

# 从安全到优质:国产奶业不断迈上新台阶

中国奶业以浴火重生之势,在追求质量安全的道路上不断创出佳绩——连续10年三聚氰胺等重点监控违禁添加物抽检合格率100%;2018年全国生鲜乳质量抽检合格率达99.9%。

在日前召开的第六届“奶牛营养与牛奶质量”国际研讨会上,农业农村部农产品质量安全监管司司长肖放提供了这组数据。

肖放介绍说,奶业相关标准、检测技术日趋完善,制修订奶及奶制品相关标准近千项,生产规模化、标准化水平逐步提高,覆盖全产业链的质量安全控制措施进一步健全。同时,针对风险隐患持续开展生鲜乳专项整治行动,严防、严管、严控重大质量安全风险,严厉打击违法生产经营行为。

安全是奶业发展的底线。一系列在生产和监管上的严格



措施,打造出国产奶业的新天地。去年全国牛奶产量达3075万吨,同比增长1.2%;奶业转型升级加快,规模化养殖比例达62.1%。伊利、蒙牛进入世界乳业前10强,多个企业的多款产品在世界上获得金奖。

但保障质量安全并非终极目标。从“合格”到“优质”,今

天的中国奶业在振兴之路上又有新成绩。

由中国农业科学院北京畜牧兽医研究所牵头,联合多家全国奶业科技优势农业科研院所、高校和企业共同成立的国家奶业科技创新联盟,构建了优质乳工程技术体系,建立了生鲜奶用途分级、低碳加工工艺和优

质奶产品评价3项核心技术和6项技术规范,已在全国42家乳品企业中推广示范应用。

“根据我们的研究,国产液态奶品质优于进口液态奶。进口液态奶因为运输距离远、热加工强度高、保存时间长等局限性,导致品质下降。”国家奶业科技创新联盟理事长、中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员王加启说,“优质乳工程有效提升了国产乳制品的品质。示范企业生产的优质巴氏奶,新鲜程度高、避免了过度加热影响,乳铁蛋白等活性营养成分含量高于进口同类产品。”

此外,近年来我国奶牛品种、苜蓿饲料,精细化饲养技术都取得重要进展,并与多国建立了奶业科技合作协议和对话机制,交流和共享世界先进经验和技术。

国产奶业提升品质的努力逐步获得市场认可:2018年进

口液态奶数量十年来首次下降,国产液态奶产量和消费量则明显增加。

“中国奶业质量安全水平大幅提高,转型升级明显加快,已具备创民族品牌、建世界一流奶业的基础和条件。”中国奶业协会副会长兼秘书长刘亚清表示,经过不断地调整和转型,中国奶业目前趋稳向好,未来潜力大、空间阔,仍是朝阳产业。

科技是推动产业升级的重要力量。未来,奶业科技发力重点何在?据中国农业科学院党组书记张合成介绍,将启动牛奶优质化重大科研计划,攻关目标是提升奶牛日粮转化率、提升牛奶乳脂肪乳蛋白的含量等核心技术。同时,全面发展产学研一体的奶业科技创新研究,为改善牛奶品质提供理论依据和技术路径,为奶业振兴和优质发展提供科技支撑。(新华网)

## 多品牌角逐咖啡市场“冷喝”成争夺点

最近一个月,关于咖啡的消息频频出现在各大媒体上。先是喜茶、奈雪的茶推出咖啡产品,后来两大咖啡市场的龙头企业——星巴克、雀巢相继推出新系列产品,在咖啡领域资本玩得最好的瑞幸咖啡终于赴美IPO,而最新的消息是继可口可乐、维他奶宣布推出咖啡饮品后,农夫山泉也加入了这一咖啡市场的混战。在相对平稳发展了多年后,2019年似乎已经成为国内咖啡江湖风云再起的新元年。

多品牌落子咖啡市场老江湖加速出新

国内的咖啡市场似乎伴随着这个超长的春天迎来了新的契机。除了原有的竞争者外,此前多个不属于咖啡这个饮品领域的品牌也高调宣布进军咖啡市场。

3月22日,喜茶宣布全新上线咖啡饮品,在北上广深的四家门店一起推出。由于此前刚刚推出了软欧包以及酒馆等产品,这次推新也只在粉丝层面引发了关注。事实上,与喜茶同列新茶饮领军品牌的奈雪的茶也在约一个月前推出了咖啡产品,同样没有引发大举关注。而此时市场并不知道,这只是咖啡江湖风云再起的序幕。

进入4月,多个品牌宣布进军即饮咖啡市场。其中包括国际饮料巨头可口可乐、香港家喻户晓的饮料品牌维他奶。而5月9日的最新消息是,国内饮料品牌农夫山泉也宣布将推出4款结合了咖啡成分的碳酸饮料新品。

除了这些“外来者”,已经身处咖啡江湖多年的星巴克和雀巢近期也是动作频频。

在周边产品火过了咖啡后,星巴克再度回到了产品研发的路上。今年4月一口气推出8款“玩味冰调”系列新品。外界虽认为这

是针对国内新茶饮市场的跨界产品,但里面仍旧有3款以咖啡为基底的饮品。而其冷萃系列随后再次出现在了餐桌上。

雀巢自去年8月与星巴克正式联手并建立全球咖啡联盟后,今年2月一股脑推出包括咖啡豆、研磨咖啡以及胶囊咖啡在内的24款星巴克咖啡新品。4月,雀巢再度推出3款果味冷萃系列咖啡新品,还在北京开出京味咖啡快闪店。

而一直以来作为“挑战者”身份的瑞幸咖啡,也将在美上市。这家咖啡圈里资本玩得最好的企业,将有更多的资金来助其发展,而其也没忘了推出包括咖啡在内的新品。

而在线上,还有更多的国产或进口咖啡品牌在争夺这一部分市场。

90后95后是消费主力军 下午茶或可撑起更大市场

多个品牌进入咖啡江湖,老品牌忙于巩固江山,这势必将掀起新一轮的竞争。从雀巢咖啡进入中国算起,国内咖啡市场已经发展了30余年。但来自机构的调查显示,对于咖啡来说,中国的市场还远远没有饱和。

据瑞幸咖啡招股书显示,2018年中国人均咖啡消费量6.2杯,与发达国家相比,中国人均咖啡消费量仅为美国的1.6%。2018年中国咖啡市场规模为569亿元。随着我国人民生活水平的提高和对咖啡文化认知程度的增长,加之巨大的人口红利,都可能刺激国内咖啡消费。预计2023年中国人均咖啡消费量为10.8杯,咖啡市场规模为1806亿元。

据了解,除了还与欧美有差距的人均咖啡消费量以外,咖啡江湖在中国市场上的边界还在不断扩大。

CBNDdata报告显示,90后、95后为线上咖啡消费主力军,女性占

比超六成;二线城市咖啡消费需求旺盛,人数占比近半,低线城市城市消费人数增速突出。

除了新的消费者以及消费习惯的转变外,还有一个新兴市场为咖啡整体盘子的做大提供了支撑。这就是国内下午茶消费的兴起。根据某机构调查数据显示,目前餐饮企业的分时段客流占比中,下午茶已经达到了12%,明显瓜分了晚餐的份额。部分消费者的午餐是“刚需”,下午茶是“续命”。

即饮型咖啡是新宠 咖啡“冷喝”成今年流行趋势

事实上,如果翻回头去看看今年各大品牌推出的咖啡新品,不难发现不论是现制产品还是包装产品,“冷饮”成了它们的共同点。就连速溶类的新品,都强调了“冷萃”并表示可以用凉水冲调。

根据CBNDdata《报告》显示,线上“冷喝”咖啡在近两年呈爆发式增长,尤其受到95后、90后年轻人的喜爱,他们以高于其他代际的消费增速,成为“冷喝”咖啡主力消费人群。即使是在冬天都不放过“冷饮”的年轻人,待到春夏温热季节,更要放肆“无冰不欢”,在喝咖啡这件事儿上同样如此。

此外,除了冷水泡咖啡,“奶萃”咖啡和“果萃”咖啡也成为趋势,线上“奶萃”咖啡年增长89%,增幅显著。事实上,温度只是年轻消费者的喜好之一。根据市场调研机构英敏特的报告,2017年全球19%的咖啡新品都是即饮型的冰咖啡。市场调研机构Mordor数据显示,过去两年即饮咖啡规模增长了31%,到2023年规模将高达26.43亿美元。英敏特预测中国市场上未来五年即饮型咖啡的年均增速将会保持在20%,挤占更多现磨咖啡市场。

(北京青年报)

本报讯 据国家市场监督管理总局网站消息5月13日,国家市场监督管理总局发布《茶叶中美术绿(铅铬绿)的测定》食品补充检验方法的公告(2019年第21号)。公告表示,按照《食品补充检验方法工作规定》有关要求,《茶叶中美术绿(铅铬绿)的测定》食品补充检验方法已经国家市场监督管理总局批准,现予发布。

根据该食品补充检验方法对美术绿的定义,美术绿又名铅铬绿,用铬酸铅颜料沉淀到铁蓝颜料分散体上或使用铬酸铅颜料与铁蓝颜料混合均能制备出的一种颜料。美术绿的主要成分为铬酸铅和铁蓝,且铬酸铅的比例不低于50%。

依据不同成分,该食品补充检验方法分为两篇,分别为铬酸铅的测定和铁蓝定性验证。其中,铬酸铅的测定中规定了茶叶中铬酸铅含量的测定方法,适用范围为茶叶中铬酸铅的测定。铅含量的测定采用现行有效的国家标准GB 5009.12方法,CrO4<sup>2-</sup>的测定选用高效液相色谱-电感耦合等离子体质谱联用法(HPLC-ICP/MS)或离子色谱法(IC法)。铁蓝定性验证中则规定了茶叶中美术绿的定性方法,适用于茶叶中美术绿的定性判定。

该食品补充检验方法提到,通过测定茶叶中的铅和铬酸根,判定茶叶中是否含有铬酸铅。当铬酸铅检出时,需要定性测定茶叶中铁蓝,当铁蓝检出时,判定茶叶中含有美术绿。茶叶中的美术绿以铬酸铅的含量表示,根据计算铬酸铅的含量,从而表示茶叶中美术绿含量。

## 《茶叶中美术绿(铅铬绿)的测定》食品补充检验方法发布