

甘肃省州领导莅临关心安多集团 希望企业高质量发展更好助力地方经济

■ 魏生芳 李军霞 本报记者 何沙洲

4月15日上午，甘肃省工商联党组成员、副主席张益民，省工商联常委、甘肃华羚实业集团董事长张敏文一行及甘南州委统战部副部长朱锦华，夏河县各企业代表莅临甘肃安多投资集团旗下夏河安多畜牧产业园调研考察，在夏河县委副书记、安多集团董事长王志荣、总经理谈江权陪同下参观了安多畜牧产业园牦牛、藏羊屠宰加工生产线、产品展示厅、企业文化中心等，对安多生态畜牧健康产业的发展规划及现状做了调研。

参观考察完后，张益民一行及甘南州夏河县各企业代表和王志荣、谈江权等安多集团管理层人员，在安多集团十楼会议室参加座谈会，畅谈企业如何抓住民营经济迎来又一轮新发展的机遇，以创新克服发展瓶颈，聚力展示新作为。张益民希望企业坚持创新驱动发展战略，把握发展趋势，高质量发展，更好地助力地方经济。

当天下午，甘肃省临夏州委书记郭鹤立及临夏经济开发区党工委副书记、管委会主任李登旭一行莅临安多投资集团旗下临夏安多清真绿色食品有限公司视察指导工作。安多集团副总经理、临夏食品公司常务副总经理刘刚陪同参观并向来宾介绍了公司发展历程、车间生产

情况、产品种类及产品发展前景。

郭鹤立一行对安多牦牛肉与藏羊肉产品的工艺，以及该公司与科研院所和高校建立“产学研”合作关系的做法给予了肯定，对安多牦牛肉与藏羊肉产品销售、质量方面提出了宝贵意见及建议。郭鹤立希望企业始终坚持高点定位，走精细化、精品化发展的路子，着力提升研发能力，丰富产品类型，打造知名品牌，不断扩大市场占有率；同时，加快理念创新、技术创新、产品创新、管理创新、服务创新，努力把企业做大做强，为全州经济高质量发展作出新贡献。

王志荣对省、州领导莅临关心甘肃安多集团发展表示感谢。王志荣说，安多集团依托安多牧场优质的牦牛、藏羊资源优势，投资几个亿在甘南州、临夏州建成了高标准、工艺先进、设备一流的高原特色畜产品精深加工基地，发挥牦牛、藏羊肉产品加工企业的规模和技术优势，向顾客提供优质的、具有竞争性的产品与服务，正在努力将牦牛、藏羊产品打造成为纯天然、绿色、优质、原生态、高原驰名商标。目前，安多集团已建设起全国性销售网络，并进入东南亚、中东、欧美等国际市场，已经有效形成以甘南为“中国青藏高原有机生态肉品加工供应基地”，以兰州为物流中心，以北京为营销中心的发展格局，在加快甘南、临夏经济转型跨越发展等方面发挥着重要作用。



●甘肃省工商联党组成员、副主席张益民(前排右一)一行莅临临夏安多畜牧产业园。



●郭鹤立(中)及经开区主要领导在安多食品公司视察指导。



●夏河县委副书记、安多集团董事长王志荣(右一)向张益民一行介绍安多牧场牦牛肉牛排。



●甘肃省临夏州委书记郭鹤立(中)听取刘刚介绍安多牧场牦牛、藏羊肉深加工产品研发及产品发展前景。

探索产业融合协同发展 构建大健康金融新生态

4月12日，成都市武侯区人民政府和天士力资本控股有限公司联合主办的“数融健康、保金赋能”创新融合发展论坛暨2019成都市武侯区“西部大健康金融中心”推介会在北京举行。来自大健康、金融企业等专家齐聚北京，围绕大健康产业全方位的金融需求，着力探索科技协同、产融结合的金融创新融合新模式，开展金融技术、工具、服务、市场创新，推动大健康金融产业的跨界融合与良性互动。

会上，成都市武侯区副区长李晓季以及天士力控股集团副总裁、天士力资本总经理马强致开幕辞。普华永道管理咨询合伙人金军做了成都市武侯区“西部大健康金融中心”推介，大健康数字创新中心(DHIC)副主任李思睿对DHIC的大健康金融数字创新战略做了主题分享。会议协办方一小雨傘保险创始

人徐瀚做了“从超级玛丽设计看互联网保险演化”的主题演讲，探索互联网保险的实际运用和发展。

本次大会还邀请到了多位业内重磅嘉宾，国投创新董事总经理肖治做了“国投创新在医药大健康领域的投资实践”的主题演讲，国内首家相互制寿险组织信美人寿相互保险社董事长杨帆做了“互联网时代健康保险的机遇和挑战”的主题演讲，中电数融CEO、中电健康产业基金合伙人宋雨做了“医疗大数据国家队金融创新战略”的主题演讲。

会议期间，在天士力资本行业研究高级经理刘媛的主持下，成都数联易康创始人张岩龙、聚智慢病健康管理总经理温小凌、泰康资产投资总监郭婧然、健康有益CMO董杰、小乐健康CEO王凯等嘉宾，就“数字创新助力金融与大健康融合发展”的议题开展圆桌

讨论，围绕大健康产融结合的金融创新融合模式进行了全新展望、广泛探讨。

据介绍，近年来，在成都市打造国家西部金融中心的战略指导和统筹布局下，武侯区承担起“西部大健康金融中心”核心区建设的重任。全区拥有金融机构高度集聚、医疗资源潜力巨大、高素质人才众多、载体资源丰富等良好基础。在金融产业方面，全区已汇集包括中国人民银行成都分行、四川证监局等3家金融监管机构，成都农商行总部、中航安盟财险总部等490家各类金融机构，目前正着力打造“人民南路大健康金融特色街区”，通过金融载体资源优化升级加快吸引更多优质大健康金融企业集聚发展；在大健康产业方面，明确了以“环华西国际智慧医谷”为极核，布局“一谷一带一区”大健康产业空间，立足区域资源优势发展高端医疗、健康管理以促进、

健康养老、智慧健康、医疗旅游五大重点领域及相关产业。

同时，武侯区还配套了“打造一个保险功能集聚区”“建立一只产业基金”“成立一个相互保险社”等“10个1”重点行动；制定专项政策，从鼓励保险机构集聚和产品创新、扩大直接间接融资、产业基金发展、支撑平台建设、提高金融支持力度等方面支持大健康金融发展。

未来，武侯区将充分发挥自身优势，积极构建大健康产融创新生态圈，形成一个生态圈，两大体系，四大平台”的发展格局。即围绕大健康产融创新生态圈建设，从大健康金融需求体系和大健康金融供给体系出发，优化金融要素供给，加强大健康金融创新应用、环华西产业投资、大健康产融智库及综合金融服务平台四大支撑平台建设。(武轩)

国内奶粉企业 加快进入市场步伐 特殊配方奶粉“钱景”在哪

国外品牌有品牌沉淀优势，但本土企业有服务、运营等方面优势，如何放大自身优势、补足短板，是本土乳制品企业抓住特殊配方奶粉“钱景”的关键。

日前，圣元国际集团宣布旗下两款特殊医学用途婴儿配方食品获得了生产许可证。这是继贝因美杭州工厂获得特配粉生产许可后，第二家获得特殊配方奶粉生产许可证的国内乳企。

此次圣元获批的两款特殊配方奶粉分别为优博安能特殊医学用途婴儿配方食品早产/低出生体重婴儿配方奶粉，以及优博敏佳特殊医学用途婴儿配方食品乳蛋白部分水解配方奶粉。

特殊配方奶粉是专门为那些患有特殊疾病或具有特殊医疗状况的婴儿设计，单独食用或与其他食物配合食用时，其能量和营养成分能满足其6个月以内生长发育需求。

业内专家认为，贝因美和圣元的生产许可分别获批后，意味着国产乳制品企业进入特殊配方奶粉市场的步伐在加快，特殊配方奶粉领域也有望成为乳制品市场的新增长点。

“随着中国消费者健康意识不断增强，特殊人群对特殊配方奶粉的刚需将不断释放；企业发展所面临的技术壁垒也将进一步突破。在整个市场供求关系还没有达到临界点之前，特殊配方奶粉市场仍然有着很大增长空间。”中国食品产业分析师宋丹蓬说。

根据估算，特殊配方奶粉市场规模到2020年有望达到60亿元，到2022年有望突破100亿元。既然市场前景巨大，为何此前国内企业没有进入这一领域？

“特殊配方奶粉代表了一家企业的技术水平，过去我国很多企业都无法生产，后来虽然具备了生产能力，但却受到政策上的约束。”资深乳业专家宋亮分析说，国内乳制品企业在特殊配方奶粉领域“慢人一步”，最大原因在于政策限制。

此前，我国特殊配方奶粉市场一直没有放开。即便是被允许进入国内市场的特殊配方奶粉，基本上也只有有一些医学背景的企业，而且产品种类比较单一，以简单的抗过敏产品为主。

2016年3月份，《特殊医学用途配方食品注册管理办法》颁布实施，意味着特配粉全面进入注册管理时代。“之前相关部门没有放开特殊配方奶粉，主要是由于国内企业在该领域的技术条件并不成熟，相关标准体系也有待完善。从企业层面看，对特殊配方奶粉的研发既需要真金白银的投入，也需要有相对较长的研发过程。”宋亮说。

宋亮表示，随着我国乳制品企业技术水平和生产工艺水平不断提升，尤其是配方注册制实施以后，不少乳制品企业看到了这一领域的市场前景，已经在抓紧相关方面的研发和布局。未来几年，预计将有更多本土乳制品企业进入特殊配方奶粉市场。届时，特殊配方奶粉产品种类将越来越齐全，企业之间的竞争也会越来越激烈。

宋亮指出，特殊配方奶粉对于蛋白分子要求很高，对营养均衡性要求也很高。而且，特殊配方奶粉属于高毛利产品，形成规模以后才会具有市场竞争优势。

朱丹蓬建议，特殊配方奶粉领域的目标消费群体更加看重企业品牌、硬件以及科研能力。从目前看，无论是本土企业还是外资企业，总体上仍然站在同一条起跑线上。国外品牌有品牌沉淀优势，但本土企业有服务、运营等方面优势，如何放大自身优势、补足短板，是本土乳制品企业抓住特殊配方奶粉“钱景”的关键。(林火灿)

随意贴“大师”“山场”标签，1斤岩茶能炒到几千元到数十万元！ 武夷山将加快建设茶叶质量可追溯制度 严查价格虚高

■ 郑良/文 魏培全/图

近年来武夷岩茶价格持续攀升，各种贴着“大师”“山场”标签的岩茶充斥市场，价格从1斤几千元到数十万元不等。“新华视点”记者近日在福建福州、泉州、武夷山等地调查发现，五花八门的“山场茶”“大师茶”，其实不少是外地茶、普通茶包装而成。

天价“牛肉”充斥市场，实际每年产量仅1000多斤

记者近日在泉州、福州等地多家高档茶叶店看到，店内均有多款牛栏坑肉桂销售，价格每斤从数千元至20万元不等，而电商平台出售的牛栏坑肉桂则多达数百款。

在福州一家茶叶店，记者看到好几款牛栏坑肉桂，价格从每斤1万元到10多万元不等，其中一泡8克装的限量版牛栏坑肉桂，价格卖到3000元，贵过黄金。店员称，这些茶叶都产自牛栏坑，品质高，极其稀少、珍贵。

记者在武夷山采访了解到，牛栏坑茶园归当地茶农所有，每年产量也就1000多斤，而且大多并没有流入市场。

既然产量如此稀少，为什么各家店都在出售？同一家店的不同款牛栏坑肉桂，价格为何相差一二十倍？店员称，别家有假的，但自家公司在牛栏坑有茶园，是真“牛肉”。至于价格差异，主要是因为茶园位置不同、采摘茶叶部位不同，口感有明显差别。

除了牛栏坑肉桂，市场上还充斥着标着武夷山多个山场标签的茶，如有的茶企以“肉”作为卖点，推出“龙肉”(九龙窠肉桂)“虎肉”(虎啸岩肉桂)“鬼肉”(鬼洞肉桂)等，渲染其品质、稀缺性，卖出高价。

除了“山场茶”，“大师茶”在市场上也比比皆是。在多家知名电商平台和一些线下茶



●4月8日，记者在某电商平台看到，形形色色的“大师之作”广告还充斥在岩茶的销售页面上。

叶经营店，记者看到，从1斤六七千元的小罐岩茶，到1斤一二十万元的精品茶，形形色色的“大师”签名印在茶叶包装上。

业内人士揭秘：散装茶、外地茶、平价茶贴上标签变“稀有”

记者在武夷山走访多家茶企和农户了解到，不少外地茶商或是到武夷山收购散装茶叶，或是挂靠武夷山的茶企，或是将外地茶叶运到武夷山加工，然后将这些茶叶贴上武夷山特定山场标签，通过夸大渲染、稀奇古怪的“花名”，忽悠消费者，卖出高价。

在武夷山三姑度假区开店的茶农袁某透露，其销售的马头岩肉桂1斤600元、牛栏坑肉桂1斤3600元，买得多还有较大优惠，不少外地茶商大肆收购。“把散装茶卖给他们自己包装、贴牌销售，价格翻好几倍。”袁某说。

曾在一家外地知名茶企茶叶专营店从事销售的叶某告诉记者，公司销售牛栏坑肉桂等茶叶声称“珍稀”“限量”，每年限量销售几百份，每一份茶叶都有编号。但实际上，只要有客户，想要多少供多少。此外，还有所谓“限量珍藏版”“特供版”，其实都是可以批量购买的。

记者调查了解到，一款在武夷山当地只卖1斤三四百元的平价茶，在外地企业的包装炒作下，被渲染成“大师”工艺、“大师”水准的高价茶，附上“大师”的签名和照片，价格翻了10多倍。

“这家外地茶企曾经找过我，提出这种合作模式，把平价茶改头换面炒成高价‘大师茶’。”全国政协委员、武夷星茶叶有限公司董事长何一心说，这是欺骗消费者。

在武夷山采访时，何一心的说法得到多位业内人士印证：不少“大师茶”并不是高品质茶，也不是“大师”制作的茶，有的就是一些大众茶改头换面而成，有的还打着大师“监



●在福州高档岩茶专卖店看到的一款天价茶

制”“封存”“推荐”等擦边球，卖出高价。

警惕消费天价茶奢靡之风，整治市场乱象

记者在福州多家高档岩茶专卖店暗访时，有服务人员称，这些动辄1斤数万元甚至十万元以上的岩茶知名度都很高，客户基本上都是买来送礼的，特别是中秋、春节前后，销量井喷。

在福州一家五星级酒店的茶叶店，服务人员向记者推荐了两款分别为1斤3万元、6万元的岩茶：“这两款茶名气大，卖得很好。”当地纪检监察干部指出，一些人包括少数领导干部被茶商“云山雾罩”的宣传牵着鼻子走，把消费“大师茶”“山场茶”当作风雅、有文化。有的官员以支持茶叶产业为由，坦然收受、消费天价茶，形成攀比、效仿效应，这种苗头应当警惕。

目前，福建正部署开展严肃整治领导干部利用名贵特产类特殊资源谋取私利问题，其中就涉及天价茶叶。

不少业内人士表示，少数岩茶被炒成了奢侈品、高档礼品，导致整个岩茶价格也随之上扬，1斤上万元的岩茶比比皆是，这样的炒作可能砸了武夷岩茶的金字招牌，不利于行业持续健康发展。

据武夷山市政府相关负责人介绍，去年以来，武夷山立案查处涉嫌虚假宣传、销售伪造质量认证标志16件，开展茶叶价格虚高专项治理和茶叶价格指导，规范行业经营行为。

据了解，针对部分外地茶商炒作“山场”“大师”噱头等问题，武夷山将加快建设茶叶质量可追溯制度。目前，全市共有479家企业获准使用地理标志产品专用标志；严格规范“大师茶”售卖，对“没有参与茶叶加工就随意签名”的，坚决取缔“特级制茶茶艺师”等荣誉称号。



●位于武夷山正岩核心区的牛栏坑茶园

▼ 相关新闻

福建武夷山回应“天价茶”：推出“茶青卡”掌握茶青数量 推行“认标购茶”

4月8日，新华社“新华视点”播发《随意贴“大师”“山场”标签，1斤岩茶能炒到几千元到数十万元！》，对部分茶商随意贴“山场”“大师”标签，炒作天价岩茶问题进行了报道，引发社会关注。武夷山市政府15日回应称，这些乱象损害了消费者权益，也严重影响武夷茶的声誉，即日起推行“认标购茶”，持续强化市场整治，依法打击侵权假冒、虚假宣传等乱象，让消费者能放心选购到货真价实的武夷茶。

据介绍，武夷山市的茶农、茶企可申领“茶青卡”，申请“茶青卡”的茶农或企业，必须在武夷山地理保护区域内有合法的茶园，并达到3年以上的采摘年限。核定的茶青数量将录入“茶青卡”账户，“茶青卡”内容可关联至乡镇、村的具体生产领域及农户姓名。

“商品标”页面内容在兼顾地理标志证明商标和保护产品公共标识外，重点体现“武夷山大红袍”“正山小种”证明商标字样，具有防伪、溯源功能。

同时，严格规范“大师茶”售卖，对“没有参与茶叶加工就随意签名”的，坚决取缔“特级制茶茶艺师”荣誉称号；规范茶业赛事，杜绝各类民间和非正规赛事泛滥、获奖奖杯与证书泛滥等现象。

武夷山市政府相关负责人表示，武夷山将持续整治市场乱象，净化武夷岩茶市场环境。

家西牛排
家庭式
牛肉干
卤牛肉

天陽藏草

全国服务热线
18683622118
18682696933

供应商