

纯牛奶禁用复原乳,撕掉标签还非终点

9月16日起,《食品安全国家标准 灭菌乳》1号修改单将正式施行。新规明确规定,生产灭菌乳只能以生乳为原料,不再允许使用复原乳;使用复原乳生产的乳品不得标注“纯牛(羊)奶”或“纯牛(羊)乳”,将作为调制乳管理。

这一变革不仅是对牛奶品质的重新定义,更关乎消费者的切身利益。然而,想让政策红利真正惠及百姓,仅靠规范包装标识远远不够——唯有从源头把控生产环节,才能让每一瓶纯牛奶都名副其实。

复原乳作为奶粉还原产物,在高温加工中,活性钙、乳铁蛋白等营养成分会出现流失现象,影响口感与营养价值。新规的出台,无疑为市场注入了一剂“品质强心针”。目前多

数主流品牌已提前行动,将生牛乳作为唯一原料标注,为新规落地铺平道路。

然而,仅靠“撕掉复原乳标签”远非终点。要让品质升级成为行业常态,企业需在三大环节持续发力。其一,奶源把控是根基。要建立优质牧场合作机制,确保生牛乳新鲜度与营养指标达标。其二,生产工艺是关键。要优化杀菌、灌装流程,最大限度保留牛奶天然风味与活性物质。其三,质量检测是保障。要构建全链条品控体系,让消费者真切感受品质提升。

只有织密监管网络,才能让违规无所遁形。政策生命力在于执行。新规实施后,监管部门需构建无死角监督体系;要强化源头管控,

开展牧场到工厂全链条巡查,杜绝“打擦边球”行为;要加大惩处力度,对违规使用复原乳的企业施以重罚,建立行业黑名单制度;要激活社会监督,畅通消费者投诉举报渠道,鼓励全民参与监督;要推动行业自律,引导协会制定规范标准,开展企业互查互评。

只有政府监管、社会监督、行业自律三力合一,才能筑牢新规落地的铜墙铁壁。此外,新规之下,纯牛奶市场虽更趋纯净,但消费者仍需掌握辨别能力。需要通过媒体、行业协会等渠道,解析调制乳、灭菌乳等品类差异;需要鼓励企业在外包装上标注奶源地、奶牛品种、生产工艺等核心信息;需要制作选购指南,教消费者辨识产品标准。当消费者能轻松辨

别牛奶品质,优质产品自会在市场脱颖而出,形成良币驱逐劣币的正向循环。

从“允许添加”到“全面禁用”,纯牛奶告别复原乳标志着行业升级的必然趋势。但要让这场牛奶品质革命真正惠及民生,需要企业以匠心守住品质生命线,监管部门以铁腕筑牢规则防火墙,社会各界以共识培育健康消费生态。唯此,纯牛奶方能成为品质与健康的真正代名词,让消费者饮得明白、喝得安心。

纯牛奶全面禁用复原乳,管好“瓶子”更要管好“厂子”,决不能只搞成纯牛奶包装上“少了三个字”,沦为了“包装上的文字游戏”。

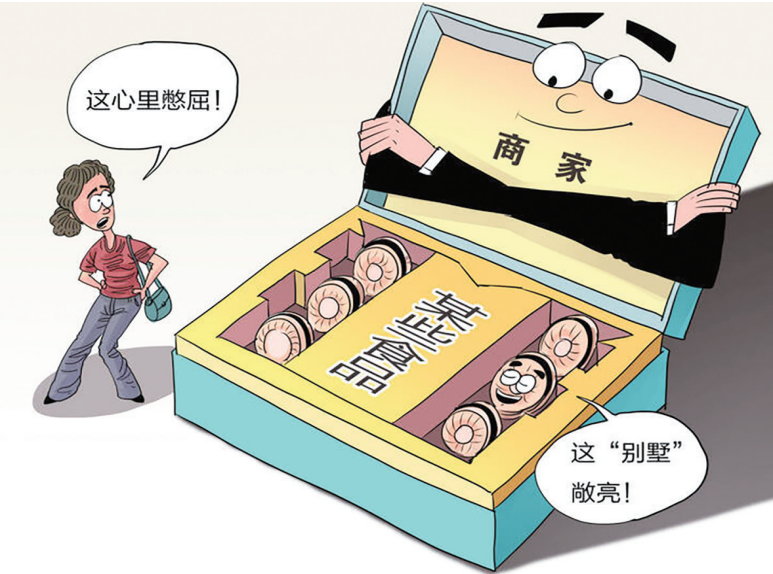
郭元鹏

零食不应有“公摊”

一盒“某八件”点心,打开就只有外观能看见的八块,其他地方都空着;一箱知名品牌的纯牛奶,打开却发现箱子底部用纸板隔出一层空间;一袋看着分量不少的花生,竟有许多是画在透明外包装上的“演员”;某品牌饼干,以前竖着放在横着放,看着多吃着少……近日,零食“包装刺客”引发消费者吐槽。

这些误导性的包装设计好像华丽的陷阱,让消费者商品的实际内容和价值产生误解,为“空气”埋单。不少被“刺过”的消费者称,没想到零食也有“公摊面积”。

“包装刺客”何以层出不穷?一方面,在内卷的形势下,降低价格成了行业不得不加入的“亏钱游戏”,一些商家采用膨胀的包装,视觉欺骗的设计,让零食的实际内容物减少,从而降低一部分成本。另一方面,醒目、独特、夸张的包装更容易吸引消



费者的眼球,商家期待以此在市场竞争中获得优势。

包装是品牌与消费者沟通的桥梁。好的包装不仅能博人眼球,还可

“比价值”是外卖行业出路

近日,京东集团CEO公开表示,7月以来的外卖市场存在泡沫,“恶性补贴”既没有模式创新,也不产生增量价值,还对商家产生了非常大的困扰,对行业来说也是一个扰乱价格体系的动作。

近段时间,一些平台企业推出0元券、0.1元秒杀或是大额补贴计划,表面看,“外卖大战”让消费者享受了实惠。但这种低价竞争已偏离商业正途,本质上是通过掠夺性定价挤压对手生存空间,形成了“内卷式”恶性竞争。看似热闹的市场繁荣背后,实则是行业生态的持续恶化。部分外卖平台通过无序补贴,制造行业泡沫,使得外卖行业深陷低质低价的泥潭。

羊毛出在羊身上,所有补贴最终都要有人买单。商家被迫承担高额

的补贴成本,部分订单甚至出现“负收入”,只能通过降低食材标准、压缩分量维持运营,“隐性涨价”损害的是消费者权益。这种恶性竞争最终只会造成多输局面,透支行业未来。

正常合理竞争能极大促进行业健康发展,但“内卷式”竞争则不然。有的平台收取高佣金且收费不透明,令商家叫苦不迭,生存空间遭受挤压;有的对手采用灵活用工方式逃避社会责任,形成系统性权益侵害;不时还有“幽灵外卖”出现——无实体店面无合法资质的外卖商家令食品安全隐忧丛生。消费者与商家间的信息不对称被放大,“劣币驱逐良币”现象频发,最终产生“平台赚流量、商家赚吆喝、骑手拼血汗”的畸形生态。

目前,一些平台企业已认识到“内卷式”竞争的危害,正在重塑行业规则。比如,在骑手权益保障上,有的平台坚持为全职骑手缴纳五险一金,从法律层面确立劳动关系,让骑手“老有所养、病有所医”;在商家合作上,通过低佣金政策降低经营成本,通过标准化供应链从源头保障食品安全,打击“幽灵外卖”;在用户体验上,聚焦品质外卖,通过优化系统架构提升配送效率,避免陷入“价格战”的恶性循环。这些举措直击行业痛点,构建起商家、骑手、消费者多方共赢的生态闭环。

外卖行业的健康发展,既需要监管部门从严规制垄断行为和恶性竞争,也需要平台企业回归商业本质,促进平台间的良性竞争,应通过政策

以丰富产品的内涵,提升消费体验。“包装刺客”或许能获取短期利益,但从长远来看,其最终背刺的还是品牌的信誉。商家在包装上玩的“小聪明”,消费者不难识破,不仅会让商家失去回头客,更可能将潜在的消费者拒之门外,最终将生意做成“一锤子买卖”。以消耗和牺牲消费者信任为代价的降低成本,无异于饮鸩止渴。

刹住“包装刺客”的歪风,需要全社会的共同行动。商家应该将精力放在提升产品质量上,“卷”质量而不是“卷”包装,自觉遵守市场规则,维护品牌信誉。消费者最朴素的要求就是货真价实,商家背离诚信经营原则的“小聪明”到头来只会刺伤自己。同时,监管部门需要进一步完善相关规则,不给“包装刺客”行刺的空间,让消费者放心、安心。

谭敏

他们为何跑上农业机器人赛道

智慧农业不是人与机器的博弈,而是彼此之间的赋能。传统农机把农民从“体力劳动者”变为“机器操作手”,智慧农业机器人将把农民升级为“机器人管理者”“数据决策师”。

宇树科技近日宣布,将其四足机器人Go2应用于智慧农业领域,探索机器人赋能农业新路径;由深圳蓝侠机器人有限公司与哈尔滨工业大学(深圳)研发的全国首台冬枣采摘机器人筐佬不久前在陕西大荔投入应用;中国科学院遗传与发育生物学研究所成功研制出世界首台可自动巡航杂交授粉的智能育种机器人“吉儿”;复旦大学机器人与自主无人系统实验室研制的番茄精细化作业智能农业机器人亮相……越来越多主体跑上农业机器人这一火热赛道。

在农村劳动力老龄化、人工成本居高不下的情况下,农业对智能化有着深切渴望。不同于以往的农业机器人,智能农业机器人能实时感知环境数据,通过图像识别、深度学习,实现自主决策和行动。例如,以往需要人给地图“打点”,手动规划路线,如

今凭借北斗+5G技术,搭配智能算法,能自主规划路径、自动避障。借助AI技术的突破,当前农业机器人已能开展巡检、施肥、喷药、采摘等工作。以宇树科技为例,其搭载农业专用传感器及AI视觉系统,可用于监测幼苗生长并实时采集田间数据。

无论是宇树科技、中国科学院,还是哈工大、复旦大学,都不是传统的农业科技单位或农业科技企业。之所以投身这一赛道,就是看好农业机器人的技术和应用前景。农业机器人之所以能,不仅在于机器视觉、知识图谱、决策模型等通用技术快速发展,还在于卫星遥感、低空技术、地面物联网、农业传感器等农情获取技术日臻成熟。随着农业规模化发展,农业基础设施和经营体系有了很大改善,新事物有了用武之地。这使得不少经营主体或科研主体,把创新目标瞄准了一

片蓝海的农业领域。

其实,农业机器人比工业领域机器人更难研发和推广。分析原因,一是,农业是非标准化环境,对象是生命体,而世界没有完全相同的两片树叶,需要光学、传感、机械、算法等领域专家协同解题。二是,农业比较效益低,技术不一定多高但成本要尽量低,没有效益农民就不会买账。三是,有的技术产品说起来丰满,用起来骨感,以采摘为例,工作人员坦言,最难的辨别成熟的果实,还要避开枝叶实现无损采摘。这些因素叠加,导致农业机器人目前依然只是“盆景”,只在极少部分经营主体和场景应用。

技术的魅力在于其强大的迭代进化能力,在越来越接地气的情情况下,成本有望越来越低。宇树科技Go2农业版的亮点是“AI视觉+边缘计算”能力,基础售价为1600美元,

对高值农业来说,具有一定性价比。第二代冬枣采摘机器人样机已进入研发阶段,重点解决高温条件下识别和抓取效率下降等问题,第三代也有了研发日程。这启示行业,要从实际出发,不断迭代优化,尤其要在降低成本、增加效益上找突破口,打造模式多样的解决方案,增加吸引力。

发展农业机器人,要有历史耐心。我们常说,农机装备让农民从体力劳动中解放出来。但直至今日,在农业的不少领域和环节,农机装备依然面临落地难、不好用的问题。农业机器人是农机装备的高级形态,走进普通农户更是需要相当长的时间。要看到,智慧农业不是人与机器的博弈,而是彼此之间的赋能。传统农机把农民从“体力劳动者”变为“机器操作手”,智慧农业机器人将把农民升级为“机器人管理者”“数据决策师”。按照规划,到本世纪中叶,农业强国全面建成。彼时的农业机器人会不会像今天的拖拉机、收割机一样普及?值得期待。

乔金亮

《经济日报》

需求升级重塑粮食市场格局

近期,笔者在超市及电商平台采购粮食时注意到,种类很多,价格差距也挺大。一斤普通散装大米3元至5元,普通包装款有机大米二三十元,精装礼盒有机大米150多元;面粉亦然。价格背后不只是单纯的定价策略差异,更折射出当前消费市场升级的趋势,从基础饱腹、品质安全,直至有机健康与礼品溢价,细分需求正在重构产品价值与产业生态。

粮食消费市场正经历结构性变革,细分为层次丰富的“梯田景观”,向多样化、个性化、品质化加速转型。主食选择日趋多元,燕麦、藜麦、紫米等杂粮走上餐桌,低升糖的黑麦面包和糙米深受糖尿病病人追捧。粮食消费更加重视个性化,具有鲜明圈层特征;Z世代青睐即食杂粮饭、微波炉蒸糙米饭等便捷产品,老年人偏好高钙小米、易消化面食,婴幼儿有机米粉和无添加胚芽米被视为宝宝辅食的优选。健身人群会选择高蛋白鹰嘴豆粉、意面和魔芋米,露营爱好者带动速食杂粮餐、自热五谷饭热销,小包装粮油产品契合独居青年需求。节日走亲访友赠送高端粮油成为新时尚。在这一进程中,粮油产品品质始终是核心诉求,知名品牌粮油成为消费者的优先选择。

粮食市场细化是消费升级、城镇化加速、健康诉求凸显以及家庭结构变迁等多重因素共同作用的结果。首先,居民生活水平普遍提高,越来越多的人尤其是中高收入群体,更加注重饮食健康与生活品质,愿意为优质粮油产品支付溢价。其次,城镇化进程加快深刻影响消费形态。我国城镇人口规模持续扩大,生活节奏进一步加快,

便捷食品快速崛起。再次,健康焦虑催生功能性粮油产品发展。五谷杂粮不仅用于果腹,还具有调节生理功能的作用。薏米祛湿,燕麦降胆固醇、小米养胃、绿豆解暑等功能属性日益受到重视,稻米油、玉米胚芽油等特色油种因独特营

养价值被广泛接受,控糖稻、助眠稻、富硒米等新兴品类不断涌现,推动功能性粮油从小众走向大众。最后,家庭结构趋向小型化,三口之家、独居青年和“空巢夫妻”等家庭形态的普及,传统大包装粮油产品已难以适应需求,小包装粮油逐渐兴起,有效避免了储存过程中的变质浪费。

消费市场细化正在粮食领域掀起一场静悄悄的革命。从田间到餐桌,产业链的每一环节都在发生改变。科研人员研发强筋麦、弱筋麦、功能水稻、富硒小米等粮食新品种。农民不只种植普通粮食品种,还会种植附加值高、功能更强的优质粮食作物,种植管理越来越精细化。收储企业改变以前那种混收混储的经营模式,针对不同品种专收专储。加工企业通过精准定位、科学配方和差异化加工,精准触达每一个细分需求。粮食也要拼颜值,包装不再千篇一律,精准匹配不同场景。销售环节更精彩,除了超市电商,不少农户变身短视频博主,直播种地,粉丝“云认领”农田,参与农田监管,将粮食交易转化为有温度的情感连接。

有机粮食、高纤维杂粮、低GI大米、富硒小米等优质粮油产品处于金字塔塔尖,市场溢价能力显著,有的溢价可达普通产品的30%—50%,部分定位高端的精品礼盒包装有机大米、特色文化IP产品溢价更高。实践证明,发展多样化、个性化、品质化的粮油产品,是改变“稻强米弱”“麦强面弱”格局的必然方向和强大动力。关键是要推动粮食全产业链升级,打通从“好种子”到“好饭碗”的通道,让种植者能增收、加工者有效益、消费者得实惠。

但要注意的是,粮食消费升级浪潮下,如果盲目追求多样化、个性化、品质化,放任细分市场与大众刚需脱节,粮食将从生存之本异化为身份标签。守护粮食安全,既需保障量足价稳,又要通过政策精准调控、科技降本增效,让优质粮食供给既丰富又可共享。

狠打侵害孩子餐盘的“硕鼠”

□于言锋

涉案11名食堂员工全部获刑,庭审现场特邀全县中小学校长旁听……近日,四川某县级法院审理一起校园食品领域职务侵占犯罪案件,零容忍信号引发广泛关注。

食品安全无小事,校园餐饮安全更是重中之重。目前我国中小学和幼儿园数量超46万所,涉及学生超2.37亿人。为了保证如此庞大的群体吃饱吃好,规模庞大的校园配餐与校园食堂产业应运而生。然而,由于产业流程较长,一些学校管理制度和监督机制存在弱化或缺位,出现了贪占学生餐费、插手食材招标采购、收受供应商回扣、截留挪用膳食经费等腐败乱象。上述案件,就是11名食堂员工利用职务之便,自食或销售食堂优质肉制品,将单位财物非法占为己有,从孩子们口中揩油。

阳光是最好的防腐剂。遏制“硕鼠”侵害孩子餐盘,根本之道在于更公开透明的流程和更严格有力的监督。从出台法律规定,要求食堂对外承包必须公开招标;到印

发文件要求,规范自营食堂食材查验流程;再到各级教育行政部门会同市场监管等部门协同行动,推动大宗食材集中采购……近些年,在建规立制的同时,有关部门也在尝试“智治”,通过“互联网+明厨亮灶”“数字食堂”等技术手段,充分挖掘“云监督”的潜力,强化社会监督的力量。

确保校园餐安全,也离不开从严追究突破红线者。校园餐贪腐多呈“小额、高频、持续”特点,这些“蝇贪蚁腐”之所以长期不收手,往往是由于侥幸心理,认为“微小”违法行为被查到的可能性不大。对此,必须强化问责力度,提升惩处强度,把纪律延伸至“灶台边”“米袋口”。从这个角度来说,邀请中小学校长旁听校园餐腐败案件的庭审,也是一堂生动的警示教育课。

保障学生“舌尖上的安全”没有终点。针对校园餐腐败,持续动真格、出重拳、管到位,形成监督的便利化、常态化、自觉性,学生吃到的饭菜就会更干净健康。

(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