China Nuts and Roasted Seeds Industry

www.csnc.cn

2022第三期(总第九十二期)



#### TOMRA 5C: 分选未来已来

陶朗新一代光学分选机 首秀中国,相约16届坚果炒货展 开创光学分选新时代





扫码预登记 现场领取陶朗50周年纪念礼



## 五一劳动节特刊:用匠心做食品 用爱心做企业

—记我协会副会长单位、武汉旭东食品有限公司董事长何旭东

五四青年节专栏——青春正当时 一起向未来

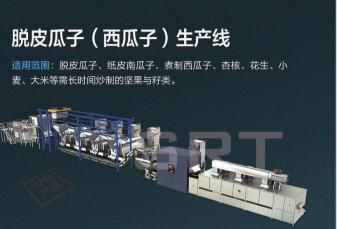
2022中国食品产业新机遇

冬奥营销给坚果炒货行业带来的启示。 高产优质抗逆花生新品种培育



# 朗瑞绿色智能 打造智慧工厂

特机械厂)是专业生产食品干燥设备和坚果炒货机械的高新技术企业。中国坚果炒货协会副会长单位,执笔编写中国轻工业部坚果食品干燥设备及坚果食品炒制设备的行业标准。2万平方的现代化生产车间和3000平方的食品加工自动化研发中心,为国内外不同地区的食品生产商提供创新技术和生产解决方案。



#### 香瓜子生产线

适用范围: 葵花籽、西瓜子、花生、南瓜子、山核桃、巴旦木、碧根果、核桃仁、巴旦木仁、腰果仁、开心果仁等坚果、食品、粮食、油料、薯片等不同物料的干燥。



#### 原味炒制生产线

适用范围:西瓜子、原味葵花籽、腰果、巴旦木(仁)、开心果(仁)、 核桃、花生果(米)、瓜蒌子、南瓜子、吊瓜子、黄豆、绿豆等坚果籽类 的炒制。



#### 坚果生产线

适用范围:核桃、巴旦木、夏威夷果、碧根果、开心果、榛子、核桃仁、巴旦木仁、腰果仁、开心果仁、葵花籽、西瓜子、花生、南瓜子等坚果、食品、粮食、油料、薯片等不同物料的干燥。



#### 坚果果仁生产线

适用范围:核桃仁、巴旦木仁、腰果、开心果仁、夏果仁、榛子仁、 花生米、南瓜子仁等。



#### 瓜子、花生、坚果等生产线

适用范围:葵花籽、花生、南瓜子、核桃、巴旦木仁、开心果、碧 根果、榛子、夏威夷果等不同物料的干燥。





#### 开封市思瑞特机械厂 开封朗瑞机械有限公司

地址:河南开封市汴东产业集聚区中兴路电话:(0371)26668019 26665819

传真: (0371)26665839 邮箱: kfsrtjx@163.com

网址: www.kfsrt.com



# 深度学习 开启智慧分选 中科时代



## "双引擎" 鲲鹏动力



官 网 www.cn-amd.com 服 务 热 线 400-8378-889



五一劳动节特刊:用匠心做食品 用爱心做企业 一记我协会副会长单位、武汉旭东食品有限公司董事长何旭? 五四青年节专栏——青春正当时 一起向未来 2022中国食品产业新机遇 冬奥营销给坚果炒货行业带来的启示

指导单位:中国食品工业协会坚果炒货专业委员会 主办单位:北京中坚合果信息技术服务有限公司 "《中国坚果炒货》杂志""中国坚果炒货网" "中国坚果炒货展会网"

编辑委员会 名誉主任: 陈先保 任: 章燎源

**副主任**: 陈冬梅 翁洋洋

委员: (以姓氏拼音为序) 陈居立 邓杨勇 陈海生 陈俊兴 陈林芳 陈榆秀 方思汉 封斌奎 高光伟 何姣英 何旭东 何 源 梁小鹏 吕金刚 刘金发 林德明 赖小军 阮世忠 强 林 垦 年 沈海斌 宋佰春 宋全厚 孙国升 王汉玉 王在良 孙钱玮 王宝臣 当 将 二 霖 严斌生 魏 谢东奎 徐长海 玮 徐建兴 杨国庆 杨红春 余瑞芳 郁瑞芬 詹权胜 张永平 周秉军 张志刚 赵文革 周建峰

行业专家:(以姓氏拼音为序)

朱永涛

行业 国内: 毕守英 刁文英 曹 勇 陈银权 丁立忠 高 顾千辉 高军龙 葛运兵 明 龚 李金昌 姜念波 金 龙 郭 梁金辉 牛超峰 李 勇 李志国 陆 斌 潘明亮 马 俊 马良平 乔如柏 王文林 孙 美 施 Ŧ 王育平 王志强 魏本强 吴顺叶 向 群 薛凌宇 严 明 杨陈毅 杨建华 尹世鲜 余雄伟 原 武 张阿妮 张凡 袁 霞 张丽华 张经发 张显秋 赵化银 赵 型 赵双革 黄光伟 国际: Kevin J.Ivey

Jolyon Burneet Elrea Strydom HUYNH NGOC HUY Randy Hudson Artun Bekar Lalit Mohan Singh Bisht

农林经济与科学类资深专家: (以姓氏拼音为序) 傅松龄 黄坚钦 刘广勤 彭方仁 习学良 营养与科技类资深专家: (以姓氏拼音为序)

杜松明 王君 杨晓明 元晓梅 翟凤英 张俭波

主编: 翁洋洋 编辑: 杨倩

责任编辑: 张蕾 美术编辑: 路飞 助编: 邱晶 地址: 北京市西城区马连道南街12号

气象宾馆3330B 邮政编码: 100055 电话: 010-63344578

邮箱: cnfiec@csnc.cn 微博: http://weibo.com/u/3215965745

网址: www.csnc.cn

微信公众号: 坚果炒货食品展 (zhongjianheguo)

声明:本刊内容仅供行业内部交流,任何形式的转载、 转发需经本刊书面许可。

#### 感谢以下协办单位 (排名不分先后)

























































































## 五一劳动市特刑

# 用匠心做食品 用爱心做企业

### ——记我协会副会长单位、武汉旭东食品 有限公司董事长何旭东



▲ 我协会副会长单位、武汉旭东食品有限 公司董事长 何旭东

俗话说,民以食为天,吃是一个 永恒的话题。改革开放四十多年,那 些原来不起眼的坚果炒货小零食已异 军突起,收获了庞大的消费群体,悄 然影响着商业世界。

武汉旭东食品有限公司赶上了国家、行业发展的大好时代,从一个人、两个人,从简陋的小作坊,从最原始的街边叫卖,从人工板车、货车到现代化物流体系,一步一个脚印走出了属于旭东人的发展之路。

#### 创业阶段——秤平斗满不亏人, 工艺体系探新境

15岁的何旭东就跟随父亲涉足坚果炒货行业。"何氏炒货摊"一直坚守"诚信"二字,父亲那句"秤平斗满不亏人"深植心中,并努力践行传承至今。

传父辈之衣钵,探炒货之新境,回忆研发初衷,何旭东笑着回忆说,一切都是"市场"使然,上世纪的80年代,旭东食品厂因生产设备老旧,生产工艺落后,产品慢慢失去竞争力,企业经营举步维艰,为了生存,厂里成立技术攻

关小组。研发初期, 小组成员四处走访 学习,向省内外其他地区较为出名的炒 货生产地取经。几番实地调研,发现大 多数地方仍采用传统工艺进行制作, 技 术攻关小组决定自主研发。研发之路困 难重重,技术攻关小组不仅要研发新的 生产工艺,还要升级设备。为此,小组 成员们不分白天黑夜地待在车间,饿了 就吃点面包,困了就睡在车间里,一天 工作十七八个小时,不断进行实验、修 改、完善。耗时两年多,历经上万次试验, 陆续攻克了仁软、粘连、发涩等一系列 难题,成就百里挑一工艺体系。过去我 们吃西瓜子,都是先用牙咬破,再用手 剥着吃,或者借助工具夹子开壳。旭东 用这个工艺体系生产出来的西瓜子, 先 含在嘴里,人口是话梅味的微酸,慢慢 回甜,在酸甜交织中,轻轻嗑开,多层 次的馥郁香脆即刻充满口腔, 而酸甜的 话梅味西瓜籽的问世, 让每一粒西瓜籽 都沁透了话梅风味的酸甜, 能够最大程 度保留西瓜籽的营养,同时,成就了旭 东话梅味西瓜籽壳薄仁香,一嗑就开的 舌尖美味,并且成为引领人们健康饮食 生活不可替代的健康食品。

#### 成长阶段——用匠心做食品、用 爱心做企业

1994年初期,曾经的坚果炒货作坊慢慢开始向公司模式运行,市场上陆续推出了塑料包装产品,何旭东敏锐的把握住了这个商机,但是由于缺乏专业的知识与管理,推出产品上市后遇到很多消费者的投诉与反馈:产品有塑胶味。听到这个消息后,可谓是一个晴天霹雳,给发展势头良好的何旭东迎面泼了一盆冷水,经过深思

熟虑,他迅速下了一个决定,下令将这批有质量问题的货全部召回(预估价值 30万),当着全体员工的面,全部销毁。正是这个刻骨铭心的教品,让他及旭东的每位员工懂得了产品质量一定要好,宁可贵,也要质量不好,消费者会用脚投票,金将银杯不如消费者的口碑,金奖记不知消费者的与胜心,下定决心,要突破发展。

1999 年他花光全部身家,贷款300 万收购国有企业。2001 年,旭东瓜子厂从武汉青山区搬迁到东西湖区,面积扩大10 倍。有了现代工厂规模化生产做支撑,旭东瓜子迅速成为武汉沃尔玛第一家炒货供应商、在家乐福创下当年全国单店炒货销量第一的佳绩、获得第一张质量体系证书、获得第一项发明专利、参与第一项国家标准,获得高新技术企业称号……

三十八年磨一剑,何旭东以真心守初心铸匠心,带领全体旭东人踏踏实实从一件件小事入手,认真做好一件事——将一颗小小的瓜子做到极致。让每一颗旭东瓜子都撬动产业链收入,让每一颗旭东瓜子都撬动产业链收入,让每一颗旭东瓜子都创造价值、奉献社会。瓜子虽小,能量满满,用匠心做食品、用爱心做企业,这个理念将伴随我们一生,并值得我们去一辈子守护与传承。

主编: 为1311





翁洋洋

#### 因果之灵的拷问

最美人间四月天,而2022年的四月,华夏大地新冠疫情以汹涌之势卷土而来,让中国人的心情在这最美季节里, 沮丧成前所未有的五味杂陈与心惊胆颤!三年了,在这近两千天的日子里,人类进行各种各样的奋力抗争,进行各种 各样的思考:自然论?阴谋论?天灾论?人为论?也许都是,也许都不是。今天看到一个不同寻常的拷问:是病毒把 我们人类逼成这样?还是人类自己把自己作贱成这样?这一拷问符合我的思考与共鸣,我认为:人类已到了必须痛彻 反思自己,重新审视并彻底改变现有生存方式的极限时刻了,人类过度地消耗,肆无忌弹地侵害自己唯一赖以生存的 地球上的其他一切动物、植物和不可再生资源,人类不正在努力地自己作贱自己吗?从这点出发:如今持续的愤怒的 全球恶劣气候、多年的凶阶的全球病毒降临,这不正是因果之灵在警示人类、拯救人类吗?

三、四月份,疫情再一次席卷了全国。很多城市都拉响了警报,进入了封城或半封城的状态,生产、生活再一次面临严峻的考验。特别是上海的疫情,感觉已经远超当年的武汉。在国人的眼中,作为国际大都市的上海,一直是抗疫"优等生",抗疫的典范,但这次,面对传播力增强了几十倍的奥密克戎变异病毒,让上海也束手无策,日益严重的形势,不仅影响了整个上海的经济生活,也让疫情外溢到了全国其他省份。每天看着上海高居不下的新增感染者,看着朋友圈里,上海的亲友每天为了抢菜而伤神,这让身在远方的我们也心情黯然,无法出力,只能祈求亲友平安,早日度过难关。

杨倩

现在的上海,许多人心中充满了各种的抱怨。许多地方也因为上海疫情的波及受到牵连,而开始攻击上海。这些不应该发生,我们都生活在同一个国度,越是在这样艰难时刻,我们更要团结。相信在全国各地医疗团队的驰援下,在中央的领导下,我们会很快再次看到一个充满活力的世界大都市!我们一定会早日战胜疫情!上海加油!中国加油!

前两天收到妈妈的语音信息:"幺妹,你蔡叔叔去世了!"我楞了半分钟,给妈妈打出了"人生无常"四个字回复她!蔡叔叔是我爸爸的师弟,从二十几岁在机车工厂当学徒就认识了,几十年的时间里,互相看着对方从单身到结婚,再到当父亲,带着孩子们又聚在一起,再到后来蔡叔叔举家搬迁武汉,期间又会时不时回到资阳,每次回资阳必会到我家看望我的父母,有时甚至住在那里一两天,和爸爸喝酒叙旧!这样的情谊连我都羡慕和感叹,更何况我的父母,眼见着从青年到暮年的好友离开,又怎能不悲痛!

但是,我总会想生命的意义是什么呢?我们该怎么去看待自己身边的好友,亲人,乃至自己的离世呢?蔡叔叔生前罹患癌症,因为癌细胞扩散把食管都切除了一部分,想必是受到了很大的身心痛苦和折磨,去世会不会就让他摆脱了羁绊他身体的痛苦,也摆脱了尘世间所有的烦扰呢?也许他的心情是轻松的,唯一记挂的只是家人对于他离开的痛苦。而我们这些活着的人,由于对已故亲友的思念,觉得自己再也不能看到他的面容,听到他的声音,触摸到他的身体而觉得难过和痛苦,所以我想我们是否可以换个思路,逝去的亲友他们摆脱了身体的羁绊,摆脱了世俗的烦恼,在另一个我们看不见的地方好好的,想他们了我们就看看照片,视频,相信只要还有人记挂着他们,他们就永远不会彻底消失!爱和挂念也永远不会消逝!



张 藿



邮显

倘若你心存梦想,那你心中一定就只有一个明确的方向!就算跌倒了,你也不会迷茫,爬起来以后仍然知道该往哪里走。困境可能会让你步履维艰,但是它磨不灭你对美好生活的向往,也粉不碎你坚持梦想的心。你的每一份经历,不管是顺境还是坎坷,都会增加生命的厚度。你现在所做的事情,也许暂时看不到成果,但不要灰心或焦虑,你不是没有成长,而是在扎根、发芽。好好培育,还怕什么路途遥远?走一步有一步的风景,进一步有一步的欢喜。幸福,在路上。

与人为善,于己为善,与人有路,于己有退。他人有过不究,于人有恩莫念,爱人先爱己,责人先问心。眼里容得下别人的人,才能让人容得下,懂得尊重别人的人,才能得到别人的尊重,给别人留有空间,自己才会有退路。人心是相互的,你让别人一步,别人才会敬你一尺。人心如路,越计较越窄,越宽容越宽。宽容,貌似是包容他人,其实是给自己的心开拓道路。和善宽容的心,在成就他人的同时,不知不觉也成就了自己。心中有爱有情谊,眼中能容有世界,路,不在他人的行里,而在自我修为里。



张淑芳



陪. 鹂

转眼到了春暖花开的日子,常言道"人间最美四月天",在这春意昂然的日子,本是我们最忙的季节,今年受疫情的影响,合肥展会延期,紧张的展前工作刚好可以缓缓,趁着清明小长假,可以好好放松放松。

大家在出游踏青的时季,受疫情影响,我们也不能远行,协会同事相约在京郊公园里带着家人,踏踏青、晒晒太阳,感受一下春天气息,享受愉快的野餐时光。虽然疫情对大家的生活有不小的影响,在做好防护的情况下,让生活尽量丰富一些,让孩子们都接接地气,也是一种生活的态度。希望困扰大家三年多的疫情,尽早过去,给大家紧张、压抑的生活增添一份春意!



金明儒

"春意盎然,鸟语花香。一人一骑在田野山川之间,像风一样自由,如此惬意"。都说骑士的归宿是踏板,因为踏板只有悲欢没有离合、没有挡位,只有加油!

孤独的人是可耻的,意志坚强的人,为了摆脱孤独,便去追寻充实和超脱。逃离都市,一颗颗压抑了许久的 心都在这个清明假期释放了出来。一个个机车少年飞驰而过,一顶顶帐篷在河边扎起,孩子们在嬉戏奔跑,还有 河边玩飞蝇的钓鱼人,这一切显得那么安逸,那么的融入自然。崇尚自由的人,独自骑车进山去欣赏沿途美景。 山脚下,溪水边,村落升起的炊烟,漫山遍野的花朵,好似世外桃园。宛如诗歌中传颂的画作,如此山川美景,我已是画中少年。

# 行走在快車道上的 張勁松

我与劲松可谓忘年之交,因而他一直相守长幼 为序之道称我"翁老师",而我一直相守亦师亦友 之谊称他"劲松老师"!

届指算来我们认识该有近 10 年了, 结缘于中国 粽子文化节, 是业内同仁向我推荐请他在中国粽子 文化节的论坛上作营销品牌方面的辅导报告。

作为主办方当我第一次审阅他提交的讲稿时,觉得内容务实扎实,文字简洁还颇有文采,象是位戴眼镜的文人,虽未谋面却留下的是好印象。开会那天初见面,呵呵,其人与其文对不上号啊,文如其人在他身上全部失效,眼前这人,人高马大,头大、脸大、手大,反正什么都大,而恰恰是这个人,却轻声柔语地躬敬地对我说: "翁老师,我是张劲松向你报到来了!"呵呵,这人与这声音也对不上号啊!

那天在我们行业作的第一次报告受到行业与会 者的欢迎, 热烈的掌声是最好的见证, 他的报告比 提交的文字稿更精彩, 是因为他列举的实例个个掰 开了揉碎了, 由表及里, 由浅入深、由低及高地, 讲得清清楚楚明明白白, 确是令人茅塞顿开受益良 多,而我欣赏的是他的专业高水准以及语言表达的 精采魅力,功底不凡! 此后每年粽子文化节我们都 请他来作报告,他也总是乐此不疲,但他总是很忙, 我也总调侃他: "你企业名称为什么叫快车道呀,这 不你天天行走在快车道上多累啊!"而他再忙甚至 推却别的众多活动,都来参加我们的活动,给我们 作报告。从此他与我、与我们协会团队, 以及企业 都成了朋友,大家也都很自然地会向他请教如何提 升企业品牌定位、企业形象设计等方面的事, 他总 会先耐心地倾听, 并从倾听中提炼出精准的突破点, 然后细致地以一厂一议, 一厂一方的方法给出适合这 个企业的建议与服务, 因此凡经他服务的企业都取 得良好的收益。同时他与他的企业"快车道"也赢 得了良好的口碑!

今天我写这段 文字,是因为劲 松老师的《快车 道买点方法论》 这本书即将出版, 这是他在食品行业 勤奋耕耘努力付出的 经验结晶即将与大家分

享,而我作为一直鼓励他出 这本书的人,我知道他写这本书的不易,因为 实在太忙没有整段时间让他静下心来思考梳理而几 经搁笔,而每每于此我总是叮咛他、鼓励他,甚至 催促他,他历时七至八年,前后几十遍修改移稿, 我自己也出过几本书,深知一字一字扒出一本数万 乃至数十万字的书有多不易!因而我常有一种感悟, 如将写书的文字比作是种草,有一首诗很贴切: 蓠 蓠原上草,一岁一枯荣,野火烧不尽,春风吹又生。

而我愿意为劲松老师的书写这段文字,更重要的原因是因为我看过并听过他的《洞察买点与卖点》的演讲与文字稿,其中最打动我的是:作为卖点的企业主体,你的一切行为准则的出发点与归宿点,必须服从买点的消费客体,因为先有"买"才有"卖",而我们的祖先早就告诫这个哲理:叫"买卖"而不是"卖买",我相信当你读了《快车道买点方法论》这本书一定会开卷受益!

同时更期待行走在快车道上的张劲松再出新书 好书再与我们分享!

二0二二年三月九日于北京

## 目 录

#### 编者之声

03 五一劳动节特刊: 用匠心做食品 用爱心做企业 ——记我协会副会长单位、武汉旭东食品有限公司董事长何旭东

#### 04 编辑部心情驿站

#### 品味人生

05 行走在快车道上的张劲松

#### 热点关注

12 2022 中国食品产业新机遇

#### 产业经济

14 樱花经济正成型 产业或达千亿级

#### 五四青年节专栏

- 16 青春正当时 一起向未来——五四青年节专栏
- 17 积跬步以至千里 积小流以成江海 ——记我协会青年工作部主任、天津市岳城食品有限公司 副总经理岳友超
- 18 天元星只做一件事"把瓜子炒好" ——邢台市天元星食品设备有限公司副总经理 赵汉青
- 19 她让七彩花生从大山深处走向千家万户 ——七彩野地花生创始人 刘亚楠
- 20 源自新疆 讲好雪白仁故事——记广东雪白仁食品有限公司副总经理徐海燕

#### 专家视点

22 高产优质抗逆花生新品种培育

#### 产业链

市场 34 冬奥营销给坚果炒货行业带来的启示

产品 35 零食搭档游乐园

百草味 X 长隆 IP 联名系列产品上线

设备 36 连续式浅粉涂裹系统

辅料 37 关于食品添加剂的6个误区

**原料** 39 坚持必有果,用心做好仁 ——云澳达,一粒中国的夏威夷果

42 巴旦木价格再次暴涨国际局势紧张

种植 43 香榧育苗技术

#### 行业信息

46 《中国居民膳食指南科学研究报告(2021)》正式出版











- 46 三胖蛋助力抗疫
- 46 1亿瓜子卖到断货! 旭东: 已"上线"补货
- 47 来伊份虎年开门红 前两月新签加盟店接近百家
- 47 华宝股份收购上海奕方股权助推公司战略转型升级
- 47 美亚光电:解决坚果行业痛点 护航"舌尖上的安全"
- 48 黄金时节 山东三羊榛缘生物科技有限公全力冲刺
- 48 甘肃核桃深加工产品成功开拓国际市场
- 48 "中国葵花之乡"巴彦淖尔 1150 吨葵花籽出口俄罗斯

#### 世界之窗

- 50 BAGE 将阿根廷葵花籽产量预测值调低到了 330 万吨
- 50 阿尔及利亚公布 2022 年涉及食品的新税政策
- 50 2016年以来白俄罗斯食品对华出口增长近20倍
- 50 2022 年越南腰果行业增长前景乐观
- 51 俄罗斯取消从中国进口的核果和坚果的限制措施
- 51 柬埔寨 3 省即将迎来新腰果加工项目以供应海外市场!
- 51 科特迪瓦 2022 年腰果产量预计占全球产量 25%
- 51 西非地区 2021 年腰果仁产量增长 43%
- 51 坦桑尼亚腰果主产区均采取增产举措

#### 协会工作

- 52 第 16 届中国坚果炒货展同期 30 场主题会议并行——强化展会指导力 聚焦产业高水准 实践助推行业高质量发展
- 54 关于出席 2022 \* 第十六届中国坚果炒货干果果干食品展览 会及各项会议活动的通知
- 62 关于申报第七届(2020-2021年度) 全国坚果炒货食品行业科学技术进步奖的通知
- 65 关于展会延期时间确定的通知
- 66 关于批准新会员人会的通知

#### 企业管理

- 70 探访沃隆坚果,愈发拥挤的坚果赛道, 企业如何强化品牌标签?
- 72 制约坚果炒货中小型企业发展的 4 个瓶颈
- 73 企业如何获得有竞争力的合理成本?

#### 科技标准

75 中华人民共和国种子法

#### 营养与健康

- 86 快来看坚果君为啥怕霉菌
- 87 榛子的营养
- 88 常见有助于抗炎食物 饮食时要注意!













#### Voice of Editor

03 Special issue of Labor Day (May 1) Make food with craftsmanship spirit and enterprise with love— Mr.He Shudong, chairman of Wuhan Xudong Food Co., Ltd and is the vice president unit of our association

#### **04 Soul Station of Editorial Department**

#### **Experience the life**

05 Zhang Jingsong, walking on the "Fast Lane of Package Design"

#### **Hot Spots**

12 New opportunities for China's food industry in 2022

#### **Industrial Economy**

14 China's Cherry Blossom economy is taking shape, and the industry may reach 100 billion

#### Youth Day (May 4)

- 16 Youth is in the moment, Together for a Shared Future ——Youth Day (May 4)
- 17 A thousand-mile journey begins with every small steps, Vast rivers and seas do not reject every stream——Yue Youchao, Director of Youth Work Department of the our association and deputy general manager of Tianjin Yuecheng Food Co., Ltd
- 18 Tianyuanxing focuses on one thing: roasted the melon seed —Zhao Hanqing, Deputy general manager of Xingtai Tianyuanxing Food Equipment Co., Ltd
- 19 She brought colorful peanuts from the remote mountains to thousands of families—Liu Yanan, Founder of "Qicai-Yedi" peanut
- 20 Pure&Well, a legend from Xinjiang——Xu Haiyan, Deputy general manager of Guangdong Pure&Well Food Co., Ltd

#### **Expert Perspective**

22 Cultivation of new peanut varieties with high yield, high quality and stress resistance

#### **Industrial chain**

Market

34 An Enlightenment form Winter Olympics marketing to nuts and roasted seeds industry: Snacks partner with amusement parks

**Product** 

35 Be & Cheery x Chimelong: launch of IP joint brand series products

Equipment Accessories

- 36 A continuous shallow powder coating system37 6 misunderstandings about food additives
- Persistence will bring good results —
  Yunaoda, concentrate on planting China's
  Queensland nut

Raw Plant

- 42 Seedling raising techniques of Torreya grandis
- 43 The price of Almonds soared again due to international tension

#### **Industry Information**

- 46 The scientific research report on dietary guidelines for Chinese residents (2021) was officially published
- 46 "Sanpandan" help fight the epidemic

- 46 100 million yuan worth of melon seeds were sold out! Xudong: replenishment "Online"
- 47 Laiyifen made a good start in the year of the tiger, with nearly 100 newly signed franchise stores in the first two months
- 47 Huabao shares acquired the stock right of Shanghai Yifang, boosting the company's strategic transformation and upgrading
- 47 "Meiya optoelectronics: solve the pain points of the nut industry and escort the "Safety on the tip of the tongue"
- 48 Golden season: Shandong Sanyang Zhenyuan Biotechnology Co., Ltd. Is all-out sprint
- 48 Gansu's walnut deep processing products have successfully exploded into the international market
- 48 Bayan Nur-Hometown of Chinese sunflower, exports 1150 tons of sunflower seeds to Russia

#### Window of the world

- 50 Buenos Aires Stock Exchange(BAGE) lowered Argentina's sunflower seed production forecast to 3.3 million
- 50 Algeria announces new tax policy on food in 2022
- 50 Belarus' food export to China up almost 20 times since 2016
- 50 Vietnam 's Cashew sector predicted to secure good export growth in 2022
- 51 Russia lifted restrictions on the import of drupe and nuts from China
- 51 Three Provinces in Cambodia are About to Launch New Cashew Processing Projects to Supply Overseas Markets!
- 51 Cashew: Côte d' Ivoire, Production is expected to account for 25% of global production in 2022
- 51 West Africa's cashew nut output increased by 43% in 2021
- 51 Tanzania has taken measures to increase production in the main cashew-producing areas

#### **Association work**

- 52 30 theme meetings were held simultaneously on the 16th China Nuts and Roasted Seeds Industry Exhibition ——Strengthen the guidance of the exhibition and focus on the high-level practice of the industry, Help promote highquality development of the industry
- 54 Notice on attending the 16th China Nuts and Roasted Seeds Industry Exhibition and various conference activities in 2022
- 62 Notice on applying for the 7th (2020-2021) Science and Technology Progress Award for China Nuts and Roasted Seeds Industry
- 65 Notice on the Determination of Adjourning the Exhibition
- 66 Notice on the Approving new members to join the Association

#### **Business management**

- 70 Visit Wolong Nuts: how can enterprises strengthen brand labels in highly competitive industries?
- 72 4 bottlenecks restricting the development of small and medium-sized enterprises in nuts and Roasted Seeds industry
- 73 How can enterprises obtain competitive and reasonable costs?

#### Laws and regulations

75 Seed Law of the People's Republic of China

#### **Nutrition and Health**

- 86 Come look at it, why are Nuts afraid of mold?
- 87 Nutrition of hazelnut
- 88 Common anti-inflammatory foods: dietary precautions





## 《中国坚果炒货》杂志**新增英文电子版的征稿函**

《中国坚果炒货》杂志是中国食品工业协会坚果炒货专业委员会指导,北京中坚合果信息咨询服务有限公司、中国坚果炒货网、中国坚果炒货展会网主办的,为目前国内唯一一份全国坚果炒货行业的指导性期刊。为了让全世界的坚果行业更了解中国坚果炒货行业,让中国坚果行业融入全球坚果经贸一体化,与全球同行携手合作共赢。为适应这一发展新趋势,自2020年4月起《中国坚果炒货》杂志新增英文电子版,面向全球坚果企业、行业、协会,作为信息互传交流。现诚挚地向国内会员企业,以及国内外广大读者、专业学者、坚果炒货从业人员征稿,征稿内容及范围如下:

- 一、宣传本企业及领导(董事长、总经理)业绩、经验(请同时 配企业及领导人工作照片);
- 二、工作心得及经验介绍:车间管理、技术、工艺、质量、品管、 产品开发、检验等工作心得及经验;
- 三、宣传本企业最新科研成果(原料种植、营养、工艺技术、设备、添加剂等)及新产品的推介(中英文);

四、营销心得及经验介绍:营销中仓储、运输、批发、产品出样、直销及终端市场,以及洽谈生意、签署合同等方面的心得及经验;

五、征集企业所需信息,如:原料采购、设备选购、人才招聘等 信息咨询:

六、对本杂志提出建议及意见:

传真: 010-63344578

七、本杂志专家组成员每年需提供2-3篇专业文稿,可自己撰写, 也可荐稿。

八、稿件中、英文均可,欢迎大家踊跃投稿与荐稿! 征稿要求:稿件为电子文档形式请发至:cnfiec@163.com 本刊地址:北京市丰台区太平桥东里5号

邮编: 100073 电话: 010-63344578 63344031

来稿请标出作者姓名、工作单位、职务职称、邮编、电子邮箱, 其他个人资料也可附上,供本刊发表和联系使用。

中国坚果炒货编辑部

## 《中国坚果炒货》杂志中英文版信息咨询服务表

《中国坚果炒货》杂志中、英文版同时接受国内外有关企业和协会的信息咨询服务,具体内容如下:

#### 一、中文版杂志信息咨询服务费

1、咨询服务价格

A类:单页18000元/年(6期杂志内页+1期会刊) 连页35000元/年(6期杂志内页+1期会刊)

B类:企业专题服务:根据企业的具体需求,进行专题宣传(含图片、专访、宣传报道等),具体详情咨询协会工作人员。

C类: 四封服务(双月刊,一年6期)

封面: 45000元/年(不做单期) 封底: 38000元/年(8000元/期)

封二: 28000元/年(5000元/期)封三: 28000元/年(5000元/期) 英文目录对页位置: 25000元/年(4500元/期)

版权页对页位置: 25000元/年(4500元/期)

2、咨询服务权益

以上三类均可享受以下服务: 1、免费获赠全年杂志每期3本; 2、全年每期刊登一页(A4)企业或产品宣传彩页,或宣传本企业最新科研成果(原料种植、营养、工艺技术、设备、添加剂等)及新产品的软文推介; 3、提供行业标准、政策法规等其他咨询服务。

3、制作要求

封面尺寸: 210\*206mm(要留出导读位置), 封二、封三、封底、内页尺寸: 210\*285mm, 四封和内页的精度要求: 300DPI, 格式要求: JPG、PSD、TIF、EPS、AI; 四周各留3mm出血。

#### 二、英文电子版杂志信息咨询服务

1、咨询服务价格

A类:单页10000元/年(6期杂志内页+1期会刊)(2000元/期) 连页15000元/年(6期杂志内页+1期会刊)(3000元/期)

B类:企业专题服务:根据企业的具体需求,进行专题宣传(含图片、专访、宣传报道等),具体详情咨询协会工作人员。

C类:四封服务(双月刊,一年6期)

封面: 20000元/年(不做单期) 封底: 15000元/年(3000元/期)

封二: 10000元/年(2000元/期)封三: 10000元/年(2000元/期)

英文目录对页位置: 12000元/年(2500元/期)

版权页对页位置: 12000元/年(2500元/期)

2、咨询服务权益

以上三类均可享受以下服务: 1、免费获赠全年杂志每期3本; 2、全年每期刊登一页(A4)企业或产品宣传彩页,或宣传本企业最新科研成果(原料种植、营养、工艺技术、设备、添加剂等)及新产品的软文推介; 3、定期向全球坚果企业、行业、协会定向发送。

3、制作要求

(提供英文版)封面尺寸: 210\*206mm(要留出导读位置), 封二、封三、封底、内页尺寸: 210\*285mm,四封和内页的精度要求: 300DPI,格式要求: JPG、PSD、TIF、EPS、AI;四周各留3mm出血。

所有文字稿件和彩页均可发至E-mail: jianguozhan@163.com

#### 联系方式

联系人: 张蕾 电话: 010-63344578、63344031 中国坚果炒货展会网: www.chinanutexpo.com 中国坚果炒货网: http://www.csnc.cn/



# 中国坚果炒货网



www.csnc.cn

主办单位:中国食品工业协会坚果炒货专业委员会

## 每天一把坚果瓜子,有益健康

WWW.CSNC.CN 中国坚果炒货网·中国



## 本网站为中英文双语版

中国坚果炒货网, 网罗坚果炒货天下事

是全国坚果炒货行业的权威性专业网站,致力于为企业提供服务,

是行业、企业的信息展示、交流平台。

联系人: 张蕾

联系方式: 电话/传真 010-63344578 63344031

# 中国坚果炒货杂志



## 双月刊 中英文双语出版

指导单位:中国食品工业协会

坚果炒货专业委员会

贴近企业,具有较强可读性、实用性

和行业指导性的权威杂志

电话/传真: 010-63344578

63344031

联系人: 张蕾

# 传洽洽小黄袋 语〇坚果

# 掌握关键保鲜技术

坚果刚剥壳般的美味



**《**荣获国家科学技术进步奖》



# 2022 中国食品产业新机遇

来源:食业头条



国民经济第一大产业是食品产业,食品行业规模以上企业 36000 多家,主营业务销售收入超 10 万亿,渠道商 100 多万家,零售终端超 500 多万家,相关从业者在 3000 万左右,和 14 亿消费者息息相关。

如此大的产业自然有着新机会。 在新消费时代,我们的品类、产品、 营销、品牌,都迎来了重做一遍的市 场机遇。

2021 年 12 月,中央经济工作会 议指出,我国经济发展面临多年未见 的需求收缩、供给冲击、预期转弱三 重压力:

- 一是总需求收缩,消费和投资增 长势头减弱,外需存在较大不确定性,
- 二是结构性短缺,企业面临缺煤、缺电、缺芯、缺工等要素短缺问题;
  - 三是成本和价格上扬, PPI 持续

攀升,挤压下游产业生存发展空间;

受宏观经济、消费需求、产业周期、渠道结构等因素影响,食品工业特别是中小企业面临三大挑战:

一是原材料、人工、运输、能源价格上涨,电力供应紧张等造成食品工业生产经营成本增加,导致利润下降甚至亏损。大豆、糖、牛肉等大宗原料进口依赖度高,新冠疫情、贸易冲突等因素原材料价格上涨不确定性增加。

二是疫情局部区域反弹,给线下 零售终端、餐饮终端销售、跨区域流 通以及激发消费市场活力、提振消费 信心带来了负面影响。

三是渠道线上化、多元化造成企业转型困难,部分新型互联网营销渠道带来产品零售价格下降、营销成本上升,影响到食品工业原有的产供销

价格体系。

打赢 X 之战主要在两个方面: 一个是存量提扩,在 10 万亿的大食品产业中寻找品类或产品迭代的存量升级机遇;另一个是增量创新,通过创新品类,创造需求,在新消费中创空间。

食品企业该如何把握机会?那就是快速并持续引爆市场!过去二十年时间,食品行业先后出现了两种引爆模式:

一种是线下招商引爆,推出新产品,通过大型展会招商方式抢占渠道,另一种是最近几年的线上传播引爆,通过内容营销、明星代言、KOL种草等,快速引发消费者关注,成就 "网红"。

两种方式都有其局限性。单纯的 线下招商引爆,忽略消费势能打造, 往往出现动销难题。单纯的线上种草 引爆,产品爆红后极易被竞品复制跟进,不能实现从"网红"到"长红"的跨越。

如何持续引爆?需要构建推拉结合的持续引爆模式,同步推进以激发信心、行动为主的全渠道种树和以内容营销为主的消费者种草,占领渠道心智和消费心智,实现渠道引爆和消费引爆的聚变反应。

市场持续引爆公式:市场持续引爆-好产品\*全渠道种树\*消费者种草。

好产品除了颜值高、品质高外,还有一个重要的属性——时代属性。时代属性是我们评价好产品的重要的标志。消费需求 "进化迭代",90年代以来中国食品工业正在经历从1.0-4.0的跨越。目前,中国食品工业整体处于从2.0时代产品向3.0时代产品过渡时期,这个过渡也带来了各个产品重做一遍的市场机遇。

- 1.0 时代产品是满足吃或者喝的 产品,消费者对于品牌、包装等要素 的关注度较低;
- 2.0 时代产品是"好吃、好喝"的产品,原料优质、口感良好、包装精美、购买便捷的产品受到消费者欢迎,品牌成为品质的代名词;
- 3.0 时代产品是指"吃好、喝好"的产品,在购买、消费产品过程中,消费者希望有好的购物体验,产品不仅好吃,还要有情调、有文化、有个性、有互动;
- 4.0 时代是成为新型生活方式的 产品,在吃饱、好吃、吃好基础上, 产品对标消费者新型生活方式,如低 脂、低糖、运动等。





通过"好产品\*全渠道种树\*消费者种草"这样的持续市场引爆公式,我们希望实现企业或产品的三个占位:行业的占位、渠道的占位、消费者心智占位。

第一个环节播种:明确市场占位,制造原点话题。播下什么样的种子决定着最后结出什么样的果实。在浩繁的产品海洋中,定位理论仍然发挥着重要作用。过去,消费者用品类思考,用品牌决策,品牌需要成为某个品类的代名词,要么第一,要么唯一。现在,消费者增加了用场景思考,用品牌决策的习惯,品牌要成为某个消费场景的解决方案。另外,新消费带来了"重做一遍"的市场机会,企业可以定位成"重做一遍"的代名词进而获得竞争优势。

第二个环节生根:专业加持,专家代言。品牌的核心是信任,信任是一种稀缺资源。品牌定位需要持续的专业支撑,除了企业自身的专业承诺外,权威专家、媒体、机构等做出的更深层次的确认和肯定非常关键,可以起到画龙点睛和倍数放大的效应。

第三个环节发芽: 积累传播素材,创作多媒体内容。传统传播时代侧重 于播,有钱就能播,新传播时代侧重 于传,有料才能传,这个"料"就是 优质内容。在全渠道种树的过程中, 如何将企业家理念、企业占位、产品 差异化卖点、企业大事件,转化为全 渠道成员感同身受、喜闻乐见的多媒 体内容,进而引发优质内容在全渠道 成员之间的裂变传播非常关键。

第四个环节开花:全媒体发布及 裂变,阶段性霸屏。新传播需要完成 从"播"到"传"的动能转化。创 作直播、视频、文章、海报等化。创 作直播、视频、文章、海报等化优质 内容,通过微信公众号、朋友管质 一个容,通过微信公众号、朋友管圈、 微信群等传播平台,实现筑起"注意 为拦截大坝"。除了媒体平台传播, 还要触发社交传播和人人传播,将 企业老板和员工、专业人士、经销商、 零售终端、消费者意见领袖、媒体、 形成扩圈儿效应。

第五个环节结果: 举办品类峰会,促进资源转化。全渠道种树过程中的流量和关注,可以通过组织品类合作峰会、品牌战略发布会等方式,加速转化为渠道共识和市场行为。除了建立认知、强化信心,全渠道种树还有一个重要价值就是链接,数字营销时代,营、销从分离正在走向一体,在传播中销售,在销售中传播,在种树中招商,在招商中种树,全渠道种树的过程就是扩大招商和促进动销的过程。

按语: 我国幅员辽阔,地大物博,各地都有各具特色的生产生活。此文以武汉当地的"樱花经济"为例,建议各省市的坚果炒货企业利用地域特色大力发展地域经济,对推动当地坚果炒货行业的发展起到积极的作用。

# 樱花经济正成型 产业或达干亿级

文章来源: 楚天都市报 本刊修改

随着湖北省启动"相约春天赏樱花"系列消费促进活动,记者探访市场发现,众多知名品牌纷纷也攀上"樱花枝",布局"春季限定"市场。

据了解,良品铺子今年发布了 14款樱花限定系列新品,涵盖了糕点、 饼干、果干、布丁等多个品类,将樱 花元素运用到产品风味、包装设计各 方面。针对年轻消费者的喜好,良品 铺子还特别推出了樱花风味果冻、樱 花造型棒棒糖等樱花季新品。

作为每年各大品牌拼"颜值"的节令战场,良品铺子携手国内知名产品包装设计师潘虎、日本插画师近藤达弥"双IP"联名设计打造樱花限定系列。以樱花为核心元素,选择最常见的染井吉野樱为原型,通过艺术插画的再创作,再现了一朵樱花从花苞初露、花蕊、璀璨绽放的过程,樱色搭配水墨绿,烫金的勾边让每朵樱花在包装盒"跃然显现",立体而灵动。

武汉本土老字号,扬子江食品陆续推出了樱花风味的夹心曲奇、樱花饼干等多样形态,同时以更加丰富的樱花主题文创包装"俘获"年轻人的味蕾与欢心。

不管是去年风靡江城的樱花糕饼, 还是迎合年轻人审美与口味的樱花味巧



克力夹心曲奇,都有着粉红色的外衣, 看上去十分活泼。糕点外包装盒上有手 绘的武汉大学樱花与樱顶等元素图案, 樱花饼的面皮上则有 3D 版的樱花雕刻 图形,看上去颇具文艺范。

樱花经济兴起的背后,是"她经济"和"颜值经济"共同助力。樱花粉嫩柔和的色调,自带浪漫、甜美的滤镜,尤其吸引女性消费者。根据营销界著名的"7秒定律"理论,用户在7秒内就已确定是否有购买商品的意愿,而在这7秒内的色彩影响力占比67%。

中南财经政法大学营销管理系主 任、新媒体营销研究中心研究员杜鹏 副教授在接受采访时表示,春天看樱 花,成为了大众的一种"樱花情结",用户情绪是营销最好的催化剂。樱花的粉色成为了春天里的视觉符号,满足了人们对美好生活的想象,"为美好生活而买单"也就变得理所当然。他指出,品牌参与樱花季跨界营销的门槛较低,而樱花的花季只有7天,这种"过时不候"的季节景观暗合了品牌宣传中惯用的限时限量营销手法。

当下,樱花季带来了消费的增长。 在杜鹏副教授看来,属于中国的樱花经 济正在成型,樱花产业将形成一个千亿 甚至万亿级的巨型蛋糕,可以通过推行 "满城樱花"计划和"樱花节庆"活动 等,让樱花成为一张城市新名片。



国民

零食第一股

股票代码:300783

## 三只松鼠

#### 拥有超过1亿主人的国民零食品牌

成立8年间,三只松鼠上架7000余款零食,获得167个国家和地区、超过1.3亿主人的选择,成为受国人喜爱、畅销全球的超级国民品牌!















-五四青年节专栏





# 积跬步以至千里 积小流以成江海

——记我协会青年工作部主任、天津市岳城食品 有限公司副总经理岳友超

在人生道路上,每个人都在用自我的足迹书写着历史。在经济浪潮波涛澎湃的今日,许多人正在以无私的工作态度和忘我的敬业精神在自我平凡的岗位上默默无闻,无声无息的奉献着。''不积跬步,无以至千里;不积小流,无一成江海。

岳友超,一位 90 后,标准的坚果炒货二代,2014年考人太原科技大学经济学院,在校期间,积极参加学校活动,担任学生会干部一职,由于勤奋好学,乐于助人的性格,受到同学,老师的喜欢,任班长一职,2018年加入中国共产党成为中共党员。

随着大学的毕业,岳友超褪去学生的身份,参加的第一份工作,并不是回到自家企业工作,而是先在外面找了一份有关坚果炒货的工作,因为自己家也是干坚果炒货行业的,从小受到坚果炒货文化的熏陶,他内心深处就是把干好坚果炒货行业当做自己的使命。参加工作后,他努力学习坚果炒货大企业的优点,发现它的不足,为以后能为自己家乡的坚果炒货行业做强,做大打好基础。他从一名刚入职的普通员工成长为一名管理人员,成为管理员的一年多时间,他始终注重知识的更新,充分利用业余时间和岗位锻炼的机会,刻苦钻研业务知识,敏锐洞察当前形式,准确把握时代脉搏,不断增强做好坚果炒货工作的能力。

一年后当岳友超回到"天津市岳城食品有限公司",立刻把坚果炒货工艺,把产品质量作为重点,不断改善。经过不断地努力、成长,现在岳城食品有限公司是北方最大的坚果炒货基地的龙头企业,并先后获得了"天津著名商标",获"文明诚信民企"、"先进单位"等称号。

在企业高速发展的同时,岳友超也始终不忘共产党员的身份,把群众利益放在第一位,积极响应党和政府精准扶贫的号召,配合开展"万企帮万村"结对帮扶活动,与临泾镇耿塬村对口帮扶,每年向对口帮扶村提供帮扶资金。疫情期间,作为志愿者到村口站岗,为来往村民测体温,发口罩。赢得了政府、消费



▲ 我协会青年工作部主任、天津市岳城食品有限公司 副总经理岳友超

者和广大居民群众的交口称赞。

现在岳友超也是当地区县的人大代表,深知自己的一言一行,一举一动直接关系到党和企业的形象,为此,他更注重加强学习,提高自身综合素质。在学习中把握机遇,从实践中获取挑战,从兴趣中攫取快乐。2021年他有幸被选为中国坚果炒货协会青年工作部主任。作为一个90后,他深知学习的重要性,努力做到"学中干,干中学",目前他不仅肩负着经营的责任,更多是担负着传承坚果炒货行业"匠心精神"的社会责任。

# 天元星只做一件事 "把瓜子炒好"

#### -邢台市天元星食品设备有限公司副总经理 赵汉青



▲ 邢台市天元星食品设备有限公司副总经理 赵汉青

我曾经问过父亲为什么给企业起名"天元星",他 说这几十年就做了两件事:一是十五岁开始炒瓜子,二 是十八岁学会了下围棋,2008年成立了第二个公司研发 制造坚果炒货设备,目的还是为了炒好瓜子,而"天元星" 名字的由来只是对围棋的喜爱, 随手拈来的一种情怀, 没有什么更深的意义。但是我能感受到,父亲几十年来 对坚果炒货技术的挖掘探索,用工匠精神来形容一点都 不为过。

我们家做坚果炒货是从爷爷开始的,爷爷当年在市 糖烟酒公司下属的一个坚果炒货厂工作, 我父亲接过爷 爷的铁锹从每天炒400斤瓜子, 演变到现在每小时3000 斤的产能, 他见证了坚果炒货行业的快速发展, 也为这 个行业的发展奉献了自己的青春。而在我们家提到最多 的一个词就是"传承",传承老一辈坚果炒货人吃苦耐 劳的精神, 传承对生产工艺精益求精的追求, 传承着对 坚果炒货行业的热爱!

到了我这一代, 坚果炒货行业已经有了长足的发 展, 坚果炒货企业也有了喜悦同分享, 苦难共担当的"娘 家"——中国坚果炒货协会!协会为了行业发展更加蓬 勃生机,于2016年成立了青年工作部。当接到通知, 批准我加入中国坚果炒货协会青年工作部的时候, 我突 然感觉到肩上担负了一种责任, 协会成立青年工作部可 谓是用心良苦! 所以我清楚青年工作部的历史使命, 是 为了坚果炒货行业未来的发展,在有意培养一批优秀的 坚果炒货企业青年二代。在青年工作部的这几年, 我认 真的对待交付的工作,努力向其他优秀的伙伴学习。希 望通过我的努力,真正为坚果炒货行业做点事情。而我 最大的财富就是父辈用40年的时间,对坚果炒货工艺 经验的积累和认知。

坚果炒货食品起源于华夏、根在中国, 我们没有学 习模仿别人的标杆,未来的发展方向要靠自己摸索实践, 制定出适合国人饮食需求的质量标准, 把坚果炒货食品 当作中国的名片,输出到不同的种族和地域,倡导健康 理念引领他们的饮食习惯, 弘扬中国的饮食文化。

坚果炒货行业有点类似干围城,外面的人不容易讲 来,里面的人也不太想出去,每家都有自己的生存之道, 为了活得更好重要的就是保护好自己的生产方式, 如果 业内缺少技术交流沟通, 生产工艺很可能是制约行业发 展的瓶颈。现在已经进入数字化时代, 我希望通过自己 的努力, 在坚果炒货生产方面做点事情, 能尽快跟上时 代的发展潮流,利用数字化的技术手段,尽快实现无人 化的生产模式, 因为它标志着产品质量的稳定性、可复 制性及规模化生产,用我们积累的技术经验与业内交流 互动,不负韶华不辱使命,为行业的未来发展尽显自己 的绵薄之力!

# 她让七彩花生从大山深处 走向千家万户

#### ——七彩野地花生创始人 刘亚楠

#### 【一颗特别的花生】

说到七彩花生,想必很多人都知道,在全国各地很多精品商超、市场、餐厅等都能看到它的身影。绚丽的紫色花纹十分引人注目,当然,最吸引人的还是它独一无二的味道,无需调味、人口香甜。"傣族老品种,原产云南,自然甜",七彩花生正在被越来越多的消费者认识与喜爱,然而七彩花生是如何从大山深处走向千家万户的?故事要从一个姑娘开始说起。

#### 【刘亚楠】

刘亚楠——"七彩野地花生"品类及品牌创始人,云南傣御农业科技有限公司董事长。曾获得第八届云南青年创业省长奖、2020年云南五四青年奖章。

2009 年以刘亚楠一直想做一个属于自己的品牌。于是三年多的时间里,她走访了全国 40 多个高原特色县,但一直没有找到让她心动的产品!

#### 【初见七彩花生】

2012 年的某一天, 刘亚楠前往 云南孟连做产品调研,途中下起了雨, 一个背着竹篓的傣族女孩在路边屋檐 下躲雨,于是顺带捎上了她,后来姑娘从背篓里捧出自家种的花生向她表达谢意。刘亚楠剥开花生正准备吃,却被花生的外观惊到了,果仁上分布着漂亮的紫色花纹,带着好奇心把花生送人口中,一口咬下去,鲜脆清甜,这并非自己认知中的花生。再次观察了手里剩下的花生,果壳比市场上见到的其他花生要大,外壳坚硬,纹路 很深,果仁身上除了令人惊艳的花纹以外,还有一个尖尖的小角。傣族姑娘说这是当地的老品种,听村里老人说,几百年前就已经在种植了,一般都是自己家随意种一点自己吃,全部人家的种植面积加起来不超过50亩。

那份清甜带来的震撼久久不能散

去,一个想法在刘亚楠心中悄悄滋长。 回到昆明后,刘亚楠立即将花生 送去检测,结果令人惊喜,这种花生 含花青素、含硒、含膳食纤维、含多 不饱和脂肪酸等,具有很高的营养价 值。于是刘亚楠当机立断,成立了云 南傣御农业科技有限公司,根据傣家 特色花生的特点将其命名为"七彩野 地花生",并创立了七彩野地花生品 牌,七彩野地花生就此诞生!

#### 【 纵有艰难和险阻 甘洒热血写春秋 】

追逐的道路少不了坎坷,前期种子少、产量低,农民看不到利益所在,几乎没有人愿意大量种植,在很多人看来,七彩花生想要形成量产根本是异想天开。但是刘亚楠很倔强,她挨家挨户走访,解决农户的疑虑,接着四处拜访,组建专业研究团队,自己培育种子。前期收获的果实绝大部分都用做了基础种源。从2012年到2015年,刘亚楠的工作重心一直放在良种选育与种植面积扩张上。功夫不负有心人,3年时间,他让七彩花生从初始的50亩终于扩大到5000亩。

5000 亩以后, 孟连当地已经没有更多的土地可以扩展了, 怎么办? 经过几年的测试, 省外种植的结果并不如意, 不仅花纹会逐渐变浅, 味道



▲ 七彩野地花生创始人 刘亚楠

和营养成分也跟普通花生相差无几, 于是她放弃了扩展省外基地的想法, 专心建设云南基地。

在云南基地种植端,刘亚楠把传统的"基地+农户"的模式升级为"党支部+农户及贫困户+企业"的模式,党支部运用组织化管理,进行生产统筹及组织管理,农户负责生产,企业负责销售,另外企业每吨还给予村集体经济补贴,环环相扣、运营管理更加高效。累计扶持建档立卡户也达到了5000多户,间接带动周边乡镇超过10000余户农户开展高原特色七彩野地花生种植致富。刘亚楠也得到了一个外号,大家都亲切地称呼她为"花生仙子"。

2020年,刘亚楠加入中国坚果炒货协会青年工作部,她说:"这里更像一个大家庭,来自全国各地的坚果炒货企业优秀青年企业家们汇集于此,构建出一个相互交流学习的平台,在青年工作部的2年不仅交到了更多的朋友,更重要的是学到了更多,受益匪浅,希望我们这个大家庭能越来越好。"

# 东雪白仁食品有限公司副总经理徐海燕



▲ 广东雪白仁食品有限公司副总经理 徐海燕

广东雪白仁食品有限公司隶属于雪白仁集团,创立于 1986 年,是一家有着三十多年历史传承的农业高科企业,从最初的向阳瓜子厂发展至今天的规模,集种植、生产、销售全产业链于一体的集团企业,承载了三代人的努力。

海外留学归来之后,徐海燕先后任职于国内外品牌公司,对于市场,消费者洞察有着自己的看法。她始终觉得以消费者为中心的产品为王。徐海燕于2014年开始任职于雪白仁,负责公司海外市场的开拓,助力公司开拓了中东、东南亚、美国等市场。公司出口产品包括红瓜子、黑瓜子、葫芦子、葵花籽等各类瓜子瓜仁原料。2017年在原本产品线的基础上,开始负责企业零售产品研发设计以及品牌推广。先后通过线下开店,线上结合平台进行产品研发。内销产品结合渠道优势,进行渠道细分产品,包括烘焙原料系列瓜仁、坚果和果干,小包装零食系列坚果果干,以及坚果果干礼盒系列产品,目前已成功打造"焙乐仁"烘焙原料品牌及"雪白仁"坚果零售品牌,通过线上旗舰店、线下批发及零售等多渠道进行市场推广和销售。

回归雪白仁的这八年,也是徐海燕不断沉淀的过程。之所以能够不断创新,取得佳绩,一方面得益于她在海外的留学经历与大型跨国公司的工作经历,特别是在广告和市场营销方面的实践经验;另一方面也受到了她的父亲徐长海先生对集团"立足新疆、放眼全球"的发展战略的影响。

随着工作的开展,徐海燕也增加了与国内同行的交流与学习,并且于2020年加入中国食品工业协会坚果炒货专业委员会青年工作部。加入工作部后,徐海燕先后参加了多场协会组织的活动,包括2020年双十一期间三只松鼠参观之旅,2021年五四青年太行山红色之旅,9.17期间的行业座谈会等等。通过青年工作部的平台,徐海燕不但加深了与同行的优秀青年企业家们探讨行业的发展现状和前景,更有幸通过行业的前辈们的经验分享来学习进步,结合企业的实际情况不断思考改进。

雪白仁致力于将新疆的瓜子、瓜仁、坚果、果干、沙棘等优质特色农产品销往全国各地。通过在原产地不断加深和农户合作,深耕原产地,全国建立多个自有工厂,精研工艺,层层把关严控品质,终端结合市场和消费者进行产品提升优化。正因为有从大美新疆产地到东南海滨市场的优势,才能真正做到从田园到餐桌,保障好品质,坚持做好仁。怀着这样的一腔热情,她立志做好雪白仁产品,要讲好雪白仁故事。





招商热线:4000-817-517 苏州口水娃食品有限公司

## 高产优质抗逆花生新品种培育

- ・山东省花生研究所
- 国家花生工程技术研究中心
- 国家花生产业技术体系
- 抗 逆 品 种 改 良 岗 位

迟晓元

研究员

#### 汇报提纲

- 一、我国花生产业现状
- 二、高产优质抗逆花生新品种培育
- 三、展望



#### 一、我国花生产业现状



《本草纲目》(1590)——花生俗称" 长生果",具有悦脾和胃、润肺化痰、 滋养补气、清音止痒的功效。

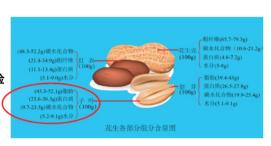


《大英百科全书》(1771)——花生中的蛋白质、矿物质、维生素优于牛肝,脂肪胜于黄油。

#### 我国花生产业现状

#### 花生的营养价值

- ₿ 延缓衰老
- **∮** 维护胃肠道健康
- 维持体重和减轻体重
- 预防前列腺疾病

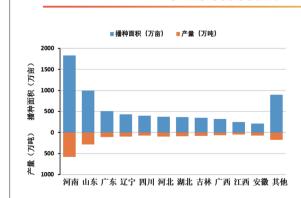


#### 2010年-2019年全国花生种植面积与产量



- ✓ 2019年全国播种面积为6949.5万亩, 总产量为1752万吨。
- ✓ 2010-2019年全国平均播种面积为6681.75万亩,平均产量为1625.06万吨。

#### 2019年全国各省份花生面积与产量

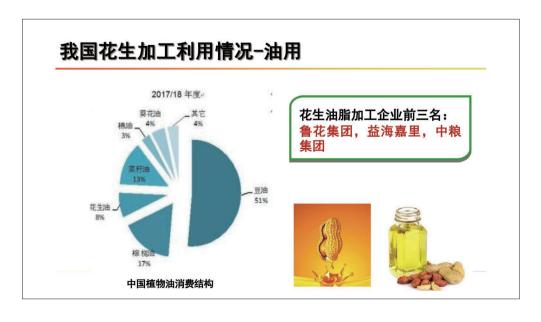


- ✓ 河南省:播种面积1834.65万亩 总产量576.7万吨
- ✓ 山东省:播种面积999.75万亩 总产量284.8万吨
- ✓ 安徽省:播种面积213.3万亩 总产量70.6万吨



单位面积(公斤/亩)
314.33
284.87
212.80
222.33
172.20
257.00
234.53
218.80
205.07
194.67
330.80

#### 我国花生加工产业现状 451.27 1353, 81 6143.55 花生及制品产值 2965. 57 818.65 出口花生 71亿元 393. 21 3731.87 688. 12 花生油及饼粕 119.27 540. 28 561.03 885亿元 127.81 294. 02 260.73 240.93 1671.51 我国是世界上最大的花生生产 食用花生 国和消费国。我国花生加工业 544亿元 总产值约1500亿元,居世界首 位,是印度的5倍,美国的6倍。 USDA, 2017



#### 我国花生加工利用情况-食用 国内食用花生消费领域 食品工业原料渠道 餐饮渠道 小包装零售渠道 中式餐饮 花生坚果炒货 (含八宝粥) 西餐配料 佐餐调味酱/酱菜 糖果巧克力 速冻冷饮

#### 二、高产优质抗逆花生新品种培育一构建花生突变体库

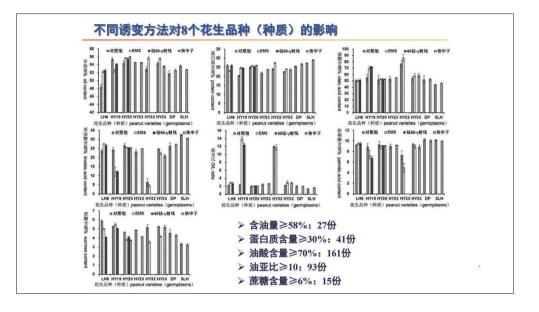
- 目前我国的花生品种面临着遗传基础日趋狭窄、品种过于单一化的问题,尤其是优异种 质资源匮乏和讨分依赖少数骨干亲本资源的问题。
- 利用诱变手段创制突变种质是作物种质改良和理论学研究的重要途径。目前采用的突变 方法主要有物理诱变和化学诱变两种。
- 禹山林等(2008)利用<sup>60</sup>Co-y射线辐照79266获得了高油酸突变体SPI098,并利用创制的 种质培育了新品种花育32号。
- 王传堂等(2010; 2012)采用将EMS注入花器、EMS和DES浸种处理的方式,获得了农 艺性状、品质性状发生改变的花生突变体材料。创制的高油酸突变体产生了新的FAD2B 基因突变位点。殷冬梅等(2013; 2015)采用离子束诱变、EMS诱变构建了一个花生突 变体库。侯蕾等(2016)利用EMS、60Co-γ射线、快中子辐射处理花生成熟种子,获得 了一个突变群体。王晶珊等(2017; 2019)结合植物组织培养与诱变技术的离体诱变方 法,创造了高油、耐旱、耐盐等突变体,并育成了宇花5号、宇花7号、宇花9号等新品种。

#### (一) 构建花生突变体库

- ▶ 利用EMS化学诱变、钴60-γ射线辐射、快中子辐射三种方法对种子进行处理,经过 M2~M7代多年筛选后获得了一个含有1623份种质的花生突变体库。
- ▶ 利用近红外光谱仪检测含油量、蛋白质、油酸、亚油酸、棕榈酸、蔗糖、油亚比等7 种品质性状。 突变体数目统计

品种名称	1.5%EMS 诱变	250Gy <sup>60</sup> Co-γ射线 辐射	14MeV 能 量快中子 辐射	合计
鲁花6号	40	99	/	139
花育19号	19	300	/	319
花育20号	177	69	248	494
花育23号	/	/	382	382
花育32号	9	/	/	9
花育33号	45	/	10	55
龙花生	/	/	67	67
四粒红	1	/	158	158
合计	290	468	865	1623





#### 高油酸突变体的创制和分析

154份花育19号高油酸突变体的FAD2A基因本身已经发生了突 变, 第448 bp位点发生由 "G"到 "A"的转换, 但是并没有引起油酸 性状的显著变化。FAD2B基因的442bp位点插入一个"A"。突变体 油酸变幅为66.46-80.30%, 亚油酸变幅1.29-13.34%, 油亚比变幅 4.98-62.31.

利用KASP技术对突变体FAD基因进行检测和分析

名称	个数	FAD2A	FAD2B	油酸变幅	亚油酸变幅 %	O/L值变幅	油酸平均值%	亚油酸平均 值%	O/L值平均 值
花育 19 号	1	G448A	_	/	1	/	42.44	34.81	1.22
F19(250Gy)	146	G448A	442A	66.46-80.30	1.29-13.34	4.98-62.31	74.45	6.5	14.00
F19EMS (1.5%)	8	G448A	442A	69.94-79.05	3.66-10.75	6.51-21.62	73.70	7.35	11.09
全部突变体	154	G448A	442A	66.46-80.30	1.29-13.34	4.98-62.31	74.14	6.81	13.48

#### (二) 花生高产育种

#### 研究背景

- 花生是我国重要的油料作物和经济作物。在国内耕地面积有限(甚至减少)、国际植 物油价格稳定性面临挑战的环境下,如何进一步挖掘花生产量潜力,培育超高产花生 新品种、是关系国家油脂产业战略安全的重要课题。
- •目前花生高产理论基础与水稻、小麦相比尚显薄弱。缺乏对产量性状相关基因的鉴定 和克隆,成为阻滞花生产量遗传机制解析和开展花生分子设计育种的"瓶颈"。
- 花生产量受多种农艺性状影响,不仅包括单株荚果数、荚果重量、籽仁重量(通常以 百仁重表示)、种子大小等直接因素,也包括主茎高、侧枝长和分枝数等间接因素, 其中籽仁重量、种子大小是花生产量的重要指标性状。



# 福建百联实业有限公司



福建百联实业有限公司成立于八十年代,崛起于九十年代,秉承"优质、诚信、高效、稳健"的经营理念,从单一贸易发展成为集食品开发、生产、销售、房地产开发投资及高端物管为一体的实业型工贸企业。

在食品方面,公司专业生产坚果炒货、蜜饯、肉制品等休闲食品,其品种多样、口味独特、品质优良,倍受社会大众的青睐,主导产品"百联瓜子"更是 感誉八闽、畅销省内外。

近年来,公司对北方种植基地的拓展将百联实业由单一的原料加工企业转变为原料生产企业。同时,公司遵循"做强主业,适度多元拓展"的战略,向地产、物业、金融等领域拓展。百联集团化的产业布局逐步显现。

百联公司将一如既往地坚持"以人为本、精益求精"的经营宗旨,与各界增进交流,真诚合作,共同发展。















绍典老字号



好者、一颗就是一颗!



浙江何字食品有限公司 ZHEJIANG HEZI FOOD CO.,LTD. 地址: 浙江省诸暨市枫桥镇森东路87号

传真: 0575-87435178





地址: 浙江省温州市梅屿工业区

电话: 0577-88418888 88419999 http://www.dahaoda.com







宁波恒康食品有限公司

地址: 浙江省慈溪市周巷镇环城北路888号

电话: (0574)63305688 传真: (0574)63320877

邮编: 315324

Http: //www.china-hengkang.com E-mail: admin@china-hengkang.com



# 



山核桃味瓜子(5公斤)



焦糖味瓜子(5公斤)



多味香瓜子 (5公斤)



新疆薄皮核桃(2.5公斤)



水煮瓜子(5公斤)



香草味瓜子 (5公斤)



新疆薄皮核桃(2.5公斤散装称重)



南瓜子(5公斤)



优一小白杏(5公斤)

专业供应: 批发商、电子商务、分包装厂商期待您的加盟!

招商热线: 0575-87691788 18358557636 18072291175 13905858276 网址: http://www.chenlinfood.com



缤BE-善KIND

# 看得见的自然美味





■ 按语: 现代体育正在成为企业营销的重要一环,坚果炒货企业更应关注体育营销。因为坚果炒货食品的 天然健康属性,在当下市场环境下,更符合运动员饮食健康营养的需求,更能自然的与消费者建立情感 连接。本文以冬奥营销为例,为坚果炒货企业如何做好体育营销,通过人们自发性的传播,增加品牌曝 光度和影响力带来一些启示。



# 给坚果炒货行业带来的启示

作为今年的开年大戏,北京 2022 年冬奥会成为了全球的焦点。作为全球顶级的体育赛事,所带来的奥运经济效应,不仅激活了中国冰雪经济,更为食品行业带来新的活力和机遇。

在"冬奥"热的背景下,各大品牌纷纷发力冬奥营销,有的企业成功营销"出圈",提高品牌力,推动行业高质量发展,而有些企业却徒有"热点营销"思维,"打擦边球"。这种种营销行为带给食品行业的启示则是:

#### 企业应当打好"体育营销"牌

对于有实力的食品企业, 凭借实力和正确的策略更容易实现奥运、品牌双赢的结果, 我们也可以从他们身上借鉴一些企业成功借势营销的策略。

#### 1、应明确规则,准确把握形势。

品牌在开展营销活动时,能了解官方发布的权益使用的市场规则和适用范围,在整合有效资源的前提下,制定出符合品牌实际情况的个性化营销思路。

## 2、应具备战略性思维和打"持久战"的意识。

借助公关活动吸引目标受众本 身就是一个长期的过程,体育营销所



发挥出的推动效应同样也需要长期的 策划才能真正发挥。在营销过程中, 要用战略性思维来制定长期的营销策 略,抓住每一个机会,寻找塑造企业 形象的突破点。

## 3、应以奥运或体育赛事理念为核心,树立长远的品牌目标。

纵观这些成功的案例,我们可以 看出,企业将品牌精神、产品特性和 运动项目、体育赛事的精神内涵充分 结合,深挖契合点,使营销活动成为 消费者与品牌沟通的桥梁,可以创造 出强有力的品牌曝光。

此外,体育营销并非是大品牌的 专属,有奥运版权的品牌更是少之又 少,如果品牌没有平台作为依托,实 力一般,且没有提前布局,则可以考虑使用冬奥中的一些公共元素作为营销的载体去设计,比如把重点放在'雪花'这个元素上。通过雪花连接春节和冬奥会两大主题,这是可以'以小博大'的一个点。我们不一定要将重点放在体育竞技的层面,"冰、雪、滑冰鞋"都可以对企业营销起到一个参考意义。

对于预算较少的品牌,可以用心 把创意和内容做好,然后夹带一些送 礼之类的轻型活动等。

体育赛事本就聚焦大众关注,一举一动都能引发广泛的社会舆论,轻量化的营销,远比"砸钱式"的方式更考验技巧,有时候,一点点的观察,就可以触发好的创意,带来质的变化。

# 零食搭档游乐园

## 百草味 X 长隆 IP 联名系列产品上线



节日出游,零食一定是必不可少的装备,当休闲零食携手游乐园会产生什么样的奇妙火花? 2月28日,国内休闲零食头部品牌百草味与广州长隆集团跨界联名的系列零食产品正式上线。IP联名产品选用了长隆集团明星动物 IP 元素设计,Q 萌的老虎、长颈鹿、火烈鸟、考拉等明星动物与百草味的果干、肉类零食巧妙结合,风格俏皮可爱,与游乐场欢乐热情的氛围契合。

据悉,此次百草味 X 长隆 IP 联名系列共计有 9 个产品,涵盖芒果干、草莓干等果干品类、虎皮凤爪等肉类卤味以及山楂条、蔬菜脆等产品。目前,联名系列产品除在京东和抖音线上渠道售卖外,还在 3 月初正式入驻长隆乐园的各个线下商店,满足消费者线上线下的购物需求。

作为以坚果和果干为主的多品类 零食企业,百草味拥有1000+SKU, 并且一直以"好吃好玩"的品牌形 象受到年轻人的喜爱,百草味的核心消费群体集中在18—28岁的乙世代、小镇青年等年轻人群,同时新锐白领和精致妈妈也百草味的重点地克群。长隆集团作为中国大陆地区唯一人选世界前十的乐园,拥有着长隆野生动物世界、水上乐园、海湾占地区园等多个知名的乐园板块,年客流量超过4000万人次,且消费群体中与路上战到67.9%,白领人群占比38.6%,精准覆盖了白领和亲子群体,与百草味的消费者画像高度重合,而休闲零食作为男女老少外出游玩场景也非常匹配。

"让更多的人吃上放心健康的食品"是百草味一直坚持的使命,此次双方携手合作,为给消费者带来更加美味的零食体验,百草味在9款联名产品的原料采购和工艺设计各个环节严格把控,力求满足消费者健康、美味的需求。以冻干草莓脆为例,百草味 X 长降冻

干草莓脆,在原料选择上,严选山东美十三草莓,个大味甜,在工艺上,采用FD 宇航冻干技术,在零下 30 度的环境里迅速冷却,更好的保持了草莓的色泽和果香,锁住 90% 的鲜果营养,同时零添加香精、色素和防腐剂,安全健康,老少咸宜,既能满足口腹之欲,也能充饥果腹,符合外出游玩的场景。而在产品的整体设计上,百草味采用色彩亮丽的水果与对应的长隆明星动物搭配,呈现出欢乐感和热情活力感,符合年轻消费者的审美。

作为以年轻消费群体为主的品牌,零食+游乐园的搭配,能帮助双方占领更多的年轻市场,对于百草味来说,与长隆集团的合作,也是百草味全渠道布局战略的进一步完善和品牌年轻化主张的体现,"这意味着百草味线下除传统的分销和门店渠道外,又新拓展了长隆乐园线下特供渠道,以后在长隆游玩的游客也能随时随地买到百草味了"。

# 连续式浅粉涂裹系统

烟台茂源食品机械制造有限公司

随着坚果仁调味产品的迅猛发展,口感、口味更丰富且营养健康的坚果仁产品逐渐走俏市场,涌现出各种水果、草本植物及益生菌口味的巴旦木仁、腰果仁、夏威夷果仁、核桃仁等浅裹粉调味坚果仁。连续式浅粉涂裹系统就是专为这类具有多层次立体口感的浅粉涂裹调味坚果仁而研发,实现了连续自动生产。

目前市场上多数浅粉涂裹设备主要是依靠传统的拌料机,通过人工控制料液和混合粉的添加量以及时间来完成生产。这种完全依赖于人工的生产模式存在自动化程度低、料粉给量不精确、糖液温度不可控、裹粉时间控制不到位等多种弊端,导致果仁产品口感不一致、形态差别明显、质量不稳定,并且在产品运输过程中掉粉掉渣现象严重,影响了产品质量及公司品牌形象。

针对以上问题,我们公司于 2015 年借鉴国外设备成功研发了连续式浅 粉涂裹系统,同年应用于青岛食利达 食品有限公司,2018 年再次优化升级 后应用于中安众果食品有限公司,目 前已先后在云南、新疆、杭州等厂家 投入运行。这套系统集中了物料输送、 料粉输送、料液输送及定量装置,实 现喷淋、涂层技术工艺,从溶液、前 粉、后粉三部分来进行调味,使产品 口感更加丰富立体。

#### 主要优点:

- 1、涂裹系统进料采用电磁变频输送进料的方式,保证了物料流量均匀稳定可控。
- 2、涂裹系统设备内部采用独特结构,大大提高了原、辅料之间的全方位接触,并通过回转及直线运动方式,使糖浆和粉料均匀包裹于果仁表面,这种运动方式也非常有效的解决

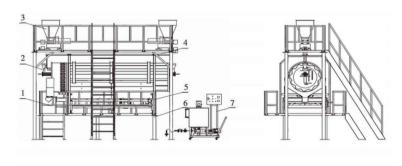


了物料外表面所沾料粉相互碰擦后掉 落的现象。

- 3、系统中的给粉机配套失重称, 采用特殊送料方式,使粉料能够定时、 定量下粉,均匀一致的包裹于物料表 面,保证物料与粉料的工艺配比。给 粉流量可调,一定程度的满足了不同 口味不同裹粉厚度的工艺要求。
- 4、给液设备采用定量泵的方式 连续稳定的流量喷淋糖浆,确保坚果 仁与糖浆的工艺配比,且喷液泵流量 流速可调,满足产品多种工艺要求。
- 5、涂裹系统整体结构设计更加高效与人性化。前端采用防止倒料结构,防止因进料速度而导致的堆料现象;喷液、撒粉位置可调,保证物料涂裹更加均匀可控;出料部位具有除粉机构,保证在生产过程中物料品质及加工环境的整洁卫生;调味粉料采用特殊的输送方式,使整个粉料输送

处于全封闭装态,防止与调机内其它物料混合,减少了生产过程中的氧化吸潮现象,下粉位置可调,最大程度的满足生产工艺要求,调味机运转速度及倾斜角度可调,以控制物料运行速度保证涂裹均匀。

- 6、配备 PLC 智能集中控制系统,可以实现远程操控、大数据收集等智能化操作,而且可以采集设备的运行状态、保存设备的操作记录,以实现实时查询,为分析产品质量和工艺提供数据化支持。智能化管理配方数据,支持智能化生成配方参数。将不同的产品生成不同的配方,方便更换产品时直接调用。预约式提示保养。智能系统还可设置各元件的保养期限,到达保养日期后,采用弹窗或声光报警的方式自动提示需要的保养操作,从而大大降低设备因为忘记保养或保养延迟导致发生故障的概率。
- 7、应用范围非常广泛,可对各 类坚果仁进行浅粉涂裹。例如水榴 东干系列的草莓味巴旦木仁、榴 味腰果仁、蓝莓味核桃仁等,花茶 系列的抹茶味腰果、玫瑰味腰果、 樱花味扁桃仁、桂花味榛子仁等, 以及益生菌核桃仁、蜂蜜黄油巴旦 木仁、海苔腰果、蟹香巴旦木仁、 盐咸蛋黄夏威夷果仁、麻辣小龙虾 味核桃仁等等。



1.机体 2.转桶 3.撒粉机 4.吊架总成 5.驱动传动机构 6.平台 7.喷糖机(外置)

# 关于食品 添加剂的



来源:中国微生物查询网

食品业内人士常说这样一句话: 食品添加剂是食品工业的灵魂。

不少人听过后, 嗤之以鼻。

的确,有关食品添加剂的各种说 法, 变着花儿地冒出, 不断刺激公众 敏感的神经, 让消费者无形中对食品 添加剂的安全性产生了担忧。

其实,一些朋友们的认识是有偏 差的。食品添加剂到底是天使还是魔 鬼? 小编就来指出其中的几个误区。

#### 误区一 不含防腐剂的食品更好

不少商家瞄准了这一点,利用"零 添加" "无防腐剂" 的描述来迎合消 费者的心理。

实际上, 防腐剂主要是用来防止 食品腐败变质,否则有些食品还未出 厂就坏掉了, 甚至还可能产生毒素。

也有一些食品根本就不需要添加 防腐剂, 因为它们本身的特征就使得 微生物不容易生长,比如:

蜂蜜---高糖

方便面面饼、咖啡粉——干燥 腌渍食品——高盐

超高温灭菌的牛奶——无菌包装 前已杀灭了所含的细菌。

因此,一些食品声称"不含防腐 剂",其实是一种营销策略。

至于"零添加",实话告诉大家: 完全不使用食品添加剂的加工食 品,在现代食品工业环境下几乎找不 到。

#### 误区二

#### 那么多添加剂,危害健康



各大食品企业的研发部门都在竭 尽所能寻找最合理的配方,要满足工 艺需要,要符合消费者的口味需求, 又需要控制成本。

试想一下, 在达到同样的工艺目 的的前提下,企业是愿意多添加增加 成本,还是尽量少添加控制成本呢?

多种成分复配,可以起到 1 + 1 大于 2 的效果, 反而能够减少添加 剂的总量。

对于食用者而言,添加剂的安全 性归根结底是要看吃了多大的量,而 和用了多少种没有必然联系。只要符 合标准的要求,食品添加剂本身的安 全性就是有保障的。

每种食物都是按标准添加的,但 一天要吃那么多食物,它们加在一起 的量, 会不会有危害呢?

事实上,标准在制定时就已经考 虑了其中也考虑了终生、每天、大量 摄入的情况。

按照每种食品在日常饮食中的比 例,然后再把防腐剂的最大允许含量 相加,如果这样还是远低于安全剂量, 才能正式制定为标准。

除非真的"大量"到把食品添加 剂当饭吃,否则很难威胁健康。

#### 误区三

#### 纯天然添加剂比化学合成的安全

不论是天然的还是人工合成的食 品添加剂, 其安全性都要通过"风险 评估"的方法来评判。

一般会先通过动物实验得到不产



生任何不良影响的剂量,再除以保护系数(一般是 100 倍),作为对人体安全的剂量,并以此为依据制定限量标准。

只要通过风险评估,获得批准并 按规范使用,纯天然或是化学合成的 添加剂,其安全性并无高下之分。

#### 误区四

#### 我国食品添加剂品种比国外多

恰恰相反。

我国的食品添加剂大概有 2 000 种左右(包括上千种香精香料),美 国是 4 000 种左右(不包括香精香料),日本也比我们的品种多。

另有一个不成文的规律是:

我国批准使用的食品添加剂几乎 都能找到至少两个发达国家也在使用 的先例。

实际上,比较各国食品添加剂的 品种多少是没多大意义的,这只是各 国根据自身条件作出的管理上的取舍 而已,在安全性上并无分歧。

#### 误区五 **外国禁用的添加剂在** 我国可用,害人!

XX 添加剂在欧盟禁止使用,而中国还在使用。

在国外的限量是 XX, 而我国限量比国外高。

还是那句话,无论哪个国家,无论哪种食品添加剂,批准使用的前提都是经过科学的风险评估——认为不会对人体造成危害。但每个国家基于管理上的取舍,对同一种添加剂的处理方式可能有些不同。

有些食品添加剂是我国特有的, 仅在我国范围内允许使用。

有些食品添加剂在我国的限量是 严于国际组织或发达国家的。

比如我国果冻中使用山梨酸钾

(防腐剂)的限量是每千克 0.5 克, 而欧盟的限量是每千克 1 克。

还有一些食品添加剂是国际标准 或发达国家允许使用的,而我国并未 批准使用。

看看国家质检总局每月公布的进口不合格食品名单,其中有大量因为 违反我国食品添加剂标准被退货或销 毁的情况。

因此,不能简单地通过比较谁用、 谁不用,或者个别指标的高低,来判 定标准优劣。

#### 误区六 <mark>可以不加食品添加剂</mark> <mark>不用不行吗?</mark>

食品添加剂具有重要的工艺作用,有了它们,才有现在丰富多彩的 食品。

不用添加剂并不是完全不行,我 们试试好了:

食用油中不加抗氧化剂,保质期会大大缩短,更有可能吃到哈喇味的油。

冰激凌中不加乳化剂、增稠剂, 那大部分的冰激凌都会变得像冰棍一 样硬邦邦。

食盐中不加加抗结剂,食盐不再 粒粒分明,更容易受潮结块。

袋装薯片里的氮气也算是食品添加剂,不加的话,你会拿到一袋薯片……渣。

说了这么多,是想告诉消费者, 不用对食品添加剂过于恐慌。只要按 照标准添加和使用,不会对健康产生 危害。

但需要强调的是,因为在制定标准时已经留下了足够的空间,所以"添加剂超标或违法添加未必产生危害"。但某些商家不按相关规定使用食品添加剂行为,是违法且可耻的!

如果发现这种行为,无论是否会对消费者的健康造成危害,相关部门都应当果断采取相应的处罚措施!

#### 产业链——原料 | INDUSTRY CHAIN



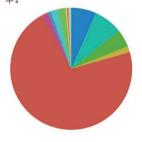
#### 一、夏威夷果

夏威夷果,亦称澳洲坚果,原产澳大利亚,属热带及亚热带作物,果仁富含对人体有益的不饱和脂肪酸、 蛋白质、维生素及微量元素,有"坚果之王"的美誉。

全球现有20个以上国家种植,面积约630余万亩,其中,中国451.81万亩占种植面积的71.39%(云南415.01 万亩,占中国种植面积的91.85%)。

中国2016年跃居全球最大消费市场,占全球总产量40%以上,且在不断增长中。

中国三十年前开始引进,伴随着夏威夷果的国产化之路,云澳达三十年坚持,引领产业并成长为行业领 军。









#### 二、云澳达,坚持必有果

成立时间: 2003年8月7日

公司性质:港澳台合资企业

注册资本: 3700万元人民币

分公司:临沧分公司、德宏分公司

全资子公司:

临沧云澳达生物科技开发有限公司

德宏云澳达生物科技开发有限公司

镇康云品实业发展有限公司

云南坚果研究所



#### 云南云澳达坚果开发有限公司

集澳洲坚果良种筛选培育、高效种植、生产加 工、市场营销、技研和推广服务为一体的综合性 龙头企业,主要产品为澳洲坚果优质种苗、种子 及果实系列产品。

#### 云澳达的优势:

行业先锋:种苗、种植、加工厂、产品销售、品牌建设等方面都走在行业的前列,在行业内有较好 的品牌信誉度和较高的品牌知名度;

市场优势:开拓了优质原料市场及以东方航空 上机食品、珠三角高端特殊渠道、学生营养改善 计划、健康会所等市场;与三只松鼠、MPC等国 内外最大的销售或加工企业建立了战略合作关

产品品质:无论是种苗,还是果实系列产品的质 量均居行业前列,达到或超过国际水平;

技术创新:全产业链技术来源于澳洲,创新于云 南,是国家行业、省地方标准的制定者,拥有自主 创新能力,与全球坚果专家及科研院校有紧密的合 作关系;

具全产业链技术输出的能力和优势。

#### 产业链——原料 | INDUSTRY CHAIN



#### 三、用心做好仁



三十年的坚守、坚持, 云澳达建立了夏威夷果全产业链基 础,以"用心做好仁"的匠心精神,打造"夏果妈妈"系列产 品。



#### 三、用心做好仁



#### 夏果妈妈系列产品

1、好产品,从种植开始

源自国家林草局授予"全国林业澳洲坚果标准化种植示范区"的自有 基地。







好产品, 从种植开始

#### 产业链——原料 | INDUSTRY CHAIN









最近国际局势紧张, 巴旦木进口价格再次受到影响, 受到较大波动。 加上之前美国港口拥堵的问题,现在国内巴旦木进口处于一果难求。

美国加州巴旦木协会官网数据显示,2021年加州巴旦木总产量 达 31.07 亿磅(约 140.9 万吨)创历史新高,较 2020 年增长达约 21.8%。中国食品工业协会坚果炒货专业委员会官网数据显示,截至 2022年1月,加州巴旦木总收成量达28.28亿磅,本季过半时统计 的收货量已经大于客观报告预测的 28 亿磅。

伴随着加州巴旦木产量的增加,近年出口至中国的巴旦木运量也 在持续增长。1月加州巴旦木(带壳)发货量63柜,较去年同期的3 柜大幅增长。本季截至1月份(21年8月-22年1月),带壳巴旦 木共 2018 柜, 较去年的 1971 柜同比增长 2.4%。

近期从清关公司了解到,原来巴旦木进口报关单一单价格从200 元一张涨价至600元一张,并且还会出现持续涨价的情况。巴旦木进 口数量也在锐减。因美国两大港口拥堵,现在巴旦木订单已经排到年 底,青岛港甚至出现了整个港口没一颗巴旦木的情况。

巴旦木主产区在美国和澳大利亚,由于国际关系和局势等问题, 现在美国的出货量已经远不如从前,澳大利亚的巴旦木甚至需要转运 越南才能入关。导致巴旦木运费成本暴增,价格一路飙升。

这再一次凸显了国内巴旦木种植的必要性和重要性,国内的市场 缺口巨大,单单是一个港口拥堵就可以造成国内产品涨价、原材料缺 失,加上疫情和国际局势的影响,原材料更是出现巨大缺口。

发展国际主流 NP 级纸皮巴旦木是刻不容缓的, 在巴旦木生态农 业的带领下,相信在不久的将来,巴旦木国内产量可以达到自给自足 并且进军国际市场,利用国内稳定的环境和良好的商业发展状态,竞 争美国巴旦木。器

# 多過有苗技术

#### 1 圃地选择与整理

圃地要选择交通便利、土壤深厚肥沃、水源充足的区域。在山区大片平整的地块比较难选,应尽量选择面积较大的平地作为育苗地。为防止圃地积水,第一年冬季可采用挖掘机开沟沥水,沟深 50~100cm,再用旋耕机翻耕土壤,并施足基肥,施肥量为2~2.5t/667m²,将土壤与基肥拌匀,整理出苗床。

#### 2 选种

为了种子来源可靠,要到原产地 择优采摘,挑选颗粒饱满、个体较大、 均匀一致的种粒作为育苗种子。种子 运回后,放置于通风、阴凉、干燥处 保存或沙藏。沙藏种子一般 11 月下 旬就开始陆续发芽,至翌年 3 月底大 部分均已发芽,此时需对没有发芽的 种子采用温水催芽,至种子胚根长 0.5~1.5cm 时,即可进行播种。

#### 3 播种

为防止病菌感染,播种前先用浓度 0.2%的高锰酸钾溶液对种子进行消毒,之后再用清水冲洗干净,但要注意的是已露出胚根的种子不能进行消毒处理。播种时,株行距 15 cm×30cm,种子横放,胚根向下,轻覆表土,用稻草、茅草等覆盖,保持床面疏松湿润。苗木出土后及时搭建遮阳网,夏季干旱时每隔 10~15天浇透水 1 次,苗期适量施肥,促进苗木生长。砧木培育 2 年以上即可用于嫁接。



#### 4 苗木嫁接

嫁接时间一般在冬末春初进行, 岳西县以3月中下旬最佳,此时时 接穗后期生长。嫁接方法,有用用 接穗后期生长。嫁接方法就熟 接法、劈接法,根据技术就良 选用。应到原产地从香榧树树树于 母树上采取接穗。要求母树树树上 母树上采取接穗。要长晚秋健村 中大生长停止后进行采穗,采取的 接 生长停止后进行采穗,采用。 以自 育苗为砧木。接穗与砧木韧皮部特 别是形成层要充分接触,接口处用 薄膜包扎紧实。

#### 5 苗木管理

及时除去圃地杂草,最好用人工清除,防止损伤幼苗,每年5~6月、8~9月各1次,忌用草甘膦等除草剂。结合除草同时进行施肥,施适量的农家肥或速效肥,切忌施肥过多,尤其不可黏到根颈部,否则会引起烧根,导致幼苗死亡或根系灼伤。





沙土 始于1988年 专注炒货

# 



山东沙土食品工业有限公司



# COMPANY PROFILE 公司简介

南京华扬香精香料实业有限公司成立于1994年,以"三叶"品牌生产经营食品香精、调味料等产品。经过20余载的发展,产品开发涉及食品香精、食品调味料、天然香精、微胶囊技术香精等,品种多达2000多种,服务行业涉及坚果炒货、烘焙、糖果、饮料、冷饮、休闲食品、调味料等,已成为国内专业从事食品香精研发、生产、销售一体的规模型厂家之一。

华扬香精公司自成立初始,就高度重视产品质量和食品安全,陆续通过"ISO-9001国际质量体系认证"和"HACCP:ISO-22000食品安全管理体系认证",拥有现代化的香精、调味料工业生产系统,实现了对原料采购、生产、品控、包装及运输全过程的科学控制,确保生产的产品既符合稳定可靠的高品质要求,又全面符合食品安全规范的要求,以优质稳定的产品立足于国内外市场。

公司十分重视香精产品的研发和应用,拥有自己的研发中心。研发中心配备十多名各类型专业技术人才和国际先进的分析、检测仪器设备,并建立完整的原料分析数据库,为新产品研发、产品质量稳定及满足客户需求提供了足够的资源保障,立足香精香料行业的科技前沿。公司积极与国内科研院校合作建立配置齐全的应用实验室,使产品开发更具创新性、前瞻性和实效性,锐意进取、开拓创新,不断引进国际流行配方和新原料应用于产品中,技术研发能力居国内同行业领先水平。

公司拥有一支市场开拓经验丰富的销售团队,创新的营销、技术服务体系为客户提供贴心的服务。公司依托分布在全国31个省、市近六十个办事处,通过强大的销售服务网络,为全国的

直销客户提供优质的产品、优良的服务。目前已成为中国食品工业、日化工业全方位的事业伙伴。同时公司拥有自主进出口权,每年向亚洲、南美洲、欧洲、非洲等地出口各类香精产品。公司通过了"HALAL清真认证",为国内外清真食品企业提供服务。

2013年6月公司成立安徽骉犇食品科技有限公司,投入5000多万元在滁州南谯经济开发区建设新的生产基地。新工厂位于滁州市风景美丽的琅琊山风景区旁,厂区环境优美。新工厂占地20000平方,建筑面积30000平方,其中3000平米办公大楼,3000平方的研发中心和近20000平方的生产车间。骉犇公司以"骉犇"品牌生产经营食品调味料类产品,为休闲食品、肉制品、调味料产品等行业客户服务。

华扬香精公司和骉犇食品科技秉承"质量第一、用户至上"的宗旨,坚持"不断为客户创造价值"的理念以及"不断追求、不断超越"的企业精神,将努力打造中国民族香精香料品牌为己任,致力成为国内一流的香精香料品牌企业,走向世界、为国扬名。





#### 《中国居民膳食指南科学研究报告(2021)》正式出版

中国营养学会于 2020-2021 年组织全国近 80 位专家和青年学者 开展了《中国居民膳食指南科学研究报告(2021)》(以下简称《研 究报告》)的编写工作,其主要目标是研究和修订《中国居民膳食指南》 的工作程序和方法, 梳理国内外有关食物与健康研究的新证据, 分析 我国居民食物与营养健康现况及拟解决的问题,为制定《中国居民膳 食指南(2021)》提供科学依据。

2021年2月25日、《研究报告》精简版(3万余字)正式向社会发布。 2022年2月、《研究报告》(30余万字)正本由人民卫生出版社出 版发行。

《研究报告》聚焦我国居民营养与健康状况的主要关键问题,以膳 食营养和生活方式与健康的科学研究结果为证据, 为膳食指南修订提供 重要参考和科学依据。



#### 三胖蛋助力抗疫



疫情再次突然来袭,积极抗疫成了整个内蒙古开 年以来共同的重要工作。面对突如其来的疫情,三胖 蛋第一时间联系了红十字会,通过红十字会捐助抗疫 物资,并在政府的指导下,积极为抗疫工作和抗疫宣 传提供助力。

在本次公益行动中,三胖蛋给被封闭小区、集中 隔离酒店以及参与抗疫的工作人员捐助抗疫物资,并 赠送三胖蛋瓜子, 呼吁大家配合政府工作, 安定团结, 共同抗疫。三胖蛋作为内蒙古的特产品牌代表,从内 蒙古走向全国,稳居全国高端瓜子领导品牌,始终没 有忘记脚下这片根。创业以来,三胖蛋始终心怀赤诚, 积极回馈故乡,带动故乡人才就业、宣传家乡特产品 牌、推广家乡地域文化、热心公益、为家乡做贡献。 本次抗疫工作中,三胖蛋再次向大家证明了内蒙古品 牌的力量。

#### 1亿瓜子卖到断货! 旭东:已"上线"补货



据悉, 今年春节期间, 旭东实现销售额突破1亿元。 旭东是东西湖本土成长起来的知名食品品牌,专 业从事葵瓜子、西瓜子、南瓜子等休闲类炒货食品。 每天从这里装车驶向全国、远销海外的各类瓜子炒货, 达到80吨。

该公司生产的"旭东瓜子百里挑一"系列产品先 后荣获中国驰名商标、湖北省著名商标、武汉市著名 商标等多项荣誉。2021年, 旭东获评为湖北省专精特 新"小巨人"企业。

旭东品控负责人表示, 优质原材料供应是好产品 的基础,严格的品控检测体系是好产品畅销的保证, 旭东瓜子由此赢得了市场好口碑。

据了解, 旭东在新沟镇街投资兴建的坚果及休闲 食品加工中心即将投产。新园区将进一步延长旭东深 加工产业链, 助力巩固炒货类龙头地位, 并强势进军 坚果市场。

#### 来伊份虎年开门红 前两月新签加盟店接近百家

据来伊份公众号消息,在2月19日举办的虎年首场大型 招商会上,仅当天签约加盟商超40家,覆盖15个省份或直 辖市。叠加 2022 年 1 月全款签约的超 50 家加盟商,这意味 着仅两个月,来伊份新签约加盟商就接近百家。

来伊份自 2017 年开始启动"万家灯火"计划、涿步发力 加盟业务,推进加盟全国化布局,发力线下门店。截止2020 年末,来伊份门店总数3004家,其中直营门店2369家,加 盟门店635家,加盟店收入2.17亿元,占公司总收入比重5%。 2021年上半年,公司加盟门店收入1.89亿元,同比增速达到 106%, 占比约 9%, 较 2020 年全年占比提高 4 个百分点。



#### 华宝股份收购上海奕方股权 助推公司战略转型升级



华宝香精股份有限公司与上海奕方农业科 技股份有限公司股权投资签约仪式在上海园区 北京上海厅隆重举行。华宝香精股份有限公司 董事长夏利群先生,公司董事、总裁袁肖琴女 士等华宝股份领导; 上海奕方农业科技股份有 限公司董事长黄锦荣先生,公司董事、总经理 钱戎女士等上海奕方领导出席了签约仪式。

此次协议签订后,华宝股份将持有上海奕 方67%的股权,这也将开创华宝股份、上海 奕方新的发展空间。

本次收购是公司产业升级发展战略的具体 执行,符合公司"美味生活引领者"的愿景、"绿 色、营养、健康"的使命及战略发展规划。通过 对上海奕方的收购,有利于做大公司食品配料板 块业务,进一步完善产业链布局,有利于公司针 对性开发符合消费者需求与消费潮流的产品,增 加公司商业机会;有利于抓住国内消费升级发展 机遇,进一步推动业务拓展;有利于发挥双方在 市场、研发、生产、销售等方面的协同效应,整 合优势资源;有利于增强公司的核心竞争力,形 成公司新的利润增长点;有利于公司健康长远可 持续发展, 打造基业长青的百年华宝。

#### 美亚光电:解决坚果行业痛点 护航"舌尖上的安全"

2021年,在第十五届中国坚 果炒货食品展上,美亚光电带 来的一台"庞然大物"吸引 了参会者的目光,美亚坚果 杂粮产品线经理田峰介绍, 这是美亚借助先进的多光 谱识别技术、强大的 AI 软 件算法及优异的剔除结构, 打造的一款"火眼金睛"产 品---全光谱材色一体分选 机,无论是高密度的恶性杂质, 还是有机物、色选没有剔干净的异 色粒等,该机器都能对其进行全维度的

分选并精准识别各种坚果的颜色、形状、成分等特征, 再通 过磁悬浮喷阀将不合格粒精准剔除,从而实现对坚果的智能 分选。

"全维度""智能化"这些词频繁被田峰提及,而这也 是美亚成为行业内"优等生"的制胜法宝。早在2002年,美 亚的目光就投向了坚果炒货领域,作为"小萌新","那时 我们的分选设备只能简单的识别一些颜色,到了2010年,我 们推出了可识别多种颜色的设备,这时已经可以应用到葵花、 西瓜籽、葫芦籽等散料的分选,到了2019年的坚果炒货节, 美亚正式与三只松鼠达成战略协议,推出应用于进口坚果分 选的多光谱设备,获得了良好的市场口碑和客户好评。"今 年,美亚还将推出深度学习坚果炒货分选设备。深度学习算 法是一种模拟人脑进行分析的机器学习,基于海量数据模型, 通过运用强大的计算、模仿能力, 提取高质量的图像特征, 自动生成最优分选方案。基于深度学习算法的美亚色选机, 在复杂物料的缺陷判别上具有明显优势, 可进一步提升物料 分选精度,满足实时性分选需求。

#### 黄金时节 山东三羊榛缘生物科技 有限公全力冲刺

春节后, 山东三羊榛缘生物科技有限公司榛 子乳加工车间就进入生产旺季, 生产线上一罐罐 榛子乳饮料经闪蒸。 超高温瞬时灭菌再到灌装。 检测,以每分钟600罐的速度包装下线。

"我们现在生产线每天能够生产榛子乳150 吨,合计60万罐,北京、河北、河南等全国各地 的销售订单已经排满了3月份,近期,我们加班 加点抓生产,保证市场供给。"山东三羊榛缘生 物科技有限公司副总经理王晓业这样告诉记者。



一条榛子乳工业化生产线的背后,需要充足 的农业种植原料为基础。和生产线同样忙碌的, 还有山东华山农林科技有限公司榛子种植示范基 地。天气回暖,眼下正是榛子苗移栽的"黄金季", 工人们也正抢抓有利时机, 大规模种植榛子苗木。

"现在我们育苗基地已经达到600多亩,榛 子苗到达300多万株,现在经过我们前期的管理、 培育, 现在到达了销售旺季。"山东省榛子产业 联盟技术总监崔立祥一边调度着苗木出入,一边 向记者介绍。

"一季度是传统的食品消费旺季。"山东三 羊榛缘生物科技有限公司总经理魏玉明刚巡视完 车间, "公司除了传统的经销商模式外, 又采取 了直营销售模式,以山东市场为中心,对周边地 区市场进行了精细化开拓,日销售达到130多吨。 我们严把卫生防疫与产品质量关,确保安全生产, 全力冲刺第一季度开门红。"



#### 甘肃核桃深加工产品成功开拓国际市场

甘肃天水首批冷 榨核桃油于近日顺利 出口, 这是甘肃省核 桃油首次实现出口, 标志着该省核桃深加 工产品成功开拓国际

甘肃省是中国核 桃主产区之一。该省 山区和高山峡谷地带



产出的核桃具有无污染、果大、壳薄、味香、含油量高的特点, 生产的冷榨核桃油具有缓解脑疲劳、改善记忆力等健康保健 作用, 广受国内外消费者青睐。

"在海关工作人员的帮助下,我们顺利取得出口资质, 快速拿到出口证书,实现了核桃油首次顺利出口,为核桃深 加工产品打开了全新的贸易市场,也进一就提振了我们产业 升级的信心。"天水念鑫农贸有限公司负责人曹念东说。

甘肃省特色农产品资源优势突出, 近年来,甘肃冷水鲟鱼、 蜂蜜、香菇、盐渍菜等多种特色农食产品均实现出口,鲜苹果、 洋葱、脱水蔬菜等特色农产品出口"朋友圈"持续扩大。

#### "中国葵花之乡"巴彦淖尔 1150 吨 葵花籽出口俄罗斯

2月23日, 一列满载着50个集 装箱葵花籽的"乌拉特后旗号"中 欧班列从"中国葵花之乡"内蒙 古巴彦淖尔市的乌拉特后旗金浩 特铁路物流园区驶出, 预计在13 天后抵达俄罗斯莫斯科。

据该物流园区负责人陈洁介绍, 这是继1月12日首发后今年开行的第二 列"乌拉特后旗号"中欧班列。该专列共装运 1150 吨葵花籽,将从二连浩特口岸出境至莫斯科,总里程 6800 公里。回程时,该专列将拉运欧洲优质小麦等粮食作物回国。

陈洁说,在国际新冠肺炎疫情形势严峻的情况下,乌拉 特后旗经过多方协调,畅通跨国物资运输通道,保障中欧班 列顺利开行。

据介绍,乌拉特后旗充分利用自身的区位优势与资源优 势, 打造了铁路物流平台, 逐步提高资源就地转化水平和商 贸流通产业集聚水平,切实解决"酒肉穿肠过"的问题,建 设"中蒙俄经济走廊"节点城市。

内蒙古巴彦淖尔市地处祖国北疆,是连接蒙古国的重要枢纽、 "一带一路"的重要节点城市,现已形成边境有口岸、内陆有保 税物流中心(B型)、对外有班列的全方位对外开放新格局。



## 草本应用引领者

# 坚果抗氧化 我只选南科

坚果抗氧化剂含有多种植物抗氧化成分,科学组合,协同作用。效果好,结构稳定耐高温,有效抑制坚果中油脂氧化、哈败变味,具有提高坚果品质及延长坚果保质期的功效。坚果抗氧化剂的正确使用不仅可以延长坚果的贮存期、货架期给生产者带来良好的经济效益,而且给消费者带来更好的食品安全。



技术支持

中国农大功能食品与果蔬加工新技术研究室

南昌大学食品学院

荣膺2020年度为全国坚果炒货企业 提供优质服务会员企业

#### BAGE 将阿根廷葵花籽产量预测值 调低到了330万吨

布宜诺斯艾利斯谷物交易所 (BAGE) 的周报称,截至2022年2月16日的一周, 阿根廷 2021/22 年度葵花籽收获进度为 22.5%, 比一周前的 22.5% 高出 1.6%。单产 平均为每公顷 2.10 吨, 高于前一周的 2.09 吨/公顷。

交易所估计 2021/22 年度葵花籽产量预 计为330万吨,低于一周前预测的350万吨, 也低于上年的340万吨。

播种面积为165万公顷,高于上年的 161万公顷。平均单产预计为2.17吨/公顷, 高于上年的 2.15 吨 / 公顷。

注:此处的单产和播种面积数据为该交 易所网站原始数据。



#### 阿尔及利亚公布 2022 年涉及食品 的新税政策

中国商务部网站 2022 年 2 月 28 日消 息,阿尔及利亚主流阿文媒体《曙光报》 2月23日发布题为《财政部税务总司公布 2022年12项新税务措施》的报道、涉及 食品部分内容如下:支持水产养殖业发展, 对于进口甲壳类幼虫, 双壳软体动物等, 以及国内水产养殖的产品征收9%的优惠 增值税率 (VAT)。2022年1月1日起, 5年内对在国内压榨油籽产生的毛油和残渣 免征增值税。修改大豆原油和普通精炼食 用油的免税制度,对用干生产普通精炼食 用油的进口大豆原油免收增值税和关税。

#### 2016 年以来白俄罗斯食品对华出口增长近 20 倍

2022年2月28日,白俄罗斯新闻媒体BELTA消息,白俄 罗斯农业和粮食部长 IgorBrylo 宣布, 自 2016 年以来, 白俄罗 斯对华食品出口增长了近20倍。"中国市场历来是我国食品出 口发展的主要领域之一。2021年,价值3.661亿美元的产品出 口到中国(到2020年增长了47.9%)。与此同时,2016年对中 国的食品出口总额为1880万美元。出口增长的主要份额是牛肉、 奶粉和乳清、巧克力和糖果、乳制品和其他产品。此外、淀粉、 果酱和果冻、谷物加工产品(糕点和意大利面、谷物片)、黄油 的供应也有所增加。"伊戈尔 布里洛说。他强调,对外贸易 的结果表明, 中国市场对白俄罗斯食品的需求以及向中国销售产 品的机制有效性。"在过去的五年计划中,我们与白俄罗斯驻中 国大使馆一道,成功地将119家白俄罗斯企业授权到中国市场, 以获得向中国市场供应农产品的权利。"部长补充说。

#### 2022 年越南腰果行业增长前景乐观

越南农业与农村发展部已制定 2022 年腰果出口额达 38 亿美 元的目标。该协会还表示,越南目前是全球腰果仁市场规模最大 的国家。目前,越南仍是世界最大腰果仁出口国。

越南腰果协会方面称, 2021-2026 年期间预计全球腰果仁 市场平均增长率将达 4.6%。 预计到 2025 年,全球未加工腰果 市场规模将达约70亿美元。越南目前是全球腰果仁市场规模最 大的国家。目前,越南仍是世界最大腰果仁出口国。

2021年被认为是越南腰果出口大获丰收的一年,出口量达 57.98 万吨, 出口额达 36.4 亿美元, 与 2020 年相比, 出口量和 出口额分别增长12.6%和13.3%。越南向各市场出口均急剧增加, 其中, 非洲增长 35%、亚洲增长 24%。特别是在欧洲市场, 越南 腰果进口量占 22%, 而美国市场占越南腰果出口量的 23%。

越南腰果协会代表透露,越南可以利用 EVFTA 和 CPTPP 带来的优势。自 EVFTA 2020年8月1日生效起,欧洲进口越 南腰果仁制品关税降为零(此前为7-12%),因此今年和后续 几年越南对欧洲腰果仁出口前景广阔。

除了欧洲之外,越南对中国的腰果仁出口前景向好。2021年, 越南腰果占中国腰果进口总额的89%。



#### 俄罗斯取消从中国进口的核果 和坚果的限制措施

2022年3月5日起,俄罗斯联邦兽医和植物卫生 监督局发布消息, 自即日起取消之前实施的限制, 恢 复从多个国家向俄罗斯进口受管制产品,且不考虑对 制造企业的限制,其中涉及中国的产品为核果和坚果。 该决定是根据对该国家检疫和植物保护国家组织提供 的有关为防止违反俄罗斯联邦和欧亚经济联盟成员国 植物检疫要求而采取的措施的信息的分析做出的。



#### 柬埔寨 3 省即将迎来新腰果加工项目 以供应海外市场!



据柬埔寨 腰果协会近日透 露,某家韩国 公司通过 World Share Cambodia 组织前往桔井 省、上丁省和磅 通省的农业局,

研究支持和加工腰果项目,即通过建立一家包装和收 购腰果工厂,以出口至韩国和美国。

据悉,新冠疫情的爆发导致近2年的新鲜腰果价 格持续下跌,但是在2021年,生腰果价格则有小幅 上涨至每公斤3000瑞尔(约0.74美元)。价格下跌 的原因是因为在收获季节期间,没有仓库储存的农民 被迫出售新鲜腰果, 造成巨大损失。至于那些有仓库 的农民就在2021年9月购买这些干腰果储存起来, 以便以每公斤5,000 瑞尔(约1.23 美元)至7,200 瑞尔(约1.78美元)的价格出售。

根据腰果协会的报告称,仓库的缺少导致腰 果协会无法满足外国公司的购买需求, 毕竟该协 会的仓库只能储存5000吨(干)腰果而已,所以 农民当时只能以低价出售新鲜腰果。

#### 西非地区 2021 年腰果仁产量增长 43%

根据非洲农食贸易咨询平台 N' Kal 数据, 2021年西非地区腰果仁产量达26.75万吨,同比增长 43%。显示该地区腰果产业加工能力明显提升。其中, 科特迪瓦腰果仁产量最大, 达 14.45 万吨, 在地区产 量中占比超过50%,其他产量较大国家为尼日利亚6.8 万吨、布基纳法索 1.7 万吨、加纳 1.5 万吨。

#### 科特迪瓦 2022 年腰果产量预计占 全球产量 25%

据科特迪瓦政府官网报道, 政府发言人在近日举行的 部长级会议上表示, 2022年科腰果产量预计可达 104 万吨, 约占全球腰果产量1/4。2021年科腰果产量达到96.87万吨, 较 2020 年增加 14%; 加工量 13.68 万吨, 位居世界第三; 出口量80.57万吨,居全球领先地位。2021年科腰果加工 率为 14%, 计划到 2025 年提升至 50%。

#### 坦桑尼亚腰果主产区均采取增产举措

据《公民报》2月13日报道, 日前,坦桑尼亚腰果主产区姆特 瓦拉、林迪、鲁伍马、滨海和 坦噶5省代表召开会议,商讨 未来5年各省腰果增产举措。

姆特瓦拉省代表表示,姆 特瓦拉有约2100万棵腰果树, 2021/22 年产量 125,819 公吨, 销售收入 2768 亿先令 (约合1.2 亿美元), 计划采取扩大种植面积、按 时分配良种和农具、替换老树等措施提高产量。

林迪省代表表示, 2021/22年该地区售出腰果约 65,975 公吨,将与坦农业研究所合作,提升腰果现代种植 技术。鲁伍马省代表表示,2021/22年该地区腰果产量约 25,242 公吨, 需要硫磺制品粉和液保证本季腰果种植。

滨海省代表计划按时分配农业生产资料,同时更好 发挥坦腰果委员会作用,通过向政府农业官员配发摩托 车、电脑等提升其工作能力。

坦噶省代表表示,将通过恢复废弃农场、加强偏远 地区腰果种植者管理和投入、实验改良育种等措施扩大 种植面积和提高产量。

# 第16届中国坚果炒货展同期30场主题会议并行

## 一强化展会指导力 聚焦产业高水准 实践助推行业高质量发展



6月9日—11日,由中国坚果炒货食品展览会组委会、北京中坚合果信息技术服务有限公司主办,安徽中设国际会展集团有限公司承办的2022'第十六届中国坚果炒货干果果干食品展览会暨采供大会(CNFE)

(以下简称"中国坚果炒货食品展") 将在合肥滨湖国际会展中心举办,而 今年在展会同期举办的 30 多场次会 议活动,已引起全行业的高度关注与 热切期待。权威、专业、精准的专业 会议,全方位关注行业发展热点,解 惑行业发展难点, 剖析行业发展痛点。 为与会者解惑授新提供高质量的学习 交流平台及多元化信息分享平台。

#### 30 多场次权威、专业、丰富 多彩的会议涵盖全产业链,助 力全行业高质量发展

30 多场次的专业会议活动,从源头种业、原料、辅料、设备、加工,到市场全渠道营销,成为整个展会的重要组成部分和关注亮点,其中

2021-2022 年国际坚果籽类、干果果干原料(种业)产品分析预测发布会、2021-2022 年中外坚果炒货、干果果干市场分析预测报告会暨全渠道营商大会,2022 年全国坚果炒货、干果果干产业集聚区(园区)产业功能推介会,全渠道企业1+N采供对接洽谈会,各产业联盟交流会、各协会(商会)交流会,全行业成长型企业发展恳谈会,坚果炒货《术语》等5个国家行业标准修订审议会,新产品、新设备、新技术、营商环境、产业集聚区、采

供等多个领域的专业会议活动,覆盖 全产业链供应链的核心焦点和热点话 题,通过展示及各项会议活动,使参 与本届展会的参展商、采购商以及所 有参观企业, 共商合作同谋发展, 将 实践与理论相结合使企业受益良多。

#### 关注中小企业发展,为中小企 业"支招"实现共同发展

坚果炒货行业97%都是中小企 业,中小企业的发展是行业不容忽略 的关键因素。为了构建大企业与中小 企业协同发展, 为中小企业提供相互 交流学习的平台, 引导指导中小企业 发展,为此特别举办2022年全行业 成长型发展企业恳谈会,这也是坚果 炒货食品展有史以来第一次举办专门 针对中小企业的会议活动。据了解, 为了真正让中小企业受益,会议邀请 了原北京稻香村食品有限责任公司常 务副总经理池向东作《产品为王》辅 导报道, 京东作指导中小企业如何在 线上做好营销的辅导宣讲,还特别激 请弘章资本合伙人张宇凡作食品行业 投资分析预测主题报告,并举行圆桌 会议为中小企业答疑解惑。

此外,一年一度的国际坚果籽 类、干果果干原料(种业)产品分析 预测报告会也将如期举办,会议由行 业权威人士发布葵花籽、澳洲坚果、 花生、开心果、腰果、杏仁、榛子、 蔓越莓等原料、产品分析预测报告。 中外坚果炒货、干果果干市场分析预 测报告会暨全渠道营商大会汇聚了行 业大咖、知名专家学者、企业负责人 等将共同探讨坚果炒货行业发展趋势 和应对策略,为行业发展建言献策并 深入交流, 合肥工业大学食品与生物 工程学院李述刚教授将做基于全产业 链的坚果差异化加工与质量控制关键 技术研究报告。

发挥展会资源优势,展示与推 介并行,充分发挥行业龙头企 业和产业集聚的带动作用,引 领行业健康持续发展。





本届展会汇聚了来自全球近 2000家企业组团参与,为进一步助 力企业发展,推动行业技术交流与 进步, 坚果炒货食品展期间将同期 举办坚果炒货干果果干新设备、新 工艺、新技术推广会,产业集聚区(园 区)产业功能推介会,全渠道企业 1+N 采供对接洽谈会, 其中产业集 聚区 (园区) 产业功能推介会是本 届展会推出的重磅活动之一,由安 徽无为、天津王口、中国坚果炒货 食品城、梅河口松籽产业区,举办 专场产业功能推介对接会, 以地域 为中心的专项对接会,对扩大区域 影响力, 带动当地产业发展具有积 极推动作用。

据了解,中国坚果炒货食品展作

为坚果炒货干果果干行业历史悠久、 规模庞大、成交额突出的综合会展平 台, 自 2006 年创办以来以其影响力 和权威力与行业同仁并肩齐行, 陪伴 参与了无数企业的成长与发展。经历 十多年发展, 今年展会面积将首次近 8万平方米,设立6大展馆12大展 区,包括首次设立的粽子及节令食品 展区,将坚果炒货食品与烘焙、粽子 及节令食品相结合,满足消费者沉浸 式消费体验, 汇集洽洽、三只松鼠、 五芳斋等全球知名品牌将悉数亮相, 近万种覆盖坚果炒货干果果干全产业 链各环节相关产品。有力促进参展商、 采购商与观众之间的互动,并积极指 导加工企业实现跨界合作, 引导新消 费趋势。

# 中国坚果炒货食品展览会组委会

#### 关于出席 2022'第十六届中国坚果炒货 干果果干食品展览会及各项会议活动的通知

全国坚果炒货全产业链企业、全渠道营商企业、国内外有关企业单位:

2022'第十六届中国坚果炒货、干果果干食品展览会暨采供大会,定于6月7-11日在安徽合肥举行。

该展会作为目前全球最大的全产业链采供平台,今年规模扩大至近8万平米,7万全渠道采购商现场采购洽谈,新设消费体验区助力企业创新精准对接。展会同期还将举办各项会议活动近30场次,信息量多而精准及时,现场解惑授新企业难点痛点,共商共谋发展大计!现诚邀您出席参观、参会、交流学习,为企业发展寻求商机,合作共赢。现将展会及各项活动的内容通知如下:

- 一、活动时间: 2022年6月7-11日(7日报到)
- 二、活动地点: 合肥白金汉爵大酒店、滨湖国际会展中心
- 三、会议内容:详见附件1《展会及会议议程安排》
- 四、报到要求
- (一)参会报到
- 1. 报到时间: 2022 年 6 月 7 日全天
- 2. 报到地点: 合肥白金汉爵大酒店(安徽省合肥包河区滨湖徽州大道 5111 号, 酒店联系人: 赵德伟 13515607493)
  - 3. 会议时间: 2022年6月8、9日
  - (二)参展报到、布展
  - 1. 主展馆(食品企业报到、布展)
    - (1) 报到时间: 2022年6月7日、8日全天
    - (2) 报到地点: 合肥白金汉爵大酒店

- (3)布展时间及地点: 6月8日下午2:00后,方可进入安徽 滨湖国际会展中心主展馆布展(地址: 合肥滨湖新区庐州大道与 锦绣大道交口两南角)。
  - 2. 其他展馆(机械、添加剂、包装包材企业报到、布展)
  - (1) 报到及布展时间: 2022 年 6 月 7-8 日
  - (2) 报到地点: 合肥滨湖国际会展中心登录大厅
  - 3. 展会时间: 2022 年 6 月 9-11 日

#### (三)参观报到

- 1. 报到时间: 2022 年 6 月 9-11 日
- 2. 报到地点: 合肥滨湖国际会展中心登录大厅

#### 注: 展会增设定点酒店服务

为给参展、参会企业提供更便捷、更贴心的服务,本届展会 新增定点酒店服务,定点酒店名单详见附件2。

部分定点酒店增设展馆往返班车接送、快件收发、延长餐饮 供应时间等服务项目。

#### 五、报名方式

#### (一)线上报名

- 1. 关注微信公众号"坚果炒货食品展"报名;关注公 众号后点击下方【线上报名】选择手机登录填写相关信息 后即可报名成功:
- 2. 登录坚果炒货展会 (www. ChinaNut Expo. com) 注册报名:
- 3. 通过中国坚果炒货展电子版邀请函 H5 后台报名; 浏览至最后一页填写相关信息即可报名成功。

#### (二)现场报名

展会现场扫描展会二维码或关注"坚果炒货食品展"公众号报名。 六、主办单位联系方式

电 话: 010-63344031/63344578 邮 箱: cnfiec@csnc.cn

杨 倩 17812727504 邱 晶 13811798204 联系人:

> 张 蕾 13811799054 陈 鹂 13811795004

张淑芳 13811794820

附件: 1. 展会及会议议程安排

2. 展会定点酒店名单







附件 1:

#### 展会及会议议程安排

- 一、展会议程安排
  - (一)参会报到
  - 1. 报到时间: 2022 年 6 月 7 日全天
- 2. 报到地点: 合肥白金汉爵大酒店(安徽省合肥包河区滨湖徽州大道 5111 号, 酒店联系人: 赵德伟 13515607493)
  - 3. 会议时间: 2022 年 6 月 8、9 日
  - (二)参展报到、布展
  - 1. 主展馆(食品企业报到、布展)
  - (1) 报到时间: 2022年6月7日、8日全天
  - (2) 报到地点: 合肥白金汉爵大酒店
- (3)布展时间及地点: 6月8日下午2:00后,方可进入合肥 滨湖国际会展中心主展馆布展(地址: 合肥滨湖新区庐州大道与 锦绣大道交口西南角)。
  - 2. 其他展馆(机械、添加剂、包装包材企业报到、布展)
  - (1) 报到及布展时间: 2022 年 6 月 7-8 日
  - (2) 报到地点: 合肥滨湖国际会展中心登录大厅
  - 3. 展会时间: 2022 年 6 月 9-11 日
  - (三)参观报到
  - 1. 报到时间: 2022 年 6 月 9-11 日
  - 2. 报到地点: 合肥滨湖国际会展中心登录大厅
  - 二、会议议程安排
- (一)2021-2022 年国际坚果籽类、干果果干原料(种业)产品分析预测发布会——把控源头,精深加工,保障全民大健康

时间: 6月8日上午9:00 下午1:30

地点: 合肥白金汉爵大酒店一楼 180 厅

主要内容:

- 1. 主旨报告 报告人: 协会执行会长
- 2. 食品加工或产业研究专题报告

报告人:中国坚果炒货、食品专家

3.2021-2022 年度葵花籽原料、产品分析预测报告发布

发布:中国

- 4.2021-2022 年度碧根果原料、产品分析预测报告发布 发布:中国、美国、南非
- 5.2021-2022 年度夏威夷果(澳洲坚果)原料、产品分析预测 报告发布

发布:中国、澳大利亚

6.2021-2022 年度核桃原料、产品分析与预测报告发布

发布: 中国

7.2021-2022 年度花生原料、产品分析预测报告发布

发布: 中国

8.2021-2022 年度开心果原料、产品分析预测报告发布 发布:中国、伊朗

9.2021-2022 年度松籽原料、产品分析预测报告发布 发布:中国、巴基斯坦

10.2021-2022 年度巴旦木原料、产品分析预测报告发布 发布:美国、澳大利亚

11.2021-2022 年度腰果原料、产品分析预测报告发布 发布: 中国

12.2021-2022 年度杏仁原料、产品分析预测报告发布 发布: 中国

13.2021-2022 年度西瓜子原料、产品分析预测报告发布 发布: 中国

14.2021-2022 年度榛子原料、产品分析预测报告发布 发布:中国、土耳其

15.2021-2022 年度蔓越莓、蓝莓、葡萄干原料、产品分析预 测报告发布

发布:中国、美国

16.2021-2022 年度果干原料、产品分析预测报告发布 发布: 中国

(二)2021-2022年中外坚果炒货、干果果干市场分析预测 报告会暨全渠道营商大会

时间: 6月8日上午9:00

地点: 合肥白金汉爵大酒店一楼 188 厅

主要内容:

1. 全国坚果炒货市场分析预测报告;

#### 协会工作 | ASSOCIATION ROUTINE

- 2. 坚果炒货产品如何定位不同人群的需求:
- 3. 互联网+时代食品质量管理模式的探索:
- 4. 高端坚果市场洞察分析报告:
- 5. 坚果炒货食品消费市场的新趋势;
- 6. 报告人圆桌会议, 现场提问交流互动。

(三)全国坚果炒货、干果果干新设备、新工艺、新技术推广发布会

时间: 6月8日下午1:30

地点: 合肥白金汉爵大酒店一楼 188 厅

主要内容: 2022 年国内外坚果炒货新设备、新加工技术发布 及应用指导。

(四)第十七届中国粽子文化节暨节今食品产业发展论坛

——创新谋发展,一起向未来

时间: 6月8日下午2:00

地点: 合肥白金汉爵酒店三楼 382 厅

#### 主要内容:

- 1. 会长致辞:
- 2. 节令食品消费分析及发展趋势;
- 3. 粽子食品线上销售现状分析及趋势预测:
- 4. 探索中国粽子行业全自动化的可行性;
- 5. 如何选择绿色环保适宜的食品包装;
- 6. 解读与交流企业如何正确理解与执行 GB23350-2021 《限制 商品过度包装要求食品与化妆品》国家标准。
  - (五)2022年全国坚果炒货行业会员代表大会暨欢迎晚会

时间: 6月8日晚6:00

地点: 合肥白金汉爵大酒店三楼 301-305 厅

#### 主要内容:

- 1. 协会执行会长致词;
- 2. 发布 2021 年全国坚果炒货行业综合经济运行报告;
- 3. 审议协会 2021 年度工作总结及 2022 年度工作打算;
- 4. 审议协会 2021 年度财务报告及 2022 年度账务预算;
- 5. 省级协会代表、地市级协会代表发言;
- 6. 独家赞助单位代表发言:

- 7. 发布 2021 年度全国坚果炒货行业综合经济(品牌)20 强企业、 绩效经济优秀会员企业、优秀经销商会员企业、优秀成长型企业名单;
- 8. 发布 2021 年度为全国坚果炒货行业发展提供优质服务的地 方协会、为全国坚果炒货企业提供优质服务会员企业名单:
- 9. 发布入选 2021 年第十六届中国坚果炒货食品展名特优新食 品展区会员企业名单;
  - 10. 板栗、榛子产业联盟成立仪式;
  - 11. 文艺表演。
- (六)2022年第十六届中国坚果炒货、干果果干食品展览会 暨采供大会开幕式

时间: 6月9日上午9:00

地点:安徽滨湖国际会展中心登陆大厅前

(七)2022 年第十七届中国粽子文化节暨节令食品展览会开幕式

时间: 6月9日上午9:00

地点:安徽滨湖国际会展中心登陆大厅前

(八)2022年坚果炒货及干果果干产品、包装(包材)、辅 配料、添加剂新品推介会

时间: 6月9日上午10:00

地点:安徽滨湖国际会展中心主展馆发布区

主要内容: 2022 年坚果炒货及干果果干产品、包装(包材)、 辅配料、添加剂新产品发布及应用。

(九) 2022 年协会会长工作会议暨各省市协会(商会)年度 工作交流会

时间: 6月9日上午10:00

地点: 合肥白金汉爵大酒店五楼 581 厅

主要内容: 各会长交流分管产业 2022 年工作打算: 各省市协 会交流 2022 年度工作打算。

(十) 2022 年全渠道企业 1+N 采供对接洽谈会

时间: 6月9日下午1:30

地点:安徽滨湖国际会展中心名特优新展区洽谈区

主要内容: 京东、天猫、直播(网红)等线上电商, 沃尔玛、 家乐福、永辉、大润发等大型商超、线下经销商单独设摊,N家供 应商与其轮流一对一采供选品对接。

(十一) 2022——发挥产业集聚优势,带动成长型企业发展

#### 恳谈会

时间: 6月9日下午1:00

地点:安徽滨湖国际会展中心主展馆发布区

主要内容:

1. 辅导报告《产品为王》;

2. 中国坚果炒货食品城产业功能推介会;

3. 辅导报告《企业发展三要素:智力、财力、机遇》;

4. 安徽无为经济开发区绿色食品产业功能区推介;

5. 对食品行业进行投资的分析预测;

6. 天津王口坚果炒货产业功能加工区推介会;

7. 梅河口松籽产业功能区推介会。

(十二) 2022 年坚果籽类、干果果干各产业联盟年度交流会时间: 6月9/10日晚上

地点: 合肥白金汉爵酒店大堂吧或餐厅

**主要内容:** 各产业成员单位交流沟通,总结 2021 年度产业工作,制定 2022 年度产业工作计划。

(十三)2022 年各省市地区坚果炒货、干果果干协会(商会) 理事会或工作交流会

时间: 6月9/10日晚上

地点: 合肥白金汉爵酒店会议室或餐厅

主要内容: 各地坚果炒货商会、协会召开理事会或工作交流会,交流年度工作。

(十四) 2022 年坚果炒货、干果果干产品推介会

时间: 6月10日上午9:30

地点:安徽滨湖国际会展中心主展馆发布区

主要内容: 2022 年坚果炒货及干果果干产品推介。

(十五)组织参展企业代表、成长型企业代表参观洽洽食品 股份有限公司学习交流会

时间: 6月11日上午9:30

地点: 洽洽食品股份有限公司

主要内容:组织参展企业、成长型企业代表到洽洽参观学习。

#### 附件 2:

#### 展会定点酒店名单

酒店名称	联系方式	具体地址	协议价
世纪金源大饭店			
(可提供服务: 1. 摆渡车接送服务;	王海燕 13505512243	徽州大道与福州路交口	500 元
2. 收发快递服务; 3. 延时送餐服务至 23:00; 4. 提供商务洽谈场所)			
合肥丰大国际大酒店			
(可提供服务: 1. 摆渡车接送服务;			
2. 收发快递服务; 3. 延时送餐服务至	何青云 18356069887	繁华大道与金寨路交口	340 元左右
22:30; 4. 提供商务洽谈场所)			
曼斯顿尚品酒店 (可提供服务: 1.摆渡车接送服务:			
2. 收发快递服务 3. 延时送餐服务至	王琳 13965070375	习友路和繁华大道交叉口	198 元
20:30; 4. 提供商务洽谈场所)			
合肥金陵嘉珑酒店	王璐		
(可提供服务: 1. 摆渡车接送服务; 2. 收发快递服务; 3. 延时送餐服务至	17756596228	长江西路 501 号与潜山路交汇西南角	328 元含早
23:00; 4. 提供商务洽谈场所)	袁若男 18256949598		
金陵大饭店	何总 18305519868	滨湖新区广西路 2666 号(合肥市滨湖医院对面)	200 그 소 日
方莱国际大酒店	沈经理 15055130354	福州路千城商业广场 3436 号与徽州大道交叉口西北角	380 元含早
全季酒店合肥滨湖店	王经理 17755175887	徽州大道与福州路交口向西 300 米路南	348 元含早 330 左右
宜尚酒店	胡经理 18755199303	滨湖新区峨眉山路 226 号	289 含双早
合肥融创铂尔曼酒店	孔经理 14790090122	滨湖新区万达文化旅游城南宁东路 401 号	500 元单早
合肥融创美居酒店	孔经理 14790090122	滨湖新区万年埠路 356 号	320 元单早
合肥融创诺富特酒店	孔经理 14790090122	滨湖新区万年埠路 300 号	370 元单早
合肥融创万达嘉华酒店	谢经理 13856063143	滨湖新区南宁东路 301 号	500 元单早
合肥融创万达文华酒店	谢经理 13856063143	滨湖新区衡山路 1 号	600 元单早
合肥美丽家园假日酒店	何总 18856007100	福州路与徽州大道交汇处	240 含双早
格林豪泰二店	鲁经理 13335654485	滨湖新区万泉河路与湖北路交叉口 100 米	300 含双早
如家快捷酒店	唐经理 13155327870	滨湖新区玉龙路 6148 号(望湖大厦)近徽州大道	289 含双早
合肥海友酒店	张总 15375261355	滨湖 CBD 琼林苑 B 座近南京路紧邻要素大市场美年大健康	160 不含双早
如家商旅酒店(金标)-合肥清潭路店	陶经理 18963719876	合肥市经开区紫蓬路与清潭路交叉口如家商旅酒店	269 含早
安徽高速玛丽蒂姆酒店	潘典烨 18912108020	合肥市包河区西藏路 1588 号	578 双早
贝壳酒店(滨湖新区会展中心店)	王玲 13866107521	包河区徽州大道 4948 号琼林苑 A 座	180 含早
喆啡酒店	李琳 13485698333	庐州大道与中心路交口塘西河公园地铁站 A 出口西	200 ++
四門(日)白	字琳 13485098333	侧一百米	200 左右
摩恩酒店(峨眉山路店)	叶经理 15555566565	包河区峨眉山路 66 号	240 含双早
合肥滨湖精品酒店	李经理 15656982999	包河区徽州大道 5599 号	368 含双早
维也纳酒店(合肥滨湖店)	方经理 17314890807	包河区福州路 3666 号日角大厦 1 层	420 含双早
怡莱精品酒店(合肥滨湖店)	张经理 15391977886	包河区福州路 3340 号	260 含双早
汉庭酒店包河区政府店	谢经理 18805655591	乌鲁木齐路 7 号	210 左右含双早
汉庭酒店花园大道地铁站店	谢经理 18805655591	花园大道与山西路交叉口	230 左右含双早
汉庭酒店合肥南站望湖店	谢经理 18805655591	望湖中路与望湖东路交叉口	230 左右含双早
汉庭酒店滨湖国际会展中心店	谢经理 18805655591	宿松路与紫云路交叉口	290 左右含双早
[青皮树酒店(滨湖广西路会展中心店)]	马经理 19155125808	包河区南京路与广西路交叉口	239 含早

备注: 6月9日-11日合肥白金汉爵大酒店设有酒店往返安徽滨湖国际会展中心班车,请住在白金汉爵大酒店附近的参展、参观代表,可前往酒店班车接送点乘 车前往会展中心!

# 中国食品工业协会坚果炒货专业 委员会文件 中国坚果制品研究发展中心

中食坚炒委 [2022] 2号

#### 关于申报第七届(2020-2021 年度) 全国坚果炒货食品行业科学技术进步奖的通知

#### 各会员企业:

为推动我国坚果炒货食品行业科技进步,表彰和鼓励在全行业科学技术工作中,作出突出贡献的企业及科技工作者,同时为进一步提升科技进步奖的科技质量水平,更专业、更规范地进行评审,我协会与中国坚果制品研究发展中心,共同负责第七届(2020-2021年度)"全国坚果炒货食品行业科学技术进步奖"评审工作。凡获奖项目及个人由我协会授予荣誉证书,并择优推荐申报国家食品科学技术奖。现将有关事项通知如下:

#### 一、奖励范围

- (一)种子选育种、种植进步奖: 申报单位在全国坚果炒货食品行业种子选育、改良、培育、优育优种等方面有重大科学发现, 并将其研究成果成功应用到生产实际践活动中;
- (二)产品、工艺进步奖:申报单位在全国坚果炒货食品行业 因应用如下方面的技术而取得良好的经济效益的创新;
- 1. 运用科学技术知识对坚果炒货行业的产品、工艺、材料及其系统、经营销售等方面有重大技术发明;
  - 2. 采用新技术原理、新设计构思研制、生产的全新产品;
  - 3. 在结构、材料、工艺等某一方面比原有产品有明显改进的产品。
- (三)设备、添加剂、包装进步奖: 申报单位在针对食品制造 转型升级新需求条件下,在全国坚果炒货行业采用新研发设备、新 型添加剂、新包装材料,在稳定和保证提高产品质量、增加产品的 经济效益,降低成本、节能降耗、环保、加强资源综合利用等方面 做出了突出贡献;
  - (四)工程、技改进步奖:申报单位在全国坚果炒货食品行业

采用新技术, 在稳定和保证提高产品质量、增加产品的经济效益, 降低成本、节能降耗、加强资源综合利用、经营销售等方面做出了 突出贡献;

- (五)基础研究进步奖:申报单位在全国坚果炒货食品行业基 础研究中阐明自然现象、特征和规律等方面有重大科学发现,并将 其研究成果成功应用到生产实践活动中; (六)科技标准进步奖: 申报单位在坚果炒货国家标准或行业
- 标准研制过程中做出突出贡献,或在参与坚果炒货行业技术性贸易 壁垒(WTO/TBT)应对时,积极参与技术性贸易壁垒的应对、开展 重要出口国家和地区技术性贸易壁垒研究和防护等方面,并取得了 突出的经济效益和社会效益;
  - (十)杰出科技工作者奖:在获奖项目主要完成人中进行评选。 二、评审标准

科技进步奖分别设一等奖、二等奖、三等奖三个级别, 按照申 报项目的创新程度、技术水平、所带动的社会效益和经济效益进行 综合评定,奖励项目由评审委员会确定。

#### (一)一等奖

在技术上有很大创新,技术难度大,总体技术水平和主要技术 经济指标达到了国内领先水平或国际水平, 成果转化程度高, 创造 很大的经济效益,并开展WTO/TBT相关工作,对行业的技术进步和 产业结构调整有重大作用;

#### (二)二等奖

在技术上有较大创新,技术难度较大,总体技术水平和主要技 术经济指标达到了国内先进水平或接近国际先进水平, 成果转化程 度较高,创造了较好的经济效益,并开展WTO/TBT相关工作,对行 业的技术进步和产业结构调整有较大作用;

#### (三)三等奖

技术上有一定创新,技术有一定难度,总体技术水平和主要技 术经济指标达到行业内先进领先水平, 创造明显的经济效益, 对行 业的技术进步和产业结构调整有一定作用。

#### 三、评审程序

- (一)形式审查: 由我协会负责对申报项目的材料进行审查;
- (二)专业评审:由我协会与中国坚果制品研究发展中心组织 评审委员会,对通过形式审查的申报项目进行评审,提出获奖项目 的建议、奖励等级及理由;
- (三)公布获奖名单,由我协会、中国坚果制品研究发展中心 共同颁发证书。

#### 四、申报要求

(一)仅限本协会会员单位申报。申报内容为科技项目及个人。 科技项目要求是在 2020 年-2021 年度完成的成果;

- (二)要严格按照全国坚果炒货科技进步奖通知的有关规定, 认真做好申报项目及个人的材料准备与核实工作,确保申报材料提供的文字、证书等资料真实可靠,按时上报;
- (三)申报的项目,应是本单位独立完成的。如申报单位只是参与完成的,应在申报表"主要完成单位"、"主要完成人"栏目,写明主要完成单位名称和主要完成人姓名,以确保知识产权明晰;

(四)申报材料要求

- 1. 填写《全国坚果炒货食品行业科学技术进步奖申报表》(见附件);
- "申报表"是评审的有效主要依据,完成人一定要认真填写,突出主要科技创新内容部分,应提供国家相关部门审批合格、或授权合格、或批准、或认可的附件材料。新闻媒体报导及个人信件不能作为评价证明。申报表以电子版形式提交,"主要完成单位"栏目处加盖公章,扫描后与有关附件一并发至协会邮箱: cnfiec@csnc.cn。

2. 推广交流材料。

为了在行业内推广交流,宣传先进的科技工作成果,凡获奖项目将刊登在中国坚果炒货杂志、中国坚果炒货网,中国坚果炒货展会网、微信公众号、行业自媒体等媒体上。请申报单位在提交申报资料的同时,提供用于推广交流的资料。要求如下:结合本单位申报项目的内容,作概括简洁表述,内容可公开,以Word版形式提交,文件名注明"刊登用",以便编辑刊发推广宣传。

五、奖励办法

- (一)协会与中国坚果制品研究发展中心将首次设立中国坚果与籽类科技进步奖奖励制度,将为作出突出贡献的科技工作者颁发奖金以资鼓励。奖励办法另行制定通知;
  - (二)各企业可根据实际情况,对获奖者给予一定的奖励;
  - (三)各获奖企业可向省市科技部门申报,争取相关奖项奖励。 六、申报时间

请各会员单位认真组织申报和推荐工作,并于 2022 年 7 月 20日前将申报材料发至邮箱: cnfiec@csnc. cn。

七、联系方式

电话: 010-63344031/63344578 邮箱: cnfiec@csnc.cn

联系人: 杨倩 17812727504 张淑芳 13811794820

附件:《全国坚果炒货食品行业科学技术进步奖申报表》

**主题词:** 申报第七届 全国坚果炒货 科学技术进步奖 通知 中国食品工业协会坚果炒货专业委员会 2022年3月11日印发

## 中国坚果炒货食品展览会组委会

#### 关于展会延期时间确定的通知

各坚果炒货、干果果干全产业链有关企业和单位:

经组委会与合肥市政府、展馆、酒店等多方协调沟通,现确定 2022'第十六届中国坚果炒货、干果果干食品展览会,延期至6月7日-11日举办(7-8日布展,8日全天各类会议活动,9-11日展会)。举办展馆、酒店及展会期间各项会议活动等均不变。

当前组委会及主承办单位,正全力以赴高效有序推进做好各项筹备工作,因此即便展会延期举办,一定会给行业和企业带来一场更精彩,不负众望的全新展会!请全行业全产业链相关企业积极参展、参观、参会,共商发展大计共谋合作共赢!

#### 一、组委会联系方式

电 话: 010-63344031/63344578, 邮箱: cnfiec@csnc.cn

联系人:杨倩17812727504陈 邮13811795004

邱 晶 13811798204

二、承办单位联系方式

联系人: 冯小伟 13505618989 魏 芬 13721075927

陈亚荣 18225880750 李子倩 18856027556

中国坚果炒货食品展览会组委会 二 O 二二年三月二十一日

# 中国食品工业协会坚果炒货专业 委员会文件

中食坚炒委[2022]3号

#### 关于批准新会员入会的通知

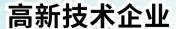
各会员企业:

根据我协会章程,经会员推荐,企业自愿要求入会,并提交入会申请表,现经我协会审核批准,以下单位为我协会团体会员单位。

#### 新增会员单位:

(排名不分先后) 福建金永润食品有限公司 芜湖念果味食品有限公司 天津泽远食品有限公司 杭州临安良呈食品有限公司 杭州萧山蜀惠食品有限公司 珠海良仆食品有限公司 山东优果坊食品有限公司 宁安市北域珍奇山林食品有限公司 新密市曲梁镇富华炒货加工厂 青岛广瑞食品有限公司 河北栗老头食品有限公司 UniPer Limited 融泰国际贸易(宁波)有限公司 天津欣达盛国际贸易有限公司 云南夏果种植开发有限公司 云南绿野农林集团有限公司 上海耀康国际贸易有限公司 杭州奎氪工业科技有限公司 河南好机乐智能科技有限公司 (以下为空白) 特此通知







专注坚果炒货保鲜二十三年

## 坚果炒货食品保鲜系统方案提供者

— 除氧·护色·锁鲜 —

#### 外控:

- 帽状/柱状脱氧剂: 防水、防油、防穿刺、防漏粉、防误食、安全高效。
- 高效脱氧剂:吸瘪率达100%(瓜子类)。
- 恒压脱氧剂:防止包装变形、保持坚果酥脆(罐\袋装坚果类)。
- 每日坚果专用脱氧剂:防止水份迁移、返潮、保持口感。

#### 内添:

坚果炒货专用抗氧化剂:有效防止油脂酸价及过氧化值升高。



#### 东莞市欣荣天丽科技实业有限公司

地址: 东莞市虎门镇怀德社区怀丰路2-3号 电话: 0769-85129777 85502898 85522165

网址: WWW.tianli168.com



扫一扫关注了解更多

#### **十十八七 11** 月七无处不在,懂工艺、更懂你

### 坚果、炒货 全 品类加工装备







单/三/五层坚果杀青、预烘、烘干自动生产线。采用左右进风,上下均风,无死角,温度可调范围大和远程控制的特点适合各类瓜子以及壳坚果和树坚果的预烘与烘干。



微压煮制,自动控制,尾气回收,远程控制,数据跟踪,节能环保适合各种瓜子、壳类坚果煮制入味



单/双层热风循环烘池烘池,采用底部吹风, 上层吸风,烘池上面带电动盖门,水汽分离 系统,热能循环使用,尾气处理,节能环保



合肥科赛机械制造有限公司

合肥赛旺坚果机械制造有限公司

公司网站: www.hfkesai.com www.kesaijixie.cn

销售热线:13956003685 0551-63523130

24小时售后热线: 0551-68891687

地址:安徽省合肥市上派工业园





## 销售热线: 13176996316



双层循环风烘干机



单层循环风烘干机(坚果)



五层连续烘干机



核桃生产线



坚果生产线



坚果生产线

# 探访沃隆坚果

# 愈发拥挤的坚果赛道, 企业如何强化品牌标签?



从有壳变无壳,从单品变复合,从粗加工变深加工, 伴随着居民消费升级,近年来,我国坚果行业保持着持 续快速增长的强劲势头,规模已达千亿。据统计,过去 10年,我国坚果产量增长了96%;目前,我国已是世界 第二大坚果生产国,占世界总产量的10%。

然而,由于行业门槛较低,进入者较多,在赛道日 渐拥挤的同时,行业中"超级寡头"仍然缺席。那么, 激烈的竞争格局中, 坚果企业如何强化品牌标签, 抢占 消费者心智? 笔者以国内坚果品牌、"每日坚果开创者" 沃隆为例,为您解读。

#### 加速年轻化布局

几年前,沃隆率先实现由单一大包装到混合小包装 的变革, 在开辟出行业新蓝海的同时, 也凭借其创新能 力赢得一众消费者,尤其年轻消费者的喜爱。

近年来, 当新生代消费人群逐渐成为市场主力, 沃 隆更是将年轻化布局作为一项重要的策略。于是,我们 看到, 在年轻人热衷的影视剧和社交平台上, 沃隆用沉 浸式剧情植入和互动,在情感上与这届年轻人建立起强 关联。

纵观整个行业,我们也不难发现,电影、电视剧、





综艺等植入营销,已成为品牌的一大发力点。那么,为 何沃降单单会选择电视剧这一赛道?数据显示,当前网 络观剧用户呈现显著的年轻化趋势,90后、00后用户 成观剧主力军。与其他用户相比,这批年轻用户具有强 大的移情能力,以及话题挖掘、发酵能力。借着品牌与 影视剧深度绑定的东风, 沃隆迅速拉近与年轻消费者的 距离。

关于影视剧营销, 沃隆也有一套独 家"秘诀"。在 《都挺好》《扫黑风暴》《谁是凶手》等多部影视剧中, 沃隆均采用了沉浸式的剧情植入,将品牌透过剧情"无声" 传达给观众, 在不影响剧情流畅度的同时, 传递了品牌 价值,强化了品牌标签。

### 发力新社交传播

随着移动互联网的蓬勃发展, 社交媒体迅速崛起, 一跃成为人们日常沟通和获取外部信息的主要渠道,同 时也成为品牌与用户直接建立联系并保持良好关系的重 要纽带。

和许多品牌一样,在这场与"新渠道""新社交" 追逐的比赛中, 沃隆也不甘示弱。在具备强圈层发酵能 力的 B 站、互动性和话题发酵性高的微博, 沃隆紧扣现 代人的社交习惯,借助短视频、图文等碎片化信息进行 强势输出。

追热点、做互动, 沃隆以新流量形式、创新玩法将产 品带给更多的消费者,持续提升品牌影响力和粉丝黏性。

### 打造特色品牌 IP

对很多沃隆铁粉而言, 其品牌形象 IP"小隆人"早

已成为他们亲近的朋友。

形象 IP 的打造, 能够最大程度赋予品牌人格化特 征。在此前上线的全新广告歌《沃隆大坚果》MV中,"小 隆人"俏皮可爱、载歌载舞,营造出魔性洗脑、欢乐昂 扬的氛围,其憨态可掬的造型及健康阳光的形象,赢得 一众喜爱。

线上,以"小隆人" IP 为主角的 MV 登陆各大社交 平台,通过全链路、体系化的营销策略进行立体式推广, 实现与消费者的情感共振。尤其在大批"Z世代"用户 聚集的 B 站, "小降人"更是吸引多位视频 UP 主亲自 下场参与二创,与当下热门视频形式碰撞结合,产出鬼畜、 翻唱等多种创新版本,实现全线引爆。

线下, 由工作人员身着立体人偶开启"小隆人打工 记",在商超、展会、高校等多个场景释放品牌 IP 能量, 持续强化消费者对品牌的记忆。

### 品质是最好的品牌

"归根结底,好的产品品质才是沃隆的立根之本。"

沃隆工作人员表示, 近几年, 他们在品牌营销方面 做了很多努力,希望消费者不止记住"每日坚果",更 记得有这样一家专注于做品质坚果的企业。与此同时, 他们也很明确,只有持续不断地为消费者带来优质的产 品,才能获得好的口碑,在市场竞争中脱颖而出。"毕竟, 好的品质,才是最好的品牌。"

在一次次直面消费者的锤炼中, 沃隆坚果已经形成 了自己独特的产品竞争力。 未来,面对竞争激烈的千亿 市场,沃隆方表示,既要持续创新,也要坚持"品质+ 品牌",才能真正实现基业长青,保持长红。

# 制约坚果炒货中小型企业 发展的 4 个瓶颈

当今跨入世界五百强的企业, 很多都是从小作坊起步的。但是这些 企业目前却能在全世界发展自己的生 意,而国内的坚果炒货中小企业为什 么就长不大呢?

### 瓶颈一:

### 老板小富即安, 不再拼搏

坚果炒货中小型企业的战略方向 基本是由企业老板决定的。而问题的 焦点在于, 很多创始人在创立企业的 时候,并没有认真思考过企业的未来, 大多只是考虑眼前赚不赚钱。

很多老板在行业野蛮生长的环境 里赚到了一桶金,但随着竞争环境的 变化,用户需求的变化,需要磨炼自 己独有的竞争力、需要企业家和团队 更加专业。

但很多领导者沉浸享受着曾经的 小富即安,没有继续拼搏的心力,也 忘记远大理想, 丢失创业初心。

另外, 因为领导者自身经营管理 能力的不足,也就没有了站高望远的 眼界,没有能力带领团队走得更远。

其实,一个企业短期内盈利是容 易做到的,难的是如何能够长线经营。

现在多数的情况是,大家只盯着 近期的收益, 却没有真正从战略的高 度来看待一个企业。市场变化是迅速 的,如果不能够长远打算,迟早会被 挤出市场。

### 瓶颈二:

### 部门深井、无法协同

"深井病"严重阻碍企业创新。

跨部门协作,在很多企业中非常 难以做到,通常是因为历史和组织的 原因造成这种状况, 在企业经营管理 中是非常常见的一种情况。

很多企业的组织就像一口深井, 这些深井团队各自为政, 互不关联, 只听从最上面井口的领导者, 通过层 层传递信息和指令。

这种职能型的组织结构,形成了 部门的封闭系统,部门与部门之间的 成员互不往来, 甚至很多都互不认识, 还互相抢夺资源。

试问,这些企业一开始就这样吗? 当然不是,如果企业一开始就形成壁垒, 部门互为深井, 那这个企业连小企业程 度都达不到就会迅速消逝。

其实大部分企业在创业初期,团 队还是很机动灵活,大家劲往一处使, 几乎没有部门壁垒存在。

往往是有了一定发展规模、但又 没到顶级的时候,团队更容易处于部 门深井。

大家不是互相补台, 而是相互拆 台,没有形成合力,更不要说有策略、 有打法和目标聚焦。

### 瓶颈三:

### 没有自主权力,管理赋能缺失

企业发展到一定的程度, 老板就 不可能什么事都亲力亲为、大小事务 全部揽在自己手里, 这时企业就需要 授予下面的人员一定的决策权。

比较好的方式是将权力下放到企 业的部门经理,这样老板只要抓好几 个人,整个企业的资源就可以得到有 机的利用。

对于授权,一些坚果炒货中小企 业勉强做到了,但比较突出的问题是 老板不完全放心给下面的部门经理去 干,很多事情不给予决策权,最后变 成了部门经理有名无实。



当然, 放权也不代表就是 100%, 这可以规定一个度, 老板可以 收放自如。这是个观念问题, 但是这 个问题却导致了很多企业损失了一些 优秀的骨干员工。

### 瓶颈四:

### 光给目标,不给机制

所谓兵马未动,粮草先行。

很多时候企业管理者会给到部门 和基层各种各样的目标, 但往往目标 定完就没了下文。相应的策略、打法 机制一个都不落实。

就会造成部门和基层慢慢缺乏主 观能动性,从主动我要打胜仗到被动 你要打胜仗。

所以要激发团队的心脑手,除了 有目标,还要有相应的配套的机制, 激发员工内在信心, 内生自我激励。 从内在个人的责任、事业, 到外在的 有票子、有位子、有面子, 文化凝聚 人心,机制驱动人性。

真正的从被动你要打胜仗到主动 我要打胜仗! 从而成为机会来了已经 准备好的那个人。

## 企业如何获得 有竞争力的合理成本?

成本必须合理,但这个合理的成本要有竞争力,这 是对经营能力最大的检验。

为什么不能有最低成本? 有三个原因:

- 1. 成本决定品质。对品质产生直接影响的是成本, 我不认为有很低成本的高品质。
- 2. 成本决定吸引力。如果企业愿意投放成本就会发 现更多更好的人会来。
- 3. 成本体现企业的决心。投入成本的力度多大,就 看企业的决心。

什么才是合理成本? 有三个标准:

- 1. 能让大家感知到企业的投入。
- 2. 能做比较的成本基本合理。
- 3. 能以质量做基准的成本也合理。

如何让成本合理又有竞争力? 企业需要从以下五个 方面入手。

### 一、产品与服务持续符合顾客的期望

### 1. 从顾客的需求出发

很多企业不清楚顾客的需求和期望,一味相信自己 对于产品的理解。

拥有和顾客一样的思维方式。无论是产品设计、技 术创新、销售推动还是服务,都要从顾客的需求出发, 而不是从企业产品本身出发。

### 2. 管理顾客期望

有竞争力的合理成本就是不断管理顾客期望。顾客 期望是一个管理过程,是一个沟通过程,也是一个达成 共识的过程。很多时候企业犯的一个错误,就是把顾客 的期望拉得太高,没有管理顾客期望。

### 二、杜绝一切浪费

相对于优秀的企业而言,企业在生产力发挥、产能 转换、管理成本、渠道效率、资金有效性等很多方面存 在着浪费,人们一方面认为未来人力成本提升的压力、 原材料提升的压力以及环境保护需要支付成本的压力很 大,另一方面又沿着原有的管理习惯工作。



如果愿意在工作习惯上做出改变,这些成本都可以 消化掉。只要企业持续地改善生产力,坚决杜绝一切浪费, 这些价值就会被释放出来。

公司里浪费最多的除了沟通成本、时间成本、信任 成本之外,还有六种常见的浪费。

### 1. 决策成本

老板很怕自己错,决策太慢,该决策的时候不决策, 这是非常大的浪费。

### 2. 流程成本

本来两个人交流之后半个小时就可以马上解决的问 题,却选择了借用流程来解决,一个流程走下来要经过 至少三个人,同时还要三四天的时间。

这个称为流程成本。其实这样的成本非常多,但是 大家习以为常,并认为这是正确的做法。因此导致企业 中流程众多、错综复杂。

#### 3. 会议成本

很多高层管理者为了证明自己忙就要开会,会议会 让所有人停下正在做的事,这是巨大的浪费。

### 4. 机会成本

我们称之为机会的那些部分其实是浪费, 很多人说 我命不好,为什么做餐饮,没做互联网?互联网人又说 互联网替代性太高了,为什么不去卖一碗面?所以,应 该选定了就去执行,不再去做其他的判断。

#### 5. 沉没成本

企业里沉没成本也很大。这个习惯类似女生的衣柜, 只要条件许可, 女生会很喜欢去买新衣服, 但是一个奇 怪的现象是, 买了新衣服的女生, 在大多数的情况下还 是喜欢穿经常穿的那几件衣服,买来的衣服都挂在衣柜 里。这些挂在衣柜里的衣服就是"沉没成本"。

### 6. 制度成本

流程会影响到所有人, 所以要精简流程。

### 三、廉价劳动力无法带来低成本

中国"世界工厂"的模式长期以来将企业竞争力建 基于廉价的劳动力成本之上。但是,我们不能因为这样 的事实,就认为低廉的人力成本就是获得成本优势的来 源,关键是需要找到企业真正的成本优势来源。

高效能员工可以让成本更有效率,但高效能员工要 求你给他高价值,至少要有高薪、高岗、高奖励、高机会。 那高效能员工最大的特点是什么?

### 1. 高效能员工第一个特点: 自己激励自己。

他不太需要公司激励,如果一个员工一开始就和你 谈薪酬,这就是非高效能员工。

### 2. 高效能员工的第二个特点, 自己解决困难。

他自己解决困难,遇到这样的员工一定不要放走他, 他会帮你节约成本。在员工上面所花费的所有成本,都 叫有意义的价值牺牲。

### 四、简化、简化、再简化

其实企业并不是缺少管理反而是管理太多; 不是体 系建设不足,而是系统能力不足,不是员工执行力不行, 而是管理指令太多无法执行。

这些问题的存在都源于一个根本的原因: 企业的管 理太复杂——组织层级复杂、薪酬体系复杂、考核复杂、 分工复杂, 甚至连企业文化都很复杂。

在这样一个复杂的、权责不清晰的管理状态下,如 何能够提高效率来面对变化呢?

就如德鲁克先生所言:管理就是两件事,降低成本、 提高效率。很多时候我们没有发挥管理的效能,是因为管 理者把管理做得太复杂,事实上并不需要这样复杂。所以 管理者只要围绕着顾客需要的价值来进行运营和管理。

此外, 简化还来自于促进企业的合作与信息交流。 因为这样可以获得最重要的能力: 快速的市场反应。快 速反应是指企业通过与利益共同体的合作, 准确把握来 自顾客的所需价值,以低成本高速度满足市场和顾客的 需求。

### 五、把最佳人才摆到最靠近行动的前线

盛田昭夫曾经说过这样的话: "优秀企业的成功, 既不是什么理论, 也不是什么计划, 更不是政府的政策, 而是'人'。'人'是一切经营的最根本出发点"。

依赖于员工,依赖于优秀的人才,企业才可以从根 本解决所面对的所有挑战。关于这一点很多企业管理者 还需要很好地理解并落实到实践中。

在这样认识的基础上,把优秀的人放在一线,放到 最靠近行动的地方去。之所以强调这一点,是因为在很 多企业的管理中, 优秀的人往往被提拔起来, 放在二线, 放在离顾客最远的地方。而当管理做出这样的安排的时 候,企业离增长和盈利也越来越远了。

接触顾客最多、创造价值最直接的正是一线的员工, 企业只要把一线员工的创造力和潜力与所有的顾客连接 在一起,就会具有明显竞争优势。

因为这些员工直接面对顾客, 他们的能力和水平就 决定了企业服务的品质, 也直接决定着公司的投入产出 是否最大化, 更加直接决定着公司的成本的有效性和最 直接的竞争力。

一线员工决定着公司的成本、品质和销售量。管理 者一定要关注到一线队伍的建设,关注到一线员工能力 和水平的建设,必须把最优秀的人放到一线去,获得与 顾客在一起的机会。这样让优秀的人都在创造价值,它 的成本肯定就会低。器



## 中华人民共和国种子法

(2000年7月8日第九届全国人 民代表大会常务委员会第十六次会议通 过根据 2004 年 8 月 28 日第十届全国人 民代表大会常务委员会第十一次会议 《关于修改〈中华人民共和国种子法〉 的决定》第一次修正根据2013年6月 29 日第十二届全国人民代表大会常务 委员会第三次会议《关于修改〈中华人 民共和国文物保护法〉等十二部法律的 决定》第二次修正2015年11月4日第 十二届全国人民代表大会常务委员会第 十七次会议修订根据2021年12月24 日第十三届全国人民代表大会常务委员 会第三十二次会议《关于修改〈中华人 民共和国种子法〉的决定》第三次修正)

### 第一章 总 则

第一条 为了保护和合理利用种 质资源,规范品种选育、种子生产经 营和管理行为,加强种业科学技术研 究,鼓励育种创新,保护植物新品种 权,维护种子生产经营者、使用者的 合法权益,提高种子质量,发展现代 种业,保障国家粮食安全,促进农业 和林业的发展,制定本法。

第二条 在中华人民共和国境内 从事品种洗育、种子生产经营和管理 等活动, 适用本法。本法所称种子, 是指农作物和林木的种植材料或者繁 殖材料,包括籽粒、果实、根、茎、 苗、芽、叶、花等。

第三条国务院农业农村、林业草 原主管部门分别主管全国农作物种子 和林木种子工作; 县级以上地方人民 政府农业农村、林业草原主管部门分 别主管本行政区域内农作物种子和林 木种子工作。各级人民政府及其有关 部门应当采取措施,加强种子执法和 监督,依法惩处侵害农民权益的种子 违法行为。



第四条 国家扶持种质资源保护 工作和选育、生产、更新、推广使用 良种, 鼓励品种选育和种子生产经营 相结合, 奖励在种质资源保护工作和 良种选育、推广等工作中成绩显著的 单位和个人。

第五条 第五条省级以上人民政 府应当根据科教兴农方针和农业、林 业发展的需要制定种业发展规划并组 织实施。

第六条 第六条省级以上人民政 府建立种子储备制度,主要用于发生 灾害时的生产需要及余缺调剂,保障 农业和林业生产安全。对储备的种子 应当定期检验和更新。种子储备的具 体办法由国务院规定。

第七条转基因植物品种的选育、 试验、审定和推广应当进行安全性评 价,并采取严格的安全控制措施。国 务院农业农村、林业草原主管部门应 当加强跟踪监管并及时公告有关转基 因植物品种审定和推广的信息。具体 办法由国务院规定。

### 第二章 种质资源保护

第八条 国家依法保护种质资源,

任何单位和个人不得侵占和破坏种质 资源。禁止采集或者采伐国家重点保 护的天然种质资源。因科研等特殊情 况需要采集或者采伐的,应当经国务 院或者省、自治区、直辖市人民政府 的农业农村、林业草原主管部门批准。

第九条 国家有计划地普查、收 集、整理、鉴定、登记、保存、交流 和利用种质资源,重点收集珍稀、濒 危、特有资源和特色地方品种, 定期 公布可供利用的种质资源目录。具体 办法由国务院农业农村、林业草原主 管部门规定。

第十条 国务院农业农村、林业 草原主管部门应当建立种质资源库、 种质资源保护区或者种质资源保护 地。省、自治区、直辖市人民政府农 业农村、林业草原主管部门可以根据 需要建立种质资源库、种质资源保护 区、种质资源保护地。种质资源库、 种质资源保护区、种质资源保护地的 种质资源属公共资源,依法开放利用。 占用种质资源库、种质资源保护区或 者种质资源保护地的,需经原设立机 关同意。

第十一条 国家对种质资源享有



主权。任何单位和个人向境外提供种 质资源,或者与境外机构、个人开展 合作研究利用种质资源的,应当报国 务院农业农村、林业草原主管部门批 准,并同时提交国家共享惠益的方案。 国务院农业农村、林业草原主管部门 可以委托省、自治区、直辖市人民政 府农业农村、林业草原主管部门接收 申请材料。国务院农业农村、林业草 原主管部门应当将批准情况通报国务 院生态环境主管部门。从境外引进种 质资源的,依照国务院农业农村、林 业草原主管部门的有关规定办理。

### 第三章 品种选育、审定与登记

第十二条 国家支持科研院所及 高等院校重点开展育种的基础性、前 沿性和应用技术研究以及生物育种技 术研究, 支持常规作物、主要造林树 种育种和无性繁殖材料选育等公益性 研究。国家鼓励种子企业充分利用公 益性研究成果,培育具有自主知识产 权的优良品种, 鼓励种子企业与科研 院所及高等院校构建技术研发平台, 开展主要粮食作物、重要经济作物育 种攻关,建立以市场为导向、利益共 享、风险共担的产学研相结合的种业 技术创新体系。国家加强种业科技创 新能力建设,促进种业科技成果转化, 维护种业科技人员的合法权益。

第十三条 由财政资金支持形成

的育种发明专利权和植物新品种权, 除涉及国家安全、国家利益和重大社 会公共利益的外,授权项目承担者依 法取得。由财政资金支持为主形成的 育种成果的转让、许可等应当依法公 开进行,禁止私自交易。

第十四条 单位和个人因林业草 原主管部门为选育林木良种建立测定 林、试验林、优树收集区、基因库等 而减少经济收入的, 批准建立的林业 草原主管部门应当按照国家有关规定 给予经济补偿。

第十五条 国家对主要农作物和 主要林木实行品种审定制度。主要农 作物品种和主要林木品种在推广前应 当通过国家级或者省级审定。由省、 自治区、直辖市人民政府林业草原主 管部门确定的主要林木品种实行省级 审定。申请审定的品种应当符合特异 性、一致性、稳定性要求。 农作物品种和主要林木品种的审定办 法由国务院农业农村、林业草原主管 部门规定。审定办法应当体现公正、 公开、科学、效率的原则,有利于产 量、品质、抗性等的提高与协调,有 利于适应市场和生活消费需要的品种 的推广。在制定、修改审定办法时, 应当充分听取育种者、种子使用者、 生产经营者和相关行业代表意见。

第十六条 国务院和省、自治 区、直辖市人民政府的农业农村、林 业草原主管部门分别设立由专业人员 组成的农作物品种和林木品种审定委 员会。品种审定委员会承担主要农作 物品种和主要林木品种的审定工作, 建立包括申请文件、品种审定试验数 据、种子样品、审定意见和审定结论 等内容的审定档案,保证可追溯。在 审定通过的品种依法公布的相关信息 中应当包括审定意见情况,接受监督。 品种审定实行回避制度。品种审定委 员会委员、工作人员及相关测试、试 验人员应当忠于职守,公正廉洁。对 单位和个人举报或者监督检查发现的 上述人员的违法行为,省级以上人民 政府农业农村、林业草原主管部门和 有关机关应当及时依法处理。

第十七条 实行选育生产经营相 结合,符合国务院农业农村、林业草 原主管部门规定条件的种子企业,对 其自主研发的主要农作物品种、主要 林木品种可以按照审定办法自行完成 试验, 达到审定标准的, 品种审定委 员会应当颁发审定证书。种子企业对 试验数据的真实性负责,保证可追溯, 接受省级以上人民政府农业农村、林 业草原主管部门和社会的监督。

第十八条 审定未通过的农作物 品种和林木品种,申请人有异议的, 可以向原审定委员会或者国家级审定 委员会申请复审。

第十九条 通过国家级审定的农 作物品种和林木良种由国务院农业农 村、林业草原主管部门公告, 可以在 全国适宜的生态区域推广。通过省级 审定的农作物品种和林木良种由省, 自治区、直辖市人民政府农业农村、 林业草原主管部门公告, 可以在本行 政区域内适宜的生态区域推广,其他 省、自治区、直辖市属于同一适宜生 态区的地域引种农作物品种、林木良 种的, 引种者应当将引种的品种和区 域报所在省、自治区、直辖市人民政 府农业农村、林业草原主管部门备案。 引种本地区没有自然分布的林木品 种,应当按照国家引种标准通过试验。

第二十条 省、自治区、直辖市 人民政府农业农村、林业草原主管部 门应当完善品种选育、审定工作的区

域协作机制,促进优良品种的选育和 推广。

第二十一条 审定通过的农作物 品种和林木良种出现不可克服的严重 缺陷等情形不宜继续推广、销售的, 经原审定委员会审核确认后,撤销审 定,由原公告部门发布公告,停止推 广、销售。

第二十二条 国家对部分非主要 农作物实行品种登记制度。列入非主 要农作物登记目录的品种在推广前应 当登记。

实行品种登记的农作物范围应当 严格控制,并根据保护生物多样性、 保证消费安全和用种安全的原则确 定。登记目录由国务院农业农村主管 部门制定和调整。

申请者申请品种登记应当向省、 自治区、直辖市人民政府农业农村主 管部门提交申请文件和种子样品,并 对其真实性负责,保证可追溯,接受 监督检查。申请文件包括品种的种类、 名称、来源、特性、育种过程以及特 异性、一致性、稳定性测试报告等。

省、自治区、直辖市人民政府 农业农村主管部门自受理品种登记申 请之日起二十个工作日内,对申请者 提交的申请文件进行书面审查,符合 要求的,报国务院农业农村主管部门 予以登记公告。

对已登记品种存在申请文件、种 子样品不实的, 由国务院农业农村主 管部门撤销该品种登记,并将该申请 者的违法信息记入社会诚信档案,向 社会公布,给种子使用者和其他种子 生产经营者造成损失的,依法承担赔 偿责任。

对已登记品种出现不可克服的严 重缺陷等情形的,由国务院农业农村 主管部门撤销登记,并发布公告,停 止推广。

非主要农作物品种登记办法由国 务院农业农村主管部门规定。

第二十三条 应当审定的农作物 品种未经审定的,不得发布广告、推 广、销售。应当审定的林木品种未经 审定通过的,不得作为良种推广、销 售,但生产确需使用的,应当经林木 品种审定委员会认定。

应当登记的农作物品种未经登记 的,不得发布广告、推广,不得以登 记品种的名义销售。

第二十四条 在中国境内没有经 常居所或者营业场所的境外机构、个 人在境内申请品种审定或者登记的, 应当委托具有法人资格的境内种子企 业代理。

### 第四章 新品种保护

第二十五条 国家实行植物新品 种保护制度。对国家植物品种保护名 录内经过人工选育或者发现的野生植 物加以改良, 具备新颖性、特异性、 一致性、稳定性和适当命名的植物品 种,由国务院农业农村、林业草原主 管部门授予植物新品种权,保护植物 新品种权所有人的合法权益。植物新 品种权的内容和归属、授予条件、申 请和受理、审查与批准, 以及期限、 终止和无效等依照本法、有关法律和 行政法规规定执行。

国家鼓励和支持种业科技创新、 植物新品种培育及成果转化。取得植 物新品种权的品种得到推广应用的, 育种者依法获得相应的经济利益。

第二十六条 一个植物新品种只能 授予一项植物新品种权。两个以上的申 请人分别就同一个品种申请植物新品种 权的,植物新品种权授予最先申请的人, 同时申请的, 植物新品种权授予最先完 成该品种育种的人。对违反法律, 危害 社会公共利益、生态环境的植物新品种, 不授予植物新品种权。



第二十七条 授予植物新品种权的 植物新品种名称,应当与相同或者相 近的植物属或者种中已知品种的名称 相区别。该名称经授权后即为该植物 新品种的通用名称。

下列名称不得用于授权品种的命 名:

- (一) 仅以数字表示的;
- (二) 违反社会公德的:
- (三) 对植物新品种的特征、 特性或者育种者身份等容易引起误解 的。

同一植物品种在申请新品种保 护、品种审定、品种登记、推广、销 售时只能使用同一个名称。生产推广、 销售的种子应当与申请植物新品种保 护、品种审定、品种登记时提供的样 品相符。

第二十八条 植物新品种权所有 人对其授权品种享有排他的独占权。 植物新品种权所有人可以将植物新品 种权许可他人实施,并按照合同约定 收取许可使用费;许可使用费可以采 取固定价款、从推广收益中提成等方 式收取。

任何单位或者个人未经植物新品 种权所有人许可,不得生产、繁殖和为 繁殖而进行处理、许诺销售、销售、进 口、出口以及为实施上述行为储存该授 权品种的繁殖材料,不得为商业目的将 该授权品种的繁殖材料重复使用于生产 另一品种的繁殖材料。本法、有关法律、 行政法规另有规定的除外。实施前款规 定的行为, 涉及由未经许可使用授权品 种的繁殖材料而获得的收获材料的,应 当得到植物新品种权所有人的许可;但 是, 植物新品种权所有人对繁殖材料已 有合理机会行使其权利的除外。 对实 质性派生品种实施第二款、第三款规定 行为的,应当征得原始品种的植物新品 种权所有人的同意。

实质性派生品种制度的实施步骤 和办法由国务院规定。

第二十九条 在下列情况下使用 授权品种的,可以不经植物新品种权 所有人许可,不向其支付使用费,但 不得侵犯植物新品种权所有人依照本 法、有关法律、行政法规享有的其他 权利:

(一)利用授权品种进行育种及 其他科研活动;

(二)农民自繁自用授权品种的 繁殖材料。

第三十条为了国家利益或者社会 公共利益,国务院农业农村、林业草 原主管部门可以作出实施植物新品种 权强制许可的决定,并予以登记和公 告。取得实施强制许可的单位或者个 人不享有独占的实施权,并且无权允 许他人实施。

### 第五章 种子生产经营

第三十一条 从事种子进出口业 务的种子生产经营许可证,由国务院 农业农村、林业草原主管部门核发。 国务院农业农村、林业草原主管部门 可以委托省、自治区、直辖市人民政 府农业农村、林业草原主管部门接收 申请材料。

从事主要农作物杂交种子及其 亲本种子、林木良种繁殖材料生产经 营的,以及符合国务院农业农村主管 部门规定条件的实行选育生产经营相 结合的农作物种子企业的种子生产经 营许可证,由省、自治区、直辖市人 民政府农业农村、林业草原主管部门 核发。前两款规定以外的其他种子的 生产经营许可证,由生产经营者所在 地县级以上地方人民政府农业农村、 林业草原主管部门核发。只从事非主 要农作物种子和非主要林木种子生产 的,不需要办理种子生产经营许可证。

第三十二条 申请取得种子生产 经营许可证的,应当具有与种子生产 经营相适应的生产经营设施、设备及 专业技术人员,以及法规和国务院农 业农村、林业草原主管部门规定的其 他条件。

从事种子生产的,还应当同时具有繁殖种子的隔离和培育条件,具有 无检疫性有害生物的种子生产地点或 者县级以上人民政府林业草原主管部 门确定的采种林。

申请领取具有植物新品种权的种 子生产经营许可证的,应当征得植物 新品种权所有人的书面同意。



第三十三条 种子生产经营许可证应当载明生产经营者名称、地址、法定代表人、生产种子的品种、地点和种子经营的范围、有效期限、有效区域等事项。

前款事项发生变更的,应当自变 更之日起三十日内,向原核发许可证 机关申请变更登记。

除本法另有规定外,禁止任何 单位和个人无种子生产经营许可证或 者违反种子生产经营许可证的规定生 产、经营种子。禁止伪造、变造、买 卖、租借种子生产经营许可证。

第三十四条 种子生产应当执行 种子生产技术规程和种子检验、检疫 规程,保证种子符合净度、纯度、发 芽率等质量要求和检疫要求。县级以 上人民政府农业农村、林业草原主管 部门应当指导、支持种子生产经营者 采用先进的种子生产技术,改进生产 工艺,提高种子质量。

第三十五条 在林木种子生产基 地内采集种子的,由种子生产基地的 经营者组织进行,采集种子应当按照 国家有关标准进行。

禁止抢采掠青、损坏母树,禁止在劣质林内、劣质母树上采集种子。

第三十六条 种子生产经营者应 当建立和保存包括种子来源、产地、 数量、质量、销售去向、销售日期和 有关责任人员等内容的生产经营档 案,保证可追溯。种子生产经营档案 的具体载明事项,种子生产经营档案 及种子样品的保存期限由国务院农业 农村、林业草原主管部门规定。 第三十七条 农民个人自繁自用 的常规种子有剩余的,可以在当地集 贸市场上出售、串换,不需要办理种 子生产经营许可证。

第三十八条 种子生产经营许可证的有效区域由发证机关在其管辖范围内确定。种子生产经营者在种子生产经营许可证载明的有效区域设立分支机构的,专门经营不再分装的包装种子的,或者受具有种子生产经营许可证的种子生产经营者以书面委托生产、代销其种子的,不需要办理种子生产经营许可证,但应当向当地农业农村、林业草原主管部门备案。

实行选育生产经营相结合,符合 国务院农业农村、林业草原主管部门 规定条件的种子企业的生产经营许可 证的有效区域为全国。

第三十九条 销售的种子应当加工、分级、包装。但是不能加工、包装的除外。大包装或者进口种子可以分装,实行分装的,应当标注分装单位,并对种子质量负责。

第四十条 销售的种子应当符合 国家或者行业标准,附有标签和使用 说明。标签和使用说明标注的内容应 当与销售的种子相符。种子生产经营 者对标注内容的真实性和种子质量负 责。标签应当标注种子类别、品种 宜种植区域及季节、生产经营者及注 册地、质量指标、检疫证明编号、种 子生产经营许可证编号和信息代码, 以及国务院农业农村、林业草原主管 部门规定的其他事项。销售授权品种

种子的, 应当标注品种权号。销售进 口种子的, 应当附有进口审批文号和 中文标签。销售转基因植物品种种子 的,必须用明显的文字标注,并应当 提示使用时的安全控制措施。种子生 产经营者应当遵守有关法律、法规的 规定, 诚实守信, 向种子使用者提供 种子生产者信息、种子的主要性状、 主要栽培措施、适应性等使用条件的 说明、风险提示与有关咨询服务,不 得作虚假或者引人误解的宣传。任何 单位和个人不得非法干预种子生产经 营者的生产经营自主权。

第四十一条 种子广告的内容应 当符合本法和有关广告的法律、法规 的规定,主要性状描述等应当与审定、 登记公告一致。

第四十二条 运输或者邮寄种子 应当依照有关法律、行政法规的规定 讲行检疫。

第四十三条 种子使用者有权按 照自己的意愿购买种子, 任何单位和 个人不得非法干预。

第四十四条 国家对推广使用林 木良种浩林给予扶持。国家投资或者 国家投资为主的造林项目和国有林业 单位造林,应当根据林业草原主管部 门制定的计划使用林木良种。

第四十五条 种子使用者因种子 质量问题或者因种子的标签和使用说 明标注的内容不真实, 遭受损失的, 种子使用者可以向出售种子的经营者 要求赔偿,也可以向种子生产者或者 其他经营者要求赔偿。赔偿额包括购 种价款、可得利益损失和其他损失。 属于种子生产者或者其他经营者责任 的,出售种子的经营者赔偿后,有权 向种子生产者或者其他经营者追偿; 属于出售种子的经营者责任的,种子 生产者或者其他经营者赔偿后,有权 向出售种子的经营者追偿。

### 第六章 种子监督管理

第四十六条 农业农村、林业草 原主管部门应当加强对种子质量的监 督检查。种子质量管理办法、行业标 准和检验方法, 由国务院农业农村、 林业草原主管部门制定。农业农村、



林业草原主管部门可以采用国家规定 的快速检测方法对生产经营的种子品 种进行检测, 检测结果可以作为行政 处罚依据。被检查人对检测结果有异 议的,可以申请复检,复检不得采用 同一检测方法。因检测结果错误给当 事人造成损失的,依法承担赔偿责任。

第四十七条 农业农村、林业草 原主管部门可以委托种子质量检验机 构对种子质量进行检验。承担种子质 量检验的机构应当具备相应的检测条 件、能力,并经省级以上人民政府有 关主管部门考核合格。种子质量检验 机构应当配备种子检验员。种子检验 员应当具有中专以上有关专业学历, 具备相应的种子检验技术能力和水 平。第四十八条 禁止生产经营假、 劣种子。农业农村、林业草原主管部 门和有关部门依法打击生产经营假、 劣种子的违法行为,保护农民合法权 益,维护公平竞争的市场秩序。下列 种子为假种子:

- (一) 以非种子冒充种子或者以 此种品种种子冒充其他品种种子的;
- (二) 种子种类、品种与标签标 注的内容不符或者没有标签的。下列 种子为劣种子:
  - (一)质量低于国家规定标准的;
  - (二)质量低于标签标注指标的;
- (三) 带有国家规定的检疫性有 害生物的。

第四十九条农业农村、林业草 原主管部门是种子行政执法机关。种 子执法人员依法执行公务时应当出示 行政执法证件。农业农村、林业草原 主管部门依法履行种子监督检查职责 时,有权采取下列措施:

(一) 进入生产经营场所进行现 场检查:

- (二) 对种子进行取样测试、试 验或者检验:
- (三)查阅、复制有关合同、票据、 账簿、生产经营档案及其他有关资料;
- (四) 查封、扣押有证据证明违 法生产经营的种子, 以及用于违法生 产经营的工具、设备及运输工具等;
- (五) 查封违法从事种子生产经 营活动的场所。农业农村、林业草原 主管部门依照本法规定行使职权, 当 事人应当协助、配合,不得拒绝、阻挠。 农业农村、林业草原主管部门所属的 综合执法机构或者受其委托的种子管 理机构,可以开展种子执法相关工作。 第五十条 种子生产经营者依法自愿 成立种子行业协会,加强行业自律管 理,维护成员合法权益,为成员和行 业发展提供信息交流、技术培训、信 用建设、市场营销和咨询等服务。

第五十一条 种子生产经营者可 自愿向具有资质的认证机构申请种子 质量认证。经认证合格的,可以在包 装上使用认证标识。

第五十二条 由于不可抗力原因, 为生产需要必须使用低于国家或者地 方规定标准的农作物种子的, 应当经 用种地县级以上地方人民政府批准。

第五十三条 从事品种选育和种 子生产经营以及管理的单位和个人应 当遵守有关植物检疫法律、行政法规 的规定, 防止植物危险性病、虫、杂 草及其他有害生物的传播和蔓延。禁 止任何单位和个人在种子生产基地从 事检疫性有害生物接种试验。

第五十四条 省级以上人民政府 农业农村、林业草原主管部门应当在 统一的政府信息发布平台上发布品种 审定、品种登记、新品种保护、种子 生产经营许可、监督管理等信息。国 务院农业农村、林业草原主管部门建 立植物品种标准样品库, 为种子监督 管理提供依据。

第五十五条 农业农村、林业草 原主管部门及其工作人员,不得参与 和从事种子生产经营活动。

### 第七章 种子进出口和对外合作

第五十六条 进口种子和出口种

子必须实施检疫,防止植物危险性病、 虫、杂草及其他有害生物传入境内和 传出境外, 具体检疫工作按照有关植 物进出境检疫法律、行政法规的规定 执行。

第五十七条 从事种子进出口业 务的,应当具备种子生产经营许可证; 其中,从事农作物种子进出口业务的, 还应当按照国家有关规定取得种子讲 出口许可。从境外引进农作物、林木 种子的审定权限,农作物种子的进口 审批办法,引进转基因植物品种的管 理办法,由国务院规定。

第五十八条 进口种子的质量, 应当达到国家标准或者行业标准。没 有国家标准或者行业标准的,可以按 照合同约定的标准执行。

第五十九条 为境外制种进口种 子的,可以不受本法第五十七条第一 款的限制,但应当具有对外制种合同, 进口的种子只能用于制种, 其产品不 得在境内销售。从境外引进农作物或 者林木试验用种,应当隔离栽培,收 获物也不得作为种子销售。

第六十条 禁止进出口假、劣种子 以及属于国家规定不得进出口的种子。

第六十一条 国家建立种业国家 安全审查机制。境外机构、个人投资、 并购境内种子企业,或者与境内科研 院所、种子企业开展技术合作,从事 品种研发、种子生产经营的审批管理 依照有关法律、行政法规的规定执行。

### 第八章 扶持措施

第六十二条 国家加大对种业发 展的支持。对品种选育、生产、示范 推广、种质资源保护、种子储备以及 制种大县给予扶持。国家鼓励推广使 用高效、安全制种采种技术和先进适 用的制种采种机械,将先进适用的 制种采种机械纳入农机具购置补贴范 围。国家积极引导社会资金投资种业。

第六十三条 国家加强种业公益性 基础设施建设,保障育种科研设施用地 合理需求。对优势种子繁育基地内的耕 地,划入永久基本农田。优势种子繁育 基地由国务院农业农村主管部门商所在 省、自治区、直辖市人民政府确定。

第六十四条 对从事农作物和林 木品种选育、生产的种子企业, 按照 国家有关规定给予扶持。

第六十五条 国家鼓励和引导金 融机构为种子生产经营和收储提供信 贷支持。

第六十六条 国家支持保险机构 开展种子生产保险。省级以上人民政 府可以采取保险费补贴等措施, 支持 发展种业生产保险。

第六十七条 国家鼓励科研院所 及高等院校与种子企业开展育种科技 人员交流, 支持本单位的科技人员到 种子企业从事育种成果转化活动; 鼓 励育种科研人才创新创业。

第六十八条 国务院农业农村、 林业草原主管部门和异地繁育种子所 在地的省、自治区、直辖市人民政府 应当加强对异地繁育种子工作的管理 和协调,交通运输部门应当优先保证 种子的运输。

### 第九章 法律责任

第六十九条 农业农村、林业草 原主管部门不依法作出行政许可决 定,发现违法行为或者接到对违法行 为的举报不予查处,或者有其他未依 照本法规定履行职责的行为的,由本 级人民政府或者上级人民政府有关部 门责令改正,对负有责任的主管人员 和其他直接责任人员依法给予处分。 违反本法第五十五条规定,农业农村、 林业草原主管部门工作人员从事种子 生产经营活动的,依法给予处分。

第七十条 违反本法第十六条规 定,品种审定委员会委员和工作人员不 依法履行职责, 弄虚作假、徇私舞弊的, 依法给予处分; 自处分决定作出之日起 五年内不得从事品种审定工作。

第七十一条 品种测试、试验和 种子质量检验机构伪造测试、试验、 检验数据或者出具虚假证明的, 由县 级以上人民政府农业农村、林业草原 主管部门责令改正,对单位处五万元 以上十万元以下罚款,对直接负责的 主管人员和其他直接责任人员处一万 元以上五万元以下罚款; 有违法所得

的,并处没收违法所得;给种子使用 者和其他种子生产经营者造成损失 的,与种子生产经营者承担连带责任; 情节严重的,由省级以上人民政府有 关主管部门取消种子质量检验资格。

第七十二条 违反本法第二十八 条规定,有侵犯植物新品种权行为的, 由当事人协商解决,不愿协商或者协 商不成的, 植物新品种权所有人或者 利害关系人可以请求县级以上人民政 府农业农村、林业草原主管部门进行 处理, 也可以直接向人民法院提起诉 讼。县级以上人民政府农业农村、林业 草原主管部门,根据当事人自愿的原 则,对侵犯植物新品种权所造成的损害 赔偿可以进行调解。调解达成协议的, 当事人应当履行; 当事人不履行协议或 者调解未达成协议的, 植物新品种权所 有人或者利害关系人可以依法向人民法 院提起诉讼。侵犯植物新品种权的赔偿 数额按照权利人因被侵权所受到的实际 损失确定;实际损失难以确定的,可以 按照侵权人因侵权所获得的利益确定。 权利人的损失或者侵权人获得的利益难 以确定的, 可以参照该植物新品种权许 可使用费的倍数合理确定。故意侵犯植 物新品种权,情节严重的,可以在按照 上述方法确定数额的一倍以上五倍以下 确定赔偿数额。权利人的损失、侵权人 获得的利益和植物新品种权许可使用费 均难以确定的,人民法院可以根据植物 新品种权的类型、侵权行为的性质和情 节等因素,确定给予五百万元以下的赔 偿。赔偿数额应当包括权利人为制止侵 权行为所支付的合理开支。县级以上人 民政府农业农村、林业草原主管部门处 理侵犯植物新品种权案件时, 为了维护 社会公共利益, 责令侵权人停止侵权行 为,没收违法所得和种子,货值金额不 足五万元的,并处一万元以上二十五万 元以下罚款; 货值金额五万元以上的, 并处货值金额五倍以上十倍以下罚款。 假冒授权品种的, 由县级以上人民政府 农业农村、林业草原主管部门责令停止 假冒行为, 没收违法所得和种子, 货值 金额不足五万元的,并处一万元以上 二十五万元以下罚款; 货值金额五万元 以上的, 并处货值金额五倍以上十倍以 下罚款。

第七十三条 当事人就植物新品 种的申请权和植物新品种权的权属发 生争议的,可以向人民法院提起诉讼。

第七十四条 违反本法第四十八条 规定, 生产经营假种子的, 由县级以 上人民政府农业农村、林业草原主管部 门责令停止生产经营, 没收违法所得和 种子, 吊销种子生产经营许可证, 违法 生产经营的货值金额不足二万元的,并 处二万元以上二十万元以下罚款; 货值 金额二万元以上的,并处货值金额十倍 以上二十倍以下罚款。因生产经营假种 子犯罪被判处有期徒刑以上刑罚的,种 子企业或者其他单位的法定代表人、直 接负责的主管人员自刑罚执行完毕之日 起五年内不得担任种子企业的法定代表 人、高级管理人员。

第七十五条 违反本法第四十八 条规定, 生产经营劣种子的, 由县级 以上人民政府农业农村、林业草原主 管部门责令停止生产经营, 没收违法 所得和种子; 违法生产经营的货值金 额不足二万元的,并处一万元以上 十万元以下罚款; 货值金额二万元以 上的,并处货值金额五倍以上十倍以 下罚款;情节严重的,吊销种子生产 经营许可证。因生产经营劣种子犯罪 被判处有期徒刑以上刑罚的, 种子企 业或者其他单位的法定代表人、直接 负责的主管人员自刑罚执行完毕之日 起五年内不得担任种子企业的法定代 表人、高级管理人员。

第七十六条 违反本法第三十二 条、第三十三条、第三十四条规定, 有下列行为之一的, 由县级以上人民 政府农业农村、林业草原主管部门责 令改正,没收违法所得和种子;违法 生产经营的货值金额不足一万元的, 并处三千元以上三万元以下罚款;货 值金额一万元以上的,并处货值金额 三倍以上五倍以下罚款; 可以吊销种 子生产经营许可证:

- (一) 未取得种子生产经营许可 证生产经营种子的;
- (二) 以欺骗、贿赂等不正当手 段取得种子生产经营许可证的;
  - (三) 未按照种子生产经营许可



证的规定生产经营种子的;

- (四) 伪造、变造、买卖、租借 种子生产经营许可证的;
- (五) 不再具有繁殖种子的隔离 和培育条件,或者不再具有无检疫性 有害生物的种子生产地点或者县级以 上人民政府林业草原主管部门确定的 采种林,继续从事种子生产的;
- (六) 未执行种子检验、检疫规 程生产种子的。被吊销种子生产经营 许可证的单位,其法定代表人、直接 负责的主管人员自处罚决定作出之日 起五年内不得担任种子企业的法定代 表人、高级管理人员。

第七十七条 违反本法第二十一 条、第二十二条、第二十三条规定,有 下列行为之一的, 由县级以上人民政府 农业农村、林业草原主管部门责令停止 违法行为, 没收违法所得和种子, 并处 二万元以上二十万元以下罚款:

- (一) 对应当审定未经审定的农 作物品种进行推广、销售的;
- (二) 作为良种推广、销售应当 审定未经审定的林木品种的;
- (三)推广、销售应当停止推广、 销售的农作物品种或者林木良种的;
- (四) 对应当登记未经登记的农 作物品种进行推广,或者以登记品种 的名义进行销售的;
- (五) 对已撤销登记的农作物品 种进行推广,或者以登记品种的名义 进行销售的。

违反本法第二十三条、第四十一 条规定,对应当审定未经审定或者应 当登记未经登记的农作物品种发布广 告,或者广告中有关品种的主要性状 描述的内容与审定、登记公告不一致 的,依照《中华人民共和国广告法》

的有关规定追究法律责任。

第七十八条 违反本法第五十七 条、第五十九条、第六十条规定,有 下列行为之一的, 由县级以上人民政 府农业农村、林业草原主管部门责令 改正, 没收违法所得和种子, 违法生 产经营的货值金额不足一万元的,并 处三千元以上三万元以下罚款;货值 金额一万元以上的,并处货值金额三 倍以上五倍以下罚款;情节严重的, 吊销种子生产经营许可证:

- (一) 未经许可讲出口种子的:
- (二) 为境外制种的种子在境内 销售的;
- (三) 从境外引进农作物或者林 木种子进行引种试验的收获物作为种 子在境内销售的:
- (四) 进出口假、劣种子或者属 于国家规定不得进出口的种子的。

第七十九条 违反本法第三十六 条、第三十八条、第三十九条、第 四十条规定,有下列行为之一的,由 县级以上人民政府农业农村、林业草 原主管部门责令改正, 处二千元以上 二万元以下罚款:

- (一) 销售的种子应当包装而没 有包装的;
- (二) 销售的种子没有使用说明 或者标签内容不符合规定的;
  - (三)涂改标签的;
- (四)未按规定建立、保存种子 生产经营档案的;
- (五) 种子生产经营者在异地设 立分支机构、专门经营不再分装的包 装种子或者受委托生产、代销种子, 未按规定备案的。

第八十条 违反本法第八条规定, 侵占、破坏种质资源,私自采集或者



采伐国家重点保护的天然种质资源的,由县级以上人民政府农业农村、林业草原主管部门责令停止违法行为,没收种质资源和违法所得,并处五千元以上五万元以下罚款;造成损失的,依法承担赔偿责任。

第八十一条 违反本法第十一条 规定,向境外提供或者从境外引进种 质资源,或者与境外机构、个人开展 合作研究利用种质资源的,由国务院 或者省、自治区、直辖市人民政府的 农业农村、林业草原主管部门没收种 质资源和违法所得,并处二万元以上 二十万元以下罚款。

未取得农业农村、林业草原主管部门的批准文件携带、运输种质资源出境的,海关应当将该种质资源扣留,并移送省、自治区、直辖市人民政府农业农村、林业草原主管部门处理。第八十二条 违反本法第三十五条规定,抢采掠青、损坏母树或者在劣质林内、劣质母树上采种的,由县级以上人民政府林业草原主管部门责令停止采种行为,没收所采种子,并处所采种子货值金额二倍以上五倍以下罚款。

第八十三条违反本法第十七条规 定,种子企业有造假行为的,由省级 以上人民政府农业农村、林业草原主 管部门处一百万元以上五百万元以下 罚款;不得再依照本法第十七条的规 定申请品种审定;给种子使用者和其 他种子生产经营者造成损失的,依法 承担赔偿责任。

第八十四条 违反本法第四十四 条规定,未根据林业草原主管部门制 定的计划使用林木良种的,由同级人 民政府林业草原主管部门责令限期改 正,逾期未改正的,处三千元以上 三万元以下罚款。

第八十五条 违反本法第五十三 条规定,在种子生产基地进行检疫性 有害生物接种试验的,由县级以上人 民政府农业农村、林业草原主管部门 责令停止试验,处五千元以上五万元 以下罚款。

第八十六条 违反本法第四十九 条规定,拒绝、阻挠农业农村、林业 草原主管部门依法实施监督检查的, 处二千元以上五万元以下罚款,可以 责令停产停业整顿,构成违反治安管 理行为的,由公安机关依法给予治安 管理处罚。

第八十七条 违反本法第十三条 规定,私自交易育种成果,给本单位 造成经济损失的,依法承担赔偿责任。

第八十八条 违反本法第四十三 条规定,强迫种子使用者违背自己的 意愿购买、使用种子,给使用者造成 损失的,应当承担赔偿责任。

第八十九条 违反本法规定,构成犯罪的,依法追究刑事责任。

### 第十章 附 则

第九十条 本法下列用语的含义 是:

- (一)种质资源是指选育植物新品种的基础材料,包括各种植物的栽培种、野生种的繁殖材料以及利用上述繁殖材料人工创造的各种植物的遗传材料。
- (二) 品种是指经过人工选育或者发现并经过改良, 形态特征和生物学特性一致, 遗传性状相对稳定的植物群体。
- (三)主要农作物是指稻、小麦、 玉米、棉花、大豆。
- (四)主要林木由国务院林业草原主管部门确定并公布,省、自治区、直辖市人民政府林业草原主管部门可以在国务院林业草原主管部门确定的主要林木之外确定其他八种以下的主要林木。
- (五) 林木良种是指通过审定的 主要林木品种,在一定的区域内,其产 量、适应性、抗性等方面明显优于当前 主栽材料的繁殖材料和种植材料。

- (六)新颖性是指申请植物新品种权的品种在申请目前,经申请权人自行或者同意销售、推广其种子,在中国境内未超过一年;在境外,木本或者藤本植物未超过六年,其他植物未超过四年。本法施行后新列入或植物品种保护名录的植物的属或者种,从名录公布之日起一年内提出植物新品种权申请的,在境内销售、推广该品种种子未超过四年的,具备新颖性。除销售、推广行为丧失新颖性,下列情形视为已丧失新颖性:
- 1. 品种经省、自治区、直辖市 人民政府农业农村、林业草原主管部 门依据播种面积确认已经形成事实扩 散的:
- 2. 农作物品种已审定或者登记 两年以上未申请植物新品种权的。
- (七)特异性是指一个植物品种 有一个以上性状明显区别于已知品种。
- (八)一致性是指一个植物品种的特性除可预期的自然变异外,群体内个体间相关的特征或者特性表现一致。
- (九)稳定性是指一个植物品种 经过反复繁殖后或者在特定繁殖周期 结束时,其主要性状保持不变。
- (十)实质性派生品种是指由原始品种实质性派生,或者由该原始品种的实质性派生品种派生出来的品种,与原始品种有明显区别,并且除派生引起的性状差异外,在表达由原始品种基因型或者基因型组合产生的基本性状方面与原始品种相同。
- (十一)已知品种是指已受理申请或者已通过品种审定、品种登记、新品种保护,或者已经销售、推广的植物品种。
- (十二)标签是指印制、粘贴、 固定或者附着在种子、种子包装物表 面的特定图案及文字说明。

第九十一条 国家加强中药材种 质资源保护,支持开展中药材育种科 学技术研究。草种、烟草种、中药材 种、食用菌菌种的种质资源管理和选 育、生产经营、管理等活动,参照本 法执行。

第九十二条 本法自 2016 年 1 月 1 日起施行。

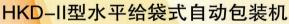


## 

中国食品工业协会坚果炒货专业委员会常务理事单位

DXDM型系列折边袋制袋包装机













治治食品股份有限公司及其全国各地分公司 浙江大好大食品有限公司 好想你枣业有限公司 安徽燕之坊食品有限公司 山东沙土食品工业有限公司 江苏阿里山食品有限公司 苏州口水娃食品有限公司 山东泰山旭日食品有限公司 山东莱芜香山食品有限公司

地址: 合肥国家高新技术产业开发区柏堰科技园铭传路698号

邮箱: koyo@koyopack.com 网址: www.koyopack.com

电话: 0551-65329999 65325555 65321111

传真: 0551-65329999







### 宁津县天華网带机械设备有限公司

NINGJINXIAN TIANHUA MESH BELT MACHINERY CO., LTD







自然风多层风干流水线

链板式多层烘干机

不锈钢裙边链板提升机



不锈钢冷却输送带 不锈钢裙边皮带提升机



松子冷却流水线



Z型不锈钢无破碎提升机



配件区



烘干机链板

链板 (孔 0.9×20)



链轮



链板 (孔 3mm)



链板 (孔 8mm)



链条

地址: 山东省宁津县大祁工业区长江路西段

电话: 0534-5533388 传真: 0534-5533777

全国免费销售服务热线: 400-6703677

销售热线: 曹经理 13465188444 时经理 18853431444

网址: www.tianhuagy.com www.tianhuajixie.com

邮箱: thgy@tianhuagy.com



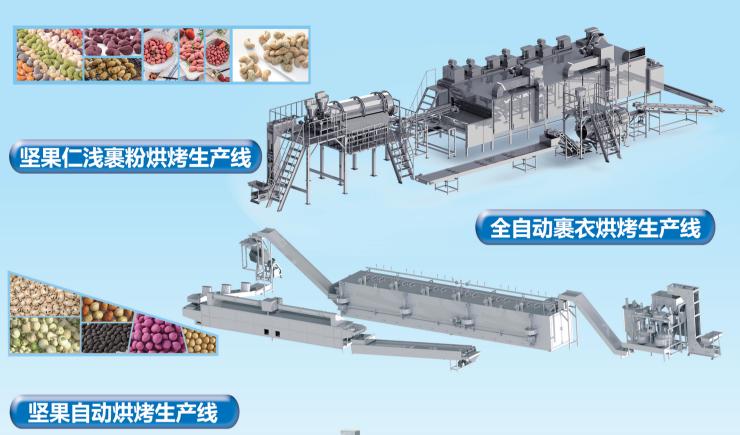


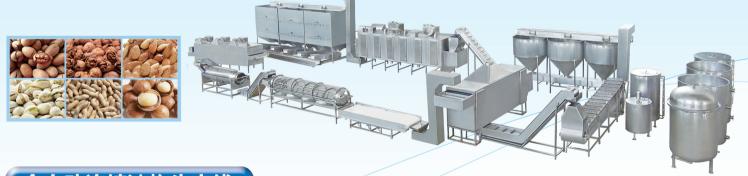
做百年企业 树国际品牌

山东省消费者满意单位德州市个体私营企业协会常务理事单位

# 烟台 茂 原 食品机械制造有限公司 YANTAI A O Y U A N FOOD MACHINERY MANUFACTURING CO.,LTD







### 全自动连续油炸生产线



### 烟台茂源食品机械制造有限公司

联系方式: 0535-5216326 0535-5200909 官方网址: www.m-y.cn 邮箱: myspjx@163.com



# 坚果君为啥怕霉菌



外表坚硬、营养丰富的坚果是植物果实界里的"硬汉子"。尽管骨子里没有那么多的水分,看上去很"皮实",但坚果也有它的软肋——霉菌。中国食品科学技术学会日前发布消费提示说,坚果在潮湿环境下很容易吸收空气中的水分,从而受到霉菌污染,因此,提醒消费者"嗑"坚果时,一定要充分调动鼻子与舌尖的"主观能动性",一旦发现有苦味、霉味或来历不明的辛辣味,应避免进食或尽快吐出来并及时漱口。

### 霉菌是个什么菌

霉菌是丝状真菌的俗称,也就是"发霉的真菌",它们往往能形成分枝繁茂的菌丝体。不过,这些菌丝体十分低调内敛,并不像蘑菇那样"光明正大"地产生大型的子实体,只是悄悄地、不露声色地长出一些肉眼可见的绒毛状、絮状或蛛网状的菌落物质。特别是在潮湿而温暖的地方,霉菌常成萎而自信地"怒放"。

霉菌的家族庞大、种类繁多,现已发现的就有超过 4.5 万种。大多数霉菌对人类很不友好,可以引起食物的腐

败、变质或产生毒素,危害人体健康。

需要说明的是,食物发霉后,哪怕去掉发霉的部分,仍然不能食用,因为霉菌细胞用肉眼无法看见。我们平常看到的霉斑,其实是霉菌大量繁殖后产生的霉菌菌落,而霉变食物的未发霉部位,往往有肉眼不可见的霉菌和霉菌毒素。因此,食物一旦发霉要及时丢掉,千万不要有侥幸心理,当心引起食物中毒。坚果,尤其如此。

不过,并不是所有霉菌都是有害的。许多霉菌在发酵工业、生物医药等领域具有重要作用,如豆腐乳发酵(毛霉)、抗生素(青霉素、灰黄霉素)生产、植物生长激素(赤霉素)合成等。

### 坚果君为啥怕霉菌

一个很多人不知道的事实是,坚果们从枝头上被采摘下来并脱去坚硬外衣的那一刻,就已经走在"腐败"的路上了。

而这种"腐败",主要源于两个 方面:

一是坚果特别容易产生油脂酸败。 坚果中含有大量的不饱和脂肪酸。与饱 和脂肪相比,不饱和脂肪更加健康,但它们也有缺点,就是容易氧化,而油脂酸败就是指坚果中的油脂类受到氧气、水、光、热、微生物等外界因素影响而产生的氧化反应,这种氧化反应有可能会使坚果产生具有特殊气味的挥发性物质,也就是我们平常说的"哈喇味"。

油脂酸败的可能性,随着时间的推移而逐渐提高。所以,如果你开封了坚果又不及时吃,那么酸败的可能性就会进一步提高。

二是坚果储存不当,比如受潮时, 很容易受到霉菌的侵蚀。

受霉菌污染的坚果是否会对人体健康造成危害,取决于霉菌是否代谢产生已知的、毒性明确的真菌毒素。按照《食品安全国家标准 坚果与籽类食品》(GB19300-2014),烘炒工艺加工的熟制坚果与籽类食品中,霉菌不能超过25CFU/g。如果检出坚果霉菌超过标准限值,就可能意味着其食用价值降低,甚至不能食用。

霉菌产生的多种毒素中,最强悍、 最危险的要属黄曲霉毒素,短期大量 摄入时会引发急性中毒,引发肝脏损 害,诱导发生肝炎、肝硬变、肝坏死等,甚至可以致癌。而且特别需要注意的是,黄曲霉毒素具有耐热的特点,一般的烹调温度很难对它造成破坏。

权威资料显示, 黄曲霉毒素是强 致癌物质之一。因此, 变质坚果对人 体健康危害风险最高的, 就是黄曲霉 引发的霉变。

### 吃坚果如何防霉菌

如何避开已被霉菌污染的坚果? 消费者应注意以下几点:

细心选购坚果。建议消费者选择 正规场所,购买正规企业生产的产品, 避免购买过期食品,尽量购买密封包 装的坚果,并选择合适大小的包装, 按需购买;购买散装坚果时,要注意 坚果外形和果肉形态,挑选果实饱满、 颗粒均匀、无霉斑、无虫蛀痕迹的坚果。

合理储存坚果。最好现吃现买, 坚果开袋后应尽快食用。如果吃不完, 应密封保存并置于阴凉干燥处,避免 受潮。

不食用霉变坚果。食用之前,如 发现坚果表面有丝状、绒毛状物质, 或较为明显的霉斑,请不要食用。咀 嚼时,发现有苦味、霉味或辛辣味, 尽快吐出来并及时漱口。

此外,如果不小心遇到以下几种 坚果,一定要保持必要的警惕:

一是调味浓郁的坚果。有些不法 商家为掩盖放久了、已经氧化的坚果 的"哈喇味",加入大量盐、花椒、 大料、糖精、香精等进行调味。

二是焦糊的坚果。用烘烤、油炸 等烹饪方法处理坚果时,温度有时会 达到 200℃以上。这种情况下,坚果中含有的脂肪、蛋白质、碳水化合物,就会分解并转化出一系列致癌物质,如苯并芘、杂环胺、丙烯酰胺等。

三是过分锃亮的坚果。加工坚果时加入石蜡会让产品更加鲜亮、卖相更好,而且不容易变潮变软。有些商贩将积压已久、颜色不好的坚果加入石蜡,以次充好,且使用的工业石蜡纯度不高,含有重金属等杂质,危害健康。所以,如果坚果外表油光锃亮,明显比普通坚果漂亮时,要格外警惕。

四是和果干混装的坚果。受制作工艺影响,果干的含水量各有不同。如果日晒风干比较彻底、水分较少的话,与坚果同包装就没有什么问题。但如果果干制作工艺粗糙、含水量大,就会加快坚果受潮、变质的速度。



# 的营养

榛子,又名山板栗、尖栗或棰子, 果形似栗,卵圆形,有黄褐色外壳。 种仁气香、味甜、具油性。榛子是国 际畅销的坚果。

### 1、有利于增强体质

榛子含有丰富的油脂,它使榛子 自身的脂溶性维生素更容易被人体吸 收,有利于体弱、病后虚羸和易饥饿 的人,起着很好的补养作用。

### 2、有利于延缓衰老

榛子富含维生素 E, 有利于延缓 衰老、防治血管硬化。

### 3、助消化



榛子具有开胃的作用,而且内 含有丰富的纤维素能助消化和防治便 秘。

### 4、有利于降胆固醇

榛子能够有利于降低胆固醇,从 而避免了肉类中饱和脂肪酸对身体的 危害,并且有利于防止心脑血管疾病 的发生。

### 5、有利于明目

每天在电脑前面工作的人群应该 多吃点榛子,可以保护视力。

### 6、有利于驱虫

小孩子吃榛子有利于驱虫的作用。**▓** 

# 常见有助于抗炎食物

# 饮食时要注意!



来说说常见的有助于抗炎食物, 对于能感觉到自己处于疲惫、炎症、 亚健康状态的小伙伴来说,可以在一 段时间内通过饮食集中调理一下。

### 三文鱼、金枪鱼、沙丁鱼

深海鱼富含的 Omega-3 酸能够 帮助减少全身的炎症反应。

### 牛油果

牛油果富含钾、镁、纤维以及单 不饱和脂肪,对心脏有益,并且还含 有类胡萝卜素和生育酚,可降低癌症 风险。

### 特级初榨橄榄油

要注意初榨橄榄油的抗炎效果比 精制橄榄油抗炎效果更好哦。

### 杏仁、核桃、开心果

坚果粒富含纤维素和维 E, 具有 抗炎属性

### 黑巧克力 / 可可粉

黑巧克力中的天然抗氧化剂多酚 的含量较高,在一定浓度下可以降低 血小板的活化, 转移自由基在血管壁 上的沉积,对心血管发挥保护作用。

#### 绿茶

绿绿茶中含有15% 左右的儿茶 素, 而儿茶素的抗氧化力是维他命 C

的 40~100 倍,不仅具有抗癌效果, 还能够抑制血管老化,从而净化血液。 辣椒、甜椒

富含维生素 C 和抗氧化剂,有很 强的抗炎效果。此外, 甜椒富含抗氧 化剂槲皮素,可以帮助减少结节病; 辣椒含有的芥子酸和阿魏酸也能帮助 减少炎症。

#### 海带

海带含有丰富的矿物质,比如: 钙、钾、钠、硒等无机物。并且含有 大量的碘, 能刺激垂体, 降低体内的 雌激素水平,有助于女性卵巢的恢复 正常机能,调节内分泌。

蘑菇不仅热量低,还富含硒、铜 和维生素 B, 为身体提供抗炎保护的 作用。

### 山药

山药含有一种葡甘露聚糖— CYP-1, 研究表示 CYP-1 能表现出 显著的炎症抑制效应。

草莓、蓝莓、树莓、黑莓、桑葚、樱桃 莓类水果含有花青素,具有抗炎 作用,有助于保持免疫系统正常运作。





### 葡萄

葡萄不仅含有花青素, 还是白藜 芦醇的优质来源之一,都是抗氧化的 好帮手。

#### 石榴

石榴含有大量的生物碱, 具有超 强的抗炎作用,能消灭人体内的多种 致病菌和炎症。从石榴叶到石榴皮周 身都是宝。削下的果皮晒干直接煮水 喝,能有效预防多种细菌性疾病发生。

作为一味香料, 也是一种中药 材。姜黄中含有很多姜黄素和挥发油 物质,具有降血脂、抗肿瘤、抗炎、 利胆、抗氧化等作用。

#### 西红柿

西红柿含有番茄碱, 可以明显降 低组织胺所致毛细血管通透性升高, 具有抗炎作用。除此之外, 西红柿中 还含有丰富的核黄素、抗坏血酸、维 生素 A、维生素 K 等, 对防治牙龈 出血、口腔溃疡都是有好处的。

#### 西兰花、芥蓝、甘蓝、小白菜

十字花科植物富含的萝卜硫素, 这是一种常见抗氧化剂,能激活一种 信号通道,使细胞发挥"清道夫"作 用, 让肺部保持清洁, 预防感染。

### 燕麦、黑米、糙米、燕麦米

含有可以抗炎的生物碱成分,对 抗炎症和抗癌是有一定作用, 也非常 适合在减脂期的小伙伴。 🧱



# 世界坚果 享合作共赢 OW WORLD NUTS GET WIN-WIN COOPERATION

### www.chinanutexpo.com



### 本网站为中英文双语版

- 1.数千家展商同台参展,24小時全天候采供洽谈业务;
- 2.同步参与线下展会活动、会议直播;
- 3.与头部电商平台、知名网红举办现场带货直播;
- 4.及时了解全球坚果炒货行业信息、市场行情、消费者需求。
- 5.展会网24小時全天候为采供双方提供精准采供信息,为 业务成交, 拓展市场铺路搭桥。

### 新版功能

您将

有机会

- 1.多种展位样式,满足不同展示需要;
- 2.自主线上布展,您可以"为所欲为";
- 3.在线观看直播,并可实时提问参与线下活动;
- 4.支持视频播放,多媒体手段展示企业;
- 5.可以在线沟通,更高效便捷的建立业务联系。

### 主要展商













る草の焦











每天一把坚果瓜子 有益健康

### 联系方式

电话:010-6345 7516

张云涛138 1179 4043 朱小龙138 5517 8545

邮箱:jianguozhan@163.com

地址:北京市西城区马连道南街12号气象宾馆3336B室

邮编:100055

www.chinanutexpo.com







### 邢台市天元星食品设备有限公司

XINGTAL CITY TIANYUANXING FOOD EQUIPMENT CO., LTD







### ★天元星实用型核桃生产线





大型核桃清洗机

震动沥水机



核桃智能温控杀青机

创新主要体现在,降低破碎率、质量稳定、自动化程度高等方面,清洗增白采用喷淋式连续模式,高效双侧开口机,多级链板杀青,下潜式入味,料液冷却塔在 线降温,以上工艺全自动一键启动。

★桁架式脱皮瓜子生产线

1、内外加热,不粘锅,预防了壳上的糊点。

- 2、平面燃烧技术,尾气回收工艺,有效降低了生产成本。
- 3、负压炒制环境,确保瓜子表皮光亮,籽仁酥脆。
- 4、脉冲沉降综合除尘技术,确保了环境卫生。
- 5、桁架蒸煮解决了车间蒸汽问题。











销售热线: 丁先生 15227721111 古女士 18833432330 地 址: 河北省邢台市任泽经济开发区牛尾河街318号