

干酪将成我国乳制品消费新增长点

目前,牛奶、酸奶、蛋糕、冰激淋以及餐饮所用乳制品仍是我国乳制品消费的主要形式。作为乳制品消费大国,更多品类的乳制品也正悄然登陆中国市场,满足日益多元化的消费需求。3月19日,在中国干酪发展研讨会上,中国乳制品工业协会名誉理事长宋昆冈表示,近年来,我国干酪市场发展很快,干酪营养丰富,易吸收,其将成为我国乳制品消费新的增长点。

干酪营养丰富易吸收

在我国,很多人认为干酪是“舶来品”,其实不然。我国生产食用干酪的最早记载,是北魏贾思勰所著《齐民要术》,书中以相当多的篇幅记载了当时奶酪和酪酥的加工方法,其中包括“作酪法”“作干酪法”“作漉酪法”“作马酪酪法”等。

那么什么是干酪?干酪有何益处?干酪是指在乳中(也可以用脱脂乳或稀奶油)加入适量的乳酸菌发酵剂和凝乳酶,使蛋白质(主要是酪蛋白)凝固后排出乳清,将凝块压成所需形状而制成的产品。

宋昆冈解释,干酪是美



味、营养丰富的食品。干酪的主要成分为蛋白质和脂肪,其含量比原料乳中的蛋白质和脂肪高了10倍。此外,所含的钙、磷等无机成分,维生素A、B和烟酸等维生素,除能满足人体营养需要外,还具有重要的生理功能。特别是,经过发酵成熟过程后,蛋白质分解成肽、氨基酸等可溶性物质,易被人体消化吸收。干酪中蛋白质的消化吸收率可达96%~98%。

同时,由于乳糖在干酪的制作过程中大部分随乳清排

除,剩余的乳糖在干酪发酵成熟过程中部分或全部被转化为乳酸,所以干酪中几乎不含乳糖,很适合乳糖不耐受的消费者食用。

中国乳制品工业协会提供了一组数据:2011年我国干酪进口2.86万吨,到2018年进口量已达10.83万吨,6年间增长了2.8倍,仅次于液体乳的进口增长率;在国外,干酪是乳制品的主要产品。2016年,全世界干酪产量接近2005万吨(不包括再制干酪),比2015年增长1.8%。

市场发展呼吁政策改革

据了解,世界上50%的干酪产品以食品配料的形式消费输出。如:超硬质、半硬质干酪的某些品种做成的干酪碎粒、干酪丝,用作意大利面食、沙拉、沙锅炖菜、汤汁的调味料;干酪粉可用作焙烤食品、香肠、快餐、蘸汁、点心、饼干、薯片等食品的佐料。国家市场监督管理总局食品生产安全监督管理司处长刘沐雨说,目前,中国的干酪消费基本出现在早餐以及部分儿童食品,零食化趋势比较明显,同时餐饮新业态也呈现出对干酪更多需求。

发展前景客观,但干酪的市场消费习惯还有待培养。数据显示,我国干酪人均消费较低,2017年,我国干酪人均消费尚不足0.1Kg,远低于欧盟干酪人均18.6Kg的消费量。

“目前,我国有干酪生产许可证的企业约45家,其中有相当比例的企业实际并未生产,或者生产的产品并非真正意义上的干酪。根据中乳协的调查了解,有产量的企业约为20家,2017年产量约4万吨左右,其中再制干酪约占80%。”宋昆冈认

为,市场消费是干酪产业发展的主因。

谈及目前影响我国干酪发展的关键因素,宋昆冈表示,除了饮食习惯、价格等因素外,还有政策层面的因素。首先是标准,现行的干酪国家标准规定的微生物指标不合理,影响了干酪生产与销售,应尽快完成修订;其次,现行的干酪生产许可条件审查细则尚未包括“干酪分切”的内容,给希望建设干酪分切包装厂的企业造成了障碍。“比如,有的企业希望通过进口先培养市场,然后再建工厂;还有的企业希望在国外建立生产基地,在国内分切供应市场。我们呼吁干酪生产许可条件审查细则增加‘分切包装’的内容。”

荷兰皇家菲仕兰中国董事长高瑞宏在接受采访时也表达了企业的关注:“干酪相关的国家标准和生产细则对干酪的市场发展产生了巨大影响,这个问题非常迫切。我们呼吁加速推动干酪国标修订和执行。为世界提供更好的营养一直是菲仕兰的宗旨,我们希望能创造更多消费场景,为中国消费者提供更多丰富的干酪产品。”

(新华网)

挂面行业集中度不断上升

24家龙头企业产量去年增12.55%

“从2007-2018年24家挂面企业产销走势来看,我国挂面行业的市场向优质企业聚集的趋势更加鲜明,2018年行业创新日趋活跃,健康、便捷、营养、儿童成为挂面产品特色四大趋势,行业竞争在高端不断发力,智能化也将在三年内实现突破。”这是3月15日从中国食品科学技术学会主办,湖南粮食集团承办的面制品分会挂面行业研讨会获悉的最新消息。

前十大规模企业占比上升约7% 行业创新十分活跃

中国食品科学技术学会理事长孟素荷教授在研讨会上分析指出,从整体发展来看,挂面行业的集中度提升,品牌企业对市场的占有加速,挂面行业的竞争在高端发力。数据显示,2018年,24家挂面生产企业总计拥有394条生产线,较上年增加了26条,形成了约350万吨的产能;2018年挂面行业新增产能约150多万吨,新增产能1.5米生产线占比65%,1.0米生产线占比20%左右,1.0米以下生产线占比15%以下。从2018年全国挂面年产销变化及市场需求变化趋势来看,2018年,挂面行业国内市场同比微增长约4%,但行业分化趋势明显。中小企业占比微下滑10%,前十大规模企业占比上升约7%,行业集中度进一步上升。

孟素荷指出,值得关注的是,尽管中小企业占比微下滑,但生产特色面的一部分企业逆势启航,形势大好,纷纷扩产,800线和1000线成为扩产特色企业的

主要选择,产量上升迅速,弥补了倒闭的大众面生产企业的部分市场份额。数据显示,中小企业新增产能几乎60%是生产特色面厂家。“健康、便捷、营养、儿童”,成为挂面产品特色四大趋势。

在孟素荷看来,2018年,挂面行业的创新十分活跃,亦由此形成了各具优势的差异化竞争格局。特色产品、健康需求、小众多元、追求时尚、跨界交叉,已成为2018年挂面行业的亮点。

“挂面行业的智能化将在近三年实现突破。”孟素荷预判。从发展来看,1.5米产线产能扩展至147万吨;立体袋包装增长迅速,占比超过新增产能的63%。

中高端及特色挂面产品需求强劲 对于挂面企业最关注的小麦价格,国家粮油信息中心决策服务处小麦分析师齐驰名分析指出,小麦制粉消费有较弱的刚性,小麦制粉消费趋于平稳。2018/19年度小麦价格仍将大幅高于玉米价格。同时,小麦需求平稳,总需求量在1.1~1.15亿吨,供大于求的格局仍然持续。

谈到挂面消费趋势,克明面业副总经理杨波则认为,中高端产品的需求呈现暴增趋势。伴随着生活水平的提高和消费能力的持续增长,消费者在追求健康消费和个性消费的道路上,必然会带来中高端挂面产品市场规模的暴增。尽管消费者的个性化等产品需求对企业的生产和营销提出了更大的挑战,但是同时也给企业带来了新的机遇——创新,满足消费者个性化需求的创新产品,能

够为企业带来丰厚的利润。

业内大咖为挂面产业提质升级献智献策

“挂面产品的创新,将越来越趋于好吃、营养、方便。”河南工业大学陆启玉教授认为,营养可通过两种途径来实现:保留原有的营养成分,把损失降低到最小;通过添加改善其营养的物质,如鸡蛋、果蔬粉等。他提醒,挂面的方便性还要提高。如针对没有较多做饭经验的年轻消费群体,可通过产品包装上的二维码,介绍多种挂面的吃法。

中国农业大学沈群教授建议,挂面企业能否开发一些区域性特色杂粮产品。例如,能否将传统面食莜面鱼鱼,做成鱼鱼形状的杂粮产品。这种特色产品可能不会像挂面那样全面走向大众化市场,但在一些区域性地区会占有一定的市场份额。

对于近年来备受关注的杂粮挂面,国家粮食和物资储备局科学研究院首席研究员谭斌博士认为,开发高杂粮含量产品解决了杂粮从原粮到制品上餐桌问题,解决了杂粮产业链价值提升及粗粮细吃问题,引领了传统面制品产业的营养健康升级与多样化发展。

“高蛋白面条,将成为挂面产品升级的新方向。”来自江南大学中美乳品创新中心主任周鹏在研讨会上提出了一个全新的挂面创新思路。周鹏提出,伴随健身产业的迅猛发展,低脂高蛋白饮食作为配套生活方式被广泛接受。越来越多

高蛋白宣称的产品已经开始在市场上涌现。乳蛋白是公认的优质动物性蛋白质来源之一,是优质必需氨基酸来源。

周鹏介绍说,从目前来看,美国是乳清原料生产大国,乳清原料出口量占其总产量的70%以上。乳蛋白可以补足谷物蛋白必需氨基酸缺陷。在挂面产品中添加一定比例的浓缩乳清蛋白,可以补足赖氨酸,并使产品具有更好的质构和感官特性。相关资料显示,目前,在国外市场上,如日本已出现了高蛋白强化面条,如蛋白乌冬面、蛋白意大利面等;如英国,已出现了高蛋白强化方便面。

湖南粮食集团党委委员、金健米业总裁、裕湘食品董事长陈伟介绍说,湖南粮食集团是整合有关优势资源成立的国有大型综合性粮食企业,经过近8年持续不断的努力,以创新为引领,以改革为动力,逐步构建了完整的粮油全产业链,旗下裕湘食品、金健面制品等公司立足市场,创新发展,成长成为在中国挂面行业有影响力的企业。未来,集团将继续广聚优质资源,扩大开放合作,加快推动主食产业化及粮油精深加工等领域发展,加大创新产品研发力度,立足于消费理念和市场需求提升产品价值,培育具有特色和优势的挂面新品种;同时,借助湖南省实施“优质粮油工程”契机,围绕产品结构优化、产业提质升级,以金健、裕湘品牌为核心,重点打造符合“好粮油”标准、具有鲜明品牌特色的优质挂面品牌体系,以满足人民对美好生活的需要。

(中国经济网)