见解独到,论点鲜明,论据充足的稿件,欢迎您投稿。稿件请以电子版的形式发送。邮箱:rysb2007@163.com