果园面积与产量均居世界第一位

国产猕猴桃不输进口奇异果

本报讯 我国是猕猴桃生产大国，果园面积与产量均居世界第一位，但与此同时，进口量也同样位居世界首位，进口的奇异果与国产的猕猴桃对阵，谁更胜一筹？

红心猕猴桃的果心呈放射状，口感软糯，入口即化。金果猕猴桃汁水丰富，口感酸甜。普通的绿心猕猴桃也在不断改良，其中徐香和翠香两个品种颇受市场认可，市场价也可以卖到每斤8元左右。

即便如此，国产猕猴桃与进口奇异果之间的价格差距依然悬殊。据了解，进口果往往100g左右的单果售价就在10元以上。对大部分水果经销商而言，近年来国产猕猴桃的市场认可度不断提高，其实比进口奇异果更好卖。

陕西西安某水果批发市场商户吴撤介绍，国产猕猴桃的量非常大，每年的销售额在两三千万元左右。

靠技术“破局”，国产猕猴桃“熟”得刚刚好。我国猕猴桃种植已经有1300多年的历史，但产业化、商品化发展只有不过40年的时间。近年来，随着我国猕猴桃产业种植和保鲜技术的不断突破，国产猕猴桃的经济价值正在不断提升。

据了解，猕猴桃属于典型的后熟水果，采收时果实较硬，存放较长时间才能食用，而变软达到食用标准后保质期又很短，运输过程中的损耗也会大幅提高。这两年催熟技术的新突破，使得采收后的猕猴桃能够实现分级储存，调节温度就能达到即食状态。

相比普通猕猴桃，即食猕猴桃的生产成本提高了大约20%，但销售价格能提高30%。随着各项技术不断推广并逐步实现商业化应用，我国猕猴桃产业的经济价值还有更大的提升空间。

陕西省宝鸡市眉县县委书记王继萍表示：“我们目前正在增加猕猴桃的附加值，把猕猴桃做成猕猴桃果酒、果汁、果脯。另外，我们也在提升储存能力、效率和质量，4700多座猕猴桃冷库正在改良改制，使猕猴桃的品质能够更好一些。”

（央视新闻）

熬最长的夜，用最贵的保健品，已经成为时下许多年轻人的“标配”。在快节奏的生活方式和高强度的工作压力下，不少年轻人一边透支着身体健康，一边寄希望于保健品“续命回血”，挽救日益退守的发际线和增长的细纹。

保健品市场要“年轻”更应“常青”

本报讯《2017—2022中国健康养生行业市场发展现状及投资前景预测报告》提出，在我国健康养生市场的用户群体中，18岁至35岁年轻人群占比高达83.7%，他们对从吃到用的保健类产品关注度都在持续增加。去年天猫“6·18”活动中，电动刮痧板成交金额同比增长170倍，是“00后”用户最喜爱的健康产品之一；今年2月以来，唯品会上宣称有助眠功效的TPE材料枕头走俏，其中“95后”购买量同比猛增6倍以上。

越来越多年轻人为健康买单时“慷慨解囊”，出现了一些有意思的现象。他们是真正的场景化消费者，早餐既想吃得好又怕会发胖，一杯营养饱腹代餐奶昔正合适；工作时嘴馋喝了奶茶后再吃点抗糖丸；忙碌了一天回家泡脚要搭配祛湿养颜的药包……他们拥有更加积极的生活方式，乐于尝试新鲜事物。在购买保健产品时，不仅会看成分表，还注重外观好不好看、口感好不好吃，能快速接受并尝试软糖、咀嚼片、便携按摩器等产品；他们成了家里的养生大使，从基础保健到健康美容都被他们视为一种投资，在购买产品时喜欢“全副武装”。

当年轻人成为我国健康消费的主力，也带动了行业从产品端、需求端和渠道端发生全面变革。

创新，仍是保健品产业发展的核心要素。一方面具有较强科技含量的产品正陆续成为爆款，企业不仅要考虑原料、功能、形态上的推陈出新，还要兼顾健康发展趋势和未来保健理念，打造差异化产品优势，才能在中高端市场脱颖而出。另一方面越来越多具有专业技术或研究背景的从业人员，以及国际化的科研机构、大型企业加入保健品行业的市场竞争中来，促使产品加速科技转化，不断打磨品质。

精准，是赢得消费者和市场的流量密码。面对年轻群体展现出的多元化健康需求，企业要持续挖掘细分市场下的新商机，从而有针对性地提供精准服务和产品，通过丰富产品种类、升级包装形象、创新营销模式等路径拓宽和夯实新的消费群体，提升品牌认知度。

不过，保健品市场鱼目混珠、夸大宣传、非法添加等乱象依然存在，需要法治和监管的双重护航。为此，国家不断完善对保健品行业的法规建设，2016年发布的《保健食品注册和备案管理办法》加强了对保健食品的事中事后监管；2019年1月，市场监管总局等13个部门在全国开展联合整治“保健”市场乱象百日行动，致力于提升相关企业规范经营的主观能动性和自觉性；去年8月，《保健食品新功能技术评价实施细则（试行）》发布，又对保健食品功能进行了新的释义，并公开征求意见。

保健品市场不仅要“年轻”更要“常青”。优化标准供给，既要填补目前保健品标准缺乏的空白，也要用标准完善注册与备案机制，有效支撑企业产品开发和行业健康发展；强化安全监管，严打各类违法行为，引导经营主体从野蛮生长向规范化经营转变；科学引导公众理性对待保健品，提高消费者识假、辨假、拒假能力，推动形成保健品“诚信经营、社会共治”的局面。

（中国新闻网）

全国猪肉价格低位运行

本报讯 今年以来，全国猪肉价格在低位震荡波动，随着天气转热，肉类消费进入淡季，市场供应有哪些变化？多方面人士表示，虽处于消费淡季，但供应充足仍是肉类消费基本面。

“‘五一’以来销售量大约下降了2成，价格比节前之前下降了2元左右。”在北京朝阳区一家肉类销售门店，老板介绍，5月份以来，猪肉消费进入传统淡季，价格也连续走低。

北京新发地农产品批发市场的监测数据显示，5月12日白条猪批发平均价格为16.5元/公斤，周环比下降2.94%，月环比下降3.23%。

“从肉价的走势来看，‘五一’节日效应已经基本消失。”新发地市场部刘通分析，现在看来，相比于节前采购高峰期的18.25元/公斤，猪肉价格短时间内难以再回归节前价位。

“生猪出栏增加叠加消费仍处于淡季，是导致生猪价格持续走低的主要原因。”农业农村部生猪产业监测预警首席专家王祖力表示。

据农业农村部监测，5月份第二周全国生猪平均价格为14.58元/公斤，环比下降0.7%，同比下降4%。生猪养殖持续处于亏损状态。

受到淡季影响的同样发生在屠宰加工端。北京市大兴区一肉类加工企业经理张占阳介绍，4月份生产线日均屠宰加工量在3500头左右，比一季度增加20%。“按当前价格计算，全国养殖场（户）每出栏一头商品猪平均亏损190元。”

市场人士表示，4月份全国规模以上定点屠宰企业加工量环比与同比的双增长，说明猪肉供应充足。近期，肉类消费虽处于淡季，但供应充足仍是肉类消费基本面。

“猪肉产品是事关民生的产品。当前正值消费淡季，由于前期养殖场（户）压栏惜售，猪肉产量还在增加，生猪价格持续低位运行，导致养殖场（户）出现阶段性亏损。”农业农村部总农艺师、发展规划司司长曾衍德在介绍2023年一季度农业农村经济运行情况时表示，近年来，按照国务院部署，农业农村部实施了生猪产能调控方案，“按照目前供求状况，能繁母猪存栏量稳定在4100万头的95%～105%都是合理区间，只要在这个区间波动就是合理的，也是稳定的，生猪生产波动就会平缓。”

据专家介绍，4月份全国能繁母猪存栏环比下降0.5%，同比增长2.6%，4月末全国能繁母猪存栏4284万头，处于产能调控的绿色合理区域上沿，生猪产能正在有序回调。

“综合判断，生猪养殖有望在二季度末实现扭亏为盈，上半年养殖亏损程度整体将轻于上年同期，价格起落有望趋于平缓。”曾衍德说。

（人民网）

责编：何妍君 版式：纪磊