

预制菜首次亮相中央一号文件

2月13日,《中共中央 国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作意见》(以下简称《意见》)发布。这份2023年中央一号文件为全面推进乡村振兴指明了重点方向,释放出了重农强农的强烈信号。值得注意的是,《意见》要求,提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平,培育发展预制菜产业。这是预制菜自问世以来首次被写入中央一号文件,对此,业内反响十分热烈。

“预制菜被正式写入中央一号文件,明确了未来产业的发展方向。在今后,预制菜行业会迎来更加健康、理性、蓬勃的发展。”同福集团股份有限公司技术副总经理王成祥对记者表示。码上盛宴董事长吴晨曦也对记者表示,十分看好未来预制菜行业的发展趋势。

一头连着种植业、养殖业,另一头连着餐饮业和居民消费,一直以来,预制菜都被视为典型的一二三产融合发展的产业。它的飞速发展,既是居民消费升级、食品加工业不断做大做强的现实映射,又是农业持续高质量发展的有力写照。

“预制菜属于农产品加工业和食品工业,是实现乡村振兴的有力抓手,而推动一二三产融合发展正是农业高质量发展的关键。”农业农村部食物与营养发展研究所副研究员、食品工程博士、农业经济管理博士后刘锐对记者表示。

“发展预制菜产业,从表面看是满足当今消费者对方便快捷又美味可口餐食的要求,实则后是可以更好实现三产融合,合理配置整合优势资源,形成产业集聚的表现。”中国绿色食品协会绿色农业与食物营养专业委员会副秘书长聂莹认为,培育发展预制菜产业,是通过规范化、标准化解决的农产品质量安全问题、优质农产品供给问题、农民增收问题,解决的是农产品加工、储藏运输和消费市场稳定增长的问题。

中国工程院院士、中国食品科学技术学会副理事长、大连工业大学国家海洋食品工程技术研究中心主任宋薇薇教授在近期举办的“2022年食品安全与健康热点科学解读媒体沟通会”上指出,通过加工和流通链条,预制菜产业连接起产地、企业和市场,以工业化的解决方案,实现了产业集聚与跨界融合,正成为撬动产业发展的支点和实现乡村振兴的依托。

当下,受到资本热捧的预制菜产业正当风口。艾媒咨询数据显示,2022年中国预制菜市场规模预估达4196亿元,预计未来将保持较高的增长速度,2026年中国预制菜市场规模有望达10720亿元,一个万亿级别的“蓝海”即将诞生。

产业的兴盛离不开政策的“保驾护航”。自2022年底以来,福建、浙江、江西、辽宁等多省市监管部门先后发布相关产业的政策指导文件,上海更是在近期正式实施《上海市预制菜生产许可审查方案》,颁发了第一张预制菜“许可证”。在标准化、产业化、规模化等方面,各地政府出台了多项激励和扶持措施,不断推动产业高质量发展。

刘锐认为,在政策红利的持续刺激下,未来几年将有越来越多的企业投身于预制菜产业,市场竞争愈加激烈。“或有两类预制菜企业会有较好发展,一类是连锁餐饮或团餐企业,其向产业链前端拓展,建设中央厨房、中央工厂和集中采购配送中心;另一类是对于特定产品生产具有专业水平的预制食品加工企业,其在某一领域深耕多年,在原料的品种、品质、生产工艺和设备性能、产品品质与标准等方面都有较为深入的认识和经验。”

聂莹则认为,经过资本“跑马圈地”发展的预制菜将在未来几年内放缓发展速度,趋于理性,这恰好也是相关企业储备综合性人才、梳理产品品类、寻求差异化产品、提升产品竞争力的关键期。

经过近几年的飞速发展,预制菜行业中缺乏生产标准化、产品品类较为单一、研发创新瓶颈等薄弱环节逐渐暴露。对此,刘锐指出,标准化是预制菜产品的关键特征,也是核心难点。“未来预制菜企业要实现提质增效和可持续发展,提升产品力是关键,既要实现产品的标准化、营养化、方便化,又要传承好传统餐饮的色香味形。”同时他也建议,预制菜企业不宜盲目扩张,应建设专业的生产管理标准化体系和研发体系,在标准化的基础上努力向自动化、数字化生产提升。

针对产品研发创新不足的问题,聂莹指出,我国地大物博,农业资源丰富,随着消费升级和多元化饮食结构的形成,在预制菜产品研发方面不应仅局限于现有传统品类。“要结合不同区域市场调研和现今消费者对营养健康的需求,充分挖掘杂粮、地方特色食材、药食两用等食物特点,开发更具特色和差异化的预制菜产品。”

(王子霖)

“冰雪美食”助力冰雪产业“热”起来



百余道冰雪美食、冬奥美食能在首届中国(哈尔滨)冰雪美食节上展出,冰城哈尔滨在这个冬天分外热闹,当地市民和百余位行业大咖齐聚冰城共同体验“冰雪美食”。

2月14日,首届中国(哈尔滨)冰雪美食节暨“冰城消费季”,老字号嘉年华在哈尔滨开幕,本届冰雪美食节由中国饭店协会、哈尔滨市人民政府联合主办,首创“冰雪美食”概念,以“赏冰乐雪品美食”为主题,通过展览展销、技能竞赛、论坛会议和促消费活动四大板块,聚焦冰雪产业中美食板块高质量发展。

值得一提的是,开幕式现场中国饭店协会还与哈尔滨市人民政府签署了三年合作协议,中国冰雪美食节将在哈尔滨连续举办三届。

活动开幕式和主论坛在中国饭店协会视频号、抖音号、CHA美食在线小程序上同步直播,共计10万人次观看。

据中国饭店协会调查数据显示,2022春节假期餐饮业迎来开门红,超六成受调查餐饮企业反馈春节假期间的营业收入已恢复至疫情前水平,其中40%与2019年春节同期持平,20%高于2019年春节同期,平均增长

10%。调查还显示随着人民生活水平的提高和需求的多样化,消费者更加注重餐饮的健康、口味和便利性,以春节市场为例,除传统堂食套餐外,半成品、预制菜等新消费形式正在融入百姓生活。

此次冰雪美食节结合餐饮发展趋势和哈尔滨特色,举办首届中国(哈尔滨)冰雪美食节高峰论坛、哈尔滨预制菜产业发展论坛和首届冰雪美食厨艺创新论坛三大论坛,邀请北京工业大学教授分享冰雪产业运营理念与方法;黑龙江大学教授、广州酒家、信良记、新

雅轩、北大荒、天顺源清真食品等企业家、名厨共同探讨预制菜健康、可口的发展方向;邀请服务冬奥餐饮企业代表北京金丰餐饮有限公司,中华老字号企业代表哈尔滨马迭尔集团就冬奥美食、老字号发展进行分享;为更好提升“冰雪美食”质量,组委会还举办冰雪美食展示及冰雪美食烹饪邀请赛,邀请了全国11个省份的企业参加菜品展示及特色食品展示,邀请全国近80名选手以冰雪和冬季养生为主题进行比赛,现场还围绕冰雪美食、养生美食、冬奥美食三大主题,集中展示100多道精美菜品;邀请马迭尔集团、秋林集团、北大荒集团、乔府大院、五粮液集团等近120余家参展商集中展示哈尔滨绿色食品、酒水饮品、粮油、肉类、休闲食品等。创新采用3D云展馆形式,在CHA在线小程序上面向全国开设“冰雪美食”云展,上线产品超300余种,上线企业超200家。

据美团数据显示,截至2022年12月31日,全国冰雪旅游消费总额同比2021年全年增长36.3%,2022年春节期间,北京、河北、黑龙江等地纷纷迎来旅游“开门红”。据统计,今年春节期间,黑龙江省出行人数1104.9万人次,同比上涨45.1%,恢复至2019年同期水平的92.1%;目的地为黑龙江的旅游订单量同比增长180%,较2021年增长520%,旅游市场进入快速复苏阶段。

(据新华网)

锚定美好生活 伊利引领乳业赋能美丽乡村新发展

乳业是农业供给侧结构性改革的重要领域。推动乳业振兴,是加快一二三产深度融合发展,构建现代化农业产业体系,推动乡村振兴与建设农业强国的重要路径。中国乳业龙头伊利多年来结合中国农业与乳业发展特点,探索出一条以乳业振兴为抓手,以创新为驱动,以产业链共赢为目标的助力建设农业强国的新路径,通过技术创新、管理创新、模式创新、品牌创新等大力推进农业农村现代化。伊利的乡村振兴探索之路,提供了一个值得借鉴的样本。

技术突破,助推农业科技现代化

种好草、养好牛,产好奶,伊利高度重视全产业链的每个关键环节的创新升级,协同产业链伙伴以技术创新加快推进农业科技现代化。伊利整合全球产业链力量,坚持推进“创新”战略,打造了世界乳业硅谷——伊利现代智慧健康谷。伊利现代智慧健康谷拥有整合了牧草种植、奶牛繁育、奶牛养殖、牧场管理、乳品加工、人群营养以及全产业链风险防控等的创新研发平台——国家乳业技术创新中心,以及国家乳制品产业计量测试中心。

为实现育种技术的创新突破,伊利联合产业链伙伴在全球建设了三座行业领先的奶牛核心育种场,在内蒙古建设了全国规模大、遗传品质高、技术集成要素全的国家奶牛核心育种场与胚胎工程中心,持续攻坚高产、高性能奶牛繁育项目,通过创新集成奶牛种用胚胎高效生产核心技术,2022年已生产

20000枚14吨以上的高产奶牛性别控制胚胎。此外,伊利引进全球排名前十的优质种公牛冻精,在全国推广应用奶牛性别控制冷冻精超过600万剂,累计为我国繁育良种奶牛母犊260万头。

不仅如此,伊利还将“遥感卫星+农业大数据平台”等数字技术推广到全国合作牧场,通过对青贮玉米开展长势监控、灌溉指导、病虫害预防等服务,使农业生产更精准、更高效,降低了牧场养殖成本,提高了牧场收益。“在这块盐碱地上我们种出了优质的青贮玉米,我一年多赚了56万。”尝到现代化农业甜头的山西佳联牧场场主看着自己承包的近千亩盐碱地开心地说道。

创新管理,引领合作伙伴经营现代化

推进农业农村现代化建设,现代化的经营管理发挥着重要作用。作为全球乳业五强,伊利将国际领先的经营管理模式应用到全国各地的牧场,提升合作伙伴经营效率,提高牧场综合效益和竞争力,快速带动农业现代化发展。

“一头奶牛的状况很好,可以继续保持当前的饲养方案……”伊利委派的技术人员为牧场主提出阶段性指导。这一幕发生在宁夏哆哩呀牧场,伊利通过“伊利阿米巴精益牧场”服务项目,为该牧场提供免费技术服务,并进行针对性模块运营及盈利能力分析,引导牧场向着专业化现代化升级。同样引入了精益化管理模式的宁夏茂草园牧场,在伊利的指导下,通过对设施细节改善、挤奶流程完

善、人员技能提升,牧场每班次挤奶时间减少40分钟,全天缩短挤奶时间2小时,仅此一项每年就为牧场降低养殖成本超过100万。

多年来,伊利围绕降本增效、精准饲喂、精益运营三大服务宗旨,落地实施“一公斤奶项目·十吨奶工程”“良种牛品质升级工程”“伊利阿米巴精益牧场项目”“伊利卓越高产牧场项目”和“未来之路——精益牧场项目”两大工程三大服务项目,对牧场开展全方位、全领域的技术服务,帮助越来越多的农牧民走上规模化、专业化、现代化之路。

产业引领,探路农业发展现代化

水涨船高,柴多火旺,产聚业兴。中央一号文件为乡村产业高质量发展指明了道路,引导农产品加工企业向产地下沉、向园区集中,在粮食和重要农产品主产区统筹布局建设农产品加工产业园。培育乡村新产业新业态,继续支持创建农业产业强镇、现代农业产业园、优势特色产业集群。伊利的成功经验已经证明了这一路径的可行性。

多年前,伊利就积极探索乳业第一、二、三产业融合发展的路径,打造现代奶产业集群,提升产业集聚效能,带动地区经济发展。

近日,伊利在内蒙古自治区兴安盟的示范项目一期首批4条生产线正式投产,该项目可带动兴安盟7座规模牧场同步发展,是伊利在内蒙古投产的第三个奶产业集群项目。该项目全部建成投产后,可实现日产液态奶1500吨,将有效拉动当地种植业、养殖业、饲料加工等辅

助产业高速发展,至少带动1800亿元的全产业链经济贡献值,促进当地多产业兴旺发展。更早之前,坐落于呼和浩特的伊利现代智慧健康谷全球智能制造产业园投产,同时汇聚了上下游产业链企业近30家,实现了农牧业、旅游服务等多产业的融合发展。

企业品牌为农产品打Call

伊利品牌深入人心,凯度消费者指数发布的《2022品牌足迹》中国市场报告显示,伊利凭借92.4%的品牌渗透率、近13亿的消费者触及数和7.4次的购买频次。

利用品牌优势,伊利开辟出农产品和企业品牌合作模式的新路径,推出了一个又一个乳品与农产品相结合的产品,如“中国地域水果”系列酸奶品牌帮助多地推广区域公用品牌。

在辽宁丹东,凭借天然地理优势,草莓产量高、口味佳、品质好。为提升丹东草莓产业的附加值,丰富奶产品线,伊利2022年打造了安慕希AMX丹东草莓酸奶生产线,为丹东草莓打Call。同年,安慕希AMX徐闻菠萝、新疆哈密瓜、攀枝花芒果酸奶相继上市,“中国地域水果”系列酸奶阵容不断扩大,帮助当地扩大农产品品牌影响,经济价值不断提升。

品牌强农、创新富农。伊利通过对系列新品采用“地方名+水果名”的方式进行产品命名和传播,赋予农产品更多附加价值的同时,也带动行业里更多品牌使用中国农产品,完成了中国农业品牌量变到质变的升华,为农业现代化发展带来巨大增值空间。

(据新华网)

中药材应用场景扩大 新需求催生产业新机遇

——贵州道地药材的大健康发展新路观察

“在大健康的理念下,人们对中药材的需求会越来越大。”谈及中药材产业发展,近日一位业界人士对记者作出上述表示。有数据显示,2024年中国中药材市场规模将超2000亿元。

记者在中药材种植大省贵州调研了解到,过去中药材主要用于医疗领域,中药材的品种多,但单一品种的需求量较少。近年来随着中药材应用场景的扩展,某些中药材单品的需求量大增。特别是中药在防治新冠肺炎等疾病过程中发挥的重要作用,使大众对中医中药的认同度进一步提升。道地药材作为中医药发展的重要物质基础,其新需求正催生出新一轮产业机遇。

新需求催生中药材产业新机遇

“在大健康的理念下,人们对中药材的需求会越来越大。”贵州天地药业有限公司董事长刘正超告诉记者,大健康涵盖的范围广,包括健康管理、医疗医药、养老服务等方面,目前我国60岁及以上老年人口超过2.67亿人,对休闲康养、医药医疗的需求越来越大。

近年来,中药在防治新冠肺炎等疾病过程中发挥的重要作用,使大众对中医中药的认同度进一步提升。随着科技进步和人民生活水平的提高,中药材也逐渐从医疗领域,向精深加工、“药食一体”等领域扩展,中药材产业也迎来了新的发展机遇,市场前景广阔。

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,预计2022年中国中药材市场规模将达到1708亿元,2024年超过2000亿元,年平均复合增长近10%。随着居民消费水平的提升以及健康保健意识的加强,加上中药材加工技

术的不断进步,患者对中药疗效信任度加深,中药市场需求扩大。

——精深加工提升中药材产业附加值。受访者认为,中药材除了作为饮片、提取物进入医疗领域外,还可以向精深加工方向发展。以淫羊藿为例,其提取物多肽、总黄酮等产品,目前已销往欧洲市场。“此外,中药材在提取天然防腐剂、食品添加剂、化妆品原料等领域,也有广阔的前景。”贵州兴创大健康产业有限公司负责人滕小琴说。

——“药食一体”拓展中药材产品市场。“中药材含有一些对人体有益的成分,且有的味道特别,不少药膳是大众喜爱的美味佳肴。”贵州苗药生物技术有限公司总经理何莉说,在食品领域,中药材可以开发药膳、功能性饮料等产品,市场前景广阔。在贵州省,江口县已开发出茯苓面条、淫羊藿茶等特色产品,鲜榨石斛汁、石斛茶是赤水人招待客人的特色饮品,党参鸡深受道真人的喜爱……

——科普康养弘扬中医药文化。“康养离不开中医中药材。”滕小琴说,在漫长的历史长河中,我国沉淀了许多包括少数民族医药在内的文化精华。在贵州,苗医苗药等是民族文化的重要组成部分,有不少到从江旅游的游客会体验一下当地的民族特色药浴——瑶浴。

此外,在科普观光方面,中医中药文化体验也有一定的市场需求,这对传统文化的传承具有促进意义。

中药材种植效益不断释放

公开数据显示,贵州省中药材种植总面积超过700万亩,位居全国第二。截至2021

年底,全省中药材总面积位居全国第二,中药材天麻、太子参等产量位居全国前列。另据贵州省中药材产业发展工作专班最新数据显示,2022年,贵州中药材种植面积794万亩、产量290万吨、产值271亿元,产业发展迅速。

爬上石凤新家三层的木楼,地板上晾着已经剪好的中药材钩藤。“干了就可以出售,有人上门收购,也可以自己拉去卖。”对于家住贵州省从江县庆云镇联新村的石凤新来说,种植钩藤,使家里多了一份收入。2021年,他家种植的钩藤卖了一万多元,“种得多的农户能卖两三万元”,他说。

当地干部告诉记者,钩藤是庆云镇的主导产业,目前全镇钩藤种植面积超过8000亩,而且种植面积还在扩大,仅2022年就新增种植了1000亩。庆云镇钩藤种植覆盖8个行政村的1000余户农户,年产值在700万元左右,户均增收约7000元。“在发展钩藤产业的过程中,还给周边村民增加了就业机会。”庆云镇党委书记党书均说。

从江县位于贵州省东南部,境内森林密布,群山连绵,山地少。近年来,为了增加当地老百姓的收入,从江县大力发展以中药材为代表的林下经济。目前,全县已种植包括淫羊藿、钩藤在内的特色优势单品和道地药材10多万亩,年产值在8亿元左右。记者在联新村的钩藤种植基地看到,有相当数量的钩藤种植在山坡上,梯田坎边、道路旁,在保持水土的同时,并不与粮食争地。

在贵州省铜仁市江口县,当地流转农民的荒山、荒土种植发展菌储林的同时,在林下种植中药材。目前,江口县已种植黄精、茯苓、淫羊藿等中药材上万亩。“种植中药材,能增加老百姓的收入,包括务工收入、土地流转收入、菌储林补助收入等。”江口县林下经济(中药材)专班办公室副主任肖锐说。

业内人士认为,随着中药材产业向精深加工、“药食一体”、科普康养等方向发展,对中药材的需求量将大幅增加,野生的中药材已难以满足市场需求。但是,中药材产业的健康发展,离不开科学合理的规划。

“南药北种不可取,北药南种也不可取。”滕小琴说,中药材的生长环境非常严格,甚至是在哪个季节、哪个时节采收、炮制都有讲究,因此发展中药材产业不能盲目。他表示,只有在适宜生长的地方种植,才能保证中药材的质量,因此提倡发展道地药材、定制药园。“中药材的原产地在哪,最好就在哪种植。”

“很多传统的中药材品种发展已经非常成熟了,其加工规模很大。”何莉表示,过去中药材主要用于医疗领域,中药材的品种多,但单一品种的需求量较少。随着中药材应用场景的扩展,对某些中药材单品的需求量大增,因此中药材的规模化种植成为可能。“但是,规模化种植,如何保障中药材质量的普遍性、稳定性非常关键。”

“中药材对重金属、农残等有害物的控制,要求非常严格。”受访者认为,发展中药材产业必须要有科学合理的规划。在中药材产业的前端,要做好种植基地选择,同时做好中药材的采种、种植、管护;在中药材产业的后端,对中药加工、检测、标准制定等,也提出了新的要求。

(施钱贵)

