

品味纯净味道! 中国·青海湖酸奶文化艺术节召开



□文/图 本报记者 封斌

7月20日下午,在雪山倒映的高原明珠青海湖湖畔,由青海雪峰牦牛乳业有限责任公司主办,青海湖旅游集团协办的中国·青海湖酸奶文化艺术节盛大开幕。来自全国各地的行业嘉宾及产业链相关从业者,以及媒体代表2200余人参加了开幕式。

酸奶与文化的完美邂逅,不仅让现场嘉宾品尝到了高原酸奶的独特风味,而且还充分展示了当地特有的文化魅力。

青海雪峰牦牛乳业有限责任公司董事长助理那振南介绍了青海湖乳业20余年的发展历史。他表示,青海湖乳业始终坚持以酸奶文化节这个重要媒介,推动青海特色牦牛奶产业发展,让高原的优质奶源走出青海,“让世界品味纯净的味道!”

好奶源才能产出好酸奶!带着好奇,记者走访了海拔3500米天然牧场,这也是国内首家“开放式散养放牧”样板牧场。青海雪峰牦牛乳业奶源事业部部长班玛多杰在采访中介绍,这里空气清新,草原资源丰

富,牧草品种繁多,属于高海拔草垫草原,一平米有27种天然草,包括冬虫夏草、贝母、雪莲等中药材,这些天然牧草为奶牛提供了充足且优质蛋白、维生素、微量元素等天然营养成分。

在得天独厚的环境下,公司已在青南地区启动建设3000头高寒娟姗生态牧场,进一步扩大“开放式放牧”规模,产出更多优质天然的原料乳,而且青海湖牧场还选择娟姗奶牛作为主要的养殖品种,不仅具有优良的产奶性能以及适应放牧环境的特性,而且其奶质还高于娟姗牛

奶的品质。青海雪峰牦牛乳业营销总裁贾培旭告诉记者:“我们始终致力于打造‘绿色有机、高品质的特色牦牛奶产品输出地’作为奋斗目标,不断提升青海特色地域品牌知名度,努力使‘青海湖’品牌成为具有中国特色的牦牛乳第一品牌。”

据了解,青海湖酸奶文化艺术节已成功举办了七届,不仅得到了当地政府的高度重视,而且得到了社会各界人士和广大消费者的关注。本届酸奶文化艺术节的成功举办,将进一步推动青海湖酸奶文化的传播与发展,并为当地的文化旅游和经济发展注入新的活力。

嘉宝全球首个配方米粉系列正式上市,开启“第一口”营养新时代

7月19日,嘉宝全球首个配方米粉系列新品发布会在北京正式召开。此次嘉宝深入宝宝6—12月龄成长发育阶段营养需求,聚焦6月起辅食添加的第一口营养,同时充分考虑到不同体质的宝宝对辅食的特殊需求,在中国市场创新推出嘉宝全球首个配方米粉系列,为宝宝的第一口辅食提供更好的营养选择。雀巢中国大地区副总裁、雀巢婴幼儿营养业务单元中国大地区负责人谢国耀,雀巢大中华大区集团技术高级副总裁虞湛,国家卫健委妇幼健康研究中心研究员王惠珊出席发布会并发表演讲。发布会还邀请到小红书母婴行业负责人白泉,京东辅食组采购高级经理孙吉胜以及知名母婴KOL等多方代表与营养专家一起讨论了当代年轻父母们在宝宝辅食添加初期的痛点与困扰,深入了解6—12月龄宝宝的身体发育和营

养需求,共同倡导对于宝宝“第一口”营养的关注,以及不同体质的宝宝的辅食添加注意点。

6—12月龄是宝宝发育的黄金期和分水岭。此时宝宝体格会快速发育,体重平均每月增长300g,1周岁时会达到出生体重的3倍;身高每月增长1cm,1周岁时达到出生身高的1.5倍,开始进入大动作发育期。此外,宝宝的立体视觉开始发育,神经元在这个时期不断进行组织。国家卫健委妇幼健康研究中心研究员王惠珊强调:六月龄开始,母乳逐渐无法满足宝宝日益增加的营养需求,亟需添加辅食,米粉是公认的最佳第一口;铁剂是婴幼儿六个月起需要补充的营养元素之一,但是第一口辅食营养需求“不止于铁”,更需要考虑营养高、营养高密度的组合,同时,营养是否好吸收也是辅食选择的关键考虑点。

“这次,嘉宝充分结合和利用雀巢婴幼儿营养专业科学研究和技术优势,聚焦6到12月龄宝宝生长发育的营养需求,特别针对6月龄开始的第一口辅食营养需求,创新推出嘉宝全球首个配方米粉系列,开启第一口营养新时代,还为有小敏感和肚肚不适等问题的宝宝提供的针对性辅食产品营养解决方案,助力所有宝宝健康成长。”雀巢集团执行副总裁、雀巢大中华大区董事长兼首席执行官张西强致辞,肯定了嘉宝本次首个配方米粉系列的创新与进步。

这款具有突破意义的婴幼儿配方米粉,源自于雀巢婴幼儿营养业务单元多年来对婴幼儿营养需求的深入洞察和强大的科研实力。“在设计这款产品时,我们始终牢记雀巢母婴的使命——为生命最初1000天的宝宝提供科学、专业的营养解决方案,助力宝宝健康成长。”雀巢

中国大陆地区副总裁婴幼儿营养业务单元谢国耀 Joel Seah 先生介绍道。作为品牌全球首个配方米粉系列,A2配方米粉含有22种营养素,全面加持宝宝成长;还含有优质动物蛋白+植物蛋白;更甄选A2β-酪蛋白,营养亲和好吸收,10倍益生菌助力肚肚舒适,是一款让宝宝可以一口吃到多重营养的米粉。同时,依托于雀巢在低敏领域的科研优势和领跑能力,PHW专业配方米粉更为关注敏感需求,在米粉里首添部分水解乳清蛋白,让宝宝也能快乐安心地感受营养丰富的辅食第一口。

雀巢嘉宝配方米粉上市,给婴幼儿辅食喂养带来了全新思考,同时也为宝宝米粉品类带来了新突破。现场圆桌环节里,各位行业专家、代表以及妈妈代表就“不止吃饱,更要吃好——6月龄科学喂养第一关,宝宝的‘第一口辅食怎么选?’”深入探讨了

不同代际育儿观念和辅食观念的差异,强调了婴幼儿辅食第一口营养的全面的重要性,并着重讨论不同体质的宝宝如何更顺利喂养,确保身体成长所需营养的全面吸收。

作为消费者代表,小红书母婴达人谈及感受:在婴幼儿添加辅食阶段,妈妈们仍在遵循传统和科学喂养之间,在“吃饱”还是“吃好”之间不断探索。而这趋势也反映到了妈妈在辅食产品的选择上,京东平台辅食组采购高级经理孙吉胜也提到,年轻一代的父母们在挑选辅食的过程中,对于产品的营养搭配,不同宝宝在辅食喂养方面的询问不断增加。

嘉宝全球首个配方米粉系列的问世,旨在突破对米粉的传统思考:米粉不止补铁,更应为宝宝们提供全面科学的辅食第一口营养。(雀巢公司)



传统奶制品成了伴手礼

7月21日,在新疆维吾尔自治区博尔塔拉蒙古自治州精河县巴依勒格手工奶制品专业合作社加工车间,身着工作服的菊花正赶制次日发往博乐市和温泉县的奶疙瘩和酸奶糖订单,车间里刚出锅的奶疙瘩冒着热气,浓郁奶香弥漫在空气中。

菊花是精河县巴依勒格手工奶制品专业合作社负责人,也是精河县奶制品非遗传承人,多年来致力于生产和推广传统奶制品。合作社所在地精河县茫丁乡皇官南村是牧业村,很多牧民家中养了牛羊,因距离远,村里奶制品销路一直未打开。

“我从小就跟着长辈学做奶制品,自己也喜欢钻研新产品,于是就有了收购鲜奶,加工成各种奶制品的想法。”谈起创业的初心,菊花的想法很简单。2017年,皇官南村积极探索党支部领办合作社工作模式,鼓励菊花与村民联合成立合作社,引进烘干晾晒器、奶皮子加工机、冷冻冷藏箱等设备,恒温、稳定的加工线让奶制品产量和质量都得到了保障。

为了更好地将产品推向市场,菊花申请注册了“巴依勒格”商标,与村里的养殖场建立合作关系,开启奶制品产业发展之路。她制作的原汁原味奶制品,受到消费者的称赞,产品常常供不应求。该合作社在博乐市、温泉县实体店已有6家,合作社年净利润达30万元。图为7月22日,精河县巴依勒格手工奶制品专业合作社负责人菊花正制作奶制品。(文/宋雅文 图/囊永杰)

□杨晓晶

随着消费者健康意识的不断加强,营养食品多样化趋势的日益显著,小众奶制品以其独特的营养价值与地域特色,在市场上崭露头角,其中,骆驼奶作为一种新型健康特种乳受到市场青睐,众多企业开始切入骆驼奶制品细分赛道。骆驼奶制品成为近年来发展潜力最高的乳制品品类之一,未来增长势头强劲。

骆驼奶制品行业快速扩张

骆驼奶制品是指含骆驼成分的食品及营养品,包括骆驼奶粉、驼奶片、液体驼乳、驼奶钙片、驼奶饼干等。骆驼奶制品的生产地主要集中在新疆、内蒙古等骆驼养殖资源丰富的地区,这些地区得天独厚的自然条件保证了驼奶的高品质。

在驼奶加工方面,新疆地区由于起步早,在全国处于领先地位,如福海县的旺源驼奶实业有限公司、木垒县的骆驼生物有限公司,伊

犁的雪莲乳业有限公司、伊犁的伊力特乳业有限公司均已成立10年以上。同时,随着技术的不断进步,驼奶的生产加工工艺也日益完善,保证了产品的安全性和营养价值。

弗若斯特沙利文咨询公司在其报告中指出,相比其他乳制品,驼奶制品具有的稀缺性和高营养价值等属性,推动了行业快速扩张。不同于牛奶、羊奶产品已经形成了成熟的市场格局,驼奶制品行业尚处于高速发展阶段,驼奶品牌层出不穷。目前部分品牌已形成由传统驼奶制品和三种(或以上)驼奶相关零食及复合营养品组成的综合驼奶制品产品矩阵,不仅推动了传统驼奶制品创新发展,也为消费者提供了更全面的营养选择。

近年来,驼奶制品品牌聚焦于提升产品质量和品牌知名度,通过加强研发投入和创新,推出多样化、高品质的驼奶制品,满足消费者的不同需求。同时,各大品牌更加注重市场营销和渠道拓展,利用线上

线下结合的销售模式扩大市场覆盖面,并通过健康宣传和营养教育提升消费者对驼奶的认知度和认可度。随着“一带一路”政策的推进,中外合作更加密切,我国驼奶制品品牌借助合作与出口拓展了全球市场,提升了品牌国际影响力。

驼奶市场头部效应明显

现代消费者日益关注健康与营养,寻求天然、富含营养且有健康益处的食品。从营养素的构成分析,驼奶特色鲜明,酪蛋白含量低,乳清蛋白含量高,含有较多的类胰岛素蛋白。

数据显示,2023年11月,驼奶及驼奶制品在淘宝的交易指数高达2006507,抖音成交额更是达到了1亿元以上。一串串上升的数字,不仅代表了行业的高速发展,更是消费者对健康生活追求的体现。

沙利文指出,在驼奶及驼奶奶粉的TOP20品牌中,有19家为国产品牌。驼奶及驼奶奶粉市场的头部效应非常明显,TOP10品牌占据了超过

70%的市场份额。这一集中度的提升,意味着行业内的竞争愈发激烈,品牌之间的差异化战略和市场定位变得至关重要,促使企业加大研发和生产投入,推动行业快速发展。

创新驱动驼奶制品行业发展

技术进步和创新是驼奶行业发展的重要驱动力。随着科技的发展,驼奶的生产和加工技术不断进步,这提升了产品的质量和安全性。例如,先进的冷链物流、保鲜技术和车间无菌技术,保证了驼奶产品的新鲜度和营养价值,使其能更广泛地进入消费者的餐桌。这些技术进步和产品创新,不仅提升了驼奶制品的市场竞争力,也推动了整个行业的进步和发展。

同时,企业通过不断的研发和创新,推出多样化的驼奶制品,满足了不同消费者的需求。此外,企业还通过品牌建设和市场营销,提高驼奶的品牌知名度和市场影响力,进一步推动了驼奶制品行业的发

展。

值得关注的是,近年来,国家和许多地区出台了系列政策,以促进驼奶产业的健康发展。今年,我国重新修订了《食品安全国家标准 乳粉和调制乳粉》,对驼奶制品的理化指标、微生物指标等进行了详细规定,以助力驼奶制品的质量提升。随着该方案的落地实施,驼奶制品生产、销售等环节更加规范化,有助于行业健康有序发展。此外,“一带一路”倡议推动中国企业在中亚和其他地区投资建立奶源基地和生产设施,不仅保障了原料供应的稳定性,也提高了产品的品质和竞争力。

“牛奶产业已基本接近寡头时代,小厂家、小品牌想占有一席之地难上加难。而羊奶粉经过十余年快速发展,获得了大多数消费者的认可,但近两年明显新意不足,增长乏力,市场亟需一个新奇特的乳品来填补这一需求。驼奶应运而生,刚好满足了市场的需求,也迎来了新商机。”沙利文分析指出。

行业动态

7月第1周生鲜乳平均价格3.25元/公斤

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测,7月第3周(采集日为7月18日)生猪、猪肉、家禽产品价格环比上涨,仔猪、牛羊产品、豆粕、肉鸡配合饲料、蛋鸡配合饲料价格环比下跌,玉米、育肥猪配合饲料价格环比持平。

生鲜乳价格。河北、山西、内蒙古等10个主产省份生鲜乳平均价格3.23元/公斤,比前一周下跌0.3%,同比下跌13.9%。

饲料价格。全国玉米平均价格2.59元/公斤,与前一周持平,同比下跌13.1%。主产区东北三省玉米价格为2.41元/公斤,比前一周上涨0.4%;主销区广东省玉米价格为2.69元/公斤,比前一周上涨0.4%。全国豆粕平均价格3.55元/公斤,比前一周下跌1.9%,同比下跌20.0%。(农业农村部)

内蒙古青城乳业交易中心交易额突破一亿元

本报讯(记者 杨丽霞)近日,记者从内蒙古青城乳业交易中心获悉,5月20日开市至7月15日以来,交易金额已突破一亿元。

据了解,随着乳业交易中心业务的不断深入拓展,平台注册交易商达到30家,并围绕饲草、饲料原料、马铃薯等交易品种发生42笔交易业务,区域覆盖内蒙古、天津、黑龙江、新疆等地区。

乳业交易中心自开市以来,始终秉承着“诚信、公平、透明、共赢”的原则,着力于为交易商提供一个安全、稳定的交易环境,而破亿元的成绩,也是体现了乳业市场对于乳业交易中心的认可和信赖。据悉,乳业交易中心的交易模式与交易品种仍在持续增加更新中,为行业健康发展注入更多动能。

河北省2024上半年牛奶产量296.1万吨

2024年上半年,河北省农林牧渔业总产值2879.5亿元,同比增长3.8%。夏粮生产再获丰收。夏粮播种面积2276.3千公顷,同比增长0.1%;总产量1513.0万吨,增长1.0%;亩产443.1公斤,增长0.8%。畜牧业生产基本平稳。猪牛羊禽肉产量253.8万吨,同比下降0.9%。其中,猪肉产量154.6万吨,下降3.0%;生猪存栏1845.3万头,下降1.0%。禽蛋产量190.1万吨,增长2.5%。牛奶产量296.1万吨,增长2.9%。蔬菜水果生产平稳增长。蔬菜总产量1676.6万吨,增长3.2%;水果总产量340.7万吨,增长3.0%。上半年,畜牧、蔬菜、果品三大支柱产业产值占农林牧渔业总产值比重为67.1%。

据了解,2023年上半年河北省牛奶产量287.7万吨,同比增长8.4%。与上年同期相比,2024年上半年牛奶产量增速下滑5.5个百分点。(河北省统计局)

拉萨市生鲜乳收购补贴政策预计增加农牧民收入3000余万元

6月1日拉萨市发布促经济惠民生助企业8条政策后,各相关部门积极研究制定相应实施细则,以确保各项政策落实落地到位。推动农牧业健康发展作为第一条政策,市农业农村局出台3项具体举措,其中生鲜乳收购补贴政策计划收购5000吨生鲜乳,预计增加农牧民经营性收入3000余万元。

生鲜乳收购补贴政策的补贴对象,是拉萨市八县(区)及三个功能园区的从事生鲜乳加工的企业、合作社等收购主体。补贴标准为:对收购黄牛奶交易价格达2.5元/斤(含2.5元)以上、牦牛奶交易价格达9元/斤(含9元)以上的收购主体,每吨补贴2000元。“生鲜乳收购政策重点是扶持企业、合作社收购本地生鲜乳,解决农牧民卖奶难的问题,实现以销促养,以销促加,推动奶业高质量发展。收购主体严格按照申报流程规范填写申请表,达到要求后市相关部门将及时兑现补贴资金。”市农业农村局畜牧兽医水产科科长高彦飞说。(据《拉萨日报》)

(本报所采用部分文图无法联系到作者,请相关著作权人持权属证明与本报联系,本报将支付稿酬。)