

市民喝的酸奶,24小时前还在奶牛肚子里 新鲜牛奶从哪里来?

6月1日国际牛奶日即将来临,昨日,记者走进我省最大的本土乳品加工企业、农业产业化国家重点龙头企业河南花花牛乳业有限公司,跟踪了牛奶、酸奶整个生产工艺过程,如果告诉你,奶牛过着贵宾一样的生活,每天早上你喝的第一杯花花牛酸奶,从挤奶开始到消费者手中间隔不到24个小时,你信吗?

晚报记者 胡申兵/文 通讯员/图



优质的牧场

饮奶常识

早餐最好不要空腹喝奶

安全的牛奶从牧场到餐桌,每个环节都安全了才能是最终的安全。消费者如何科学地识别、饮用牛奶?

闫浩讲,牛奶、酸奶应放在冰箱冷藏,最好在2℃~6℃;不要让奶制品曝露于阳光或照射于灯光下。超高温牛奶开启后最好一次性饮用完,若饮用不完需密封后贮存在冰箱冷藏室中。

他提醒说,无论是低温奶还是超高温牛奶,都有少量的坏包率。喝牛奶前,要看一下牛奶的色泽是否正常,在喝第一口时一定要先品尝一下,如果牛奶发涩、发苦、絮状等不正常情况,要及时到卖点进行调换。

袋装奶,你若喜欢热饮,可在60℃以下热水中温热后饮用,切忌不要煮沸,否则热敏性的维生素及活性成分会被破坏,降低营养价值。

早餐最好不要空腹喝牛奶。

哪类人群最适合喝酸奶

有9类人群应该多喝酸奶:经常饮酒者、经常吸烟者、经常从事电脑操作者、患有粉尘职业病者、接受化疗治疗患者、经常便秘者、服用抗菌素病人、萎缩性胃炎患者以及骨质疏松患者。



现代化的生产车间

【生产车间】 低温酸牛奶,生产销售不到24小时

走进现代化的生产车间,里面排列着整齐的大容器。花花牛技术部经理王少武说,它们有的是用来贮存原料奶的,有的是用来发酵酸奶的,还有的是清洗管道和设备。

走在车间的参观走廊上,透过玻璃,王少武指着那些现代化的生产设备说,从奶牛挤奶开始到消费者手中,一杯酸奶要经历原料收集、原料运输、生产加工流水线、成品运输、销售等过程,全程跟踪质量检验……

王少武简单勾勒出厂产品的整个生产环节。

奶牛场——奶站(挤奶)——原料奶运输——工厂——储奶罐、奶仓——配料罐——均质器——杀菌——储存罐——再加工(酸奶或

者奶饮料)——成品罐——包装——冷库——产品运输——各种销售渠道——消费者

王少武说,低温酸奶要在发酵室经过几个小时的发酵后送至冷库,再进行后发酵才能得到美味的产品。“从原奶到生产成酸奶、纯奶、大红枣奶等各种产品,就像厨师做菜,无非都是主料加上各种配料和油盐酱醋等,按照一定比例调配,做出各种各样的美味佳肴。原奶加上各种一定比例的配料,经过一定的生产工艺流程,各种美味奶制品也就生产出来了。”

低温酸牛奶从挤出牛奶到上市销售,中间间隔不到24个小时。中间要经过10多个环节的严格检测。

【牧场牛舍】 奶牛睡海绵床垫、听音乐、吹电扇、洗淋浴,超爽

奶制品质量的好坏与原奶的品质有着一定的关系,而奶牛的生活质量决定着原奶的品质。

5月13日下午4点,记者来到位于黄河滩区的中荷奶牛场。不过来的不是时候,奶牛们都进屋“休息”了,拒不见客。

奶牛场的工作人员李萍说,这个牧场有1700多亩,养了1000多头奶牛,是中国与荷兰的合作项目。“这些奶牛有散养的,也有像荷兰那样私人养的,不让牛四处走动。”

看不成奶牛,李萍让记者看了奶牛场的示意图。

李萍介绍说,整个牧场分成生活区、青贮饲草区、牛的饲养区、运动场,还有一个中小学生的示范奶场,学生可以来这里体验人工挤奶。

李萍说,奶牛的起居间铺的是漏粪地板,大小便漏进粪窖里,由施肥车直接拉走浇灌牧草。奶牛有专门的休息室。到休息的时间,奶牛自己就到屋子里去了,“奶牛的床垫还是海绵垫子呢”。

奶牛吃的是什么?李萍说,牧场里种植了1000余亩的苜蓿,而苜蓿是喂养动物最好的饲料。

“牛舍里安装有电扇,夏季奶牛怕热,我们专门引进了韩国专用风扇,给牛降温。”李萍指着挂在墙上的一个风扇说,牛舍里还安装有双层的喷淋系统,可以给牛洗澡。

“牛不仅吃得好、睡得好、玩得好,在产奶时还播放音乐,让奶牛在轻松快乐的氛围中顺畅产奶。”李萍介绍,每天早上7点、晚上6点,奶牛会自觉排队进入挤奶大厅。从瑞典引进的挤奶机能同时给48头牛挤奶,挤奶器还模仿小牛吸奶的频率,牛奶能轻松挤出来。

为了保证奶牛的健康,养牛小区四周都用围墙与外界隔开。出入养牛小区不仅要登记,还要进行严格消毒。进出牧场的车辆,轮胎都必须通过消毒池消毒。进入牧场的所有人员必须进入消毒室,然后才能进入生产区,避免污染牧场环境。

市场部经理闫浩说,对于奶制品企业来说,“得奶源者得天下”,一个乳品企业能掌控多少奶源基地,奶源基地能否提供充足、优质的鲜奶,最终将决定一个乳品加工企业能走多远。花花牛作为河南本土乳品生产企业的老大,打造出了中原地区最大的绿色奶源基地。

【销售市场】 18个省辖市、90%以上县城都有花花牛

闫浩16年前大学毕业后就进入这家公司,不过那时候他在大街上叫卖的不是花花牛牛奶,而是花花牛冰淇淋。

“那时候,花花牛的市场还不是很大,我们通常都是头一天满大街转网点,小商店呀、门市部呀,一条街道一条街道地转,询问需求,第二天再带着车拉着货挨个送。”

到了1997年,花花牛的牌子从冰淇淋开始运用到牛奶产品上了。

如今,花花牛已发展为纯牛奶、酸牛奶、奶饮料系列产品,有中荷牧场、屋顶包、乐乐砖多个包装品种。

“目前,花花牛的产品覆盖了河南全省18个省辖市以及90%以上的县城。距离郑州200公里以内的区域可以实现一天一配送,200公里以外的区域能实现两天一配送。”闫浩介绍说,目前,郑州市区有60多家花花牛的配送站,不仅包括思达、丹尼斯日日鲜等大型超市,也有小商店、酒店专供、家政送奶、学校等网点。全市的销售网点有3400多家。目前,郑州市区已稳定到3万多户的需求量。

【发展前景】 花花牛要跻身中国乳业液态奶十大品牌

河南花花牛乳业有限公司副总经理、营销公司总经理张凯说,公司这几年加快了发展步伐,2008年10月份,郑州花花牛、新郑花花牛、漯河花花牛营销实现了统一。

2009年引进战略投资者,实现员工持股,完成了郑州花花牛的股份制改造。

今年实施了郑州花花牛和新郑花花牛的资本整合,形成了统一的大花花牛格局。

根据公司的发展规划,力争用3年时间,花花牛实现销售收入翻番,达到8亿元至10亿元的销售收入,跻身中国乳业液态奶十大品牌行业,成为河南乳品市场的领导品牌。

“去年年底,公司投资1000多万元对现有低温车间进行了技术改造,引进了日本、瑞典的先进生产线,同时对洁净灌装车间进行系统升级。”张凯说,花花牛产品质量水平大大提升,能够更好地满足消费者需求。

张凯说,今年的销售收入目标是4.5亿元。今年花花牛已着手在郑州新区建设新的花花牛工业园。“筹建的高端乳品厂占地300亩,日处理达到1000吨,计划投资5亿元,分两期完成,新增高端酸奶、益生菌活菌乳饮料等高附加值生产线。”

张凯描绘称,新工厂投资建成后,将进一步优化提升公司产品结构,为花花牛的长期发展打下坚实的基础。

蒙牛:喜摘“最受消费者喜爱商品” “三连冠”品质再获肯定

4月28日发布的蒙牛乳业集团2009年度财务报告,蒙牛以257.1亿元的营业收入和11.158亿元的盈利,再次证实乳业三连冠的“硬品质”;无独有偶,就在年报发布前几天,蒙牛产品获得了华润万家“2009年度最受消费者喜爱商品”的殊荣,再次印证了业绩冠军的“软实力”。

众所周知,华润万家是中国最具规模的零售连锁企业品牌之一,覆盖全国近百座城市,拥有近3000门店,蒙牛荣获“2009年度最受消费者喜爱商品”的殊荣,本身说明蒙牛产品雄厚的群众基础和较高的品牌口碑。

金杯银杯不如消费者的口碑,从消费者那里,汲取企业进步的动力,已贯穿到了蒙牛每一天、每一个人身上。今年三月蒙牛“消费者特别

接待月”中,蒙牛管理层亲自接待消费者,并针对消费者提出的问题一一作了详细的解答,让消费者更详细了解蒙牛生态品质自然纯牛奶的生产全过程也感受到蒙牛人醇厚和认真的做事态度。蒙牛年报业绩蝉联中国乳业“三连冠”和此次获奖表面上双喜临门,内因却正是消费者与企业的心有灵犀,在经济危机的大潮下坚定信心,取得了09年的共赢局面。

每一个品牌的成功,都是来自于对消费者需求的不断满足!为了让消费者真正了解每一杯奶的生产过程,蒙牛首开行业先河,在企业官网上率先开辟了“360度全景探秘蒙牛”网页,让消费者足不出户,轻移鼠标,就可以“检阅”整个蒙牛工业园区的景象。

满足消费者需求的是蒙牛长期持续发展的

方向。当绿色低碳风劲吹全球,消费者也开始更为关注所选产品的产地源头是否环保生态。在对众多牛奶品牌的一个随机调查中,蒙牛品牌与绿色的关联度最高。

国家学生饮用奶计划专家委员会主任、研究员蒋建平认为,“中国的乳业进入了一个新的发展时期,奶源既是乳业的生命线,也是绿色产品的源头与核心所在。”与此同时,蒙牛参与的“善待地球·节约能源”、“绿色出行·碳路行动”、“减法生活”以及“拯救地球的100个行动”等系列绿色公益活动,在数千万网友中引起了关注和思考。蒙牛首倡的碳中和理念,也成为2010年博鳌亚洲论坛上的绿色经验。

谈及构建更加美好的消费未来,蒙牛乳业负责人称:“从让消费者有奶喝、喝好奶到为国



人打造全方位的牛奶产品矩阵,让不同需求的消费者都拥有属于自己的个性化牛奶产品,成为消费者身边的‘全方位营养专家’,这是蒙牛作为民族乳企所一直致力方向与目标。”

张静/文