

# 国家马铃薯良种重大科研联合攻关启动

**本报讯** 近日,国家马铃薯良种重大科研联合攻关启动会在河北省张家口举行,来自黑龙江、甘肃、四川等地的31个联合体成员单位代表参会。会议通过了《国家马铃薯良种重大科研联合攻关实施方案》,提出到2020年,选育适宜市场需要的鲜食型品种5至10个,选育多用途专用型加工品种2至3个,研发功能性食品和主食产品5至10个。

联合攻关内容包括:加强优

质种质资源创新,加强育种技术和育种方法创新,推进育种规模化、机械化和信息化水平;建立和完善常规育种与生物技术相结合的高效育种技术体系,搭建绿色马铃薯育种材料基因型和关键性状鉴定、新品系多点鉴定、新品种联合示范、脱毒种薯繁育及种薯质量监控体系平台,建立层次清晰、分工明确、育繁推结合的公益性马铃薯育种联合网络;建立马铃薯优质绿色品种评价指标体系,鉴定一批满足

马铃薯育种需求的绿色优异种质资源,创制一批重点性状突出、综合性状优良的育种材料,选育一批具有重大应用推广前景的绿色新品种;开展特色专用优质品种攻关擂台赛,加大品种展示示范力度;建设基础种薯和合格种薯的繁育基地,健全省市县三级马铃薯种薯质量检验功能,积极开展种薯质量认证;完善育种资源共享和权益分享机制,完善攻关信息体系内容,建设攻关信息数据库,加快新品种

新技术推广应用。

河北省农业厅副厅长段玲表示,省农业厅作为国家马铃薯良种重大科研联合攻关牵头单位,正在细化完善攻关实施方案,今年已确定马铃薯育种共享材料,目前已收集省内外有较大应用价值的资源材料30份,初步建立了马铃薯种质资源库。组织有育种实力的联合体成员单位商定共享种质资源名单,推进育种材料、育种技术交流。

据了解,通过联合攻关,河北省将创建马铃薯良种科研与生产合作体系,通过整合产学研全链条要素,快速提升马铃薯种业核心竞争力,解决科研、生产脱节问题。建成联合攻关大数据平台,初步形成马铃薯育种研发与企业开发有机结合的合作模式。健全种薯繁育体系和质量控制体系,加大种薯生产技术研究,推行质量认证制度,提高优质种薯生产水平。

(河北新闻网)

## 罐装奶茶、咖啡受冲击 “逆市调价”



观察发现,今年以来,继可口可乐和营养快线走上“越难卖越卖得贵”的道路后,香飘飘奶茶和雀巢咖啡也赶上了这趟车。在行业观察人士看来,尽管原材料和运输成本涨价是不争事实,但是罐装、杯装产品正在遭遇遍街奶茶、咖啡店的冲击,年轻族群消费升级体现十分明显,快消企业此时涨价或“兵行险着”。

### 香飘飘奶茶、雀巢咖啡调价

快要被人遗忘的“一年卖出12亿杯,能绕地球4圈”的香飘飘奶茶此前对冲泡系列产品进行了提价,其中好料系单杯终端零售价为5.5元,相较过去提价0.5元,而经典系单杯终端零售价为4元,提价0.5~1元(不同区域,渠道价格不同)。从调价函来看,香飘飘是从六七月份就已经开始执行新的价格了,而其经销商则大多反映,收到通知时间稍有滞后。

无独有偶,这一轮涨价中还有雀巢咖啡1+2系列产品。雀巢方面称,公司为顺应消费升级趋势,满足更高端化的需求,决定对雀巢咖啡1+2系列产品进行提价,其中原味微研磨终端零售价为106元,相较过去提价10元,调整幅度10.4%。此次调价已于7月1日生效。

### 调价不见得会促进销量提升

香飘飘涨价或与业绩承压有关。日前香飘飘食品股份有限公司公布了上市以来的首份半年报,但是数据却并不理想。财报显示,该公司上半年净利润亏损5000多万,同比下降79%。

刚上市不久便业绩大幅下滑,香飘飘由此引发市场争议。对于“增收不增利”的现象,香飘飘方面表示,现有产品结构以固体冲泡奶茶为主,冲泡奶茶的热饮属性决定了其在寒冷的冬季是销

售的旺季,每年一季度及四季度是公司的销售旺季,二季度三季度是淡季,二季度销售占比约为全年10%。此外,公司还加大了对液体奶茶的品牌宣传、渠道推广等资源投放,导致二季度经营亏损较大。

“香飘飘占比不断提升的新品液体奶茶和美味系列毛利率都较低,所以该公司此前采取了对部分产品提价的策略,来实现利润提高。”一位行业观察人士表示。

而对于雀巢咖啡涨价的现象,中国食品产业分析师朱丹蓬认为,雀巢1+2系列属于其传统经典产品,在中国销售多年,整个价格体系可谓十分稳定。“这时候涨价其实是想刺激经销商,从而带来售卖积极性。它在电商渠道一直都在进行促销,不同渠道实施不同价格策略当然没有错,但是涨价并不见得会促进销量提升。”朱丹蓬认为。

### 分析:调价能够直接带来利润提升?

据了解,近年来即饮奶茶、咖啡市场发展迅猛,遍街都是奶茶、咖啡店,资本也在密集进军奶茶、咖啡行业,这使得传统的罐装、杯装饮料遭遇了极大的冲击。

“年轻学生、白领在喝茶喝咖啡方面消费升级非常快,手捧一杯奶盖、拿铁,或行色匆匆或闲坐室内已经成为街头一景。”该行业观察人士表示,在传统产品面临强大竞争对手挤压生存空间的当口,饮料企业选择提价的动机可以理解,但此举带有不小的风险。“有的传统产品在市场生存太久会难以产生涟漪,涨价可能刺激渠道充满活力,也能够直接带来利润提升,但实际效果并不一定明显。”朱丹蓬认为。(广州日报)

## 首家航食企业入驻北京新机场

**本报讯** 日前,北京东方航空食品有限公司获得大兴区工商局颁发的营业执照,并举行了揭牌仪式,这是北京新机场入驻的首家航食企业,未来将为新机场及东航航班旅客提供高效优质的航空配餐及机供品保障服务。

按照北京新机场的建设规划及东航基地建设发展规划,2025年东航在北京新机场的年旅客运输吞吐量将达到2880万人次,因此,东航北京新机场航空食品工程按2025年高峰日60000份以上配餐能力规划设计。据介绍,该工程第一阶段建筑面积为30060平方米,即将进入结构封顶,到2019年新机场开航时,将具备日产30000份以上的配餐保障能力。

北京东方航空食品有限公司成立

后,将围绕推进工程进展、做好配套保障、打造优质企业、促进地方农副产品发展以及促进地方人员就业五方面内容开展相关工作。

为保障北京新机场启用后的航食运行,东航食品已成立专门工作组同步进行人员招聘、市场运营等工作。据相关负责人介绍,东航食品将主动接纳来自内外部的监督和指导,积极投身大兴区的各项任务建设事业,不仅要打造东航的北京航食,更要建设好大兴区的北京航食。北京航食投产后,将借北京新机场运营的天时、东航打造北京枢纽的地利和地方政府大力支持的人和,尽快对接大兴区的相关产业,拉动地方农副产品,建立互相带动、互相促进的良性合作关系。

## 第八届全国烹饪技能竞赛启动

**本报讯** 9月3日,“联合利华饮食策划杯”第八届全国烹饪技能竞赛开幕式暨新闻发布会在北京举行。据悉,本届竞赛将于2018年9月至2019年7月在全国展开近40余场分赛区和单项赛区比赛,预计将有8000余名餐饮业各岗位的优秀选手在16项个人赛和3项团体赛中展开激烈角逐,争夺晋级2019年9月举办的总决赛参赛资格。预计将有30逾万从业人员前往各分赛区观摩比赛,影响中国近百万厨师及餐厅管理者,本届大赛在覆盖行业岗位、参赛项目、参赛人数、观摩人数上将创历史新高。

本次竞赛活动的主题为“新时代、新需求、新服务”,是由中国烹饪协会、中国财贸烟草工会全国委员会联合主办。

竞赛组委会名誉主任、中国烹饪协会会长姜俊贤在致辞中表示,本届竞赛在坚持促进饮食文化的传承弘扬和烹饪技艺的创新发展的基础上,更加注重对技能人才的专业素养、食品安全意识以及餐饮美学知识等方面的考核,意在通过大赛让餐饮行业能够面向市场,不断创新,提高菜品质量和服务水平,展现行业优良的精神风貌和技艺水平,进而激励广大餐饮业员工爱岗敬业、勤学苦练、勇于创新、争做有知识、有技能、

可创造性劳动的工作者。

竞赛组委会主任、中国烹饪协会副会长边疆表示,全国烹饪技能竞赛是我国餐饮业最具规模、最具权威、覆盖区域最广的顶尖专业赛事。本届赛事将在北京、天津、广东、山东、江苏、四川、安徽、广西、河北、云南、陕西、宁夏等20余省、自治区、直辖市的30多个城市展开竞技比赛。

他表示,该赛事自1983年创办以来,已成功举办过七届,目前活跃在国内各大知名餐饮业中的近10000位主厨、烹饪大师、名师都曾是从全国烹饪技能竞赛中脱颖而出的获奖选手,35年来,参与赛事的选手已经超过2.1万人次,推出的创新菜品超过3万余款,成为不同时期贴近餐饮市场,引导消费者健康饮食消费以及烹饪技术创新交流的风向标。

作为竞赛的支持单位,联合利华饮食策划中国区总裁张海涛表示,全国烹饪技能竞赛的开展推动了我国餐饮行业高技能人才队伍建设,也使餐饮从业人员专业素质及职业技能得以充分发挥。希望通过全国烹饪技能竞赛这样的专业平台,激励餐饮从业者勇于突破自我、不断进取的精神,积极面对挑战,持续提升烹饪技能与专业素养。