



鸡蛋,因为营养价值高,容易被人体吸收,成为我们餐桌上不可缺少的食品。
普通鸡蛋、柴鸡蛋、乌鸡蛋、生态鸡蛋、土鸡蛋、草鸡蛋、初产蛋、绿色蛋、有机鸡蛋、散养鸡蛋、五谷蛋、虫草蛋……
这十几种鸡蛋让很多人感到了迷茫和困惑,不知道哪种鸡蛋更好。
还有人在认识上存在误区,以为价格高的自然就好,柴鸡蛋就比普通鸡蛋营养高。
真相到底是怎样的?听听专家的解读和相关部门的解释,也许我们就不会为蛋发愁了。

见习记者 王译博

柴鸡蛋、土鸡蛋、草鸡蛋、生态蛋、有机蛋、虫草蛋…… 市畜牧局:目前市场上能认证的只有“无公害”鸡蛋 虫草蛋等只是喂养环节的一个说法,尚无检测认证标准 鸡蛋:贴什么签就是什么蛋?

鸡蛋种类繁多让人眼花缭乱

现在的鸡蛋种类很多,近日,记者走访了多个菜市场 and 超市。

3月23日,记者先来到伊河路农贸市场鸡蛋和豆制品区,看到整排的各类鸡蛋被商家码得整整齐齐等待挑选。

走上前仔细查看,就会发现这些鸡蛋被分为很多种类:普通鸡蛋、柴鸡蛋、乌鸡蛋、虫草蛋。

普通鸡蛋4.1元一斤,柴鸡蛋10元一斤,虫草蛋12元一斤,乌鸡蛋50元一斤。

鸡蛋营养成分与个头大小无关

中国农业科学院家禽研究所家禽品质监督检验测试中心对普通鸡蛋和柴鸡蛋的营养价值做了检测实验。

为了检测柴鸡蛋和普通鸡蛋哪个营养价值更高,研究员各挑选了一枚普通鸡蛋和柴鸡蛋,分别将它们打碎,搅拌均匀,然后各取相同的重量,对里面的成分进行检测。

鸡蛋的价格为啥差这么多?

摊主说:“贵的营养价值高啊,普通鸡蛋都是养鸡场里的鸡下的,吃的是鸡饲料。这些柴鸡蛋和虫草蛋都是散养鸡下的,吃的是粮食和虫子,几天才下一个蛋,肯定不一样。”

记者又先后来到中原区两家大型超市,发现超市里的鸡蛋种类更多,普通鸡蛋、柴鸡蛋、乌鸡蛋、生态鸡蛋、土鸡蛋、草鸡蛋、初产

蛋、绿色蛋、有机鸡蛋、散养鸡蛋、五谷蛋、虫草蛋等十几种鸡蛋。

昨天,记者联系了河南农业大学食品科学技术学院畜加工研究室李苗云博士。她表示,其实鸡蛋共分为三大类:普通鸡蛋、柴鸡蛋、乌鸡蛋,在每个类别中会根据饲料和养殖方法的不同再进行细分。其他所谓的有机蛋、生态蛋、绿色蛋、虫草蛋等都可以划分在散养的柴鸡蛋中。

进行检测。

实验表明,每100克大鸡蛋内含有蛋白质13.8克、脂肪8.6克、氨基酸11.6克。每100克小鸡蛋内含有蛋白质13.9克、脂肪8.7克、氨基酸11.7克。

这表明,鸡蛋的个头大小与营养成分的含量多少并没有关系。

行业标准

目前能认证的只有“无公害”鸡蛋

普通鸡蛋、柴鸡蛋、乌鸡蛋、生态鸡蛋、土鸡蛋、草鸡蛋、初产蛋、绿色蛋、虫草蛋等这十几种鸡蛋该如何来区分,有没有一个检测、监管标准呢?

昨天下午,郑州市畜牧局畜产品安全质量管理处的一位姓孟的工作人员告诉记者,目前他们对鸡蛋品种的认证只有“无公害”鸡蛋。

“无公害”鸡蛋是有一个严格的检测标准的,从养鸡场选址,到生产过程控制措施、用药情况、鸡蛋上市前要做的无公害处理措施、粪便无公害处理都要全程检测。

目前,超市或者农贸市场里销售的其他鸡蛋品种的检测标准都还处在空白阶段。就拿虫草蛋来说,虫草蛋可能是喂养环节的一个说法,但真正的检测认证标准还没出台,所以这只是商家的一个噱头。

全国罐装饮料市场加多宝连续六年登顶

日前,由中国行业企业信息发布中心举办的“第十七届全国市场销量领先品牌信息发布会”在人民大会堂隆重举行。相关领导出席了会议。报告指出,2012年我国消费品市场总体呈现稳定增长的格局,名优品牌市场份额进一步提高,2013年我国消费品市场也将会平稳发展。其中凉茶行业领导者加多宝获得“2012年度全国罐装饮料市场销量第一名”的称号,以无可争议的品牌实力连续六年蝉联“中国饮料第一罐”。

此次信息发布会公布的相关数据显示加多宝罐装凉茶市场占有率远超80%,再次印证“10罐凉茶,7罐加多宝”的言之凿凿。

“加多宝凉茶持续六年的畅销,销售额呈现爆炸式增长,公开资料显示2012年销量超过200亿元,加多宝凭借王泽邦后人独家授权的正宗配方,不断创造着凉茶行业奇迹,其凉茶领导者地位稳如泰山。”某饮料行业资深人士表示。



10罐凉茶 8罐加多宝

近期,加多宝新的广告语“中国每卖10罐凉茶,7罐加多宝”受到了消费者认可,认为这个以事实为依据的广告凸显了加多宝的霸气和睿智。

从国家统计局中国行业企业信息发布中心发布的最新的数据来看,更名后的加多宝罐装凉茶继续稳居凉茶行业第一的位置,再次用权威的数据有力印证了“10罐凉茶7罐加多宝”无可争议的事实。

“加多宝一直使用的是凉茶始祖王泽邦先生第五代玄孙王健仪女士独家授权的王氏凉茶

祖传百年的秘方,配方正宗内涵不变,品质纯正性得到了消费者的高度认可与信赖,越来越多的人选择喝加多宝。”加多宝相关负责人表示。

资深营销专家指出,去年前三季度饮料行业运行状况分析报告数据就显示加多宝凉茶市场占有率近73%,居罐装饮料销量第一。再加上春节旺季的热销,再度将加多宝推上“中国第一罐”的宝座,10罐凉茶7罐加多宝早就是不争的事实。

“第一罐”加多宝 继续引领凉茶市场

2012年加多宝自5月推出自有品牌,短短

三个月便实现品牌成功转换,其市场表现也依旧强劲,一路高歌,9月完成全年销售任务;2012全年销量突破200亿;加多宝连续六年蝉联“中国第一罐”。加多宝让失去了品牌而拥有产品、配方、渠道的罐装凉茶,再度崛起。“从某种程度上,这是违反规律的,但加多宝成功了,创造了另类的‘经典’。”营销专业人士表示。

加多宝的成功除其继续沿用的正宗配方、保证其原有的品质、工艺外,其快速有效的营销手段也功不可没。从全民娱乐的《中国好声音》到贯穿南北中的跨年营销,2012年到2013年加多宝上演的一场场营销创新的好戏总是引发业内人士和消费

者的称赞叫好。舆论普遍认为,加多宝在营销方面的努力创新直接促使其品牌的成功转换,并奠定了稳固的凉茶行业领导者地位。

某食品行业研究员认为,随着消费者健康意识的增强,在饮料选择上更倾向于选择健康饮品;另外,近年来加多宝的品牌纷争不断,使凉茶的市场关注度提高。并且凉茶本身因为迎合消费者的需求,所以凉茶市场仍有望继续增长。而作为凉茶领导者品牌的加多宝必然继续引领凉茶市场大发展。

2012,看加多宝品牌转换创造奇迹;2013,看“第一罐”引领市场发展续写传奇。