话题 Topic

饮奶干预成效斐然

随着新学期的开始,学生营养健康状况再次受到全社会的关注。对学龄儿童而言,科学合理的营养摄入不仅是智力发育、身体健康及心理健康的坚实基石,更是预防未来成年期慢性疾病、奠定终身健康基础的关键。

为深入探究牛奶摄入对我国儿童健康的具体影响,中国学生营养与健康促进会携手中国疾病预防控制中心营养与健康所、海南医学院、华中科技大学同济医学院、成都市视力保护与健康促进学会,历时2年,圆满完成了"小学生饮奶与健康评估"研究项目。

据了解,该项目横跨湖北、四川、海南三省,惠及23所小学的12159名小学生。项目针对牛奶摄入对学生的生长发育、饮奶习惯、身体活动、骨密度、近期疾病等多方面的影响进行深入研究,旨在全面评估小学生的营养与健康状况,推动科学膳食指导的制定,为改善儿童营养健康状况提供科学依据。

日前,这一项目的三项调研成果在核心期刊《中国食物与营养》上发表,引起了广泛关注。调研成果显示,通过有针对性的饮奶行为干预措施,学龄儿童的体格成长与体质指数(BMI)有所改善。与此同时,学生及家长的营养认知态度及日常饮食行为也发生了积极转变。此外,调研还指出,营养教育与膳食干预对改善儿童膳食状况亦有不容忽视的积极作用。

在"小学生饮奶与健康评估"项目《饮奶行为干预对学龄儿童体格发育及体质指数的影响》研究中发现,保证充足的奶及奶制品摄入是促进儿童体格发育与改善体质指数的关键策略。这一干预措施不仅极大地促进了骨骼的茁壮成长与发育,还有效地缓解了因营养不均衡导致的消瘦等问题。

研究数据显示,接受饮奶干预的儿童在身高和体重增长方面均优于对照组,消瘦率明显下降。更重要的是,研究还发现,饮奶干预在预防超重与肥胖方面具有潜在价值,为家长和教育工作者提供了宝贵的科学依据。

另一项研究《中国三省份小学生饮奶干预知信行评价》则表明,积极培养小学生的饮奶习惯对促进其体格强健与体质优化具有深远意义。该研究表明,提升学生营养认知水平、构建科学饮奶信念体系,是引导他们形成健康饮奶习惯的关键。

数据显示,综合性干预措施有效推动了学生在生长发育、膳食均衡等多方面的正向转变,具体表现为:干预后,每周饮奶5天及以上的学生比例激增了15.2%,主动要求喝奶的学生数量增长了28.2%,19.4%的学生经常选择奶或奶制品作为健康零食。

同时,《中国三省份小学生饮用奶干预前后食物摄入状况研究》深入剖析了干预对膳食摄入的影响:干预不仅促使谷类食品摄入更为合理,还显著推动了富含关键营养素的食品消费增长,包括坚果、新鲜蔬果、优质畜禽肉类及液态奶等。特别是干预组每日液态奶的平均摄入量实现了21.03克的跃升,为小学生的健康成长奠定了坚实基础。

此次"小学生饮奶与健康评估"项目的调研成果以确凿的数据证明了系统性的饮奶干预对提升学生健康认知与饮奶意识、构筑终身健康基础的积极作用。然而,调研也发现,小学生的日均奶及奶制品摄入量仍显不足,未达到《中国居民膳食指南(2022)》中的推荐量。因此,校园成为弥补家庭营养短板、强化学生营养保障的关键阵地。

国家"学生饮用奶计划"便是通过每日课间向在校学生提供一杯优质牛奶来改善学生营养状况的重要举措。该计划已实施20余年,日供应量已经从最初的50万份扩大到如今的2775万份,覆盖范围也已扩展至全国31个省、自治区、直辖市的10万余所学校,惠及3210万名学生,成为迄今为止我国持续时间最长、受益人数最多、社会反响最好的一项国家营养改善计划,更为我国青少年健康事业的蓬勃发展注入了强劲动力。

展望未来,持续深化国家"学生饮用奶计划",仍需政府、教育系统及乳品企业等社会各界紧密协作,形成协同效应,通过不断优化政策环境,加大科普宣传力度,提升产品质量与服务水平,确保每一个孩子都能享受到这份来自国家的关爱与滋养。

李小伟

别让假蟹扣横行市场

时下,大闸蟹迎来消费旺季。出于防伪考虑,品牌大闸蟹会在蟹钳处锁上扎带,称为蟹扣,让每只蟹有唯一的"身份"编码。近年,市场监管执法愈发严格,大闸蟹防伪技术也逐年升级,但仍有一些违规蟹扣交易在隐秘处进行,二手平台存在蟹农私自贩卖蟹扣等乱象,普通大闸蟹套上蟹扣后,摇身变成冒牌"阳澄湖大闸蟹"。蟹扣作为防伪手段,本不是交易品,一般而言,是由当地行业协会发给会员,具有一定权威性。如若放任假蟹扣横行市场,消费者将难以通过蟹扣辨认真伪,扰乱市场环境。对此,电商平台需负起审核责任,通过技术手段,不给蟹扣卖家"露脸"机会。监管部门也要线上线下一体化监管,对销售假蟹扣行为依法依规予以严惩。 (文/时锋 图/陶小莫)

有话要说 Speech

从陪餐到共情,让学生的"食"光更加安心

近日,浙江义乌全面实施校领导陪餐制,要求校长、副校长、书记等校领导在非公务外出期间必须在学生餐厅与学生共同用餐,同时聘请20位市场监管员定期对学校食堂进行检查。

校领导陪餐制并不是一个新概念,但义乌将其全面常态化推行,标志着这一制度从零星的尝试走向了制度化和规范化。过去,许多学校虽然有校领导不定期陪餐的措施,但往往因缺乏持续性和严格监管而流于形式。此次义乌的举措通过将陪餐行为与校领导的日常工作挂钩,使其成为一项硬性任务,这无疑为陪餐制的落实增添了刚性。

显然,这项制度背后有着明确的用意:校领导亲身参与学生用餐过程,能够切实了解食堂餐食的质量、营养搭配及卫生情况,从而快速发现和纠正问题。领导们每天面对同样的餐盘,能够更客观地了解学校在餐饮方面存在的不足,提升对学生需求的敏感度。由此,学生家长和社会各界对学校餐饮安全的信任度也会随之提高。

引入市场监管员定期检查食堂,是义乌此项措施的另一亮点。这一举措在制度层面引入了外部监督力量,打破了校园内部监管的"闭环",从而提升了监管的透明度和有效性。市场监管员,作为独立的第三方角色,其职责不仅仅是检查,还需要提供专业的建议和监督整改进程。这种多方合作的模式有助于打造出一套从发现问题到解决问题的完整闭环,让学校餐饮安全问题真正实现"闭环管理"。

尽管校领导陪餐制在许多方面展现了积极意义,但在实施过程中仍需关注细节,避免形式化。一方面,陪餐的频率和覆盖面需合理安排,确保每位校领导都能切实参与到学生用餐中。另一方面,还要避免陪餐流于形式、敷衍了事,而应通过定期评价、意见反馈等机制,确保其效果落到实处。

浙江义乌全面推行校领导陪餐制,既是对学生健康和饮食安全的关怀,也是教育管理方式上的创新。校领导的亲身参与和市场监管员的专业监督,为学生提供了更安全的用餐环境,也为学校教育注入了更多人性化和细致化的元素。希望这样的举措能得到更多地区推广和借鉴,让更多的学生享受到学校教育中从细节出发的关怀与责任。

张涵

一家之言 Speak

餐饮消费如何再挖潜

国家统计局数据显示,今年前三季度,餐饮业收入39415亿元,同比增长6.2%,比社零消费同比增速高2.9个百分点。此前商务部公布的数据也显示,今年国庆期间重点监测的餐饮企业销售额同比增长4.6%。"地标美食""味蕾游""网红打卡""舌尖经济""市集经济"等热点话题也持续升温。餐饮消费正成为扩内需的重要增长点。

餐饮业之所以保持较快增长,与多元化模式的助力不无关联。通过数字化、智能化的加持,以及一系列新消费场景的打造,有效地带动了餐饮企业实现降本增效和活力释放,从而推动餐饮业成为支持消费市场持续扩大的重要力量。今年3月份商务部等9部门联合出台的《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》明确提出,引导餐饮领域平台企业为中小微商户提供技术培训、流量支持等,营造平台与商户共生发展的良性生态。6月份,国家发展改革委等5部门联合出台《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》,进一步提出要推进餐饮经营主体数字化改造,提升市场分析和客户获取能力。

进一步提升餐饮行业的竞争力,需要从多元化消费新场景、县域餐饮消费、促进中低收入群体增收等方面发力。

精心打造多元化消费新场景,全方位拓宽餐饮消费领域边界。不断创新和丰富餐饮消费场景,打造多元化的消费体验,从单一的就餐场所向多元化、综合化的消费空间转变,全方位拓宽餐饮消费的领域和范围。通过借景利用的方式,打造消费性公共空间,推动市集经济不断兴起。

深入挖掘县域餐饮消费潜力,充分展现地方特色美食资源魅力。通过深入探索县域餐饮市场,进一步挖掘消费潜力,同时充分展示和推广各地独具特色的美食资源,促进地方文化传承与发展,驱动餐饮消费市场的繁荣。各地区应紧密结合自身县域优势,构建特色鲜明的文化街区,将美食、文化与旅游等业态巧妙融合,以充分满足消费者个性化需求。例如,广东汕尾红海湾景区,利用海洋元素打造新颖消费场景,推动县域消费增长;锦州烧烤被誉为"烧烤界的巅峰之作",凭借其独特的地方风味,已然成为锦州这座城市的闪耀名片。

积极支持餐饮消费智能升级,加快餐饮经营主体数字化改造步伐。紧跟时代步伐,积极支持餐饮消费向智能化方向升级,加速餐饮企业数字化改造,提升服务质效,满足消费者多元需求。这促进了科技成果在消费领域的广泛应用,还为餐饮消费的发展注入新的活力与动能。"智能+零售"模式正在不断挖掘智能服务消费潜力,精准满足人民群众多样化需求。比如,有些新兴的智慧面馆通过自助点单、扫码支付等智能化手段,轻松完成消费者的点餐需求,极大提升了就餐体验。

实施有针对性的惠民促消费举措,有效激发餐饮消费市场新活力。通过实施有效的惠民促消费政策措施,运用财政补贴发放消费优惠券的方式有效激发消费服务市场活力,推动餐饮消费市场持续健康发展。比如,上海市政府投入实际财政资金5亿元,面向餐饮、住宿、电影、体育4个领域发放"乐·上海"服务消费券,激发餐饮市场活力。青海省、陕西省等地区为困难群众发放一次性生活补助,提高刚需群体的消费能力。无论是发放消费券、生活补助,还是提高学生资助补助标准等方式,核心都在于提高中低收入群体的收入水平,拓宽这一群体消费选择,激发餐饮消费市场活力。

汪彬 朱闻惠

Sound

媒体声音

《经济日报》

确保永久基本农田实至名归

不久前,永久基本农田查询平台正式上线,公众可在自然资源部门户网站、自然资源部APP等平台便捷、快速地查询到永久基本农田面积、空间位置等信息。这是对永久基本农田依法实施保护的重要举措,是对各地已开展的永久基本农田公布工作的重要补充,为广大社会公众广泛参与、共同监督和保护永久基本农田提供了多样化的渠道。

永久基本农田作为依法划定并实施特殊保护的优质耕地,在保障国家粮食安全、推动农业农村现代化、优化国土空间开发格局、维护生态系统平衡等方面发挥了重要作用。近年来,我国采取一系列有力措施加强永久基本农田保护,如土地管理法实施条例将其作为重要内容予以强化,为确保永久基本农田数量不减、质量提升、生态改善和布局优化提供了法律、制度、政策、资源、技术等保障。

增强永久基本农田管控能力。永久基本农田划定后,通过加强考核、建立田长制、运用卫片执法、发挥社会监督等,严格落实保护责任,永久基本农田特殊保护制度得到严格落实。在牢牢守住永久基本农田保护红线不得擅自突破随意调整的前提下,对于涉及耕地质量建设、农田配套设施建设,以及耕地自然损毁、零星破碎等情形,也应当实事求是地允许局部优化调整。如此,才能更好优化永久基本农田布局,提升农田质量。目前,有关部门已对永久基本农田保护红线优化调整的原则、程序和约束性要求进行了明确。在刚性管控与留有适当弹性空间的治理理念下,要持续增强永久基本农田管控能力,筑牢国家粮食安全基石。

加强永久基本农田建设。目前,国家和地方层面都在积极推动逐步将永久基本农田全部建成高标准农田,以切实增强永久基本农田生产能力、灌排能力、田间道路通行运输能力、机械化水平、科技应用水平。掌握未建成高标准农田的永久基本农田连片度、坡度、基础设施水平等立地条件,是未来提高永久基本农田与高标准农田空间套合度的前提。应充分利用现有数据平台,健全永久基本农田保护和高标准农田建设工作协同和信息共享机制,并统筹整合资源、完善投入机制,加快将还未建成高标准农田的永久基本农田建成适宜耕作、旱涝保收、高产稳产的现代化良田。还要完善永久基本农田质量监测网络,定期对全国永久基本农田质量水平进行全面评价,开展农田质量年度调查监测成果更新,为加强农田建设提供精准靶向。

完善永久基本农田保护激励机制。农民是永久基本农田的直接使用者,其行为直接影响农田的数量、质量与生态。应健全耕地保护补偿制度,鼓励有条件的地区建立永久基本农田保护基金,对农村集体经济组织、农民管护、改良和建设永久基本农田进行补贴,调动广大农民保护永久基本农田的积极性。由于永久基本农田重点用于发展粮食生产,特别是保障稻谷、小麦、玉米三大谷物的种植面积,农田保护激励机制还需与粮食主产区利益补偿机制、种粮农民收益保障机制相衔接,与生态补偿机制联动。只有农民不吃亏、有钱赚,才能真正当好永久基本农田的"守护者"。

Talk

坊间杂议

量贩零食能红多久

□梁睿

近日,休闲零食上市公司纷纷公布了2024年三季度财务报告。从这些公司交出的成绩单看,可谓几家欢喜几家愁。有的企业实现营业收入、净利润双增长,有的企业营业收入、净利润双双下滑。

零食企业业绩分化原因众多,比如市场竞争加剧、技术创新与研发投入差异、消费者需求变化等。而渠道布局的差异是零食企业业绩出现分化的关键因素。

前三季度,某上市公司营业收入同比增长320.63%,主要系报告期公司量贩零食业务规模扩大,营业收入增加。数据的背后,是大量零食连锁店下沉到此前不被看好的县域市场。如今,在不少县城乃至集镇的中心地段,多家量贩零食店"扎堆"已是常态。

量贩零食为何异军突起?其实零食行业是个消费者"高度敏感"的行业,如价格敏感、生产商和零售店成本敏感、口味敏感、产品保质期敏感等。而量贩零食店借助规模效应,最大限度降低了中间环节加价率,优化商品陈列及库存周转,大幅节约营销成本,提高周转效率,有力破解了零食行业的痛点,这构成了量贩零食更具竞争力的底层逻辑。量贩零食在县域尝到甜头后,带来了趋之若鹜的加盟者。在县级市场,"好想来""糖巢""赵一鸣""鸣鸣很忙""零食很忙"等诸多量贩零食店如复制粘贴般出现,也让这一赛道更加拥挤。

虽然量贩零食已成当下网红,但这些网红店能否长红还是要打个问号。

其一,虽然说渠道广、销量大意味着议价能力强,能从上游拿到较低供货价。但很多零食原料来自种植业、养殖业,受自然产量和原料品种限制,价格弹性并没有那么大。同时,不同零食制作流程不一样,生产厂家大多小而散,数量供应、品质控制、品种组合等都是考验零食企业持续经营能力的重要指标。

其二,量贩零食高速扩张背后低门槛、同质化的竞争同样使得这些公司易增量、难增利。同时,零食巨头们都在比拼"低价"以吸引更多消费者,这又会进一步挤压零食企业的利润空间,以价换量显然不是长久之计。

零食企业通过量贩模式开展渠道转换,打破了传统零食经销商层层加价的旧流通体系。但要建立起新秩序,零食企业还需要苦练内功,加快供应链革新和信息化变革,挤掉供应链多余"水分",并发挥供应链规模效应,提升整体采购规模和议价能力,实现全链条降本增效。在此基础上,还要以更"宠粉"的态度、更优质的产品、更亲民的服务巩固自身品牌,从而掌握竞争主动权。

(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