

热点聚焦

让中国宝宝喝上放心奶

近九成国产婴配乳粉实现可追溯

■ 本报记者 曲晓丽

工业和信息化部近日公布的消息显示,经过多年努力,目前国内婴配乳粉骨干企业均已接入婴配乳粉追溯平台,覆盖了全国总产量的88%。

追溯旨在提高信息透明度

针对2008年三聚氰胺事件引发的国内消费者对国产婴配乳粉信任危机,2013年起,工业和信息化部在国产婴幼儿配方乳粉(以下简称婴配乳粉)行业开展追溯体系建设工作。

该追溯体系希望通过引导婴配乳粉企业提高生产过程和产品质量安全信息的透明度,提振消费者对国产婴配乳粉的消费信心。

为顺应移动互联网发展潮流,2019年7月,“婴配乳粉追溯”微信小程序正式上线,实现扫码查询追溯信息的功能,极大满足了

消费者方便、快捷的查询需求。此后,小程序的内容日益丰富,参与的奶企也越来越多。同时,小程序还接入了“中国政府网”“国务院客户端”等权威政务服务平台,显著提升了影响力和追溯查询量。

经长期持续推动,目前已有76家企业(对应50家集团公司)接入追溯平台,伊利、飞鹤、君乐宝、完达山、贝因美等知名企业全部接入,覆盖了国内婴配乳粉年产量的88%、企业户数的68%,总追溯数据量达到11.6亿条。

记者登录婴配乳粉追溯微信小程序后,扫描某款婴配乳粉的底部二维码,可以查询到产品信息、消费信息和企业信息。其中消费信息包含主要原料来源地、主要原料合格证明、产品检验报告、配料表等消费者比较关注的核心信息。

中国农垦乳业联盟经济专家组组长、乳业分析师宋亮表示,商务部、财政部自2010年以来开展肉类蔬菜流通追溯体系建设,以此为参考,工信部2013年起着手开始建立

婴配乳粉追溯体系。

“在中国迈入数字化发展的背景下,我国的婴配乳粉追溯体系在2018年时已经非常完善,可以说是世界最先进的、最好的。”他表示。

为高品质生活保驾护航

飞鹤乳业相关负责人表示,2012年是婴配乳粉的溯源元年。2012年1月,飞鹤上线试运行全产业链可追溯系统,3月正式对消费者提供溯源查询服务。2019年,按照统一要求,飞鹤自有溯源系统接入国家工信部的消费者追溯查询平台。2020年,飞鹤启动对信息化溯源系统的全面升级。

君乐宝奶粉上市销售之初就投入资金2000多万元,建立了食品安全电子信息追溯系统,并按照统一要求,在2019年接入了工业和信息化部“食品工业企业质量安全追溯平台”。

在宋亮看来,如今的婴配乳粉追溯体系

与2013年设计之初相比已经有了巨大的变化,其中数字化应用是最主要的表现。

以飞鹤为例,其追溯系统升级之后,在消费者端可以查询到8~10条核心溯源信息,但这些信息背后涉及到上游的牛群情况、牛奶运输车状态、配料来源、生产流程、仓储和物流信息、销售信息等15个业务系统的支撑。

“追溯系统实际搜集的信息量是前端信息展示量的12~15倍,每天因此产生的数据量能够达到50万~60万条。”飞鹤乳业相关负责人表示,“这次升级一是希望减少人为录入关键控制点信息,避免因人员失误造成的溯源偏差,提高消费者满意度;二是希望通过关键数据分析,为公司决策提供依据。”

“为达到追溯系统的质量管控目的,君乐宝通过对追溯系统的不断优化提升系统功能:平台化、集成化、模块化是系统升级的方向。”君乐宝相关负责人表示。

在宋亮看来,婴配乳粉追溯体系不断完善背后是中国消费者对于高品质生活的持续追求,越来越多的消费者希望能够通过追溯体系监管企业,这也使得追溯体系成为企业的试金石。

“更为重要的是,围绕中国的婴配乳粉追溯体系,包括雀巢、达能、菲仕兰等进口乳粉企业着手进行自身追溯体系的建设。”宋亮表示。

据悉,婴配乳粉追溯体系在建设过程中还探索形成了一套行之有效的成熟做法和有益经验,有望在其他领域复制和推广。

下一步,工业和信息化部将进一步深化供给侧结构性改革,继续扩大婴配乳粉追溯体系覆盖面,提升我国婴配乳粉企业内部管理能力、产品质量控制能力和行业发展水平。同时,引导接入追溯平台的企业通过网站宣传、实体店导购、促销活动等多种形式,培养消费者扫码查询习惯,重塑消费者对国产婴配乳粉的信心。



就地过年催热年夜饭外卖市场

■ 本报记者 李 宁

除夕之夜,一桌丰盛的年夜饭象征着家庭的温暖和幸福。今年春节,为响应政府倡议,不少人将就地过年。春节的脚步越来越近,年夜饭怎么吃成为“异乡人”关注的重点。在这一背景下,年夜饭外卖市场顺势升温。

日前,记者来到位于北京海淀区的唐宫新世纪日航店,餐厅入口处摆放着四季盆菜、年糕礼盒、腊味礼盒等各类年货,红红火火,喜气洋洋。记者在年夜饭宣传单上看到,唐宫推出了“合家欢乐宴”“富贵吉祥宴”“喜气盈门宴”等多种规格的年夜饭套餐。前台的服务员告诉国际商报记者,今年的年夜饭,顾客可选择预订堂食,也可选择来店预订外卖自提。为方便顾

客,该餐厅还在微信小程序里推出年夜饭半成品礼包,并提供快递送到家服务。

正在前台咨询预订“四季盆菜”的谢阿姨告诉国际商报记者:“我是北方人,以前在电视节目中看到过关于盆菜的介绍,了解到它是广东一带的特色菜品,食材内容丰富,汁鲜味美,色泽诱人。过年了想订一道丰盛热腾腾的盆菜,一家人尝尝鲜,摆在餐桌上也很增添节日气氛,暖融融的。”

不少老字号餐饮企业也纷纷推出了年夜饭外卖。鸿宾楼展览馆路店推出了多种规格的年夜饭套餐,其中包括莞爆嫩丹、红烧牛尾等特色菜品,可预订堂食也欢迎外卖自取,而且还推出了“鸿运当头”“吉祥如意”“金玉满堂”等年夜饭礼盒,包括了熟

食、热菜和主食,顾客需要提前预订。

记者在走访中发现,今年不少餐厅的年夜饭精选套餐中都推出了面向2~3人的家庭小份套餐,这为响应号召留在工作地过年的很多小家庭提供了更丰富的选择。

在餐饮线上零售化发展的新趋势下,今年线上年夜饭也正在走红。

由于疫情防控倡导不聚集,不少餐饮品牌瞄准线上年夜饭市场,积极开发适合外卖的年夜饭套餐、半成品预制菜,为消费者提供定制化、多元化、高品质的餐饮服务,让消费者可以轻松地准备一桌丰盛美味的年夜饭。在美团平台,各地商家纷纷推出“年夜饭到家”服务,支持从单人餐、双人餐到10人以上家庭聚餐等多种规格年夜饭外卖。在盒马鲜生

App搜索页上,有包括2~3人份、4~6人份以及6~8人份等多种规格的年夜饭套餐预售,也有一些特色年菜、凉菜礼盒、半成品菜组合预售等,而且盒马鲜生还在年货节期间“上新”了来自全国的富有地方特色的“牛气年货”。

北京市民杨阿姨对国际商报记者说,“过年了,一家人难得坐在一起,谁都想把自己过去一年在外面的工作、学习情况,还有心中的梦想向家人倾诉一下。现在的条件都好了,订上一桌丰盛的年夜饭,省去那一套繁杂的做饭过程,全家人围在饭桌前品尝着美食,边畅想着来年,该有多轻松、多幸福。”

乡村游火爆 冰雪游南移 那些被疫情改变的旅游消费趋势

■ 本报记者 刘旭颖

客在乡村游途中找到的新玩法。年轻一代更乐于将旅行体验在马蜂窝等平台上分享和传播,这也为乡村旅游目的地积累了大量的在线旅游资产。

报告显示,2020年10~12月,TPI指数排名前100的乡村游区县中,哈尔滨尚志、牡丹江海林和阿坝黑水的TPI指数涨幅位列前3名。在尚志,亚布力滑雪旅游度假区和新体委滑雪场不仅可以为游客提供滑雪的乐趣,还提供了温泉度假和众多特色冰雪体验项目。先后入围马蜂窝“中国新秘境”和“冬季新秘境”的达古冰川位于四川阿坝黑水县,这里在秋冬季节迎来了大批游客,TPI指数增长迅速。

民宿是年轻人最青睐的乡村游体验之一。马蜂窝旅游大数据研究中心负责人马禹涛指出,在崇尚“酒店即目的地”的年轻游客心中,一间有趣的民宿足以成为一次出发的理由。从多个热播综艺取景的莫干山,到上榜《美国国家地理》“全球最佳目的地”的桐庐,再到近年来兴起的柳州小东江等乡村旅游目的地,民宿都扮演着重要的角色。

在线分享也提升了年轻游客对户外徒步和露营的热情。今年以来,马蜂窝旅游直播向人们展示了众多个性化的露营体验——在玉龙雪山脚下煮一壶现磨咖啡,或者在呼伦贝尔的森林里与驯鹿相伴而眠,这些加入了特色乡村旅游资源元素的高端民宿体验,也为乡村游发展带来了新的活力。

与此同时,随着2022年北京冬奥会临近,冰雪游正成为“热经济”。受疫情影响,中国游客普遍缩短了出游半径,冰雪旅游资源也呈现明显的“北雪南移”趋势,华中、华东、华南、西南地区的各省份都出现了规模大、质量高的冰雪旅游市场。

报告显示,2020年10~12月,不仅北方众多以冰雪资源著称的目的地TPI指数逆势上涨,南方地区的滑雪场和冰雪旅游项目也成为游客冬季的热门之选,冰雪资源的不断开发让全国游客“就近玩雪”成为可能。

在北方,众多冰雪旅游城市在2020年第四季度迎来旅游旺季,黑龙江省牡丹江市TPI指数上涨62%,成为TPI涨幅最大的境内城市;吉林市、哈尔滨市、大兴安岭等热门冰雪旅游目的地的TPI指数涨幅都超过40%,位列TPI指数涨幅榜前5位。

在中部和南部省份,湖北的神农架国际滑雪场、四川的西岭雪山滑雪场、浙江的江南天池滑雪场、广州融创冰雪世界等众多冰雪旅游项目开放,极大地降低了南方居民参与冰雪运动的门槛。阿坝的孟屯河谷滑雪场和鹤岗滑雪场、青岛的藏马山滑雪场、宜昌的五峰滑雪场等都是马蜂窝平台上热度较高的新兴滑雪场,这些滑雪场为当地消费者提供了感受冰雪魅力的机会。



奉节脐橙酿出甜蜜致富产业

■ 本报记者 刘旭颖

三峡之巅奉节县,脐橙栽培历史悠久。“诗圣”杜甫寓居奉节时,就有“园相长成时,三寸如黄金”的赞誉。近年来,借乘东西部扶贫协作的东风,奉节县搭建政企合作平台促进产销良性对接,聚合资源优势、市场优势、平台优势,走出了一条果品行业脱贫致富的高质量发展之路。

地摘了贫困县的帽子。2020年,奉节县获得国家评定的“脱贫攻坚组织创新奖”,为脱贫攻坚向乡村振兴过渡打下了坚实基础。

袁正领介绍,奉节县始终践行“发展产业是实现脱贫的根本之策,把培育产业作为推动脱贫攻坚的根本出路”,推动脐橙产业高质量发展。目前奉节县脐橙种植面积37万亩,产量35万吨,综合产值突破30亿元,带动近3万贫困人口户均增收2.97万元,奉节脐橙已成为当地农民脱贫致富奔小康的“甜蜜产业”。

不仅如此,奉节县更着力打造标准脐橙、数字脐橙、多彩脐橙、共享脐橙、品牌脐橙。加快脐橙有机绿色食品认证,全力创建“绿色食品原料基地”。与此同时,全面延伸产业链条,培育橙粉、橙汁、果酒、精油等脐橙深加工龙头企业。此外,奉节县深度推动橙橙融合,助力形成脐橙+旅游经济联合体。

2020年,借力国家消费扶贫政策,奉节县持续组织实施万吨脐橙进山东、进广东计划,举办“中国西部消费扶贫周”活动,充分用好东西部扶贫协作、中央定点帮扶、对口支援帮扶、市级集团帮扶等平台,销售奉节脐橙,不断创造新的收入增长点,带动贫困户持续增收、稳定脱贫。

不久前奉节县还组织举办了万吨奉节脐橙进北京活动,以提升奉节脐橙在北京市场的品牌知名度,打开北方市场。

重庆市商务委消费促进处二级调研员陈梦鹤说,2020年疫情期间,奉节脐橙的销售渠道受到了疫情影响。“北京与全国人

民同心筑力、共克时艰,北京各大市场和渠道商倾情相助,新发地农产品批发市场等更是以实际行动助力脱贫攻坚,采购奉节脐橙3.8万吨、金额达2.16亿元。”

坚持高质量发展

近年来,奉节推动脐橙产业高质量发展,实现了“一棵树养活30万人到致富30万人”的华丽转身。如何走高质量发展的路子?在袁正领看来,一个是要有好品质,做好品牌。一个是要把品质转化成品牌价值,打出知名度。

袁正领介绍道,奉节脐橙在汉代就是贡果,无数诗人留下关于脐橙的传世佳篇。奉节脐橙本身也十分特别,由于长江两岸空气湿润,光照充足,奉节脐橙生长期长达9个月,这也形成了“花果同树”的奇观。“也就是说,奉节脐橙成熟后还可继续挂树到次年开花甚至更久,直至4月份还可吃到鲜果,并且依然果香浓郁、鲜嫩化渣,这在别处很是少见。”

正是依据优越品质,2020年,奉节脐橙被农业农村部授予“全国地理标志农产品”称号。而在此前,“奉节脐橙”已荣获地理标志证明商标、中国驰名商标等国家级荣誉,品牌价值达182.8亿元,跻身全国橙类一流品牌,远销俄罗斯、哈萨克斯坦、新加坡等多个国家和地区。

袁正领说,现在,奉节一方面推进实施科学种植、栽培与加工,努力将生态优势转化成产品优势。另一方面也在深挖产品的历史文化内涵,深度开发“三峡之巅 奉节

好礼”系列产品,初步形成区域品牌,确保了高质量供给。

白橙就是当地打造奉节脐橙高端品牌迈出的第一步。“选果、采摘、分选、装箱、邮寄……每个白橙都要经历18个严选环节,包括采用先进的果蔬分选设备和无接触式清洗模式,对脐橙的颜色、大小、重量和瑕疵进行精细化分选,在不损伤果品的前提下识别出果蔬的糖度、酸度、霉心病等内部生理指标。”袁正领说。

袁正领表示,奉节脐橙是全球八大脐橙特产生区之一,是中国优质脐橙的核心产区之一,也是重庆巴渝珍珠的亮丽名片之一。“下一步我们将加强对北京、山东等北方市场的销售对接,将奉节脐橙高端产品带入北京市场,构建新的消费场景,有效衔接乡村振兴,加强区域协作发展。”

