

10 食品 Food

一片茶叶的“致富经”

■ 赵德斌

深秋时节,安徽省庐江县春兰茶叶专业合作社茶叶种植基地一派繁忙景象,村民们正在对茶园修剪和除草。刘全玲乐呵呵地对笔者说,他们长年在茶叶种植基地打工,每年增收达到1万元以上。

刘全玲是庐江县郭河镇潘墩村潘坂村民组计生贫困户,这几年,在郭河镇计生协会的帮助下,和春兰合作社签订了务工合同,每年大约120天在合作社采摘茶叶、除草、施肥,她一人就能赚1.5万多元。

说起眼下的生活,刘全玲一脸快意,“如今在合作社上班挣钱,一家人的生活慢慢有了起色,条件比以前好了许多,感觉生活越过越有奔头了。”

刘全玲并非个例。

庐江县汤池镇马槽村新圩村民组低保贫困户李传圣也感慨地打开了话匣子:“在加入春兰茶叶合作社之前,由于粗放式的小作坊经营,茶农采摘的茶叶价格低还卖不出去,我们称之为‘伤心茶’。”

李传圣告诉笔者,合作社成立后,指导他们按照生态绿色品种、标准化种植,并提供技术服务,以高于市场价的价格收购,茶叶产量高,鲜叶价格比原来高了一倍多,“‘伤心茶’变成了‘开心茶’,我一年纯收入2万多元,去年甩掉了贫困帽。”

汤池镇果树村九洼村民组贫困户潘立兵



笑着接过话茬:“过去一年到头围着庄稼转,钱却没赚多少,日子过得紧紧巴巴。这几年就在自家地里打工,除了领工资,每年还能拿3000元的地租。眼下的日子越过越敞亮。”

满山茶园青翠,满目诗情画意。一片茶叶带富一方贫困户,在青山绿水间,庐江县春兰茶叶专业合作社走出了一条打造绿色产业链扶贫新路。

近年来,庐江县春兰茶叶专业合作社带领贫困户大力发展茶产业,按照茶农的需求,组织技术力量,通过“田间课堂”,开展集中培训、外出考察学习,为贫困茶农免费提供优质

茶苗和全程服务。

与此同时,合作社采取“合作社+基地+贫困户”的方式,统一采购良种茶苗,无偿提供给贫困茶农种植,免费提供杀虫灯、黄板等用于防害灭蛾,并把加工厂建到了贫困村。

合作社还积极探索“茶产业+旅游”融合发展之路,引导建设高标准茶园和休闲娱乐设施,打造融采茶、制茶、品茶、购茶、餐饮、休闲为一体的茶园生态旅游精品景区,为山区群众脱贫致富开辟了新天地。

庐江县春兰茶叶专业合作社理事长赵晨告诉笔者,现在茶叶已经是贫困群众的“油盐

灌”、“钱袋子”,茶树成了广大茶农名副其实的“摇钱树”。

赵晨介绍说,合作社里的贫困户每年可以领三个“红包”。第一个“红包”是土地流转出让金,每亩每年有600元,每户每年也约莫能挣2000多元;第二个“红包”是茶园劳务承包佣金,合作社将茶园分段承包给贫困户,承包者负责按照有机标准进行施肥、除草、浇水等日常管理(不包括采摘),每亩每年佣金是900元;第三个“红包”是采茶的工钱,每天工资是100多元,每名贫困户一年光采茶收入都可以达到1万元,这样就能使3人户的贫困户当年就达到经济脱贫指标。

“三个‘红包’加起来,每户贫困户一年就能增收2万元,可以确保稳定脱贫。”赵晨高兴地说。

截至目前,庐江县春兰茶叶专业合作社茶园面积达1.1万亩,茶叶年产量达60吨,产值3100多万元,茶农人均年种茶收入超过5000元,其中涉及贫困户460多户。茶叶成为了当地及周边地区村民脱贫致富的大产业。

如今,庐江县春兰茶叶专业合作社茶产业的发展,使一个个贫困家庭走出困境,一个个村庄旧貌换新颜,一个个贫困村实现整村脱贫,因茶而富的不是少数,许多茶农还盖起了“茶叶楼”,买了“茶叶车”。该社也因此先后获得“首批国家农民专业合作社示范社”、“安徽省十佳农民专业合作社”等荣誉称号。

众品食业入选 2017年河南省制造业“双创”平台

■ 本报记者 李代广

10月20日,河南省工业和信息化委组织专家对申报的2017年河南省制造业“双创”平台和制造业与互联网融合“双创”基地申报材料进行了评审,对2017年河南省制造业“双创”平台、制造业与互联网融合“双创”基地预选名单进行了公示。鲜易控股旗下的河南众品食业股份有限公司(以下简称众品食业)申报的“基于生鲜供应链管理的‘双创’平台”入选2017年河南省制造业“双创”平台。

根据专家评审意见,经研究,确定河南众品食业股份有限公司申报的基于生鲜供应链管理的“双创”平台等9个平台为2017年河

南省制造业“双创”平台,汉威科技集团股份有限公司申报的传感器与互联网融合双创基地等7个基地为2017年河南省制造业与互联网融合“双创”基地。

据了解,鲜易控股通过业务模式创新、管理模式创新等融合发展,探索新的商业模式,聚合金融、标准、技术、信息、人才等要素资源,并通过市场化运作,为生态圈中小微企业提供系统化服务,为“创客”创业创新赋能。

依托国家级企业技术中心、博士后科研工作站等平台,众品食业搭建鲜咨达技术服务平台,融合高校、科研院所、行业协会等高端资源,先后组织、参与起草了“肉禽类冷链温控运作规范”等16项行业标准。为310余家合作伙伴提供食品技术和标准等相关服

务。

通过与金融机构合作,搭建金融服务平台,众品食业为合作伙伴提供代理采购、商业保理、融资租赁等供应链金融服务。自2016年以来,该公司先后为150多家生态圈“创客”提供融资服务;还搭建了人才共享服务平台,为分销商、服务商、流通商等提供人才开发、人才输出、技术指导、咨询培训等服务。在生鲜供应链领域,众品食业搭建了“云农牧”产业平台、基地园区平台、集采分销服务平台、温控供应链服务平台、跨境贸易服务平台、冷链资源线上交易平台、生鲜电商平台等50多个产业创业平台;带动50多万家中小微企业融入生态圈,带动120多万新农人、新农商、新生代创业创新。

生态农业育出市场“新贵族”

5块钱一枚的鸡蛋,20块钱一斤的青菜,50块钱一斤的猪肉……站在鄱湖晨晖农场的种养基地前,老板彭习华一点也不担心这些“天价”农产品的市场和销路。

2012年,彭习华辞掉了上海的工作,回到老家江西省都昌县春桥乡,办起了这家有机生态农场。虽然家乡人不太理解,但是家乡得天独厚的自然环境和生态农业的广阔市场前景,还是让他坚定了创业的想法。

“我们的农场位于鄱阳湖附近,水草丰茂,没有因工业开发而造成的污染,这是发展生态农业的核心优势。”在彭习华看来,利用自然资源的禀赋发展绿色生态农业,这和当下农业供给侧结构性改革的思路不谋而合。

记者走进农场的恒温大棚,育苗员李华莲正在移植青菜的幼苗。“无论是生长周期,还是种植期间付出的人工成本,我们的蔬菜瓜果都比外面的要多上好几倍。”她告诉记者,自己每天都要密切关注着蔬菜的生长情况,甚至还得进行手工杀虫的作业。

为了确保农产品的绝对有机无公害,彭习华把所有化学肥料、农药都拒于农场之外。同时,他还斥巨资建设沼气发酵系统,实现种植和养殖的资源循环利用。

“这便是我们的农产品敢卖出‘天价’的底气。”彭习华说,如今晨晖农场已经成为江西省最大的有机循环种养基地,有86个农产品获得了有机认证证书,农场生产的肉禽蛋

菜通过会员定制模式直供上海、杭州等地的家庭餐桌。生态农业让“土里土气”的农产品增添了安全、健康、营养的附加值,成为市场上的“新贵族”,既满足了人们日益增长的高端消费需求,也带动了许多农民脱贫致富。

江西宏泰农业发展有限公司员工正忙着将刚刚摘下的新鲜柑橘装箱打包,准备发往上海、浙江等地的大型超市。

公司负责人郑根水向记者介绍,以前种植柑橘的农户大多是“各自为战”,他们为了短期利益经常使用化学肥料和农药,导致柑橘因农药超标问题而被退货的现象时有发生。

近年来,公司吸纳了150多户农民成立了柑橘专业合作社,通过“公司+合作社+生产

“超级水果”概念风靡 亚洲创意又日新

■ 胡文韬

2005年,“超级水果”的概念如龙卷风般从美国市场吹向全球,蓝莓、蔓越莓、枸杞、石榴都是该领域的典型代表。“超级水果”究竟是什么?目前全球的相关机构均未给出一个统一的定义,其本质上是一种营销术语。但不可否认的是,贴上“超级水果”标签的水果都有一些共同属性,即抗氧化性能良好和强大的健康益处。尽管“超级水果”的叫法有些夸张,但健康益处较多的水果原料正在走红却是事实。在亚洲地区,食品饮料行业2015年下半年到2016年下半年推出的含水果原料的新品增加了165%,其中排名前五的水果原料的产品更是增加了228%。

药食同源水果占主流

2015年下半年到2016年下半年,亚洲地区出现在食品饮料新品中的水果原料排名前五依次为红枣、山楂、榴莲、枸杞、荔枝,其中红枣的新品占有率最高,达34%。

红枣是一味常见的中药,具有滋阴补阳、补血的功效,其含有的红枣多糖具有诸多健康效果,如抗氧化、免疫健康、抗肿瘤、保肝护肝等。红枣主要是干制品,部分生产商逐渐开始在酸奶、饮料和零食中添加红枣,赋予其更多的应用潜力。

相比红枣,山楂的应用显得较为低端,往往是山楂片、山楂糕之类的简单初级加工。但随着近年来山楂在抗氧化、降血脂和对动脉粥样硬化方面的作用获得临床研究证实,这种常见的药食同源的水果有可能突破人们

普遍认知的消化健康的局限,获得更广阔的应用空间。

枸杞在国外比较“受宠”,流行程度不亚于蔓越莓,尤其是在欧美国家。中国人还停留在用枸杞泡茶的阶段,欧美人已经玩出了新花样——将其加入沙拉、炒饭、蛋糕、早餐谷物之中,甚至还打成冰沙、制作面膜等。亚洲市场上枸杞产品也比较多,从枸杞饮料到软糖再到膳食补充剂应有尽有。

荔枝是中国土生土长的亚热带水果,具有生津止渴、提神健脑的效果,唐人句“一骑红尘妃子笑,无人知是荔枝来”;东坡云“日啖荔枝三百颗,不辞长作岭南人”,更是让这种水果蒙上了神秘而名贵的色彩。茶π在2017年夏季推出一款玫瑰荔枝茶饮,果味茶饮开始成为即饮茶市场的一大趋势,水果元素的加入更符合消费者对健康产品的诉求。

具有“水果之王”美誉的榴莲果实营养丰富,富含膳食纤维、维生素,微量元素如铁、钾、钙等,在中国水果市场越来越受欢迎。据英敏特全球新产品数据库(GNPD)显示,从2014年4月到2017年3月期间推出的榴莲味产品很少见,2016年4月后这类产品推出频率有所上升,其中榴莲甜品类较多。榴莲在乳制品中的应用也开始增加,比如特仑苏在2017年4月推出的一款榴莲口味酸奶产品。就连洗手的榴莲壳也有妙用,广东药科大学2017年最新研究显示,榴莲壳中提取的新型植物营养素有潜在的抗炎作用,其在功能性食品和医药领域或有用途之地,这种物质中含有三萜类、酚类物质和糖苷酯。

不难看出,在亚洲地区应用最多的前五位水果原料中,红枣、山楂和枸杞均为药食同

源,该类植物资源的功效已经得到验证,且受到人们广泛的认可,但是市场化产品没有新意、雷同太多,如何能够让该类资源从生活化走向商业化和市场化,企业还需更多的探索和创新。

不含添加剂防腐剂声称最多

就产品的健康声称来看,亚洲地区新推出的含有水果的产品的声称最多的是不含添加剂/防腐剂,约为16%,整个市场增长率达254%;其次是天然声称,达180%;而有机、抗过敏和无麸质产品声称的增长率下滑50%。

随着消费者健康意识的增加,人们已经意识到合成添加剂的健康隐患,转而选择更为天然健康的产品。人们选择“超级水果”的重要原因就在于其含有天然色素、天然风味和特定功能因子,这些也是推动“超级水果”加工产品增长的重要因素。

近日,Welch公司开展了一项涉及300名中国千禧一代(18-35岁)饮料消费者的趋势调查。调查认为,中国千禧一代在选择果汁类产品时首要考虑的因素是健康。在选择果汁类产品时,78%的受访者表示会首选营养健康产品,71%的受访者会优先考虑口感,而63%的受访者会选择特定健康的产品。其中,心脏健康(66%)、消化健康(65%)和脑部健康(63%)是中国千禧一代最希望从果汁中获得的三个健康益处。

水果类零食成为市场新宠

在亚洲地区,排名前五位的水果原料最

一财报告:椰子水引领天然健康新潮流

一直以来,饮料都是人们日常生活中消费频次最高的商品之一。近日,第一财经商业数据中心(CBNData)发布《2017线上饮料相关消费系列研究》(以下简称《报告》),通过洞察各年龄段消费人群对于不同饮品的偏好特征以及购买行为,还原国民消费现状,其中“低糖”、“绿色健康”、“非浓缩还原”等成为关键词。

提到这些关键词就不得不提这些年的饮料新宠——果蔬汁饮料。报告显示,对比纯果蔬汁与浓缩果蔬汁的销售发现,即使在促销季两者价格差距不大的情况下,更加健康的纯果蔬汁的销售始终处于平稳局面,可见大众对于纯果蔬汁一直都有较为稳定的需求,从而反映出其市场需求的稳定性。

相较于其他果蔬类饮品,椰子(青椰子)作为自然界中唯一能直接喝的水果,是天然且健康的,所以一般椰子水在生产过程中没有任何榨汁等中间环节,极大程度保存了椰子水本身的天然营养。椰子水凭借其得天独厚的优势,近几年其市场表现十分强劲,根据市场研究报告,去年一年椰子水全球总销售额已达到23亿美元,预测到2020年,全球椰子水市场预计将以26.75%的复合增长率继续增长,可以说椰子水是果蔬类饮品中最大的黑马。

其实归根结底,椰子水这一品类的成功,还是因为其清爽口感和天然健康的特质符合消费者的新需求。以椰子水行业极具代表性的唯他可可椰子水为例,它全部取自新鲜青椰子,采用NFC(非浓缩还原)技术,从采摘到灌装,不超过72个小时,保证椰子水的天然健康,而且椰子水0脂肪0胆固醇,热量低,富含天然营养成分,特别是其中富含的天然电解质,能帮助身体快速有效补水,呵护着人们的身体健康。总结起来,唯他可可椰子水的关键词就是“天然补水”、“非浓缩还原”、“低糖”、“健康”,它的每一个点准确完美地契合了消费者对于健康饮品的新需求。

随着“大健康”成为国民话题,追求健康的生活方式已经成为现代社会消费者的共识,而消费者自然会对饮品有了更高的要求,天然健康自然成为了更多的人选择。在唯他可可椰子水等健康饮品的引领下,享受天然健康将会是人们生活的常态。

(美通社)

蛋鸡养殖应着眼标准化和深加工

“今年鸡蛋价格在经历了连续8个月的下跌并创下10年新低后,从8月份开始触底反弹。由于目前全国育雏鸡补栏量下降,明年鸡蛋价格还可能会持续上涨。”北京市蛋品加工销售行业协会秘书长王忠强日前在第二届中国蛋品流通大会上接受《经济日报》记者采访时说。

我国是世界第一鸡蛋生产和消费大国,鸡蛋产业每年有3000多亿元产业规模,全球占比40%。目前,中国人平均每月1.3天消费一个鸡蛋,但鸡蛋深加工量只有2%,而发达国家蛋制品的占比已经达到了30%。此外,有机、无公害、绿色以及品牌在不同规模中所占比例均不到10%,鸡蛋行业排名前10家的商品蛋鸡养殖企业养殖量在行业占比不足5%。

《中国畜牧业统计摘要》数据显示,我国蛋鸡养殖主体仍以万只以下的中小规模养殖为主,约占全国蛋鸡总存栏量和全国鸡蛋总产量的63%。“小规模、大群体”的养殖特征仍然比较突出。特别是由于行业集中度低,鸡蛋品牌建设严重滞后,大部分蛋鸡养殖场没有自己的品牌,也未经过相关认证,一定程度上导致了鸡蛋价格波动和订单的不稳定,使得鸡蛋行业从生产到流通环节的交易成本增高,食品安全风险较大。“也就是说,蛋鸡行业正在遭受规模不经济,劣质不优价的尴尬。”王忠强说。

面对产能长期过剩、生产成本居高不下、蛋鸡养殖密度高、传染性疾病多、防疫压力大等问题,中国农业大学动物科技学院教授杨宁认为,做强蛋鸡产业,首先要发展标准化规模养殖,由分散的小规模生产向标准化规模化转变。其次,要加强研发,保证育种产品多样化,做好种鸡的疾病净化工作,实行精准饲养并优化饲料配方等都是好的解决方法。

近年来,我国非常重视畜牧业环境保护问题,消费者对“舌尖上的安全”也更加看重。随着蛋品下游行业及蛋品加工技术的发展,也迫切要求上游产业加大投入力度,提高蛋品深加工率,开发研制高附加值的绿色蛋类食品,以满足消费者需求。农业部畜牧业司行业监测分析处处长辛国昌认为,政府要加强预警信息发布工作。既要注重保护环境,又要让企业盈利创收,畜禽产业急需实行供给侧结构性改革,这需要政府、行业协会和企业三方合力推动。

据西安格润牧业股份有限公司董事长姚建征介绍,格润牧业就正在开展功能蛋品研发及多肽蛋粉研制。这家于2003年在西安渭河生态农业示范区成立的以品牌蛋品加工、饲料生产销售为主,从事禽类养殖、生态农业等产业的多元化股份制农牧企业,2016年销售额突破了2.2亿元。

记者在采访中还了解到,全国首家鸡蛋网上交易中心——中国鸡蛋交易中心已上线运营。作为第三方电子交易平台,该中心从饲料成分、栏舍环境等方面实现了全程可视化,从鸡蛋生产到流通各个环节确保全程可追溯,通过二维码技术实现全流程大数据管理,旨在为供需双方提供对接服务,缩减交易时间和空间成本,助推鸡蛋产业转型升级。

(李佳霖)