

我国超十亿人尚未养成喝奶习惯

近几年全国牛奶产量持续增长,2021年中国牛奶产量达到3683万吨,全国居民人均乳制品消费量逐年升高,需求量已由2017年的4510万吨增至2021年的5912.7万吨,增长31.1%。

但是,有调查显示,我国尚有10亿以上的人群尚未养成喝奶习惯,人均乳制品消费仅占推荐量的1/3。业内专家表示,有必要进一步加大科普宣传力度,提升消费者对奶业、乳制品的认识,扩大乳制品消费需求。

根据消费者年龄 提供有针对性的科普知识

中国乳制品工业协会、中国医疗保健国际交流促进会、荷兰皇家菲仕兰联合发布的《2021中国奶商指数报告》中指出2021年中国奶商指数为62.7分。调查中发现,尽管我国消费者近年来对喝奶的需求持续提升,但我国坚持每天摄入乳制品的人群规模约为3.6亿人,仍有超过10亿人尚未养成喝奶习惯。中国人均乳制品消费数据是38公斤,折算成喝奶量即每天约为100克,这仅占《中国居民膳食指南》建议我们每天喝300克牛奶标准的1/3。想要继续提升国人对牛奶的消费量,科普宣传工作就显得尤为重要。通过加深对“产业+科普”这一模式的探索,让奶业宣传与科普产业相结合,让奶业科普与产业融合发展,使学术专家向科普达人转换,可以更广泛、持久地传导健康和科学的饮奶方式。

专家认为,奶业科普宣传活动不仅能提高消费者对奶制品的认识,促进市场消费,还能满足人民群众日益增长的精神文化需求和科学文化需要,为社会大众提供丰富多彩的休闲娱乐活动。

2021年6月国务院印发《全民科学素质行动规划纲要(2021-2035年)》,重点围绕践行社会主义核心价值观,大力弘扬科学精神,培育理性思维,养成文明、健康、绿色、环保的科学生活方式,提高劳动、生产、创新创造的技能。由此可见,科普教育工作的推行在党和国家政府层面取得了越来越多的关注和重视。这给奶业科普宣传工作的开展和提升提供了行动指南和发展思路,完全可以趁着这趟科普列车一同迈向新的征程。

在我国,青少年是较早接触牛奶的群体,他们的学习能力、创新思维能力都比较强,所以加强对青少年群体的科普宣传是至关重要的。我们可以抓住其好奇心强、热情度高的特点,以实践为手段,通过亲历考察、试验、写作以及动手操作等一系列环节,让青少年深入了解牛奶相关知识,对奶业有所了解,提高兴趣,从小培养青少年喝奶的习惯。针对儿童青少年群体,需要加大推广国家学生饮用奶计划的宣传力度,扩大“学生奶”覆盖人群,例如农村低收入地区、幼儿园低龄人口等,提高学生饮用奶普及率,同时优化学生饮用奶供给结构,实现牛奶多元化消费。

关于老年人对牛奶的认识,更多的信息来源则是电视广告,很多老年人喝到的牛奶也多是家庭成员或亲友提供,造成了一定的信息壁垒的同时,老年人也缺少自主判断。针对这样的群体,我们可以通过科普的形式打破陈旧观念,树立正确、科学的奶业观,助力他们的养生生活,让他们真正享受到多年来我国奶业发展带来的优异成果。

总之,我们可以根据从小到老不同层次的人群年龄知识需求,提供针对性的科普知识内容,全面、持续地增加奶制品消费量,进而带动我国奶业不断向前发展。

科普宣传活动应注重 多样性、探索性与趣味性

在2020年中国农业科学院学生对北京和重庆的351份有效问卷调查中显示:样本地区城市居民牛奶总体认知水平普遍较低,特征认知水平最高,概念认知水平次之,营养认知水平最低。二者日均消费量分别达到116.55克和86.91克,摄入量均未达到《中国居民膳食指南》推荐摄入量水平。居民牛奶认知对牛奶消费行为具有正向影响,牛奶认知每提高1单位,消费者选择鲜牛奶的概率提高0.6%,居民鲜牛奶日均消费量增加4.51克。

因此在各地开展系统性奶业科普宣传活动是很有必要的,就以河南省为例,2019年河南省政府与企业联合开展“健康中原——牛奶伴您行”奶业公益宣传活动,在《河南日报》和《大河报》分别开辟奶业宣传专栏,刊出科普宣传24期;为配合科普宣传,组织了历时3个月的奶业知识有奖答题活动,反响十分强烈,直接参与答题活动的有30万人次,送出奖品6000份,在河南电视台播放奶业公益广告4个多月共128期,受众超过1亿人次。

自从2019年河南奶业科普馆建成后,已经组织各类牛奶相关科普讲座20余场次,制作并发放各类奶业科普宣传资料2万余份,内容主要包括奶牛生产、牛奶的营养价值、中国奶业发展史、牛奶安全等相关奶业知识,让更多消费者客观、全面地了解中国奶业以及牛奶相关知识。通过微信公众号及网络平台定期发布奶业科普推文百余篇,定期通过“DHI牛博士”抖音号发布科普类视频。除了奶业科普馆内的互动活动外,也相继开展奶业科普公益宣传进校园系列活动、奶业知识进社区系列活动、参加河南省科普讲解大赛宣讲牛奶科普知识。科普互动有猜谜语、知识题、DIY自制酸奶、参与安全检测、辨别巴氏奶和高温灭菌奶、区分生牛乳与饮料、参观产品展览和动物模型等。

随着时代的变迁,各地奶业科普宣传需要更好地适应当下时代的发展需求,将自身的工作重点自先前的技术培训和知识传达转移到了更具多样性、探索性与趣味性的科普活动上来,帮助政府、企业与社区、学校建立更为紧密的联系,助力奶业持续、健康发展。

科普宣传的形式和途径 需要不断创新

奶业科普宣传工作是近几年随着科普产业兴起后,助力产业发展的又一新生力量,目前正处于借鉴经验、自我提升和多途径推广的阶段。想提升奶业科普品质,前提是增加优质科普内容供给,然后在传播形式和推广途径上进行提升,现在从一些运营成功的科学网站和科普机构已经得到了印证,是发展奶业科普宣传可以借鉴和值得学习的榜样。再者,通过完善合作机制,动员并充分利用政府、企业、科研机构、学校、社会组织等多元主体力量为奶业科普宣传工作进行加持。

奶牛场转型成为观光牧场是近年来奶业科普宣传的一种新途径,观光牧场契合创新、绿色、可持续发展的理念,响应国家对农业实现一二三产业融合的政策导向,打造了集高产奶牛养殖、绿色乳制品加工、有机牧草种植于一体的新兴休闲生态现代化庄园。庄园普遍设有奶牛参观区、可视挤奶大厅、奶业科普馆、休闲体验区、观赏动物区等区域,开展奶牛科普宣传、饮奶知识讲解、牛奶品尝、儿童挤奶体验、DIY制作等多种项目。

还可以通过政府营造信息相对公开、透明、充分的市场环境,让消费者对于牛奶有更正确的认知。继续加快实施国家“优质乳工程”,创建优质乳标识制度,通过标识管理制度将产品的原料等级、加工工艺、品质等信息标识,让消费者具有知情权和自主选择权。给予资金支持,推广群众点单、社区派单、部门领单、科普服务队接单的订单认领模式。通过乳品企业及商超提高销售人员的科普素质,能够突出产品营养核心价值,增强消费者对国产乳品的信心,是让消费者在提高认识的基础上主动消费牛奶的一种有效方法。

科研机构可以加强乳品营养健康方面基础研究,以科学试验数据揭示牛奶营养。加强消费者对优质奶产品的认知,帮助消费者摒弃偏见认识和误区,避免其盲目追求高价、过度包装的牛奶产品。高校需要挖掘更多科普人才,加大人才培养力度,让更多的学生志愿者加入奶业科普工作中。

另外,通过中国奶业协会和各地奶业组织,根据不同人群的需求举办各式各样的科普活动,用通俗易懂的演示和讲解拉近消费者和牛奶之间的距离。(耿宽 杨惠)

