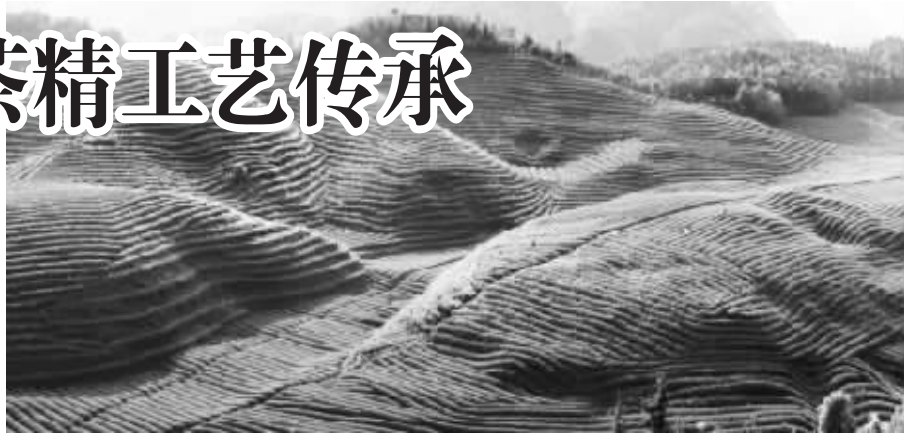


# 绿色工业集团专注珠兰茶精工艺传承 拓宽茶色素深度应用



不忘历史才能开辟未来，善于继承才能善于创新。江西绿色工业(集团)公司创始人孙刘根几十年如一日专注于中国传统文化和工艺——珠兰茶精的研究和传承。多年来，孙刘根本着“干在实处、走在前列”做事原则，成就了今天茶色素的深度应用。

## 珠兰茶精—— 传承传统工艺 300 年

孙刘根是茶色素的研发人和专利获得者。正如孙刘根所描述的：“我把一生都献给了茶文化传承事业”。早在上世纪 80 年代，他就带领村民创办村办企业，对“珠兰茶精”的文化与工艺开始进行研究。

据了解，珠兰茶精主要产地集中在安徽歙县、福建福州、浙江金华和江西南昌，而产于江西省东北山区婺源县的品种尤为独特，婺源绿茶早已名扬天下。早在 300 多年前，该县俞协和昌茶庄聘请名师，采用上等芽叶，精心创制出具有独特色、香、味、形的名茶——珠兰茶精。

珠兰茶精芽叶纯整，茶索秀丽，未泡之时即已清香扑鼻，冲泡之后，汤色清澈，叶色嫩绿，使人赏心悦目。品饮此茶之后，香馨高爽，味醇甘鲜，沁人心脾，回味无穷。当时即享有盛誉，被列为贡品，宣统二年还御封金牌，赐誉“官礼名茶”。1915，在巴拿马国际博览会，珠兰茶精一炮打响，荣获一等奖。可惜由于种种原因，其制作工艺在解放前失传了。

为重现珠兰茶精的制作工艺，孙刘根翻阅了大量相关的文史资料，进行了反复实验。“功夫不负有心人”，他用独有的智慧和毅力，让“珠兰茶精”重新问世，并将其远销海外。

## 创新探索 —— 茶色素产业呈现阶梯型发展

作为一个勇于创新探索的创造者，孙刘根没有在珠兰茶精问世后戛然而止。虽已取

得骄人业绩，但孙刘根没有忘记进入这一行业的初衷。早在 20 多年前，孙刘根便开始研发茶色素——这是从绿茶中提取的一类水溶性酚性色素，是以绿茶为原料提取转化而成的天然绿色产品。

众所周知，研发需要大量的人才和资金作为支撑，江绿集团建有自己的研发机构，拥有一大批医药、生物、保健、食品工程技术人员。这些年来，孙刘根将大量的资金投入到了茶色素的研发和应用中。

1990 年，茶色素提取技术研发正式列入国家“七五”星火计划重点实施项目；1993 年，茶色素获得中国发明专利，茶色素胶囊开发列入国家科委“八五”高新技术产品开发项目；1994 年，茶色素胶囊荣获德国纽伦堡国际新思维、新发明、新技术、新产品金奖；1995 年，茶色素(95—67 课题)临床科研协作中心成立；1996 年，茶色素胶囊入选国家“九五”医药科技攻关计划(1035 工程)项目；1997 年，茶色素胶囊列入中华医学会重点推广工



程项目……茶色素领域呈现阶梯型发展，这都是江绿人所付出艰辛汗水的结果。

此外，江绿集团在北京召开了“中华医学会茶色素学术交流会暨推广应用大会”，受到众多专家和学者的一致肯定。孙刘根也先后获得“全国优秀星火企业家”“全国乡镇企业优秀企业家”“中国乡镇企业十大新闻人物”“中国品牌建设杰出企业家”“中国最受尊敬的诚信企业家”“省、市五一劳动奖章获得者”“江西乡镇企业优秀企业家”“江西风云人物”等多个荣誉。

## 未来规划—— 将加大参与精准扶贫的力度

江绿集团以“振兴国药、造福人民”为经营宗旨和发展目标。多年来，在国家宏观产业

政策的指导下，江绿集团根据市场消费需要的不断变化，结合自身的发展条件，充分发挥企业高科技产品的研发优势，紧密依靠科学技术进步，坚定不移地实施“科技兴企”和“科技兴药”的企业发展战略，不断调整和优化企业产业和产品结构。江绿集团先后研制开发具有自主知识产权保护的茶色素药品以及茶色素系列保健产品等系列产品，取得 20 多项发明专利技术和实用新型专利。

江绿集团也是江西省最早成立党组织的民营企业之一。孙刘根认为，只有充分发挥党支部战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，才能树立企业文化自觉，才能更加坚实的引领企业健康发展。以建设学习型、服务型、廉洁型、创新型“四型”区队为主要载体，以加强党的执政能力建设和先进性建设为主线，坚持围绕公司全局、围绕履行职责、围绕领导作风、围绕支部形象，全面加强党的思想、组织、作风和制度建设，为全面推进党建工作营造良好的氛围。

江绿集团在尝到了改革开放的益处的同时，也承担起回报社会的责任。江绿集团开展了健康行动进万家活动等公益活动，深入社区、镇村，走进普通居民家中，为孤寡老人、困难群众送医、送药。

孙刘根表示，江绿集团将进一步规划加大参与扶贫的力度。他介绍说，茶色素原料主要是秋冬老茶废叶，我国山川广阔，自古以来从南到北、从东到西都广为种植生产茶叶。种茶可以成为我国贫困山区实行精准扶贫的一大优选。茶农不仅可以照常收获和制作饮用茶叶，还可以变废为宝，出售老叶和茶梗原料。仅此一项就可以为茶农们带来不错的收入。(刘万春)

## 辽宁大连海参企业 呼吁启动 “中国海参”战略

12 月 21 日，大连海参商会召开年会，首次邀请山东和福建海参协会参加。面对国内海参产业当下销售的寒冬期以及未来发展方向和规律，大连海参商会呼吁，国内海参行业酝酿启动“中国海参”战略工程。

前几年，由于产业投入过度、食品安全问题和产业内部的不正当竞争等问题，加之伴随着外部市场变化客观因素，大连海参乃至整个中国海参行业都进入了一个相对的寒冬季节。为此，大连海参产业通过注册创立地方特色商标品牌，建设食品安全质量追溯系统，创建平台和品牌拓展等方式做积极应对。

此次年会是大连海参商会第 11 个年会。基于对互联网科技日新月异的发展形势下，国内海参产业当下状况以及未来发展方向和规律的思考，大连海参商会会长吴厚刚代表海参商会发出呼吁：“从大连海参到中国海参”。“海参行业要树立‘中国海参’的大高度，全国一盘棋，向消费市场科学普及海参的功能作用。”对此，福建霞浦海参协会、山东海参协会均做出正面回应。他们一致认为，中国海参产业虽然面临诸多挑战，也拥有充满希望的机遇。海参行业各地协会组织、领军企业及所有从业者要抛去一时一地的小思维，要学习建立有关“大海参”的大视野、大格局的襟抱，团结协作，真正把海参产业打造成为中华民族健康产业的名片。

市场层面的信息也给了海参行业不小的信心。2016 年，大连海参三年来首次出现市场价格部分上涨，为数不少的海参企业因此实现收益平稳或增长。

引人关注的是，这个冬至年会邀请大连海洋大学赵程程教授，专门为与会者做了海参营养滋补知识的讲座。据介绍，在今后一段时间，大连海参商会将组织会员企业围绕海参营养滋补方面的作用以及食品安全建设等方面，发起一场感化消费市场的宣传战役。(陈景华)

## 将小土豆打造成大产业 我国已开发近 300 种 马铃薯主食产品

近年来，随着我国农业供给侧结构性改革进程加快，马铃薯主食开发取得了明显成效：突破不少关键加工技术，如破解了马铃薯馒头黏度大、成型难、易破损等技术难题，成功研发出含 55% 马铃薯全粉的馒头产品。与此同时，推进了马铃薯主食产品标准体系建设，为保障产业健康发展奠定了基础。

近日，农业部在湖北省武汉市召开的马铃薯主食开发成果展示交流会上，业内人士表示，目前我国已开发出 6 大系列、近 300 种马铃薯主食产品，部分产品全粉添加比例提高到 50% 以上；产品种类进一步推陈出新，达到 150 余种。

### 加工工艺不断改进

马铃薯主食开发实施 3 年来，取得了积极进展和成效，加工工艺不断改进，攻克成型难、不耐煮等技术难题，对规模化、自动化等核心装备进行改造，主食加工能力大幅提升。企业实力不断增强，中央财政每年安排 1 亿元资金支持马铃薯主食开发，马铃薯主食加工企业超过 200 家，加工能力 100 万吨以上。产品市场不断拓展，通过产品推介、科普推介、媒体推介等多种方式，积极开拓马铃薯主食消费市场工作机制不断完善，在农业部门的积极推动下，农科教、产学研大联合大协作，形成了合力推进的工作格局。

会议强调，要以新的发展理念为引领，强化创新驱动，聚焦重点发力，扎实推进马铃薯主食开发，将“小土豆”打造成“大产业”，引领城乡居民健康消费，助力农业供给侧结构性改革。

### 机遇难得 意义重大

推进马铃薯主食开发，一是顺应消费结构升级的需要。马铃薯营养全面，含有多人体必需的氨基酸和维生素等，加工成馒头、面条、米粉等主食产品，是健康消费的新选择。二是加快农业绿色发展的需要。马铃薯耐旱、耐寒、耐瘠薄，在北方干旱半干旱地区种植，可减少农业用水压力，促进可持续发展。三是促进农业转型升级的需要。将马铃薯加工成主食产品，促进一二三产业融合发展，可让农民在产业开发中分享增值收益，带动农民持续增收和脱贫致富。

### 围绕“四化” 稳步共进

会议强调，各地要围绕“营养化、便利化、特色化、经济化”，持续推进马铃薯主食开发，促进农业转型升级和质量效益提升。要加力推进科技创新，研发新产品、新工艺、新设备，进一步提高马铃薯粉(泥)添加比例。加力开拓产品市场，支持企业开展主食产品商标注册，打造地域特色和影响力的名优特新品牌。加力抓好政策落实，加强项目监管，督促和指导企业落实主食加工任务，提高资金使用效益。打造交流新平台。鼓励企业、院所间广泛开展合作交流，实现资源和信息共享，多出成果，快出成果，努力提升马铃薯主食开发的层次和水平。

农业部总农艺师孙中华表示，下一步应从推进科技创新、开拓产品市场等方面，大力推进马铃薯主食开发。(周芳)

## 陕西洛川： 苹果深加工 延伸产业链

近年来，著名的“苹果之乡”陕西洛川县大力发展苹果深加工产业链，开发了以果汁、果醋饮、苹果脆片、果脯等为主的系列产品，年产值总计达 1 亿多元。

12 月 23 日，洛川兰河饮品有限公司的工人在清洗用于生产果醋的苹果(图左)。

在洛川民友生物果品公司生产车间内，工人在整理即将进行膨化干燥的苹果脆片(图右)。

(新华社 邵瑞 摄影报道)



# 奶粉企业无奈转型 有机奶粉羊奶粉或成风口

2016 年，对于奶粉行业来说是最艰难的一年。业绩下滑或亏损成为行业“通病”，但也有少数企业业绩逆势增长，但总体形势不容乐观，处于寒冬中的奶粉企业转型成为共同话题。而涉足有机奶粉、羊奶粉以及做保健品成为奶粉企业转型的方向。在业内人士看来，从奶粉品类来看，有机奶粉、羊奶粉将成为奶粉行业转型升级的下一个风口。

然而，在奶粉注册制政策出台后，有关羊奶粉标识的问题被推上舆论的风口。未来，羊奶粉如何发展，行业内企业如何应对成为关注焦点。

## 新政净化羊奶粉行业 未来 5 年市场份额达百亿元

值得一提的是，作为奶粉品类的小众，羊奶粉在国内的发展一直很慢。2013 年之前，羊奶粉在国内的市场份额仅占 2%，但是这一尴尬局面近两年发生了巨大变化。随着更多的乳企涉足羊奶粉业务，国内消费者对于羊奶粉的认知度在不断提高，羊奶粉的发展速度非常惊人。

记者通过搜索“羊奶粉”关键词，发现飞鹤、圣元、完达山、澳优等乳企上榜，近日，陕西和氏乳业也高调推出自己的纯羊奶粉。

在业内人士看来，羊奶粉之所以受到消费者的喜爱，主要源于有的消费者对牛奶粉产生不耐，而选择羊奶粉。因为羊奶粉的产量远低于牛奶粉，在物以稀为贵的市场法则下，此品类得到了一些新兴公司的青睐，加上羊奶粉本身的优势资源，市场需求也在加大。

对此，乳业专家宋亮接受记者采访时表示，在整个奶粉行业竞争激烈的背景下，多数奶粉企业将原来的高端奶粉升级为有机奶粉进行销售，而从品类上来看，有机奶粉和羊奶



粉将成为奶粉升级的下一个风口是不争的事实。“未来羊奶粉的增长空间比较大，到 2020 年，整个奶粉市场规模将达到 1000 亿元，而羊奶粉市场空间也将由目前的 50 亿元左右上升到 100 亿元，届时将占整体市场份额的 10%”。

羊奶粉发展空间巨大毋庸置疑，但是羊奶粉奶源、羊乳清蛋白资源的可靠性是竞争的关键因素。而近段时间以来，有关羊奶粉使用牛乳清蛋白的报道近段时间来持续发酵。按照 2016 年公布的《婴幼儿配方奶粉注册管理办法》，今后的羊奶粉必须注明所使用的乳源性原料来自牛奶还是羊奶。

“羊乳清蛋白资源的缺乏使得很多乳企在羊奶粉中使用牛乳清蛋白，加上标识混乱，很多消费者不能明明白白消费。如今，奶粉注册制出台后，标识清楚也是监管的一部分，为此，拥有羊奶奶源和羊乳清蛋白资源的企业优势变得明显。”上述业内人士表示。

面对新政对羊奶粉行业的冲击，澳优乳业董事长颜卫彬接受记者采访时却自信满满，“即使考虑到自有品牌羊业务在 2016 年至 2020 年的发展，澳优乳业每年还有数百吨

的羊乳清蛋白可以提供给市场”。

今年，澳优的业绩同样也保持了领先增长。2016 年前三季度收入为 18.93 亿元，其中羊奶婴幼儿配方奶粉的增长幅度达 29.6%。在逆势中保持业绩的大幅度增长，对于澳优乳业取得的成绩，宋亮表示，澳优乳业走差异化之路非常成功，在牛奶粉市场竞争非常激烈的背景下，澳优选择进口羊奶粉，从业绩表现来看，对公司已经产生了较好的利益。

### 差异化突围 实现华丽转身

澳优乳业在逆势中取得骄人的业绩，有机奶粉和羊奶粉功不可没。但是，从公司的发展史来看，澳优乳业也并非一帆风顺。

颜卫彬对记者表示，公司成立 13 年至今，经历了很多事情，也交过不少学费，有今天的成绩与公司坚持走差异化的国际化路线分不开。

“澳优乳业的商业模式同国内大部分乳企成长路径不同，乳企一般是国内生产销售，在企业具备一定实力后考虑海外投资并拓展国际市场；而澳优乳业在成立之初就是一个国际化品牌，以‘品牌’的运营立家，通过‘反

向贴牌’方式，即委托国际顶尖的婴幼儿配方奶粉公司贴牌生产而开展国际化经营。正是由于采用的是委托生产模式，自身对供应链无法控制，就很难在市场规模扩大之后站稳脚跟。”颜卫彬表示，为了在国际市场中拥有可靠的供应链，澳优乳业只有通过海外并购。

数据显示，2011 年，澳优乳业收购了荷兰海普诺凯乳业集团 51% 的股份，澳优乳业第一次拥有了一个自有、稳定的产品供应源头。经过一段时间的磨合，澳优乳业收购了剩余 49% 的股份，将这家荷兰百年企业变成了自己的全资子公司纳入旗下。而海普诺凯还是荷兰唯一的有机奶粉生产商、最大的羊奶生产商，也长期是国际顶尖婴幼儿配方奶粉的代工商。

这次收购成为澳优乳业发展史上的一次分水岭，为此，也结束了澳优乳业长期拿着订单在全球到处找供应商的历史。第一次在中国之外，拥有了一块属于自己的产业“飞地”，完成了公司全产业链的产业布局。另外，澳优乳业在 2014 年还成功引进我国台湾制药企业——晟德大药厂以及下属的玉晟生技作为股东，以便于更好地吸收药企的研发和质量管理经验，并实现股东结构的多元化与全球化。

在业内人士看来，将工厂转至荷兰，澳优乳业保证了产品从奶源到品控都符合更高的生产标准。而选择有机奶粉和羊奶粉作为公司差异化产品布局，足以看出颜卫彬对奶粉行业前瞻性预判的结果。

“先用羊奶粉开路，之后再跟进。”颜卫彬表示，“在全球市场上，我们要把羊奶粉要做透，让任何一个大公司也无法接近。靠这个尖刀产品冲全球的营销网络，再放进有机、牛奶粉等其他产品，逐渐扩大公司在当地的市场占有能力”。(夏芳)