

# 品·食

## 审慎选择牛初乳 行业洗牌从现在开始

### “禁令”进一步明确

孩子不生病，妈妈少担心。牛初乳曾经被作为“提高免疫力”的法宝，广受妈妈们的认可。但是今年4月份，卫生部本着审慎的原则，提出“自今年9月1日起，婴幼儿配方食品中将不得再添加牛初乳以及用牛初乳为原料生产的乳制品”。

“禁令”即出之时，卫生部并没有明确指出牛初乳存在安全问题，或会损害人体健康，只是因为“长期食用牛初乳对婴幼儿健康影响的国内外科学研究较少，缺乏牛初乳作为婴幼儿配方食品原料的安全性资料”，才宁愿采用一刀切的方法，以求规避

风险。

从这两个月的销售数据看，牛初乳产品的销量下滑得厉害。据悉，牛初乳品牌之一“生命阳光”近几个月的销量下滑了40—50%。

另一牛初乳品牌“爱必达”方面的销售人员也表示，近几个月产品的销售的确受到影响。这主要是因为牛初乳产品的消费不具有长期性的特点，“已经选购的人不会长期吃，而原本适宜吃些牛初乳的潜在客户因为‘禁令’的影响，可能会放弃尝试和购买。‘少进多出’，销售上自然表现出‘遇冷’的状态。”

### 新生儿最适宜母乳喂养

出于对新生儿营养摄取更全面的考虑，如今国内外的医学专家们都极力倡导母乳喂养。

但与此同时，牛初乳作为保健食品也一直被国家药监部门准予存在着。牛初乳所获得的国家明确批复的保健功能为“增强免疫力”。由于新生儿娇小、柔弱，预防小儿生病，多是妈妈们愿意尝试给孩子补充牛初乳的原因所在。此次卫生部门进一步明确“婴幼儿配方食品”的概念，也正是从另一方面承认牛初乳的合理存在性，以及牛初乳的规范性食用范畴。即，考虑到牛初乳可能给婴幼儿带来肠胃不适和过敏反应，牛初乳被禁止添加在婴幼儿的配方食品中，但是这并不意味着牛初乳不可以添加在其它食品中，或作为辅食给确实需要增强免疫力的婴幼儿及其他人群食用。

东南大学附属中大医院主任医师单毓芬曾对本报记者表示，在临床医学上，她通常会建议坚持用母乳喂养新生儿，只有针对那些年龄在6个月以上，体质较弱，反复因呼吸道感染而生病或腹泻的婴幼儿及儿童，会建议他们在生病期间吃些牛初乳，增强免疫力。

### 牛初乳产品生产要求高

目前我国1000万头的乳牛存栏量每年可为社会提供40万

吨以上的牛初乳资源。但是由于牛初乳生产和保存条件的门槛较高，如牛初乳必须在两个小时以内被冷冻保存起来，其生产中需要食用微滤杀菌，超滤浓缩技术等，真正能够生产出合格牛初乳产品的企业极少。

有牛初乳行业人士坦言，此次“禁令”的发布对于整个行业而言，未尝不是一件好事，“它有利于这个行业的洗牌。正是由于眼前销量的下滑，政策的收紧，一些投机的小企业会放弃逐利，真正能够留下来的肯定是一些专注于牛初乳产品研发的正规企业。一来，这些企业自一开始就视牛初乳为有保健疗效的膳食补充剂，二来这些企业已经在牛初乳领域投入了很多研究，自然还会坚持下去。”据透露，目前业内几家品牌正计划成立行业联盟，用行业的力量带领大家正确选择和食用牛初乳。接下来，行业联盟还要努力为牛初乳申请制定国家标准，让消费者吃得更放心、更有判断依据。

“牛初乳被禁止添加在婴幼儿配方奶粉中，主要是因为婴幼儿配方奶粉为婴幼儿长期食用的主食。考虑到没有足够的科学研究数据支撑其长期食用的安全性，卫生部索性采用‘一刀切’。但是，对于那些确实需要增强免疫力的人群来说，在需要的时候，将牛初乳作为膳食补充剂，吃上一段时间，是会有效果的。”该人士说。

□现代快报记者 笪颖



### 市场的“手”与消费者的“脚”

洋奶粉涨价的议论再度引发关注，不少报道在历数洋奶粉涨价的“四个理由”站不住脚之后，当然也会轻描淡写地提一句：“国产奶粉信誉危机，客观上助推了我国消费者对洋奶粉的依赖。”既然如此，我们怎样从“主观上”予以重视呢？

洋奶粉涨价的真正底气是由“供需关系”决定的。国内奶粉市场的“话语权和定价权”，难道不是被中国奶业的“自作孽”拱手让出的吗？

消费者的理性比任何一个“权威专家”都清醒。“用脚投票”不仅是真正的市场行为，更是“两害相权取其小”的无奈选择。中国奶企“自律”的集体丧失，“他律”的疲软不作为，其恶果现已人所共见。问题是，我们现在之于洋奶粉的“他律”同样疲软，屡屡曝光的美素佳儿“虫门”、“杂质门”事件始终没有监管部门介入调查，“添香乌龙”事件同样没有权威部门出来以正视听。那么，消费者的选择又凭什么要被说三道四呢？

(沙辰)



## 第八届昆山国际啤酒节亮点多

8月16日，2012年第八届中国昆山国际啤酒节正式开幕。为期11天的狂欢节，自开幕的第一晚就人气爆棚。本届啤酒节上的“现代昆山，和美之城”、名酒品鉴会、欢乐嘉年华等新增节目更是丰富了参与者的互动选择。

由于2012年是昆山基本实现现代化的决胜之年，所以今年的啤酒节主题被定为“走向辉煌 昆山干杯！”据悉，啤酒节期间举办的“现代昆山，和美之城”活动，是关于昆山率先基本实现现代化的成果展，主要用以展示昆山决胜现代化的历程和成就。另外，评选“我最喜爱的啤酒品牌”、名酒品鉴会、欢乐嘉年华、历届啤酒节摄影展等都是本届啤酒节的新增内容。

已具备一定影响力和吸引力的昆山啤酒节，办至今年已是第八年。几乎国内所有一线啤酒品牌都参与其中。好似世博会一般，不同的啤酒品牌自有其个性化的门头设计风格。其中，江苏雪花啤酒的展位设计被同业设计专家及啤酒爱好者们誉为“中国馆”。本就极力推广中国文化、广泛吸取中国文化元素的雪花啤酒，在2010年的世界杯期间即提出“最中国”的战略发展方向。在本次昆



啤酒节现场

山啤酒节现场，因为拥有个性化“雪花勇闯天涯”的品牌文化氛围，华润雪花啤酒从设计上就独树一帜，简约的框架式设计，不仅体现了勇闯天涯、穿越雪线的设计主题，更以高度、大气的风格领耀全场。

除此之外，此次雪花演出内容的设计更以流行酒吧风，将“酒吧”模式与现场活动有机融合，制造出活动全场至high点：绚丽夺目的玻璃舞台、与彩幕显示交相呼应、民族风的钢管舞、柔美痴情的肚皮舞，均以全新的方式将现代舞蹈重新诠释，高品质的演出给啤酒爱好者带来了一场视听享受。

激情而不失文化、传统且融合现代，雪花啤酒蓝色勇闯桌椅边涌动的是现场人群难以抑制的激情，高品质的雪花啤酒更是在饮者嘴边留下清幽的麦芽香。

据国家统计局公布的数据显示，华润雪花啤酒2011年销量已超1000万吨，雪花单品牌销量荣列全国啤酒市场第一。雪花啤酒在苏州的工厂拥有代表中国啤酒行业先进水平的现代化生产线。凭借地产的优势和高品质的品牌保证，雪花啤酒能够为昆山啤酒节第一时间输送最新鲜最优质的地产啤酒。 现代快报记者 笪颖

### 《精致》

以下内容详见“现代快报精品周刊”

#### 消暑良品水果鸡尾酒

>>E1

#### “三春竹叶酒 一曲昆鸡弦” ——竹叶青

>>E2

#### 秋风起 “阿尔萨斯之泪” 更撩人心弦……

>>E3

#### 水果花束 最恋七夕

>>E4

#### ios&Android下载方法

在App store 或安卓市场下载“现代快报精品周刊”，即可阅读！

### 威龙引领葡萄酒有机风

日前，中国葡萄酒著名企业威龙葡萄酒股份有限公司在国内全面推广“有机风尚，威龙领航”活动，给正受到“农残风波”困扰的中国葡萄酒业带来了一股清新气息。据了解，威龙公司是在内地率先推出有机葡萄酒的企业，拥有世界上最大的有机葡萄庄园，是目前内地最大的有机葡萄酒生产商。特别是在专于有机葡萄育苗、种植、管理、有机肥料配制、酿酒、调酒的六位国际大师通力合作下，威龙打造出高品质的有机葡萄酒，开启了中国葡萄酒的有机时代。

2011年，威龙隆重推出了威龙有机酒庄、有机酒庄两大系列战略性新产品，更推动了其全国营销网络的全面开发和高效运作。秉承“尽心尽力，做到更好”的企业精神，威龙锲而不舍地践行“发展生态经济，创造有机生活，服务和谐社会”的经营理念，为中国的葡萄酒市场上竖起了一杆“有机”的大旗，当之无愧地成为葡萄酒消费者心目中“有机”葡萄酒第一品牌。

(沙辰)

### 庆功奥运 牵手青奥

可口可乐持续推广健康理念



8月19日，孙杨、陈一冰和何姿三位奥运冠军作为奥运健儿的代表，与南京青奥会组委会及数百名南京市民在河西万达一同欢庆。欢庆会上，可口可乐与南京青奥会的合作伙伴关系也同时启动。

可口可乐大中华及韩国区总裁鲁大卫表示，可口可乐与奥林匹克的缘分始于1928年。作为奥运会最持久、最坚定的合作伙伴，过去的80多年里，可口可乐与国际奥委会携手，共同致力于将奥运精神和体验带给全世界的朋友们。此次牵手南京青奥会，是为了延续可口可乐与奥运会跨世纪的合作佳话，将“激励一代人”的奥运精神传递下去。

在本届奥运会举办前，一曲《中国节拍·震动这届》可口可乐奥运主题曲，汇聚了全国人民对奥运健儿的加油声。沿袭与奥运会的合作方式，在青奥会开办之前，“可口可乐青奥爽乐汇”与19日的庆功会同时正式启动。据悉，该活动将用富有创意的方式来激励年轻人，真正实现青奥会的口号“分享青春，共筑未来”。 现代快报记者 笪颖