

## 把创新做到消费者心坎上

“浇菜要浇根,交人要交心”。企业创新产品,先要与消费者交友交心,了解他们的喜怒哀乐,搞清他们的所求所需,做好与市场的心理沟通。心心相印,产品创新才能有的放矢、有望成功;闭门造车,就会事倍功半、浪费资源。

例如,口感醇厚且营养健康的麻酱是中国传统食品,用途广泛,深受大众喜爱。麻酱虽好吃,但每次食用前大都需要加水来调,费时费力很不方便,让人心生遗憾。麻酱不用调就能吃,已成为人们的一大心愿。让人高兴的是,据《中国食品报》日前报道,国内一家企业研发了一款免调“二八酱”产品,深受消费者喜爱。民有所呼,企有所应,这是创新产品的正道,也是开拓市场的捷径。

又如,某大排档的宫保鸡丁木桶饭点餐率很高,因为传统的宫保鸡丁配料是鸡丁、葱段、花生米和调料,不少食客感觉葱太多、菜太少,店家获知意见后将葱段改为黄瓜丁和胡萝卜丁,使其肉菜俱全且红黄绿白四色争艳,深受食客青睐。可见,哪怕一个小小的产品创新也要做到消费者的心坎上。

面对需求疲软、竞争激烈的大环境,食品企业需要强化消费者思维,摸透消费者需求,号准消费者脉搏,站在消费者的立场开发新产品、改造老产品。不同消费群体虽然需求各异,但也有共性思维,值得企业关注。

一是表里如一的明白产品。明明白白消费、不上当不受骗,是消费者的底线思维。作为食品企业,对外传播的各类信息必须做到真实、准确、完整、及时,特别是广告宣传的内容要同实际的做法一致,标识上印制的各项说明要同包装里的产品一致。如果表里不一、虚假宣传、打擦边球、玩假概念被吹捧为“营销的高招儿”,那将是行业的悲哀。近年来,政府和食品企业为了让公众明白消费做了大量工作,很多企业想方设法让消费者目睹纯粮固态酿造的真实场景,打造透明工厂,彰显了企业的自律自信。

二是质量上乘的放心产品。安

心购买、放心消费是人心所向,趋利避害、自我保护是人性使然,追求健康养生、确保食品安全是消费者的共性思维。对食品企业而言,永远是“食品安全高于天,产品质量重如山”。食品企业要强化管理体系,培育新质生产力,从供应链、产业链、价值链的各风险点入手,畅通人流、物流、资金流、信息流的各梗阻点,以高素质的劳动者、智能化的机器设备、合格的原辅材料、绿色的生产环境和严格的法规标准,打造过硬的产品质量,杜绝品控风险,优化品质形象,提升消费者的信任度。

三是性价比高的实在产品。“只买对的不买贵的,货比三家不花冤枉钱”,是消费者的普遍思维;“不是买不起,而是平替产品更有性价比”,乃消费者的正常心理;更有一些年轻人崇尚“反向消费”,追求俭朴生活。消费者要求的是货真价实,关心的是物有所值,欣赏的是高性价比。所以,食品企业不能搞揠苗助长式的高端化产品,更不能把高价作为营销的噱头;也不能打急功近利的价格战,低价竞争只能暂时获利,会导致整个行业及长远利益受损,因为消费者还

有“买涨不买跌”的心理,食品企业不打短视的价格战是行业成熟和明智的表现。大力提高产品的性价比,顺应公众理性消费的潮流,是食品企业的当务之急。近年来,黄盖玻汾、绿脖西凤、蓝瓶红星等光瓶口粮酒的热销,即是相应的例证。

四是领导标新的特色产品。喜新厌旧是一种正常的消费心理,追奇求特也是消费者的时尚思维。解放思想、破旧立新,打造独具特色的产品是满足消费者“悦己”需求的重要途径。以新的产品、配方、包装、理念等去吸引消费者,让他们体验到老口味、新感觉,是引领消费的新举措;以文化、文旅、文创赋能食品产业,提升产品的人文色彩,深化与消费者的情感沟通,是创造消费的新思路。以专精特新产品,提高食品的安全性、优质性、文化性、便利性,是满足消费者多样化心理需求的坦途。

在消费者主权时代,调查研究先行,把握消费者心理,投其所好、供其所需,产品创新才能求真务实,食企才能高质量发展。

吴佩海

## 筑牢校园食品安全屏障

日前,广东省珠海市教育局发文要求珠海市直属学校食堂自今年5月份起,面向全体教师和学生开放,原则上不得设立教职工食堂,做到“同样的饭菜、同样的质量、同样的价格”,实施“同餐同菜同价”制度。同时配备专职食品安全管理人员,成立由师生家长代表组成的膳食委员会,探索食堂自营模式等,受到学生及家长好评。

推动师生“同餐同菜同价”,师生同食一锅菜,让全体教师与学生、家长一道成为校园食品安全的利益攸关方,是对校园食品安全校长负责制

的全领域,校长是第一责任人,分管校领导是直接责任人,只有全体师生风险共担、齐抓共管,成为校园食品安全共同体,对食堂原材料采购、每周食谱、菜品质量、饭菜价格等进行日常监督,才能切实提高食堂服务保障质量,提升食品安全保障水平,保障“舌尖上的安全”。

其实,不只是食品消费端,校园食品安全涉及诸多环节链条,须臾不可松懈。一方面要因地制宜推广“阳光厨房”“明厨亮灶”等新模式,在产地、生产、加工、流通、销售等多个环节构建食品安全“防火墙”和“过滤

网”;另一方面要加强排查监管,只有从食材供应商到配餐企业,从物流公司到食堂厨师、服务员的每个人都成为第一责任人,才能确保食品安全每个环节“零风险”。

筑牢校园食品安全屏障,还要以法律法规为准绳,聚责任主体之合力。按照食品安全法以及《学校食品安全与营养健康管理规定》等有关要求,各地各部门要应用好大数据、智能检测、移动互联网、物联网等创新技术,搭建食品安全全过程追溯平台,推动食品安全监管从“被动整治”走向“主动防控”,从“两头监管”走向

“过程监管”,更精准高效地为食品安全保驾护航。

食品安全是底线,美味健康才是标准。期待“同餐同菜同价”制度在为校园守护食品安全的同时,进一步为师生日常饮食带来多元的美味佳肴、科学的营养搭配和均衡的膳食结构。让师生从“吃得放心”“吃得安全”到“吃得营养”“吃得健康”,这也是满足人们日益增长的美好生活需要的应有之义,期待这样的实践,可以更多一些。

喻剑



## 网售食品配料表何必遮遮掩掩

近日有调查显示,商家不展示食品配料表的现象在电商平台广泛存在,有的店铺虽然展示了配料表,但隐去了部分信息。除了成分不详、含有添加剂等原因导致商家不愿主动展示配料表外,一些线上便利店的商品详情页只有一张图片,商家往往只拍摄产品的正面照片,而忽略了其他内容。这种行为是不符合法律规定的。根据食品安全法,预包装食品包装上应当有标签,标签应当标明成分或配料表;根据消费者权益保护法,经营者向消费者提供有关商品的质量等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。电商平台应设置硬性要求,督促商家规范展示食品配料表,及时纠正商家违法行为,充分保障消费者权益。(文/陶小莫 图/时锋)

## 重视化解“丰收后的烦恼”

全国“三夏”大规模小麦机收正在全面展开。针对粮食收获后可能产生的晒粮难、储粮难、售粮难等问题,各地应进一步增强粮食烘干能力和科学储粮能力,充分发挥粮食产后服务中心作用,及时为农户提供代清理、代烘干、代储存、代加工、代销售等一体化服务,解决农民“丰收后的烦恼”,减少粮食产后损失,增加农民种粮收入,为保障国家粮食数量安全和质量安全奠定基础。

粮食收获后,农民一般在自家庭院、田间地头晾晒、储存一段时间。不过,目前农村农户储粮已经发生重要变化。有的农户家庭“零存粮”,随用随买;有的农户会留存够全家一年吃的口粮,剩余粮食等到价格合适时再出售。与小农户相比,种粮大户、家庭农场和合作社等新型农业经营主体存粮意愿较强,延迟销售现象较为普遍。

粮食晾晒存储环节是粮食生产的终端环节,也是种粮赚钱与否最关键的环节,粮食晾晒存储好不好,直接影响农户种粮收益。随着工业化城镇化快速发展,农村“晒谷场”越来越少,农户储粮设施简陋,储粮技术不高,烘干能力不足,再加上缺少科学技术指导,粮食大量堆放容易发生霉变,还容易遭受虫害、鼠咬、雀食,造成农户储粮损失较大,粮食品质下降,卖不上好价,影响农民增收,会给粮食质量和食品安全带来很大隐患。

在我国耕地有限的前提下,推广应用先进实用的粮食烘干技术和科学储粮技术,改善农户晾晒、储存条件,是保障粮食品质、减少粮食产后损失、保障国家粮食安全的重要举措。针对部分地区设施装备总量不足、技术水平不高、设施与装备不配套,烘干服务还不能满足粮食生产需要的问题,国家大力推广“粮食产地

烘干设施,将粮食烘干成套设施装备纳入农机新产品补贴试点范围,提升烘干能力。针对农户储粮设施简陋、储粮技术不高等问题,国家加强农户科学储粮技术宣传和指导,转变传统储粮观念,增强科学储粮意识,支持引导农民在田间地头、房前屋后搭建节约简洁高效科学储粮器具,累计为全国农户配置科学储粮器具1000万台,逐步解决“地趴粮”问题。最新调查显示,我国农户储粮损失率由10年前的8%降至3%左右,为确保国家粮食数量和质量安全奠定了基础。

为进一步破解晒粮难、存粮难、售粮难等问题,2017年以来,国家有关部门深入推进优质粮食工程,在全国建成5500多家粮食产后服务中心,实现产粮大县全覆盖,初步形成布局合理、需求匹配、设施先进、功能完善的科学化、社会化粮食产后服务体系。同时,为农户及时提供清理、干

燥、收储、加工、销售等服务,推动农户储粮从“存粮在户”向“存粮在库”转变,从传统粗放式的晾晒、储存以及销售方式向专业化、科学化、机械化转变,进一步促进粮食提档升级,有效降低粮食产后损失,增强农户抵御自然灾害风险的能力,指导农户择机售粮,解决了农户有粮卖不出、卖不上价的问题,确保农民丰产丰收。

从目前来看,强降雨天气仍然是夏粮收获、晾晒、储存面临较为严峻的挑战。各地要加快收获进度,强化产地烘干能力建设,及时烘干晾晒、科学储粮,进一步延伸拓展粮食产后服务中心功能。持续增强粮食产后晾晒、储存、销售等能力,确保粮食颗粒归仓与农民丰产丰收,为粮食产业高质量发展夯实基础,为推动农业现代化和乡村振兴战略实施贡献力量。

刘慧

## 现代设施农业保增产促增收

当前,为实现农产品稳产保供和满足市场多样化、优质化消费需求的目标,各地区各部门积极发展现代设施农业。在基本农田规模有限的情况下,这是农业科技快速发展,现代装备与科技创新紧密结合的必然结果,也是践行大农业观、大食物观,提升农业产业化水平,向更广阔的国土空间要食物、向更广泛的自然资源要食物的必然要求。

现代设施农业是利用先进的信息技术、生物技术、工程装备技术与现代经营管理方式,为动植物生长提供相对可控的环境条件,发展现代设施农业,有助于粮食增产,促进农民增收,壮大乡村富民产业,打造乡土特色产业。其在推动传统农业向现代农业转变的同时,也促使当地农业生产方式向精细集约转变。党的十八大以来,为拓展农业生产空间领域,各地各部门相继出台多项政策举措,日光温室、植物工厂、集约化畜禽养殖、陆基和深远海养殖等设施农业加速发展,并取得了显著成果。目前,全国现代设施种植面积已经达到4000万亩,70%左右的肉蛋奶产品以及超过50%的养殖水产品由设施养殖提供。现代设施农业正在加速产业化,并起到引领示范作用。

值得注意的是,眼下各地的现代设施农业发展仍存在一些亟待解决的问题,与建设农业强国的要求存在一定差距。尤其是资金支持力度较弱、技术保障不到位、产销有所脱节等问题,已经成为现代设施农业高质量发展发展的制约因素。因此,必须紧紧围绕这些瓶颈,坚持问题导向和目标导向,加强协调联动,加大要素供给,形成工作合力,以现代设施农业高质量发展带动农业整体水平跃升,让农民更多参与产业发展,分

享产业增值收益,让增产走上快车道。

加强组织领导。建立起部门协同、省部联动,省负总责、市县落实、各方参与、共同建设的新时代设施农业发展机制。各地可成立科学有效管用的工作机制,统筹解决现代设施农业发展过程中的重大问题,合理规划建设用地,引导科研单位、企业、农户等参与主体协调发展,为现代设施农业的发展提供组织保障。

优化资金投入。持续加大资金投入和金融政策支持力度,支持企业、合作社和家庭农场的设施建设和优化升级。此外,还应通过积极开展招商引资工作,鼓励金融机构贷款等方式,引导社会资本投入现代设施农业中。

保证技术支撑。围绕生产各环节推进技术创新,加强技术指导和服务,为现代设施农业发展全流程提供保障。立足相关的产业前沿问题,组织科研单位和企业合作开展科研攻关,争取尽快在机械化、智能化技术装备以及设施作物生产栽培、贮藏加工等方面有所突破,通过技术进展推动现代设施农业走高效集约的绿色发展之路。

强化产销对接。发挥市场导向作用,积极引导企业参与现代设施农业产销对接体系建设。鼓励农村两委、乡村能人带头搞设施农业,形成合作社经济,避免小农户生产的无序性。在此基础上,做大做强龙头企业,积极培育“公司+基地+合作社+农户”的农业产业化联合体这一生产经营模式,以更好掌握市场需求和生产节奏。强化品控,通过加大宣传及创新线上线下营销方式,打造企业品牌和产品品牌,通过与机关企事业单位、餐饮店、超市、街道办等消费主体有效对接,让现代设施农业相关的优质农产品产得好、卖得好。

## 乌梅汤打败奶茶? 盲目跟风养生警惕适得其反

□钟琪琪

随着中医不断被越来越多的年轻人所接受,从去年起,中药茶饮乌梅汤就在年轻人之间掀起了一场“养生热”。而今年,“乌梅汤2.0”版本在减肥概念的加持下,再一次成为众多年轻人的饮品选择。据了解,今年浙江省中医药推出的“乌梅汤”,上线24小时配售量就达到了115万帖。

比咖啡、奶茶便宜,又能养生,还能减肥……对于当代年轻人来说,乌梅汤已经成为了他们日常饮品的不二选择。随着现在年轻人压力越来越大,“亚健康”群体越来越多,加之很多年轻人的身体素质已经到了自嘲“脆皮”的地步,越来越多的年轻人开始尝试中医养生。除了近两年火爆出圈的“乌梅汤”,养发饮、熬夜护肝元气茶、推拿等中医药养生产品同样俘获了不少年轻人的芳心,成为当代年轻人养生“新宠”。

然而,养生虽好,但也要根据自身情况进行,盲目跟风不可取。例如具有生津止渴、清热解暑、固肠止泻功效的乌梅汤火出圈后,很多年轻人都跟风去当地中医馆购买,但是却忽略了由于每个人身体状况和体质不同,其所产生的效

果也会不同,如果自身脾胃虚寒或者患有肠胃疾病的人,长期饮用乌梅汤就具有一定的风险性,甚至可能会加重病症。

除此之外,盲目跟风养生也给一些不良商家提供了可乘之机。有记者发现,在电商平台上,多个商家都在售卖“乌梅汤2.0”,并宣称“浙江省中医院乌梅汤同款原料”。不仅如此,在网店的宣传中,他们往往强调减肥功效,甚至用上了“咔咔掉秤”“轻盈体态解油腻”等话术和噱头。

然而,浙江省中医院发布声明称“乌梅汤2.0”未授权任何第三方配售。由此可见,很多不良商家为了提高销量虚假宣传,而其产品质量却得不到保证,那么消费者的安全又如何得到保障?如果一些年轻人因为盲目跟风购买了“三无产品”,那不仅不能够养生,反而会适得其反,危害身体健康。

我们期待中医药走出药房,被更多年轻群体喜爱和接受,但是也希望大家都理智看待中医养生,盲目跟风养生可能会影响身体健康。根据自身身体状况,寻找专业的医生提供专业的意见,或许是更加明智的选择。

(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,常有业内外知名专家、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