

品品食品：匠心铸造 休闲美食新势力

技术升级打造企业核心竞争力,智能化和数字化生产扩大产品影响力,致力于创新性地建立品牌矩阵;忘不掉的童年味道,而且还自带四川方言语言包,品品牛板筋让“带货一哥”卖断货……20年匠心铸造,品品食品渐成休闲美食新势力。

20年,专注做正宗川味休闲美食

自2001年成立以来,专业致力于川味肉类零食食品研发、生产、销售为一体的四川品品食品有限公司(以下简称:品品食品),始终坚守“以质量求生存,以品质求发展”的企业宗旨,严格执行国家食品安全质量标准,以先进的企业文化,秉承“领先、创新、卓越、成就”的企业精神,肩负“做放心食品、让祖国放心、让人民放心”责任与使命,20年专注于做正宗川味零食,通过不懈追求技术升级、产业升级、服务升级,匠心打造出包含“牛板筋、泡椒凤爪、鸡翅根、鸡胸肉”在内备受消费者喜爱的“品品”系列休闲美食品牌。

“品品”美食中,久负盛名的麻辣牛板筋凭着“看得见的美味,闻得到的心动,吃得到的放心”川味特色,成为网售爆款,曾创下淘宝月销十万件的奇迹,在“美食地图”上到处飘红。

焕新体验感,品品香泡凤爪

与“品品”麻辣牛板筋在市场上大获成功一样,十几道的工艺匠心制作的品品香泡凤爪和鸡肉等系列产品,上市至今,同样备受线上线下消费者青睐,满满的胶原蛋白加上爽嫩Q弹的口感以及较强的体验感,更成为80、90、00后年轻消费者全新的健康享受。

经过多年的渠道深耕,品品食品获得了广大消费群体高度认可,形成了稳固的市场占有率和品牌影响力。“品品”香泡凤爪根据大范围的市场调查使用品品研发的“非辐照”技术给凤爪增加了更符合新一代消费者的潮流口味,更是成为国内快消品行业新标杆、休闲美食新元素。

随着品品食品在行业中的知名度和美誉度以及生产实力的提升,品品食品还与行业巨头三只松鼠、良品铺子等知名品牌企业进行OEM代工合作,共同打造国民零食品牌。

B端发力拓展品品“美食地图”

据品品食品吕勤董事长介绍:“品品的牛板筋不但可以烫火锅,也可以直接食用,凉拌类型的牛板筋还可以作为预制菜通过C端直接进入家庭消费。除此之外,品品‘手撕鸡排’更是一种经微波炉加工就可以得到的美味,该产品目前已经投入市场,在不久的将来,必将作为快手菜进入到千家万户。”

据了解,2020年,品品食品又开始重新进行B端产品布局,并专门设置了餐板产品生产线,投入千万资金,配置技术、人力等资源,全力满足B端餐饮企业的需要,并倾力打造自有品牌“煮食爷”火锅、烧烤、肉包、调理肉和预制菜等餐饮系列产品;与此同时,品品食品紧盯C端市场需求,力争BC市场全覆盖。

有市场竞争力、有品牌影响力,自然能赢得美誉。截至目前,品品食品已先后获得“四川省著名商标”“四川省产品质量信誉AA级企业”“四川省产品质量管理先进单位”“四川省诚信建设示范单位”“中国糖酒会食品畅销品牌”“四川省连续五年质量、安全、诚信、环保达标单位”“成都市食品安全信用体系建设A级单位”等诸多殊荣。(段军伟)

珍宝岛:坚持创新研发 发力医院制剂与中药配方颗粒

作为我国中药制药企业的标杆企业之一,珍宝岛药业始终秉持“传承精华、守正创新”的初心,深耕中医药行业多年,取得了令业界瞩目的成绩,得到了国家及社会的广泛认可,米内网2019年7月发布“2019年度中国医药工业百强系列榜单”,珍宝岛药业入选并列前30强。

中药产品的创新研发是珍宝岛药业的支柱产业,公司长期坚持中药品种的创新研发,长期保持与全国知名的大学和研究机构的合作,不断开展一些已有成熟产品的二次开发工作,同时通过产品并购,筛选国内独家品种、医保品种,不断丰富现有中药产品管线。

珍宝岛药业在持续的研发实践中发现,医院制剂是中药新药开发的一条重要路径。医院制剂是根据国医大师、名老中医的临床经验方和经典名方、名优产品的化裁方开发的主要在医疗机构应用的新产品,在临床实践中具有经济、安全、有效、实用的基本特征,满足“临床必需、安全有效、使用方便、价格合理”的使用要求,特别在部分边远地区倍受患者和基层医疗工作者的欢迎,已经成为广大患者和基层医疗机构临床用药的重要选择。国家也鼓励将医院制剂纳入医保报销体系,2020年全国多个省市纷纷发文支持将中药饮片和医院制剂纳入医保药品目录,这将更加促进中医药事业的健康发展,给予质量可靠、疗效确切的医疗机构制剂和中药饮片更大的发展和使用的空间。

据了解,珍宝岛药业建立了一套完整的医院制剂“产学研”工作体系,目前已经与北京、黑龙江、安徽、河南等省市多家知名医院探讨交流,携手合作医院制剂的研发项目,项目也将依托珍宝岛药业在中成药生产制造方面的专业优势,着重推动名医经典方优秀制剂的现代化和产业化发展。

当前,珍宝岛药业已开始着手建立样板市场开展试点工作,此举也是为了探索并积



(图据网络)

累医院制剂的推广经验,为未来全面开拓全国市场奠定坚实基础。珍宝岛药业相信医院

制剂将凭借其疗效确切、安全稳定以及政策优势,不断取代市场同类中成药,将成为企业

新的利润增长点。

除了医院制剂外,珍宝岛药业在中药配方颗粒方面的研发进展也十分迅速,目前已成功备案550多个常用品种并获得市场准入,同时也积极参与配方颗粒的国家标准研究和制定,确保所生产的产品在质量和疗效方面具有较强的竞争力和市场优势。

珍宝岛药业在老产品的二次开发方面也投入巨大精力,完成了现有品种的物质基础研究和质量标准提高研究工作,重点品种新增了规格,扩大了临床应用范围,提高临床使用的依从性,通过标准的提高,技术壁垒的提升,突出了产品独特性和技术优势,提高了产品的市场竞争力。未来仍将不断深入研究开发中药创新产品,提高新产品的市场覆盖率和市场竞争力,实现创新驱动市场,创造高效益的双创双赢的战略目标。(钟雯)



四川石棉：黄果柑成熟上市

眼下,正是四川省石棉县黄果柑上市的季节,大渡河河谷两岸,黄果柑林硕果压枝。据了解,石棉县黄果柑种植面积约5.2万亩。今年,当地政府与中国扶贫基金会合作开展2021年度石棉黄果柑产品营销及品牌推广活动,助力黄果柑销售。

图为3月5日,在石棉县美罗镇坪坝村,果农在采摘黄果柑。新华社记者 刘梦琪 摄影报道

“风口”来袭,近2000亿元的“人造肉”市场怎么破?

■ 韩肖

近日,海底捞在部分门店推出以植物蛋白为原料的素食“味伴”,并将继续推出包括小吃、甜品等10余种植物蛋白产品。这是继肯德基、麦当劳、汉堡王、星巴克等食品巨头宣布进军“人造肉”之后,中餐企业迈出试水“人造肉”的第一步。

什么是“人造肉”?据《人造肉分类与命名分析及规范建议》显示,人造肉共包含两大类:一类是以植物蛋白为原料制备的人造肉(简称:植物基人造肉);另一类是以细胞为原料制备的人造肉(简称:细胞基人造肉)。目前市场中常见的“人造肉”产品多以前者为主,与消费者熟知的豆制品素食不同,植物基人造肉以大豆、豌豆、小麦等作物中提取的植物蛋白为原料,经过挤压等工艺,提高蛋白质含量,再添加植物性风味物质,使其在口感、风味上更接近真肉。

相较于传统肉类,以植物蛋白为原料的



●海底捞近日在部分门店推出以植物蛋白为原料的素食“味伴”。(图据网络)

“人造肉”自带健康、环保等光环,在大洋彼岸自出现之日便吸引了不少消费者眼球,更受到资本市场青睐。有机构预测,全球“人造肉”市场在2025年将达到280亿美元,近2000亿元人民币,市场前景广阔。

“人造肉”的风口刮到中国市场了吗?从实际来看,价格、产品认知等问题阻碍了更多的消费者了解和接受“人造肉”。产品形态过于单一也使其难以适应复杂的中式烹饪。想

仅靠汉堡、鸡块等产品就在中国消费市场“兴风作浪”,“人造肉”尚有许多不足。

其一,“人造肉”售价较高,消费看得见,吃不起的问题待解。受制于当前整体销量,仍属于小众产品的“人造肉”未必比真肉来得便宜。从售价来看,“人造肉”产品的价格区间在20元至百余元不等,最贵的一款汉堡达140元。有报道称,一公斤的“人造肉”成本在200元,这几乎是优质进口牛肉的价格。

其二,消费者对“人造肉”的认知有待提升。2019年某调查数据显示,对于“人造肉”月饼,80.8%的受访者表示不会购买。反观国外,“人造肉”公司Beyond Meat和肯德基合作推出“人造肉”炸鸡块,5小时内就被一抢而空。

“有真肉不吃,为啥要吃植物肉?”面对这样的疑问,行业和相关企业需要讲清楚“人造肉”的创新亮点,积极科普“人造肉”生产加工、原料选择等重要信息。“人造肉”不单是吃素的问题,或将颠覆未来的食品消费观念。

其三,消费意愿不强的原因,还在于产品种类的单一。相较于西餐消费中汉堡、香肠、鸡块等肉糜类产品,中餐烹饪方式更为复杂,能否满足中式日常饮食需求,是“人造肉”走向市场,破解需求难题的关键。海底捞将“人造肉”放入自助小料里供消费者选择,令“人造肉”产品触达消费者的门槛大大降低,不失为一个创新之举。

另外,食品安全不容忽视。好在,2021年1月,《植物基肉制品》团体标准发布,对于站上风口的“人造肉”行业而言,迈出了标准化发展的关键一步,对于保障食品安全、产品质量方面都起到指导作用。

在各行各业提倡创新的今天,“人造肉”的创新对食品行业来说未尝不是一个新的发展机会。对于我国的“人造肉”产业而言,食品安全是基础,好口味和合适价格是拉动消费的重要因素。展望2000亿市场,“人造肉”能否在“风口”上站得住、站得稳,消费者购买意愿至关重要。



文明用餐 使用公筷公勺

多一双公筷 多一份安心

CIVILIZATION.HEALTH.CULTURE

文明 · 健康 · 修养

公筷公勺备一副 无忧无虑享口福

公益广告

