

# 味全携手杜邦开发顺畅点酸奶

时值5月29日世界肠道日,致力于经营冷藏乳制品及饮料产品的味全集团宣布与欧洲百年菌种公司杜邦丹尼斯克达成战略合作,并正式推出“年度国民关怀产品”——味全顺畅点酸奶。 青年报 王娟

据了解,此次,味全与杜邦丹尼斯克携手合作,引入专属益生菌HN-345乳双歧杆菌,并将此菌种运用于新品味全顺畅点酸奶中,大大提升了产品的机能性,满足消费者对于酸奶口味与功能的双重需求。

据了解,双歧杆菌是人体中最重要的益生菌之一,但随着年龄的增长,人体肠道中的双歧杆菌数量会不断流失,从而导致肠道老化现象。因此,双歧杆菌也是益生菌酸奶中常用的菌种,提高酸奶产品中双歧杆菌的活菌数量则是发挥益生菌功能性的关键。作为全球益生菌研究的领军者,杜邦丹尼斯克具有百年菌种发酵生产工艺经验,研发生产机构遍布全球,始终致力于以益生菌帮助保持和恢复人类健康。味全正是多年来专注益生菌研究,以益生菌科技推动产品升级的代表性企业。此次双方达成战略合作意味着益生菌行业的强强联手,双方通过优势互补,将进一步夯实企业研发实力。据

杜邦营养与健康首席应用专家Anders Henriksson介绍道:“此次与味全携手重点研究的专属HN-345?专业菌种,曾荣获包括瑞士、加拿大、日本等全球殊荣,结肠运载时速实验也充分印证了该菌种对于肠道功能辅助与提升的优势。”

味全中央研究所徐志安表示:“我们主要对双歧杆菌增殖、酸奶清洁标签等进行研究,并携手杜邦丹尼斯克共同研发了高双歧杆菌含量、简单配方酸奶产品,即味全顺畅点酸奶,我们希望可以满足国人对于调节肠道健康状况的需要,同时实现酸奶行业产品升级。”

据悉,味全新的组合技术的应用,很好地对接了消费者对高端益生菌酸奶的高品质需求,或将推动我国高端益生菌酸奶市场的成长。中国食品科学技术学会孟素荷理事长表示:“消费者对食品的要求不断提高,营养的需求占到64%,这就需要食品人不断地创新,开发出能满足大众营养健康需求的安全食品。”



## ■ 资讯

### 酸马奶饮品上市

5月28日,内蒙古中蕴马产业集团“一马当先——马产品、马文化、马科学系列发布活动”在上海举行,中蕴集团董事长王文兴表示,内蒙古中蕴马产业集团现代马产业全产业链开发项目,以“中蕴马牌”为主品牌的全球品牌战略实施方面,以马乳和马油为先导的经典品类产品研发等方面,都取得实质性进展和创新突破。

本次发布活动最大的亮点是马产业板块在首次实现科学化、标准化、工业量产的臻稀马产品——“元一”元玉浆(酸马奶乳酸菌)饮品和“极马力”系列酸马奶活力饮品宣布上市,据悉,两款全新马产品采用中蕴马产业集团拥有自主知识产权的“螺旋透醇”工艺,应用国际国内科学配方精制而成,该产品严守国家食品饮品规范,代表了当下量产马产品的技术工艺。 青年报 王娟

### 亚航新航线开启

6月1日,亚洲航空宣布上海-宿务定点直飞航线将于2018年7月7日首航。据悉,亚航上海-宿务航线由亚洲航空(菲律宾)公司执飞,每周7班,采用全新空客A320型客机,共有180个座位,这是继亚航进驻上海市场的第4条航线。此前开通的航线分别为上海-吉隆坡、上海-曼谷、上海-马尼拉。随着上海-宿务定点直飞航线的开通,亚航在中国(包括港澳台)的航线达到60条,覆盖20个通航城市。

亚航中国区总裁陈凯霖表示:“随着新航线开通,我们很高兴能为上海人民前往菲律宾提供更多出行选择。宿务也将成为另一个被大家喜爱的度假胜地。亚航承诺将深耕中国市场,进一步带动两地旅游、商贸及经济往来。” 青年报 王娟

### WeWork举办时尚设计盛典

5月27日,创造者社区及空间和服务提供商WeWork在上海举办WeWork原创时尚设计盛典,携手奢侈品服务平台寺库和原创时尚设计倡导者XCOMMONS,诚邀三家中国独立设计师品牌带来原创时装盛宴。

据了解,WeWork“中国创造”是继WeWork创造者大赛中国赛区决赛盛大收官以来,WeWork又一鼓励本土创新、推动中国创造、支持中国“升级版双创驱动”的重要举措。今年,WeWork将推出一系列活动助力“中国创造”,利用全球创造者社区为中国创造者提供平台优势和社区资源,进一步支持中国企业走向世界,支持行业涵盖时尚、生活方式、科技、文化、女性权益等,践行对中国市场的长期承诺。 青年报 王娟

## 有机蔬菜受追捧 严把质量关是“硬”道理

青年报 王娟

随着生活水平的提高和食品安全健康意识的增强,消费者对健康蔬菜的需求不断增长,纯天然、无污染的有机食品也越来越受欢迎。

有数据显示,在过去的10年间,有机农产品的销售额年递增率超过20%。这与一些常规食品市场的停滞不前形成了鲜明的对比。

据了解,目前市面上的蔬菜大多分为四类等级:如果建立一个金字塔模型,普通蔬菜处于最底层,然后依次是无公害蔬菜、绿色蔬菜、有机蔬菜。要求最严格、最安全的就是有机蔬菜。但对于消费者来说,产品是否“有机”,光凭肉眼很难判断,在购买时难免会有所顾虑。

据悉,有机蔬菜必须严格按照有机生产规程,不使用任何化学合成的化学农药、化肥、激素以及基因工程生物及其产物,遵循自然规律和生态学原理,种植讲究安全、自然的生产方式,采用可持续发展的农业技术,协调种植业和养殖业的平衡,维持农业生态系统的良性循环。同时,还必须经过独立的有机食品认证机构全过程的质量控制和审查。

已经实现了“从农场直达餐桌”模式的有机蔬菜连锁经营企业上膳源,在被问及对有机农业的行业发展趋势看法时,公司创始人李相军表示,“目前,欧洲和美国引领着世界有机生态产业发展,2015年,全球以有机方式管理的农地面积为5090万公顷(包括处于转换期的土地),而中

国的有机农业生产土地面积仅占世界的1.7%左右。随着人民生活水平和健康意识的不断提高,消费结构的持续升级,有机农业发展呈现广阔前景。”

而有专家认为,目前有机农业企业的生存和发展的确面临着不小的挑战,对于中国大多数有机农业企业而言,做有机农业,是一个没有情怀,很难坚持的行业。

据悉,有机蔬菜的生长环境就与普通蔬菜大不相同,首先种植土地要有两至三年转换期。在这期间需要把土地放荒,让土壤中的农药化肥慢慢稀释降解,直到转换期满了,土壤检测达标了,才能种蔬菜。而在这段过渡时期,生产者不能获得有机作物带来的高价格,却要遵守作物种植的相关协议。也就是说,有机事

业还没开始,企业就需要亏损两到三年,这成本无疑是巨大的。

“以上膳源为例,养地只能使用有机肥,选种我们只选非转基因的最好的种子,包括育苗、田间管理,对耕种作物的病虫害防治等,都是靠人工、物理、生物等方式控制,其间,不掺杂任何化学有害的物质。这些人力和时间的成本投入也不是一笔小的费用。”李相军说,“在质量安全和风险把控上,我们制定了生产标准,每一个产品都需要进行严格的标准检测,确保给消费者的每一个产品都是‘真有机’,让大家的身体不要摄入任何化学农残,从而影响我们的身体健康。”李相军表示,“成本决定了价格,有些消费者会说有机蔬菜贵,它其实是贵得有理由、有价值的。”

## 2018美克家居A.R.T.设计师中国之旅启动

青年报 姜卓

6月2日,“为城市设计”美克家居A.R.T.设计师中国之旅启动仪式在上海美克家居A.R.T.旗舰店举行。据悉,这是继2016年、2017年美克家居A.R.T.设计师中国之旅活动后,美克家居A.R.T.第三次全中国范围的中美设计大咖高端对话。今年的主题旨在分享美国城市设计新趋势,在全国十座有影响力的城市邀请国内一线设计师,展开深入交流,传递崇尚自由与舒适、讲究品质和态度的“现代美式”生活

理念,寻觅中美设计趋势的共性,更好地服务于国内不同层次消费者的美式家居需求。

美克家居零售副总经理兼A.R.T.品牌COO葛承康表示,随着中等收入家庭规模的不断扩大,消费升级趋势显著。不同阶层中国消费者对家居品质与生活格调有了更高层次的追求。除了家居基础的功能性,很多人更看重设计背后融合的文化理念及倡导的生活方式。现代美式家居主义所承载的个性、自由、轻奢调性,与中国中产阶级家庭的气质更为契合,

受到了更为广泛的认同。美克家居A.R.T.自2014年进入中国市场以来,致力于对中国中产阶级审美与生活方式的研究,将与美国本土同步的现代美式家居风格引进中国,并进行本地化设计优化,为中国中产及精英家庭提供忠于设计、原汁原味的美式生活方式。

葛承康称,在这个日新月异的时代,人们的家居消费观将从“功能性消费”转向以“生活文化消费”为主的多元消费,当下及未来的消费主力,将回归到追求家居的文化、设计与

功能相结合。家居已不仅仅是纯粹的使用工具,人们还赋予它追求时尚、体现个性、享受人生,欣赏世界的文化内涵。因此,美克家居A.R.T.三年中不断促进美国与中国的设计文化和语言交流,期待通过精彩的创意与风格碰撞,给消费者带来最前沿的国际设计资讯。因为美克家居A.R.T.不仅仅是“家居服务商”,也在不断以消费者的“生活设计师”在自我要求。不仅给消费者提供实体产品,更要为其提供服务,提供轻松、愉悦的美式生活方式。