

# 酸奶扎堆“0添加”



“老酸奶中添加明胶”一事给不少消费者留下了难以祛除的心理阴影，同时倒逼着酸奶业开始思考新的出路。今年4月份，号称是中国首款自主创新的纯净酸奶——“0添加”的如实酸奶上市。11月份，蒙牛纯甄凝固型酸奶也喊出了“0添加”的口号。顺着“绿色”、“健康”的思路出发，如今市面上的“0添加”酸奶产品越来越多。趁此机会，酸奶企业也在产品结构上实现着向高端化的转型。不过，注重“绿色”固然重要，对于食品企业而言，如何在守住纯粹、天然的同时，留住美味，同样值得思考。

从配料表的标注信息看，“如实”和“纯甄”的生产原料大体只有两种：牛奶和发酵菌种。“如实”酸奶产品的包装上显著地印着“无添加食品添加剂：无添加增稠剂、无添加色素、无添加香精、无添加白砂糖”。包括盒内赠送的小袋蜂蜜，“如实”酸奶业“如实”地解释着：“蜂蜜0添加——纯净健康”。这些寥寥数字，便把消费者担心的种种食品安全问题及健康隐患“撇”得干干净净。

蒙牛纯甄酸奶的预包装标签说明，同样如此。其配料表上标注的原料包括：生牛乳、砂糖、白砂糖、保加利亚乳杆菌、乳清蛋白粉和奶油，的确没有食品添加剂的身影。另根据提示，食用这款酸奶时还可以根据个人口味与巧克力、蜂蜜、坚果及水果调配。

据悉，蒙牛纯甄酸奶原本走的是团购渠道，后来厂方见市场

接受度还可以，遂将产品推向零售市场。其产品团购网站这样介绍道：“蒙牛乳业挖掘了传统酸奶的酿制工艺，并凭借现代技术优势，生产出了具有独特传统风味的凝固型酸奶。产品香气浓郁、天然，色泽如脂似玉，口感爽滑细腻，口味酸甜适宜。”

业内人士介绍说，从国内的技术上来看，老酸奶实现无添加已经不成问题。新希望早在2010年就与国际知名菌种公司——美国丹尼斯克公司开展研究合作，并经过多次反复验证，发现一种叫“益生菌株”的食用菌株，这种菌株独特的产黏及产香特性赋予了产品良好的组织状态和香味，同时，配方设计中调整了牛奶中酪蛋白和乳清蛋白的比例，这样老酸奶生产过程无需外来食品添加剂的辅助，就能实现产品良好的凝固状态。

不少消费者表示这类酸奶的口味，没有普通酸奶那么甜，

这更显得奶味十足，但总体来说，口感并不佳。“冲着‘无添加’的字样买的，但口感没有想象中的好，即便是加了蜂蜜，也还是不太好吃，没有什么特别的味道。”刚在超市买了一盒“如实”便迫不及待品尝起来的小陈，不禁有些失望。

就价格而言，“0添加”酸奶的定价要比普通酸奶高。“纯甄”在实体店的销售价格为5元/盒，在窝窝团等团购网站上售价为3元/盒。而“如实”的价格则约是普通酸奶的三倍，达到七元/盒左右。

其实，“0添加”在目前的食品市场并不鲜见，除了酸奶之外，蛋黄派、饮料等均有“0添加”的产品推出。为了力证自己“所言非假”，某品牌“0添加”植物蛋白饮品还给出了“发现添加剂一罐赔10000元”的承诺。

现代快报记者 管颖  
实习生 许薇

## 橙子不分公母

酸酸甜甜的橙子，不仅在口感上很讨人喜欢，而且还能对人体补充维生素C，起到美白、抗氧化等多重功效。不过，橙子虽好，你会挑选吗？

很多消费者认为，橙子有公母之分，肚脐大的就是“母的”，“母的”口感更甜。然而橙子店的老板却不这么认为：“我都尽量挑肚脐小的，也就是大家一般认为的‘公的’，其实这种橙子才更好吃。”

中国农业科学院研究员李秀根在接受采访时表示，在植物界，果实是在结出之前，树体是分雌体和雄体的，但最终结出的果实并没有性别之分。对于民间一般所称的“母橙子”，从它的肚脐这里切开，大家可以看到里面有一块有点像



圆锥体的果肉，周围有一圈白色的筋络。其实，这一小块果肉，是橙子的复果，肉粒粗大，且口感不好。

消费者在挑选橙子时不妨参考以下几点：1、外皮细腻、毛孔小的好。这样橙子皮会比较薄，更好吃；2、比较硬且有弹性的好。这说明橙子比较新鲜；3、颜色红一些的好；4、重的比轻的好。（管颖）

## 寒冬拒囿 肠暖人心

冬季里如何养生保健？这是人们在每一年的冬天都忍不住要问的问题。15日，知名乳酸菌饮品——养乐多公司特邀了南京医科大学莫宝庆教授，为广大市民讲解冬季养生的相关知识。

人们在寒冷的冬季，最关心“保暖”和“防病”两大问题。对此，莫宝庆教授表示，多穿些保温又宽松的衣服、从事适量的运动以及多吃一些含铁量高的食物，如动物肝脏、黑木耳、黑芝麻等，都有助于保暖。另外，人体在寒冷的环境下，能量消耗得较多、较快，而蛋白质、脂肪、碳水化合物都是“燃烧的能源”，诸如羊肉、狗肉、鸡肉、蛋、奶和豆制品，市民们不妨多吃一些。

当然，所谓的冬季养生，也并不是说可以大吃大喝、多糖多油，注重膳食平衡和肠胃健康，更为重要。作为“人体内的第二大脑”，肠

道肩负着营养吸收与消化、人体免疫等多重功能。人体中60%—70%的免疫细胞和免疫球蛋白都在肠道，维护肠道健康，便是维护整个人的健康。人们在为身体进补的同时，也应考虑肠胃的消化和接受能力。

因此，冬日养生，注意呵护肠道健康同样重要。大家平日里可以多喝一些乳酸菌饮品，直接为肠道补充益生菌。在挑选益生菌饮品时，消费者要特别注意对益生菌种类的甄别，多了解饮品中益生菌的活性、到达肠道时的数量。按照国际标准，每毫升益生菌产品中含有的活菌数至少需1000万以上，高品质的活性乳酸菌饮品，如养乐多中含有的活菌数则能高达1亿/毫升。如果不习惯在冬天喝凉的东西，可以将益生菌饮品放至常温再喝，切不可加热。（管颖）

四川水井坊股份有限公司经深思熟虑后决定在全国范围内开启“水井坊形象店”渠道建设战略计划。水井坊，600余年从未间断生产，堪称“中国白酒第一坊”，凭借其强大的品牌力量和良好的品牌形象，得到众多高端白酒消费者和经销商的青睐。自2010年开始，水井坊形象店已经在河南、陕西、四川、湖南、江苏等省份同时推广与建立。在江苏，现已建立40余家这样的形象店，江苏6个城市的合作商普遍反映，牵手水井坊，共建水井坊形象店，不仅自己的平台与水准得到了显著提升，迈入了高端行列，同时酒水方面整体的经营与业务也都得到了进一步升级与拓展。



# 经销商讲述：“水井坊形象店”的品牌力量



本稿照片均拍摄于水井坊·常州鑫裕·杰鑫烟酒形象店内 地址：常州市新北区太湖中路15—4号

记者在江阴、张家港、无锡、常州等城市走访时发现，“水井坊形象店”当数整个白酒行业中，酒厂与经销商合作的新模式。在这种模式框架下，参与合作的酒水经销商必须具备一定的“硬件”和“软件”资质，同时又充分享有经营上的自主权。所谓“硬件”资质，即能够顺利与水井坊牵手合作的经销商，其门店应地处交通便利的优越位置、单店面积不小于80㎡，所陈列的饮品中应含有水井坊旗下主要系列产品等。而“软件”资质，则是指经销商应立志于从事酒水销售这一行业、对水井坊这一品牌高度认同、能确保门店的长久经营等。

与此同时，参与“水井坊形象店”合作模式的经销商充分享有酒品经销和代理的自主权。即，经销商不必像其他品牌专卖店的合作者那般，只能销售或代理一种白酒品牌。在张家港富盛贸易有限公司、无锡市腾隆轩贸易有限公司、常州鑫裕·杰鑫烟酒行等合作主体的水井坊形象店中，本报记者看到其店堂中陈列的酒品中，除了水井坊系列产品外，还有其它各种来自全国各地的白酒产品。

“水井坊形象店这样的合作模

式让我们更放心，更有动力和信心做好市场。”张家港富盛贸易有限公司总经理宋伟夫说。他表示，如今市面上的形象门店与专卖店的合作模式存在两个极端，一个是酒厂把关很宽松，任何一家烟酒店想要“挂个牌”都可以，另一个是酒厂把关很苛刻，要求经销商必须完全放弃原有的代理品牌。“这两种做法的风险都很大。前一种合作模式中，酒厂几乎完全放任不管，只要求门店的门头是××品牌即可，不利于培养经销商与品牌的认可度和忠诚度，后者则是把经销商管得太紧，不利于经销商主观能动性地发挥。”宋伟夫分析说。

与宋伟夫一样，无锡市腾隆轩贸易有限公司、常州鑫裕·杰鑫烟酒行、句容银盛商贸有限公司的负责人都是经过一番比较和仔细思考后，才慎重决定与水井坊牵手合作的。这几位负责人都明确表示，自从开设了水井坊形象店之后，不仅自己手中又多了个颇具影响力的高端白酒品牌，同时在水井坊品牌的带动下，如蝴蝶效应一般，整个公司、烟酒行的档次与水准即刻得以提升，由此也带动了店内其他酒类的销售。

“‘水井坊’这三个字给予了我们最有力的支撑，也形成了无形的说服力。大家看到这样的高端品牌门头，立即就对我们有了强烈的信任感。自开业以来，有不少新客户都是冲着这形象店来的。”常州鑫裕·杰鑫烟酒行经理顾士国表示，尽管自己的水井坊形象店于今年3月份才开始正式营业，但光是3—11月份，水井坊系列酒品就已经销售了近200件，天号陈系列酒品则达到了单月400余件的销量。

据6个城市的合作商透露，“水井坊”品牌旗下的高端酒品对于合作商自身的经营规模扩大、产品结构升级以及平台档次的提升都起着功不可没的作用。“之前有一段时间觉得自己的店面经营发展到了一个瓶颈，无论使用什么的整改措施，业绩始终很难上来。恰逢水井坊酒厂方面制定了新的渠道建设战略，我才有机会开设水井坊形象店。坦白地说，水井坊形象店对于其它品类的酒水销售都有20%—30%的促进作用。”无锡市腾隆轩贸易有限公司总经理蔡峰介绍。

现代社会，人们要求生活环境要舒适安逸，要求餐桌食品要安全放心，要求助兴的白酒要品位高

雅。上述6个城市的白酒市场消费数据显示，500元/瓶以上的健康、高端白酒正日渐成为主流消费价位。拥有“中国白酒第一坊”的水井坊，凭着其穿越600余年的优秀酿酒基因以及同时达到国际、国内双重检测标准的现代酿酒水准，在江苏市场的发展愈发“给力”。

采访中，不少经销商都表示，加入“水井坊形象店”合作模式之初，原定的每年销售任务是200件，但在实际操作中，每年实现千件甚至更多的销售根本“不是什么难事！”“一提到‘水井坊’这个品牌，大家都说了解，知道是高端好酒，根本不需要多推广，消费者都很认可！”蔡峰说，“本来形象店的主要作用是推广品牌，但是水井坊形象店的功能在消费者看来则更主要的是‘买到真品’。”

### 水井坊形象店合作咨询

水井坊、天号陈江苏总代理：  
南京元丰合商贸有限公司  
联系电话：025-84517999  
13382779309  
联系人：梅小姐