

## 奶业依然处于发展机遇期

从前三季度看,尽管乳制品行业表现喜忧参半,但仍展现出强大韧劲。长期来看,奶业发展总体向好,困难是暂时的,仍处于机遇期。

总投资15亿元,现代牧场旗下3万头规模牧场日前正式投产。梳理发现,眼下尽管行业整体面临一定的困难,但多家大型乳业集团仍在逆势扩张,这反映出很多经营主体依然看好奶业,奶业发展仍处于机遇期。

在数量持续增长和质量不断提升的背景下,当前奶业行业和企业面临的困难主要表现为奶源阶段性过剩和原料奶价格下行。受此前经济形势、人口结构变化等因素影响,液态奶消费下降。加之乳企发展较快,规模化牧场超前建设,虽有利于保障国内奶源供应,但也存在奶源建设过快的问题。产能增、消费降,导致液态奶供需失衡。

然而,有些消费者仍有疑惑,“都说原料奶价格下跌,但市场上的乳制品价格并不低,一些产品价格堪称高昂”。消费者的感受是对的。近些年,乳制品加工有片面追求“高端化”

的倾向,存在过度加工、过度包装、过度利润的情况。我国人均奶类消费量仅为《中国居民膳食指南(2022)》中推荐奶制品摄入量最低水平的38.4%,对中西部和农村地区而言,乳制品价格偏高是制约奶类消费增长的重要因素。可见,乳制品企业要建立营销导向的加工体系,面向广大消费者提供价格亲民、营养安全的乳制品。

不只奶类,眼下我国主要畜产品大多呈价格下跌态势。奶业发展中的问题既有畜牧业的共性问题,也有自身的特殊情况。所谓共性问题包括生产成本较高、资源约束趋紧;所谓特殊情况是产量提升与自给率下降并存。尽管原料奶阶段性过剩,但是奶源自给率依然不够理想。据有关规划,2025年奶源自给率要达到70%以上,目前还有差距。奶业依然存在结构性短缺的问题,从进口量可见一斑。今年前三季度,我国乳制品进口量同比下降12.4%,大包粉、液态奶、婴幼儿配方粉等进口量缩减,乳清、奶酪进口量显著增长。

从奶业发展历程来看,2008年三聚氰胺事件使奶业发展受到冲击,此后的10年间产量停滞不前。直至2018年,全国奶类产量依然略低于2008年。2018年国务院办公厅发布一揽子政策促进奶业振兴,2019年至2022年,奶类产量年均增速达6.1%。2022年首次突破4000万吨大关,奶牛单产水平提升到9.2吨,虽不如以色列和美国,但高于欧盟水平;国产婴幼儿配方粉市场占有率达68%,重新占据主导地位。曾经困扰奶业的质量安全阴影已经远去,影响奶业发展的主要矛盾在发生变化。

奶价下行、养殖亏本、库存增加,这都是奶业面临的新形势,也是成长的烦恼。从前三季度看,尽管乳制品行业表现喜忧参半,但仍展现出强大韧劲,整体好于去年。长期来看,奶业发展总体向好,困难是暂时的,通过高质量发展是可以克服的。从营养角度看,慢性病高发正推动居民膳食向营养健康转型,奶类作为优质蛋白来源有很大消费增长潜力;从产业素质来看,养殖规模化水平、设施装

备水平、奶牛单产等不断提升,生鲜乳质量保持较好水平,这些是奶业发展的底气。

如何从供需两端推动奶业渡过难关、激发活力?

扶持生产。生产扶持涉及的领域较多,包括牧草种植、奶牛育种、差异化发展、种养殖循环、“双碳”建设等方面。值得注意的是,丹麦奶牛养殖户利用数字化养殖技术实现了更高效的生产,提高了饲料利用效率。对我国奶业来说,最关键的是支持中小牧场改造升级,推广关键实用技术,提高饲料转化率和奶牛单产,减轻经营压力。

引导消费。乳品价格上涨、干乳制品尚未融入国人饮食文化等因素制约着乳制品消费。奶业消费增长是随着城镇化进程、居民收入提高和膳食营养改善而循序渐进的过程。应加强市场和消费行为研究,推动产品品类、结构优化,培育和创造市场需求,打造更具活力的营销体系。

乔金亮

## 警惕匿名“礼品卡”陷阱

包装精美、“蟹”礼诱人、客服“亲切”……日前,福建厦门公安机关破获一起假冒“蟹卡兑换”为名的新型电信网络诈骗案。该案件以“匿名朋友”快递上门的“大闸蟹礼品卡”为诱饵,通过扫码完成任务的形式使受害人落入诈骗陷阱。当前,以“礼品卡”形式出现的诈骗案层出不穷,在收到此类装有“礼品卡”的快递时,一定要认真核实快递来源,切忌轻易扫描陌生快递中包含的二维码,在遇到疑似诈骗快递时,要第一时间向公安机关举报。有关部门应强化落实快递行业实名制寄递监管,从源头阻断“诈骗礼品卡”寄出。快递公司则要强化自身网络和信息安全保障能力,严格收寄验视,普及应用虚拟安全号码和隐私面单,不能确定寄递物品安全属性的不得收寄。

(文/时锋 图/徐敏)



## 食品知假买假,别让维权跑偏

最高人民法院11月30日发布了4件食品安全惩罚性赔偿典型案例,回应了“知假买假”是否受支持等社会热点话题,明确和统一了裁判规则。同日,《最高人民法院关于审理食品药品惩罚性赔偿纠纷案件适用法律若干问题的解释(征求意见稿)》正式向社会公开征求意见。

在食品领域,我们通常把购买者知道食品不符合食品安全标准仍然购买并进行维权的行为称为“知假买假”。食品知假买假能否“退一赔十”?这个问题争议已久。譬如,在具体实践中,个别地方不受受理知假买假投诉举报,把民间打假等同于“假

打索赔”,甚至以“麻烦制造者”或“恶意投诉”相待。然而,也不乏民间打假人获得网友支持,被视为“打假斗士”“维权先锋”。

“知假买假”为何会惹争议?问题主要在于消费者维权动机的认定。换句话说,维权也应正当、合理。这个标准如何判定呢?这次最高法院发布的典型案例,说得很明白。举个例子,小沙支付516元在网上购买30盒“黄芪薏米饼干”,签收发现不符合食品安全标准,又陆续分三次购买200盒,四次总计付款4176元。之后,他起诉请求经营者退还价款,十倍赔偿41760元。结果是,法院仅

部分支持了原告惩罚性赔偿的诉求。他首次购买的30盒饼干,符合合理生活消费需要,据此确定惩罚性赔偿金额为5160元,后来明知产品不符合食品安全标准又超出生活消费需要而加购的部分,诉求则未被支持。可见,典型案例坚持客观标准,在合理生活消费需要范围内支持“退一赔十”的惩罚性赔偿请求。

法官,天下之准绳也。毋庸置疑,支持消费者依法维权,充分发挥惩罚性赔偿制度作用,打击违法生产经营食品行为,是法治正义的体现。而防范借维权名义实施敲诈勒索、牟取不当利益,避免生产者“小过

担大责”、合法权益受损,同样符合法治精神。此次针对食品领域惩罚性赔偿法律适用等问题,明确和统一裁判规则,有利于消弭争议、汇聚共识,为保护食品安全和促进食品行业健康发展营造良好法治环境。

食品知假买假,不能成为牟利工具,也不是维权好主意。往深了看,“知假买假”现象背后,矛头指向的仍是市场上的造假、售假问题。如何从源头上治住“假”,不给不符合食品安全标准的食品生产经营空间,值得持续探索、久久为功。

张冬梅

## 预制菜热中还需冷思考

近日,有关预制菜的讨论又热了起来。对于这个产业,还得多点冷思考,解决好好吃、安全、健康、标准等诸多问题,才能真正让市场也热起来。

不可否认,预制菜是深有力度的大产业。预制菜产业链条长,一头连着田间地头,一头连着千家万户的餐桌,不仅包括农产品原料供给,还涉及食品加工、仓储物流、商贸流通、餐饮服务等多个环节,能有效推动一二三产业联动融合。发展预制菜产业,是延伸拓展农产品产业链、推动乡村振兴、培育食品工业增长新动能的有力抓手,对于扩大内需、稳定出口、促进就业等也具有重要意义。

预制菜已成为我国食品产业的新赛道。今年以来,“培育发展预制菜产业”首次写入中央一号文件,即《中共中央 国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》。工业和信息化部等3部门出台

《轻工业稳增长工作方案(2023—2024年)》,也把预制化食品列为培育壮大的新经济增长点之一。公开数据显示,去年我国预制菜市场规模就已超过5000亿元,今年有望突破6000亿元,市场前景可见一斑。全国预制菜相关企业数量已超7万家,涌现出年销售额10亿元级的爆品。

预制菜并非新产品。简而言之,预制菜是进行了预加工的成品或半成品菜肴,契合了市场对方便快捷的诉求。诸如薯条、炸鸡、八宝粥和速冻水饺其实都是预制菜。发展中餐预制菜并不容易,需要冷冻设备、技术、冷链物流等成熟配套。目前,美国、日本等地的预制菜渗透率已高达60%。与之相比,我国还有很大的市场空间。此前,外卖行业的蓬勃发展迅速提升了预制菜在商家、企业端的市场规模。近年来,因为疫情影响和电商平台推动,预制菜迎来了消费加

速期。

火爆的预制菜也引来很多争议。不少消费者对于预制菜的质疑,恰恰是其发展亟待解决的问题。最重要的问题就是安全,这是预制菜产业发展的前提和底线,解决这一问题的关键在于标准。当前,预制菜产品相关国家和行业标准缺失,地方和团体标准各行其是、层出不穷,不仅没有强制性,还互不统一甚至互相矛盾。这导致产品良莠不齐,不利于建立预制菜全过程监管体系,也容易导致消费者不信任。预制菜产业发展至今,迫切需要推出标准来规范行业、引领发展。

仅有“做得快”远远不够,“吃得好”才是预制菜发展的核心竞争力。目前,对于预制菜,消费者的负面评价主要集中在口感和品质上,品种单一、不好吃、不新鲜等反馈较多。预制菜的出路在于工业化、现代化生

产,需要先进的生产工艺、保鲜技术和生产设备等,打破小作坊模式,形成规模化效应,降低成本、保障品质。预制菜中式菜肴特色化、多元化、烹制方式复杂的特点,决定了中式预制菜的发展更需要自主创新,以实打实的科技研发支撑,破解口感与风味复原、营养物质保留、品质保真等制约产业发展的共性问题。

需要强调的是,预制菜市场务必要尊重消费者的知情权、选择权。当前,预制菜有特定的消费场景和消费人群,外卖餐馆、酒店餐厅等出售预制菜都应予以明示,让消费者自主选择。无论是技术工艺进步、行业标准建立,还是龙头企业培育、消费习惯培养,都需要时间,让具有中国特色的预制菜产业做大做强,把中国制造的预制菜产业推向全球。

黄鑫

## 让母婴室成为生育友好城市“标配”

“900公里高速没找到一个能用的(母婴室)”?记者近日调查发现,目前仍普遍存在母婴室设置不足、母婴室内设施不齐全等问题,母婴室被不合理使用、占用的情况亦频繁发生。

从早年间引发热议的“地铁哺乳照”到今年1月某地多名女子为哺乳妈妈“围人墙”,公共场所孩子喂养难题一直存在。带婴幼儿出行,却遍寻不到母婴室,或是好不容易找到却没法使用,此情此景想想都令人崩溃。记者近日走访发现,一些地方的商场、地铁站、医院、饭店等公共场所仍普遍存在没有设置母婴室的问题。而设母婴室的地方,有的和卫生间混在一起,里面臭味扑鼻;有的被占用成杂物间,或充当吸烟室使用。要么压根没有,要么有也是摆设,母婴室之困已然成为育儿路上的“绊脚石”。

育儿是家事,也是国事。某种程度上,完善母婴室设置是构建生育友好型社会的“刚需”。如今,随着二孩、三孩家庭增多,职场“背奶妈妈”群体壮大,加快优化育儿环境的紧迫性更加凸显。2021年11月,国家卫生健康委等15个部门联合印发的《母乳喂养促进行动计划(2021—2025年)》提出,到2025年,公共场所母婴设施配置率达到80%以上。与此同时,各地也在努力探索,比如2021年广东省就出台《母婴室安全技术规范》,广州市成为全国首个重点公共场所母婴室全覆盖的城市。不难发现,近年来政策规范不断完善以及儿童

友好型城市建设的推进,各地公共场所的母婴室配备正逐渐完善起来。然而,无论是在覆盖率、使用率上,还是在人性化 and 实用性上,母婴室的配置都离公众期望还有一定距离。

母婴室配备完善,体现的不仅是对母婴群体的尊重和关爱,更是公共服务理念人性化的彰显,是社会文明的一个重要标志。让母婴室为有孩家庭撑起一方晴空、解除后顾之忧,既要解决从“无”到“有”的问题,也要答好从“有”到“优”的考题。

先看从无到有。首先要打破认识不足、重视不够,从文明的高度、发展的眼光看待加快建设母婴室的必要性。同时要增强动力,压实主体责任,破解规划不足、执行走样等问题,在充分调研的基础上,结合实际、因地制宜探索母婴设施建设方案,既保证合理配置数量,又保障建设规范和质量。再看从有到优,建好更要用好。譬如,针对母婴室内设施不齐全、空间不足、位置难找、忽视爸爸需求等问题,积极在服务改善上做加法,让软硬件设置更加科学;在合理使用母婴室方面,有关部门可以开展不定期抽检,以强化监督管理减少占用、乱用行为。

解育儿之忧,为未来护航。当前,鼓励生育、完善生育支持体系已经成为社会共识。而要让孩子对生育更友好,对孩子更友好,不妨从筑牢带娃出行“后防线”,让母婴室成为环境友好“标配”开始。

## 数字标签 让食品安全看得见

□胡欣红

国家卫生健康委启动数字标签试点工作,为扩展食品标签展示形式,给消费者阅读食品标签提供便利。目前全国已有20余家企业、超过40款产品加入食品数字标签的试点工作,覆盖乳制品、饮料、包装饮用水、方便食品、肉制品、植物油、糖果等主要食品类别。通过二维码等形式,展示食品标签信息,让消费者可以通过手机扫描二维码,获取食品标签信息。这种电子“身份证”的运用,无疑是一种监管创新。

在食品领域进行数字标签试点,有着极强的现实必要性。近年来,消费者食品安全意识提升,更加注重阅读食品标签,也期待从中获取更多食品信息。与此同时,随着食品安全监管趋严,需要在食品标签上标示的信息也越来越多。而传统的食品标签,受版面限制,不少标签或字号偏小,或内容不全,在一定程度上,给消费者的信息获取带来不便。

拿消费者选购食品的重要指标之一“生产日期”来说,很多消费者都碰到过食品生产日期难以查找的情况。标注位置、字体大小与颜色均不统一。以瓶装食品为例,可能印在瓶身上,也可能标在瓶盖、瓶底等处,还有一些是近乎透明的生产日期,看起来煞是费劲。在超市经常可以看到,货架前,有些老年人一边扶着老花眼镜,一边拿着商品寻找生产日期。其他诸如食品配料表等重要信息,也存在同样情况。

数字标签相当于食品的电子“身份证”,和传统的实体食品标签相比,数字标签没有版面限制,消费者可以通过页面放大、语音识别、视频讲解等多种功能,更便捷

地获取食品信息,大幅提升了消费者获取食品相关信息的便利性。可以说,食品数字标签对于保障消费者的知情权、选择权和监督权等合法权益具有重要作用。

对于食品企业来说,推行数字标签,提高了企业在食品标签管理工作上的效率和准确率,还可有效节省企业在标签设计、印刷、审核中的人力及物力投入,减少食品标签维护和调整成本。期待越来越多食品生产企业加入数字标签试点工作,不仅让更多消费者体验到数字标签带来的便利,也让企业享受到标签电子化带来的高效率。

数字标签正式应用后,在传统标签保留强制性标示内容的基础上,还能够有效利用数字标签开展更为丰富的信息传递,同时减少包装材料和油墨的使用,更有利于绿色环保。推行数字标签,无论是对消费者获取信息、企业生产经营,还是对市场监管工作都大有益处。

需要注意的是,食品标签是消费者对食品最直观的认知渠道,是消费者选购食品类商品的重要参考。无论是数字标签,还是传统食品标签,其载明的所有内容均不得以错误的、引起误解的或遮掩掩盖甚至带有欺骗性的方式描述或介绍。为确保数字标签能真实准确地向消费者传递食品信息,相关部门应对数字标签的应用原则、要求和展示内容进行详细规定,为食品生产经营和市场监管提供规范依据。

食品数字标签,让公众有了了解食品的新渠道,不仅让食品安全信息能看得见,更能看得明白,保护了“舌尖上的安全”。这种与时俱进、运用大数据保障食品安全的创新之举,值得进一步探索和推广。

(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:rys2007@163.com