

科技创新+消费升级让老古董释放新活力 千年小阿胶渐变千亿大产业

今年的这个冬至日尤显热闹,在东阿县,由东阿阿胶主办的第九届阿胶滋补节规模空前,吸引了中医养生界、文化界权威高端人士及众多媒体现场参与。

那边厢,在相邻不远的平阴县东阿镇,由福胶集团组织的阿胶文化节也同步开场,并首次对媒体开放其全面投入生产不久的全新阿胶产业园,新厂、老厂、产业园、基地、博物馆,一圈儿参观下来足足花了一天的工夫。

显然,千年阿胶正成为今人健康养生大市场最受人关注的热门。尤其是随着现代科技进步和阿胶龙头的不断创新,阿胶粉、阿胶浆、阿胶糕、小分子阿胶等食用便捷的阿胶产品争先上市,昔日只有皇室和达官贵人有福享受的阿胶正成长为养生保健市场一个大产业。

文/片 本报记者 马绍栋

1 十二连涨难敌消费热情,小阿胶成老少热议新话题

拉斯韦加斯当地时间2015年12月23日晚,东阿阿胶在1915-2015巴拿马太平洋万国博览会100周年庆典活动中再次喜获金奖。早在百年前的1915年,在第一届巴拿马太平洋万国博览会上,山东阿胶首次亮相世界舞台就引发众多西方人士的赞叹,成为当时唯一获奖的民族医药瑰宝。时隔百年再获殊荣,无疑是民族品牌的辉煌时刻。

刚刚过去的冬至除了刷爆朋友圈的“吃饺子”,最火热的就是“吃阿胶糕滋补”了,阿胶这个原本看似跟普通人距离甚远的中医瑰宝越来越成为老少人群热议的新话题和新时尚。

阿胶消费热情有多高涨?以东阿阿胶为例,今年11月17日,公司宣布重点产品阿胶块、复方阿胶浆、桃花姬阿胶糕出厂和零售价全线上调15%,这是公司2010年以来的第12次提价,阿胶块的终端零售价将上调至4598元/公斤。面对如此“12连涨”的行情,换成任何一个别的行业消费者早就高呼受不了了,然而专业券商给出的分析结论却态度

鲜明:随着主要消费人群消费升级的持续推进,消费者对于产品提价的敏感度有逐渐降低的趋势。

伴随阿胶消费火热的还有整个产业的躁动。据统计,中国目前有14个省市42家企业生产药品阿胶,山东、河南、河北3省20家企业生产保健食品阿胶,23个省市67家企业生产34个含阿胶的药品,13个省市81家企业生产103个含阿胶的保健食品,仅山东省就有近200家阿胶食品企业。除了东胶、福胶两大龙头,同仁堂、宏济堂、太极集团、佛慈制药、葵花、九芝堂等阿胶品牌也在快速发展。

“目前中国阿胶产业的总体规模在200亿元以上,未来随着国家二胎政策的放开以及大众保健意识的增强,阿胶产业超过千亿元规模可期。”11月21-23日,在中国中药协会阿胶专业委员会和中国畜牧业协会驴业分会成立大会上,国家级非物质文化遗产东阿阿胶制作技艺代表性传承人、东阿阿胶总裁秦玉峰如是表示。



千年传承,阿胶已成为中华养生文化的主力军。今年冬至子时,东阿阿胶九朝贡胶开炼告祭礼现场。

且比起阿胶块的服用不便,阿胶糕开袋即食,集美容滋补与便捷携带服用于一身,适应了当前快节奏的城市生活。再加上“80后”逐渐成长为消费主流人群,消费升级给阿胶行业带来的红利正持续快速释放。

这一判断得到了业内的认可。中泰证券最新市场研报显

示,关注女性健康的保健品发展速度最快。2014年我国保健品市场规模首次突破1000亿元,是仅次于美国的第二大消费市场。然而目前中国的消费渗透率只有将近20%,远低于美国和日本85%和70%的消费渗透率水平,市场潜力巨大。阿胶作为女性补血的最佳补品,市场规模从2008

年的64亿元已经上升到近200亿元。

当然,以阿胶糕为代表的阿胶衍生品之所以能短期内蹿红还得益于互联网的快速发展,口感良好、服用便捷、效果明显……这些产品的强体验化成为一道道口碑,在各大社交网站、移动端持续快速扩散。

2 科技创新使产品便利化传播圈子化分享放大口碑

“今年是第三年购买了,话说补血养颜的效果真不是盖的,虽然看上去黑乎乎的,但味道真心不错,一旦习惯了还真是不停不下来。”在一位“80后”公司职员的朋友圈,伴随着一张张诱人阿胶糕的图片晒出,立即引来了无数的“点赞大军”。在各大阿胶糕品牌的电商平台,类似晒单、好评的评论更是俯拾即是。

前些年,阿胶大多是在老年人养生圈子里、医疗圈、孕产妇

人群(补血)等小范围内流传,但近些年这一形势悄然改观。

“我们近几年阿胶系列产品尤其是阿胶糕卖得非常好,值得注意的是,与以往较多集中在老年人群不同,消费群体呈现快速年轻化的趋势,尤其是‘80后’、‘90后’群体增长迅速。”阿胶行业龙头,山东福胶集团市场部人士告诉记者,与阿胶传统产品阿胶块相比,阿胶糕口味可以实现多样化,而

3 阿胶糕里阿胶含量知多少?行业规范更需小品牌跟进提升

在阿胶行业快速做大的同时,品牌杂乱无序、质量参差不齐等正成为行业健康成长亟需解决的问题。

以当前最火爆的阿胶糕为例,记者走访省城各大连锁药店发现,大小品牌、各式包装的阿胶糕陈列在货架之上,看得人眼花缭乱。芝麻核桃糕、固元膏,即食阿胶糕、女士型阿胶糕、手工阿胶糕……让人应接不暇。

在各大电商平台上,阿胶糕同样“百花齐放”,除了东胶、福胶等龙头品牌,其他阿胶品牌、

经销商的旗舰店同样给出“诱人”的产品和价格。

众所周知,阿胶含量的多少会影响阿胶糕的食用功效,但记者调查发现,鲜有厂商标注阿胶的含量。

山东省食药监局去年6月份出台的《关于加强阿胶糕类食品生产许可工作有关问题的通知》明确提出,阿胶糕类产品是阿胶的衍生品,如果食品标签、食品说明书上特别强调添加了含有阿胶等一种或多种有价值、有特性的配料或成分,应标

示阿胶及其他原料的添加量或在成品中的含量。记者了解到,福胶集团生产的阿胶固元膏产品的配料表中,有“阿胶(≥18%)”等字样,而大部分企业没有注明阿胶含量。

对此,山东省阿胶行业资深市场人士告诉记者,阿胶糕是食品,由于驴皮经过熬胶转化为蛋白,那么蛋白是怎么来的?没法再向上游去检测是不是驴皮熬制,而不标属于违规。“目前一些龙头企业已经有检测方法,正在牵头制定阿胶糕标准。”

一批看起来很炫的产品被专家“拍砖”

专家:好产品应多点理性少炒概念



食药科普大讲堂

本报济南12月27日讯(记者 马绍栋) 在本报日前举办的“食安山东”良品荟年度精品选会上,营养专家对一些参选企业展示的“纯手工面条”钠含量过高的点评引发了广泛关注,见报后不少消费者纷纷前来咨询“4+1”健康标识的事。那么作为普通消费者,“4+1”健康标识到底该怎么看?日常食品消费中,一些过分看重重卖相,或者过分追求新概念高价格的消费理念是否正确?日常消费存在哪些误区?对此记者请营养专家进行了解答。

2013年1月1日《预包装食品营养标签通则》正式实施,

预包装食品应当在标签上强制标示四种营养成分和能量(“4+1”)含量值及其占营养素参考值百分比,“4”是指核心营养素,即蛋白质、脂肪、碳水化合物、钠,“1”是指能量。

“老百姓都知道日常饮食要低盐,尤其是高血压患者,那么具体怎么选食品?‘4+1’标识的作用非常大。”济南营养师协会的营养专家傅文杰告诉记者,以盐为例,世界卫生组织建议每人每天摄入量最高是5克,考虑了中国具体的消费习惯,国家营养协会建议一般人(6岁-65岁)是6克。一克盐含400毫克钠,那么按照“4+1”标识,每100克含盐量与标准含盐量进行对比,换算出来占全天钠摄入量的百分比。如果是100%,说明你吃了100克这种食物,那么全天盐需求量就满足了,不能再吃别的了。

傅文杰介绍说,选购食物时,钠的百分比数值越小越好。一般老百姓如果不好理解的话可以按这种最简单的办法判断,即,如果标注食物盐量不超过10%就比较健康。此外更要注意的隐形盐,“像茴香苗,本身含钠量就挺高,如果做水饺馅再放盐,一斤半的茴香苗含盐量为3.6-3.8克,所以特别爱吃茴香苗的话,应当注意。”

此外,像一些地方名吃类的香肠制品,一般含盐量也比较高。专家表示,除了钠含量高,香肠制品里的防腐剂——亚硝酸钠也可能较多,对此国家有严格的标准。总之,从营养健康角度,这些香肠还是要尽量少吃。

“这样的小虾仁怎么也带到食品选会上来了?”选货会现场记者看到,这种虾仁看上去又散又碎,卖相十分不

好,但是与会的营养专家、酒店协会专家在品尝之后大加赞赏。原来这是长岛出产的小金钩海米,蛋白质含量是鱼、蛋、奶的几倍到几十倍,还含有丰富的钾、碘、镁、磷等矿物质及维生素A、氨茶碱等成分。

“有时候选择食品不能单纯看卖相或价格。”傅文杰指出,由于海产品夏天容易腐烂变质,所以一些无良厂商存在用工业原料或者医用化学试剂保鲜的现象。经过这种处理的虾仁肉的弹性不好,吃到嘴里发脆,颜色有些发暗,而没有经过上述化学试剂浸泡的虾仁肉有种Q弹的感觉。“像海米等干货,有些商贩为了增加重量,用糖或盐泡,用手摸一摸或攥一下会有一种粘手的感觉,而没泡的海米‘比较利索’,没有粘手的感觉。”

良品荟“十三道锋味”继续接受报名

本报济南12月27日讯(记者 马绍栋) 食安山东良品荟年度精品选定继续接受报名。联系人:李晨,电话:18953103689;更多详情可添加“食安山东”微信公众号或扫描下方二维码。



齐鲁晚报李岩快品牌工作室策划

QQ群:260469383 邮箱:daxia365@sina.com
食安山东:http://shian.qwb.com.cn/
山东产经新闻:http://chanjing.qwb.com.cn/
电话:186-7885-9550