

光明乳业： 新鲜牛奶背后的“安全实力”

2016年4月21日，中国农垦乳业联盟主席联席会暨农垦乳业发展峰会在哈尔滨市召开，会上审议通过了《中国农垦生鲜乳生产和质量标准》(以下简称《质量标准》)，朱航明总裁代表光明乳业与联盟其他成员单位主要负责人共同签署了“颁发令”。在业界看来，这一新质量标准算得上是国家最高的生鲜乳质量标准体系，且已然严于国际水平。

作为行业龙头企业，光明乳业早就建立了一套完整体系，从源头到终端，全程监控，确保每一滴牛奶的品质安全。更是在去年12月29日率先发布了《光明乳业全产业链食品安全控制体系白皮书》(以下简称《食品安全白皮书》)，书中对全产业链中的各个环节都做出明确规范以及各项技术指标。在全产业链管控理念的指导下，光明乳业正全力推进可追溯系统平台的建设；通过零缺陷理念，确实保证出厂的每一瓶、每一盒、每一杯产品都是安全的。由企业自己制定并发布食品安全白皮书，这在业内尚属首例，也足以证明光明乳业对食品安全的高度重视以及严格自律的决心和行动。



奶源管理标准对接国际

中国农垦乳业联盟集合了全国奶牛养殖精英、乳品企业、科研院所的产业联盟，运作方式是政府指导与市场主导相结合。企业层面来看，

该联盟集合了光明乳业、北京三元、黑龙江完达山、重庆中垦乳业等一批“重量级”牛养殖与牛奶生产企业。与我国现行的标准相比，中国农垦乳业联盟制定的《质量标准》将菌落总数调整到与欧美标准一致，从每毫升200万CFU以下调整到了每毫升10万CFU以下；并将我国现行标准中没有的、反映奶牛乳房健康水平的体细胞数首次纳入进来，标准为每毫升40万个以下。

除了更严格的菌落总数指标、体细胞数指标，乳业联盟还对乳蛋白率做出了规定：相比2010年国家生乳标准的2.8%，乳业联盟将乳蛋白率提高到3.0%，而这个指标已经达到了国际生乳乳的优质标准。

事实上，这些标准早已经是国内部分企业积极在践行的。以始终坚持抓前端牧场奶源管理和奶牛健康的光明为例，经过多年的持续推进，目前其奶源的理化指标、微生物菌落总数等指标均远远好于国家安全标准，特别是奶牛健康指标——奶源体细胞数总体平均在39.7万/毫升，优于美国标准(≤75万/毫升)，达到欧盟标准(≤40万/毫升)。此外，光明乳业的原奶入场验收还有40多项验收标准，包括最为外界关心的抗生素检测、黄曲霉毒素检测、农药残留检测等等。

拥有自己的牧场，从不从个体散户收奶，规模养殖、机械化挤奶，保证奶源安全、可控……为了保证好的奶源，这些都是光明过去一直在做的事情。据了解，自2008年起，光明乳业关闭了小、散户奶源，投资新建规模化大型牧场，目前奶源100%来自“规模化、良种化、健康化”的牧场。截至2015年底，光明乳业自有规模牧场35个，存栏奶牛8万头、泌乳牛平均单产超10吨。光明乳业通过“基因级”管控奶牛，采用国际“基因组检测”手段，对产奶牛实施选种选配，其下属3家公牛站已引进了生产与质量水平全球排名前100的优秀公牛遗传基因。

在全产业链质量控制的打造过程中，光明乳业力因使研发、生产、销售及奶牛养殖各环节能够始终保持紧密联系。目前，光明乳业建立了三大系统：预防体系、评估系统、改善系统，从产品标准制定、产品质量评价、产品质量改善三个方面紧密控制产品质量。



塑造全产业链竞争力

根据光明乳业此前公布的这份《食品安全白皮书》内容，光明乳业已经建立了一套完整的“从牧场到终端、全产业链把关”的产品安全控制体系，通过对全产业链风险因素的识别，对乳品硬件装备以及管理体系的升级，找出对风险因素管控的思路与对策，并以点带面的展示阶段成效。

在源头的把控上，光明乳业还在原奶的品质监控上重点发力，以此来确保奶牛饲养、奶源生产、贮存、运输等过程万无一失；如采购的饲料、兽药全部来自统一渠道，杜绝任何人为添加的违法违规物质；质量安全员每天取样抽检生鲜奶，不合格不得出牧场等。

进入生产加工环节，经严格检测合格后的原奶进入工厂后，光明乳业对整个乳品生产过程的109个环节中确定了75个风险关键点，并对每个风险点都制定了相应的风险控制措施，以预防为主，降低食品安全隐患，为生产安全的精准“护航”。

在光明乳业最新出炉的社会责任报告中显示，2015年公司食安办下发了光明食安办文字(2015)第1号文《2015年生乳风险监控计划》，传递最新法规标准34个，并根据风险环节、风险关键点组织公司下属所有工厂和OEM工厂进行2次产品盲样比对和质量检验内训师等活

记者 欧阳蕾妮

良友海狮： 老字号焕发新生命

上海商情信息中心不久前发布的《上海食用油消费调查》显示，目前，我国人均食用油消耗量呈直线上升的态势，1993年我国人均食用油年消费量为6.9千克，2013年达到22.5千克。而从2006年至今，上海食用油消费经历了一个从快速增长向慢速增长、从吃得多吃得好转变的过程。

而对于上海乃至周边许多省市的市民来说，食用油消费离不开一个耳熟能详的品牌——“海狮”牌。作为一个在上海具有很好的影响力和地位的本土品牌，因为其符合老百姓的口味、价格合理、产品层次丰富，深受上海市民的喜爱。

老字号焕发新生命

虽然“海狮”商标注册时间不过二十几年，但它的前身可以一直追溯到1902年朱葆三、周舜卿等人在上海西苏州路1396号创办的大有榨油股份有限公司。

1936年，中国植物油料厂成立，之后历经抗战内迁重庆，抗战胜利后迁回上海。解放后，天津第三香油总厂整体迁入，公司多次更名，直至1965年更名为上海市油脂公司后才基本固定下来，成为华东地区最重要的植物油生产企业。

1991年10月20日，上海市油脂公司注册了“海狮”商标。2002年，上海市油脂公司和上海良友(集团)有限公司在上海油脂各分厂的基础

上投资组建上海良友海狮油脂实业有限公司(以下简称“海狮”公司)，成为集食用植物油生产、销售、储运、内外贸易为一体的大型企业。

2005年上海市油脂公司将“海狮”商标转让给上海良友(集团)有限公司。2015年，公司整体搬迁到外高桥粮油加工基地，同年整体并入光明食品(集团)有限公司。

一百多年来，“海狮”品牌创造了无数辉煌——2005年，获中国粮油协会“放心油”称号；2007年获得“上海市质量金奖企业”称号；2010年，“海狮”被上海市工商局认定为“上海市著名商标”；2011年，公司被中华人民共和国商务部认定为“中华老字号”企业。“海狮”系列食用油还连续十多年获得“上海名牌产品”等称号。

曾经，上海滩创造了无数全国人民耳熟能详的知名品牌，“上菱”冰箱、“上海”牌手表、“凤凰”牌自行车……当下，仍然在市场上保持知名度和竞争力的“上海名牌”已经寥寥无几。而“海狮”食用油却在鲁花、金龙鱼等群雄逐鹿的食用油领域，仍旧让这个百年品牌保持着顽强的生命力，真正成为上海市的“良心油”，上海市民的“放心油”。

“心系万家”的质量承诺

2015年，“海狮”公司整体搬迁到外高桥粮油生产加工基地。



品质竞争力 大健康战略 老字号新生命



在这个加工基地，“海狮”公司拥有德国、意大利等国进口的加工设备、有了年加工能力达24万吨的油脂精炼设备、2千多吨的小包装油脂成品仓库、1座油脂专用码头。公司借助ERP技术实现了采购、销售、物流、资金流一体的企业资源动态管理，提高了企业对市场迅速做出反应的能力。公司建立了有效的“质量控制”与“食品安全”管理体系，食品安全管理与质量管理覆盖从原料采购到产品售后服务的各个环节，对生产过程设立关键控制点，严格原料、中间品及成品的检测，从而保证了出厂油品的质量安全。

事实上，在这个基地启用之前，“海狮”也从未放弃对质量的追求。早在2003年，公司就已经通过ISO9001质量管理体系认证和HACCP食品安全管理体系认证。“海狮”这两年加大了代加工产业的销售工作，目前已为多家企业提供代加工服务，为了优化产能，2016年“海狮”凭借自己发明创造的高含蜡量葵花籽原油加工处理方法(中华人民共和国国家知识产权局授予的发明专利权，专利号ZL 2014 1 0219872.7)不仅能提升葵花籽油的得率，而且保证葵花籽油在0℃冷冻试验条件下保持36小时以上澄清透明，远优于国家标准规定。

每到周末，“海狮”公司还组织社区居民到生产基地进行参观，了解从大豆进口到港、生产车间、灌装车间的全部生产包装流程，让居民成为企业的“代言人”，迄今已接待了来自10个行政区上万名社区居民的巡访。“海狮”公司还聘任了社区干部为“海狮”质量监督员，监督产品在其社区的品质、口碑等情况。而这种开放、恰恰证明了“海狮”产品质量可靠的底气。

品牌深度与宽度丰富“油消费”

除了注重产品的生产安全系统，“海狮”公司作为光明(食品)集团旗下生产销售食用油的大型企业，在参与市场竞争之余，还肩负着国企保价、稳市的功能定位，得到了消费者的信任。为此，不断打造品牌深度与宽度，使得“海狮”品牌“心系万家”的品牌形象深入人心，产品系列不断丰富，赢得了上海老百姓的信任与青睐。

例如，针对市场对产品层次的需求，“海狮”公司积极调整产品结构，不断开发受消费者欢迎、适合不同消费人群及消费档次的新产品，形成了以“金海狮”为高端食用油品牌、“海狮”为主导品牌，以“玉兰”、“乐惠”、“友益”为二三线品牌的多层次、多品牌的格局。

随着消费者消费结构的不断变化，“海狮”公司积极应对市场挑战，利用自身的技术优势，早早迈出了创新产品的步伐。在保证海狮食用油的纯正的口感，又营养美味，符合人体健康需求的基础上，满足中国人注重“色、香、味”俱全的传统膳食习惯。目前，公司生产有橄榄油、油茶籽油、红花籽油、核桃油等十多个大类、60多个品种的小包装食用油产品；还有葵花籽油、花生油、芝麻油、菜籽油、大豆油、食用调和油等7个品类、10多个品种的餐饮食用油产品。

这些食用油新品种各有特色，已经进入7500多家超市、卖场、便利店，在中端市场的覆盖率达到了90%以上，在江、浙、皖等周边地区也建立了丰富的营销渠道。除了原本传统的经销商渠道以外，“海狮”公司还努力开拓电子商务渠道，在一号店、天猫等十多个网站平台开设旗舰店，丰富了中端的消费群体的消费量。

记者 张树良

光明食品(集团)有限公司
BRIGHT FOOD (GROUP) CO., LTD.

铁皮石斛位居雷莲、人参、灵芝等“中华九大仙草”之首，是历代皇室贵族的养生圣品。铁皮石斛的现代产业化之路在上世纪80年代得以起步，但由于缺乏相关市场行业规范，很多铁皮石斛产品产地不清晰、不正宗、品质等级不明确、质量不纯正、含量不均一，众多“李鬼”严重扰乱市场秩序，这也成为石斛产业发展的最大障碍。

早在2010年，光明食品集团上海东海总公司就瞄准了保健品行业，投资1.8亿元在云南西双版纳成立了国内较大的铁皮石斛产学研基地，并与众多高等院校、科研院所与公司合作，立足技术创新，优势互补，成功攻克了大面积组织培育铁皮石斛的技

术难题。经过多年的努力，旗下的“九斛堂”铁皮石斛产品已经悄然登陆国内市场，为广大消费者提供顶级的养生保健享受。

“仿野生”种植让石斛“回归山林”

光明九斛堂的西双版纳野外石斛种植基地占地1200亩，这里草木生息，到处郁郁葱葱。一棵棵枝繁叶茂的大树树干上布满了刚栽种不久的铁皮石斛。光明九斛堂总经理王长愉向记者介绍，“因为石斛本身就是生长在野外的，我们通过组培以后，把铁皮石斛的种苗栽培到树上让其生长，让它更好的吸取天地之灵气，这样就是一个仿野生的过程。”据悉，这样仿野生的种植方式跟大棚培育相比，丰产期要晚一年，而且产量只有大棚种植的三分之一，但是其优势还是很显而易见的。“仿野生铁皮石斛的种植成活率在98%以上，而且投入低，采摘年限至少可以到15年，是今后石斛种植的重点发展方向。”王长愉表示，石斛现在做到了“放回山林”，意味着做到了人工繁育成功，而且还把新的种苗移植到野生的环境里，这种环境里出来的更接近原生态，品质更好。

发展石斛产业带动云南农民增收

光明云南石斛公司成立于2010年1月，注册资金5000万元，年销售额8000万元，是集生物医药技术和生物保健品研究、开发、生产、经营于一体的生物医药科技公司。凭借年育苗5000万丛以上，成为国内最大的铁皮石斛组培工厂和石斛种苗销售中心。

企业进驻西双版纳以后，迅速带动了当地百姓的增收致富。勐海县勐海镇曼尾村这几年通过种植石斛，发生了很大变化，村民家家盖新房，户户买新车，生活水平有了跨越式的提高。最好的一亩都能卖到10万元以上，有的一年就

九斛堂： 用石斛产业撬动“大健康”战略

收回投资了。而原来村里种植茶叶，每公斤才卖25元。

王长愉也给记者算了这样一笔账：种植石斛，公司提供种苗、服务和技术。农户主要投资

大棚就可以了。按照700-800元一公斤，亩产350公斤计算，大概两年就可以收回成本，而对于曼尾村的农户来说，现在收获的都已经纯利润。“他可以走向市场自己卖，可以卖高也可以卖低，但是当遇到市场不景气的时候，我们就会以最低保护价来收购他们的石斛。充分保障他们的利益。”

在光明云南石斛公司勐海基地现有的400多位员工中，95%是当地贫困地区的农民，如今他们人均月工资约2800元，直接带动了这部分员工的家庭脱贫。同时，还先后直接扶持西双版纳州勐海县失地农户200多户，帮助他们利用宅前屋后和自留地种植铁皮石斛。此外，在云南省文山州、红河州、西双版纳州、普洱市、保山市，光明云南石斛还建立了10个近百亩的“光明石斛示范园”，将铁皮石斛种植产业范围拓展至更宽广



的范围，使更多群众受益。

行业洗牌凸显商机

近年来，铁皮石斛因其良好的药用价值和巨大的开发前景，已引起社会的广泛关注，工商资本纷纷流向该行业，在给行业注入活力的同时，也带来了盲目跟风发展、同质低价竞争等不利因素。铁皮石斛的价格甚至一度遭遇“过山车”，从前几年一公斤千元的收购价下行到几百元。石斛市场鱼龙混杂，产品品质良莠不齐的问题始终存在。

行业专家表示，目前国内铁皮石斛市场还处于品牌混杂、集中度不高、缺乏领导品牌的状态，而拥有雄厚国资背景的光明九斛堂品牌的介入，有望改变这样一个局面。从品牌角度，从全产业链布局角度，从产品质量角度，光明九斛堂都具有得天独厚的条件，相信能给铁皮石斛行业

带来新的气象。

“光明九斛堂的铁皮石斛拥有优质的品种、良好的自然环境、先进的管理体系、科学的规模化种植，这是生产高品质铁皮石斛的四个要素。未来只有高品质的铁皮石斛才可以与普通的铁皮石斛区分开来，避免恶性的价格竞争。”王长愉表示，而这个行业不少中小企业和“散户”，在技术、资金等环节的综合作用下，将渐渐被淘汰。

在铁皮石斛市场步入快车道、行业发展有待规范的大背景下，光明九斛堂的加入，无疑是光明集团国资背景所拥有的雄厚资金和科研力量、先进的技术支持、丰富的管理经验、覆盖全国的业务网络支持等优势，增加了与诸多石斛品牌在竞争中的制胜砝码。光明九斛堂在健康领域的未来发展引人无限遐想。

记者 欧阳蕾妮

