



走近国产乳业调研行 下篇

为你送上一瓶安全奶

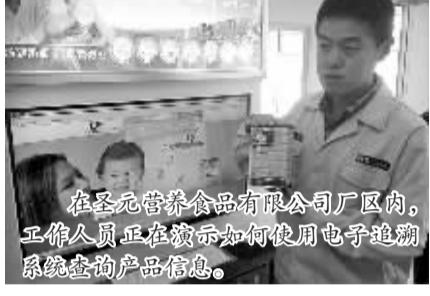
本报记者 祝君壁

经过整改，乳制品行业在原料基地建设、技术装备水平、产品质量安全等方面取得了重大进步，消费者信心、乳制品市场得到恢复。乳制品行业已走出低谷，进入上升发展时期。

回顾一年前，记者曾跟随中国乳制品工业协会前往多家乳企实地调研。对国产乳制品有了新的认识，感受到行业

从牧场到奶瓶，消费者可以查到所有环节

生产全程可追溯



“我们的奶粉都有产品批号，一般在生产日期和保质期下面，把批号输入官网的产品追溯系统，每一批产品都可以对使用的原料奶产地、原辅料以及生产过程、环境监控、成品出厂检测、库存状态、成品发货流向、产品留样等情况进行全面追溯核查。”在圣元营养食品有限公司的生产车间里，工作人员通过电子追溯系统为记者模拟了消费者查询产品生产全过程的使用方法。

“通过电子追溯系统，也可以查询该款产品的出厂检验报告，60项检测项目的检验结果和标准要求都清晰可见。”圣元营养食品有限公司总经理李克告诉记者。

与一年前调研国内乳企相比，记者发现企业对追溯系统的重视程度有了进

透明化的生产流程，消费者可以亲临现场参观感受

产品质量可监控

当记者走进君乐宝位于石家庄市石铜路的总部大楼时，大堂里正有一群消费者在解说员的带领下，准备上二楼参观研发中心。“组织消费者前来参观是常有的事，我们非常乐意邀请消费者们近距离了解君乐宝的生产、研发过程。”刘森森说。

在圣元记者也参观了其位于青岛市黄岛区的干法奶粉生产线。记者们被要求“全副武装”，头戴防尘帽、身着白大褂、脚穿鞋套。即便如此，也只能在参观通道隔着玻璃了解生产流程，以确保生产区域无菌。

记者发现，采取干法工艺生产乳粉的企业，其生产车间里实际操作的工人却很少，圣元也不例外。奶粉从原料混合到成品罐装，一系列全部自动化完成，物料和环境完全隔绝。“对于干法工艺生产线，圣元承诺整个车间没有一滴水，此外还保证任何异物都阻挡在车间之外。”李克说。

在圣元的车间外，玻璃隔离窗上方的数据监测屏显示车间里温度为23.5摄氏度、湿度为33.3%、压差为18.2帕。“压差值代表车间内和车间外相差18.2帕的压力，且压力向外。”李克告诉记者，“这说明任何虫子、异物都无法进入车间。”

企业的良性发展和变化。然而在后续采访中，仍时常听见消费者反馈对国产乳制品质量安全的质疑。这一年间，在政策促进和企业发展的双重作用下，国产乳制品又发生了哪些变化？带着消费者的疑问和期盼，记者一年后再次走访了多家企业，实地调研国产乳制品企业的新发展。

国内乳企之所以对奶粉全程追溯系统如此重视，除了得益于企业思想意识和社会责任感不断提升这一因素外，与政策的严密管控也密不可分。

去年底行业推出的《婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则(2013年版)》就明确规定，企业要严格执行粉状婴幼儿配方食品良好的生产规范，建立并落实原料选购、生产过程、产品销售全过程的记录制度，确保产品全过程可追溯。

6月14日，工业和信息化部公布，正式开通食品工业企业质量安全追溯平台。据介绍，去年底婴幼儿配方乳粉已试点建成产品质量安全信息追溯体系，今年底将实现试点企业所有应公开信息和产业链全程信息实时实地跟踪，婴幼儿配方乳粉行业企业100%纳入追溯体系。

“相信通过政策的支持和企业的不断努力，中国乳制品行业正能量将传递开来。”中国乳制品工业协会副理事长兼秘书长刘美菊说。

只有加快奶源基地建设脚步，才能确保消费者喝上放心奶



在沈阳法库辉山乳业八家子牧场的牛舍里，饲养员正在为奶牛们添加饲料。
本报记者 祝君壁摄

自建质量可控牧场

在位于沈阳法库的辽宁辉山乳业八家子牧场，记者一走进厂区，就看见左前方的露天牛舍里几十头奶牛正在悠然自得地享受着午前的阳光。在旁边长186米、宽28米的室内牛舍里，500头奶牛正在走道两边规划整齐的饲养栏内自在地休憩。

奶源问题近年来一直是乳制品行业面临的重要问题之一，需要长时间消化解决。“乳协一直在行业企业中推行加大自有奶源基地建设。自建奶源基地已成为奶企转型升级、提升品质的必由之路。”刘美菊说，“然而投资建牧场需要很大的资金投入，此外还需要培养一段时间才能有成效。因此乳企大规模实现自建奶源还需要一段过程。”

然而，对于发展奶牛牧场多年的辉山乳业来说，选择自营牧场可以使奶源质量相对更有保障。“规模化养殖的成本确实偏高，但是回报率也会很高。目前，投资大、管理难可能是乳企发展自有奶源面临最大的问题，但是投资大不代表成本高。与发展自有奶源相比，检测一吨进口原奶的费用现在上涨了几十倍。”辉山乳业副总裁王欣宇说，“辉山目前不仅加工原奶、养牛，还会跨行业种草和生产饲料，推行全产业链。”

对此刘美菊表示，辉山的先建牧场后建工厂经营模式与国外乳业发展的模式很相近，且率先实现了原料奶100%来自自建牧场。目前国内也是少有。“企业投入如此大的精力和成本，就是为了从源头开始保障产品安全，质量可控。”

记者发现，在辉山乳业八家子牧场，

每只奶牛的两耳都各佩戴了一张橙色的耳标，脖子上灰黄相间的项圈下悬挂了一个蓝色的牌子。“奶牛所佩戴的耳标和蓝牌相当于‘户口’，与电子识别系统相连，方便我们追踪每只奶牛的健康状况，为挤奶环节提前把关。”辉山乳业高级副总裁徐广义带着记者边参观牛舍边介绍道，“奶牛正在食用的是苜蓿草，在粗饲料中是含蛋白质最高的。”徐广义抓起一把饲料告诉记者：“这里面还有玉米精料。混合饲料含水率在50%左右，奶牛食用消化吸收最好，口感也最好，只有像对待自己孩子一样精心饲养奶牛才能取得高产。”

据了解，中国奶牛的年均产奶量在5吨左右。“在辉山自营牧场，每头荷斯坦乳牛的年产奶量能够达到9吨，远高于行业平均水平。”徐广义说，“我们引进了TMR全混合日粮喂养系统，实现全天候喂养。依托高效的牧场管理系统及理想的地理和气候条件，辉山自营牧场每头泌乳牛的平均产奶量居行业领先水平。目前奶牛的总数已超过12万头。”

“不仅是辉山，伊利、蒙牛、光明等大型企业都开始大规模自建奶源基地，就连中型的企业也在加紧自建牧场，有的已经把牧场建到了国外”。刘美菊说。

据了解，山东得益乳业已经建立起涵盖东营、淄博、潍坊等地的黄河三角洲生态牧场基地，拥有自有以及合作牧场100多个，奶牛4万多头；光明乳业目前已自有26个自营牧场和超过100个签约牧场，在管理方面采用了“千分牧场”的评价标准体系，在确保生乳品质安全、可靠、优质前提下，全面提升奶牛牧业技术集成水平。

推进企业产品“全球行”、采购商可线上线下同步看样、交易——

中国加工贸易博览会开幕

本报讯 记者庞彩霞报道：2014中国加工贸易博览会于6月18日至21日在广东东莞举行。加博会是我国唯一直接服务于加工贸易转型升级的国家级博览会。本届加博会实现了服务功能、展区设置、内销对接、配套活动和知识产权保护五大方面升级提档。

据组委会介绍，今年全国共有1210家企业报名，申请展位2811个，比原定规模超出300个。招商方面，展会与全国36个商协会达成合作，比上届新增15个，主要包括“国字号”的中国中小企业国际合作协会，以及山西、成都、重庆、辽宁4地的商协会，与27家专业市场达成合作。预计本届展会到会采购商以及专业买手将创新高，其中预计到会采购企业6200多家，比上届增长13%；到会专业买手15000多名。本届展会还特地增加了境外采购商，邀请马来西亚、印尼、巴西等采购商参会采购，大力推进企业产品“全球行”。

本届展会突出的新亮点则是注重搭建电子商务平台，设立电子商务服务展区，帮助企业拓展电子商务业务。如现场设立加博汇电商平台线上线下互动展，并在展区内同步举办“互联网店长供销大会”活动；展会采购商可线上线下同步看样、交易，这是本届加博会的重要创新。

与此同时，本届加博会还将打造加博会手机微商城平台，通过该平台将一些优质、时尚的加工贸易产品直接推送给终端消费者。另外，本届展会配套相关活动则更注重实效。展会增加了工业设计功能，将组织20多家境内外设计机构参展，提供工业设计与支援服务。

哈尔滨开通首条至莫斯科货运航线



6月13日，哈尔滨—阿克托别（哈萨克斯坦）—莫斯科航线开通，这是哈尔滨首条到莫斯科的货运航线。该条货运航线租用俄罗斯雅库特航空公司可以承载35吨货物的波音757-200型飞机，每周两班。从7月份起，航班次数将增加至每周3班。

新华社记者 强 勇摄

网购并非都是“盛宴”

周 雷

“6·18”年中大促来了，电商巨头京东商城凭在美国纳斯达克成功上市的势头，要再接再厉好好表现，天猫、国美、苏宁等企业则雄心勃勃逐鹿市场，各家均欲把电商的促销“盛宴”变成消费者的购物狂欢。

与以往相比，家电品类成为此次大促的一个重点。继快消品、服装、通讯等品类线上大卖之后，电商看好家电品类的成长性，纷纷出手。一时间，线上的“爆款”、“超低价”、“神机”、“秒杀”等促销产品信息铺天盖地而来。面对低价攻势，一些消费者激动之余难免来个一键搞定。对此，笔者想提醒一句，家电尤其是大家电作为耐用消费品，用得好、使得住才是根本。在线上市场发展尚不成熟的情况下，网购家电需谨慎，仓促下单不可取。

近日，家电零售连锁企业国美就向网购乱象开了一炮，其进行的家电真机对比结果出人意料。先说彩电。同一品牌、售价均为2999元的两款彩电，线下线上品质有差异。尺寸方面，国美渠道的彩电为49英寸，电商专供机仅为48英寸；屏幕方面，国美销售的彩电采用进口韩国IPS硬屏，后者则采用普通LED软屏；功能方面，前者设有内置无线WiFi、网络接口，后者并无上述功能；而在关键的能效方面，前者为二级能效，后者为三级能效。再说冰箱。线下线上两款功能相仿的产品，不仅在品牌、能效、容积方面有差距，在品质、做工等方面悬殊更大。比如，冰箱发泡层厚度有5厘米的也有3厘米，背板有钢板的也有塑料板的，细算下来，售价仅差50元，成本却差了数百元。不看不知道，魔鬼就在细节中！

多年来，经过充分的市场竞争，家电已成为微利产品。在成本较为固化的情况下，某些厂商为了打开线上市场，采取了不规范的手法操作“低价”。比如，为了突出低价，无节制地压低成本，某些商家和厂家联手推出的定制产品偷工减料，以次充好；再比如，在家电更新换代节奏加快的情况下，把过时的产品推到线上销售，清理库存。这样一来，一些低价网购家电在品质上大打折扣，哪有性价比可言？

由于目前网络消费在体验方面有欠缺，消费者在网购时单凭网站提供的图片和文字描述下单，常常是“雾里看花”，加上电商后续的产品送货、售后也存在不尽如人意之处，极易引起消费纠纷。有鉴于此，为了线上市场的可持续发展，一方面，电商企业要诚信经营，加强自律，提高家电产品信息透明度，努力营造良好的市场环境。另一方面，消费者买大家电，应根据自己的实际需求，到实体店进行真机体验，了解产品详情，在锁定目标后展开多方比价，以实惠的价格买到心仪的产品。

现代服务业撑起现代生产和生活

本报记者 兮 舒 冉瑞成

大道通的关键货物集散地，对于重庆笔记本电子产业和欧亚商贸平台的发展起到了积极推动作用。

重庆交通运输控股集团货运物流处项目经理邓小波说，新的物流园区启用了信息化管理，货车上都装有GPS定位和3G视频监控系统，随时掌控货物运输的一手数据，可以避免人为记录统计的失误，降低空载，提高装卸和运输效率。

现代服务业试点给像重庆交运集团这样的企业带来了整合提升的机会。

随着信息化水平的逐步提升，电子商务迅猛发展。传统商贸企业开始慢慢意识到互联网的优越性，但因缺乏线上零售经验和技术支持，在转向网络销售的时候往往困难重重。

2011年上海农工商超市集团有限公司主动出击，在专项试点资金和政策的支持下，改变以往实体店传统销售模式，与国

内主流电商合作，探索线上与实体店相结合的新型销售模式。

“以往店铺客人以中老年人居多，线上功能扩大了我们客户群体，如今年轻人越来越多，线上订单也不断增长。”农工商超市集团总裁助理郭跃告诉记者，集团在全国3000家实体店已全部实现网订店取。

现代服务业试点不仅给企业带来了新机遇，也让百姓的生活更加便捷。

重庆国际博览中心位于两江新区核心地带，因展馆和停车场面积较大，参展游客经常会为找不到展位和相关信息而苦恼，作为现代服务业第一批试点项目的“智慧国博”很好地解决了这些问题。“游客只需手机下载我们开发的‘移动会展平台’App，即可以查询展会的实时信息，还可以提示展位和停车位置。”重庆国际博览中心有限公司信息部经理沈剑波介绍说，平台还可以为展会主办方、参展商提供大数据

分析服务。只要游客在国博内使用 WiFi，后台将实时记录游客的位置、展台停留时间。这些数据对于主办方来讲十分有用。

据了解，首批试点城市中，北京以中关村为试点，大力推动现代物流、电子商务和科技信息服务项目建设。上海在城市共同配送、现代商贸功能区、国际贸易中心公共平台三大领域破题试水。天津滨海新区在现代物流、科技服务和动漫创意三个领域开展项目试点；辽宁以生产性服务业为主线，率先打造支撑装备制造业、钢铁产业和港口发展的现代服务业综合试点。重庆市两江新区作为第二批试点地区，目前全市现代服务业实现了快速发展。

试点以来，各试点地区服务业增加值年增速均超过了10%。北京、上海等地试点区域服务业增加值占GDP比重明显提升，达60%以上，对周边地区的辐射带动作用明显。

商界