

■ 数据

越南腰果价高出口，一吨7100美元

近日，据越南相关报道，2011年2月份，越南出口了1万吨腰果，出口价高达每吨7100美元，比去年的出口均价高了1000多美元。

据了解，在前两个月，越南共出口腰果2.4万吨，同比增加了16%，出口金额为1.66亿美元，同比增长了55%。

今年泰国砂糖供应量升幅25%

据泰国《世界日报》3月4日报道，泰国工业部长猜武表示，前往市场砂糖仓库检查发现共有160万袋等待搬运到各个市场去销售，砂糖量还足以国内消费，因为2011年砂糖供应量增加，从去年600万增到2,800万袋，升幅25%。

针对超级市场出现装袋砂糖紧缺现象，猜武指出，原因是砂糖包装厂只有3家。

虽然已按照合同供应砂糖至包装厂，但由于处理费和包装费仍未能达成报酬共识，工厂没有生产意愿。工业部认为，如果需要解决砂糖包装短缺问题，应考虑动用蔗糖基金包装砂糖，以销售给民众。

工业部长还说，如果每周砂糖库存量少于100万袋，将前往市场检查，制订解决办法。

每天40毫克以内阿斯巴甜无害

欧洲食品安全局日前发表研究报告认为，此前颇有争议的甜味剂阿斯巴甜对食品安全无害。

人造甜味剂阿斯巴甜由化学家在1965年研制溃疡病时发现。由于它甜度高、热量低，被广泛使用在饮料、甜点、糖果、奶制品和药品等之中。此前有研究发现，阿斯巴甜可能与孕妇流产和某些癌症有关。

欧洲食品安全局表示，该机构从2006年开始对阿斯巴甜的安全性进行研究，结果显示，阿斯巴甜在进入消化系统后分解成人体内天然存在的苯丙氨酸和甲醇等物质，阿斯巴甜并不进入血液循环，不在人体内存积。有关阿斯巴甜存在食品安全问题的质疑没有足够的科学根据。

欧洲食品安全局同时指出，阿斯巴甜的摄入量应保持在每公斤体重每天40毫克以内。

去年快消市场消费额达7264.14亿

市场研究机构 Kantar Worldpanel 发布最新报告显示，2010年中国大陆快速消费品市场消费额达7264.14亿，较上一年增长16%。台湾零售商大润发成为零售市场的最大赢家。

报告称，作为独立零售品牌，大润发在2010年继续稳占二线市场霸权，在第四季度达到6.2%的市场份额。一直以来，大润发超市都将发展的重点放在二三线城市，在地市级和县级市不断扩广大顾客数。



甜味抑制剂（又称：降甜添加剂或降甜剂）已被收入食品添加剂国家标准GB2760中，同时也被美国FEMA、联合国JECFA等最权威机构批准使用。

甜味抑制剂不仅能降低甜度、增强风味，而且能使蔗糖充分发挥其功能特性，因此它们在含糖食品中的应用前景很广。怡甜作为一种优良的甜味抑制剂可广泛应用在月饼馅料、糖果、巧克力、果酱、冰淇淋等二十三项高糖食品中，起到降低甜度、改良口感、提高品质、优化成本的作用。



怡甜：给食品企业更多市场机会

本报记者 马永刚 黄胜锦

高糖食品甜味改良

蔗糖是甜味之王，为食品工业的大宗原料之一，除提供纯正怡人的甜味刺激及16.7kJ/g的能量外，还给食品配料系统提供适宜的粘度、质构、色泽、体积和品质，并有一定的防腐抗微生物特性及降低冰点作用。此外，蔗糖还可代替脂肪用于膨松食品，与其他甜味剂如低聚糖、糖醇比较，还具有低成本优势。因此虽然一些蔗糖替代品如填充型甜味剂、强力甜味剂已经出现，但是蔗糖仍然是目前公认的最佳营养性甜味剂。

蔗糖虽然有上述诸多特性，但要呈现甜味以外的性能，往往需要使糖分达到相当的程度，这样以来，甜度就会过高，从而产生甜腻感，影响食欲，另外，糖太多也不利于其他风味的释放。目前，国内很多以蔗糖为防腐的传统食品如蜜饯、月饼等，都不同程度地存在着过甜的问题。如何在降低产品甜度的同时，又充分发挥蔗糖的其他功能特性（如增色、增香、分散、防腐、膨胀的作用等），是困扰食品企业多年的难题。

甜度抑制剂的出现使“过甜”问题迎刃而解。甜味抑制剂是通过阻塞甜味受体，从而降低含糖食品的甜度的一类化合物。它们通常本身无味或几乎无味，但能改变感觉特别风味或味道的方式。甜度抑制剂可将蔗糖变成“不甜的糖”，又不影响其口感、风味及其他功能特性。因此，甜度抑制剂在食品工业中的应用前景十分广泛。目前，它们在国外已有一些应用，但在国内尚属空白。

甜味抑制剂安全有效

怡甜的甜味抑制效果非常明显，它能有效抑制单双糖（如果糖、葡萄糖、蔗糖）、糖醇（如甘露醇、山梨糖醇）、糖苷（如甜菊糖）、二肽衍生物（如阿斯巴甜、阿力甜）、人工甜味剂（如安赛蜜、糖精钠、甜蜜素）等各类甜味剂的甜度。这里仅举例它对蔗糖、结晶果糖、阿斯巴甜的甜味抑制效果。

天然怡甜的原料均源于天然

怡甜：给市场多一些机会

经国家质检总局批准生产的甜味抑制剂怡甜，它能够有效抑制甜味，可广泛应用于月饼馅料、糖果、巧克力、果酱、冰淇淋等高糖食品中，起到降低甜度、改良口感、提高品质、优化成本的作用。

对于可以加水的产品，例如月饼、果酱、冰淇淋、糖浆等，将定量的甜味抑制剂粉末溶解于水中，加水量掌握在甜味抑制制剂质量的40~50倍，直接混合入产品配料中，继续本产品后续的生产即可。

对于月饼，则在馅料生产中期（例如起锅前50~60分钟）加入，然后继续铲至馅料符合要求为止。务必保证甜味抑制剂能均匀分散在馅料中。例如：设定添加量为万分之1.6，则每100公斤馅料需要添加16克的甜味抑制剂粉末，可用700~1000克（或毫升）水溶解后加入。

对于不能加水的产品，例如巧克力、部分果糖、奶油涂层等，将甜味抑制剂粉末直接混入产品配料中即可，但一定要混合均匀。因为甜味抑制剂的使用量极小，建议使用多步骤逐级混合技术，以达到均匀分布，就象往巧克力产品中添加色素、香精一样的方法加入。

如果和白糖直接混合，添加量掌握在白糖质量的万分之6~7左右，即10吨白糖加6~7公斤甜味抑制剂，混合均匀即可。



中国最大食品工业园落户济宁

济宁食品工业开发区（济宁市食品工业园）座落于素有“中国大蒜之乡”、“中国圆葱之乡”美称的山东省济宁市金乡县经济开发区西部，经济宁市政府批准于2009年6月成立，规划面积11平方公里，是目前全国最大的专业化食品工业园区。地处苏鲁豫皖交界处，位居环渤海经济带、淮海经济区、鲁南城市带，北距济宁机场20公里，京九、京沪铁路傍河而过，紧邻正在修建的济徐高速和规划中的环省高速，交通便利，民风淳朴，物产丰富。

园区由中国中轻国际工程有限公司规划设计，具体规划为“两心两轴七区”，两心是指金乡县鱼山新型乡镇的产业服务中心和园区中部的生态绿心，两轴即沿金源路的产业配套服务轴和沿蒜都路的商贸服务轴。七区即在富民路以南形成商贸物流产业区、大蒜精深加工产业区、食品综合产业基地区。在金源路以北形成畜禽肉类产业聚集区、油脂产业基地区、饮料产业基地区。以及与此相配套的产业配套服务区。

园区依据“开大蒜园产品跨越发展主阵地，打造中国特色食品工业新地标”的规划定位，制定园区发展的“三步走”战略。第一步2~3年全力塑造园区的先进产品品牌，第二步5~8年全力塑造园区自主创新品牌，第三步最终全力形成中国知名特色的城市品牌。重点突出四个发展领域，大蒜制品的商贸出口领域，大蒜制品的生物医药领域，农副产品的生物保健领域，农副产品的精深加工领域。重点发展以下几个产业：

大蒜加工业：园区在精深创新产业区发展以大蒜为主导的相关产业。重点发展大蒜素油保健品、大蒜复合保健产品、发酵类大蒜果蔬保健品、大蒜广谱抗菌药物、大蒜类新型药物，以及以大蒜素油及副产品为原料的饲料加工行业、生物防腐剂加工行业、大蒜生物农药加工行业。形成国内最大的大蒜素油、加工基地，国内一流的大蒜保健品生物保健医药产业基地。

畜肉类产业：整合、发展、完善整个区域肉制品产业结构，发展冷却肉、分割肉和熟制品，扩大低温制品、功能性肉制品的生产，积极推进中肉制品工业化生产步伐。加大屠宰副产品深加工产业、生物保健、生物医药、食品添加剂、饲料添加剂等企业的的发展。广泛开展畜禽血液、骨组织、脏器等副产品的综合利用研究，开发生产各种生物制品，完善整个畜禽肉制品产业链条。

饮料产业：依托当地资源优势，经过科技创新，努力在胡萝卜、大蒜、洋葱上打造新产品，形成高附加值、药食同源的功能保健饮料新亮点，同时做强区域特色果蔬汁饮料产业，加强对啤酒、乳品、矿泉水、饮料行业的开发，引进国内饮料行业知名品牌，成为产业新的支撑。

油脂产业：重点发展大豆油、菜籽油、花生油、棕榈油等大粮油加工行业。搞好桶装产品综合利用，深化产品产业链条，搞好大豆油和大豆磷脂综合深加工，植物膳食纤维粉和富含膳食纤维大豆食品项目的开发，大力发展大豆分离蛋白、功能性蛋白及活性物质等高附加值产品。

烘焙食品产业：区域经济一体化进程的加快及农业产业化进程的提高，为烘焙食品带来巨大的发展空间。该产业主要发展旅游食品、休闲食品、快餐食品、低糖、低碳、清淡和营养平衡的烘烤食品。

速冻食品产业：速冻食品行业属于朝阳行业，包括速冻米面制品、速冻肉制品、速冻果蔬制品及其它新的冷冻产品。

产品加工产业：重点发展冷冻冷藏、调味休闲品、鱼糜与鱼糜制品、罐头制品等水产产品。

冷链物流产业：整合济宁及周边食品仓储物流企业，加速向集团化、连锁化、协作化方向发展，组建将生产、交易、代理、运输、融资、结算、服务等为一体的冷链物流中心。

食品包装产业：突出发展纸包装制品产业、新型包装材料产业、绿色包装产业。力争在园区培育一到三个具有国内竞争力的大型包装、装潢、印刷企业名牌。目前，园区“四纵五横”的道路网络基本形成，日处理1.5万吨的污水处理厂和热力公司将其投入运营，宏昌集团、荣嘉集团、鑫泰隆果业等几十家企业已经入驻，北京华都峪口禽业、宏大食品、美国圣丰食品、成功黑蒜等项目全面开工建设，雨润集团、稻香村等国内外知名企业正在选址论证，近期可签约落地。

本报记者 马永刚

一步到位，拒绝空谈，马上行动！



整合报纸广告、网络宣传、展会宣传、研讨会
参与、宣传册制作、影像制作及发布等资源，
提供2011全年合作方案



中国食品报 | 休閑食品周刊

优惠促销中！

详情请致电 18660791997