

黑龙江省蓝莓加工研究现状

张莉莉

(黑龙江省农业科学院 浆果研究所,黑龙江 绥化 152200)

摘要:为了更好地带动黑龙江省蓝莓产业的发展,进一步完善蓝莓加工品的市场,对黑龙江省蓝莓加工品如饮料、果酒和乳制品的市场占有率,品牌数量及知名度进行了调查,对蓝莓加工产业现存的加工企业现状、产品品质状况进行了分析,并提出了相应的对策建议,即打造龙头企业、加大产品开发力度、健全质量保障体系。

关键词:蓝莓;加工;现状;对策

中图分类号:S663.9

文献标识码:A

文章编号:1002-2767(2013)09-0145-02

野生蓝莓,是低灌木,矮脚野生的鹃花科越橘属植物。其果实中不但含有常规的糖、酸、维生素和矿物质等营养成分,还富含具有良好的营养保健作用的花青素,可防止脑神经老化,具有强心、抗癌软化血管、增强人机体免疫等功能,被国际粮农组织列为人类五大健康食品之一。

黑龙江省野生蓝莓资源丰富,主要分布在大小兴安岭地区,约占全国总资源的90%,世界的30%以上,其鲜果及加工制品深受国内外市场的欢迎。黑龙江省蓝莓加工产业经过二十几年的发展,已经初具规模,包括初加工和深加工两种形式,品种上百个,初级加工品以鲜果和冷冻果为主,深加工品种较多,主要有蓝莓饮料、果酒、果酱、乳制品和保健品等。

1 黑龙江省主要蓝莓产品市场情况分析

1.1 蓝莓饮料

蓝莓饮料无论是在市场占有率、品牌数量还是知名度等方面均处于蓝莓加工品的前列,是目前市场上主要的加工品之一。黑龙江省生产蓝莓饮料的厂家绝大多数都位于野生蓝莓的主产区,生产原料也都是野生果,如大兴安岭的蓝格格、百思源、蓝QQ、蓝彩、北极冰;伊春的酷味、鑫野、紫金梦和蓝百蓓等。从产品价格上看,价格在10~40元·L⁻¹不等,并有少数产品达到了100元·L⁻¹以上^[1]。从产品品质上分析,价格越低的蓝莓饮料中,蓝莓纯果浆含量越少,甚至没有,都是通过勾兑而制成的。20元以上的蓝莓饮料部分品牌

含有蓝莓原浆,100元左右的产品中原浆含量较高,但价格昂贵,所占市场的销售份额不大。目前市场上还是10元左右的蓝莓饮料销售量居多。

1.2 蓝莓果酒

蓝莓果酒虽然比果汁起步稍晚,但由于其原料果含量较高,营养成分比果汁要高,所以近年来发展迅速,深受消费者喜爱^[2]。目前市场上的蓝莓果酒主要来自于黑龙江省大兴安岭地区的蓝莓生产企业,其中兴安庄园和北极冰品牌更是推出了品质较高的蓝莓果酒,售价在几千至上万元。其它蓝莓酒品牌如忠芝、鑫野、野老大和超越等也根据市场需求生产了品质不同的高、中、低档品种,售价在10~300元不等。销售渠道以专营店、餐饮店、展会、网络直销为主,并未与传统的葡萄酒销售接轨。

1.3 蓝莓果酱

黑龙江省市场上的蓝莓果酱品牌较多,如大兴安岭地区的丑小鸭、蓝百蓓、蓝莓仙子、超越、蓝颜之恋;伊春地区的忠芝和鑫野等品牌果酱都是市场主销品种,且价格比较统一,大都在15~20元,产品容量也都在180g左右。目前,由于消费者对果酱的品质、口味要求的不断提升,复合型果酱的研发成为蓝莓果酱的发展趋势,蓝莓果酱的销售品种将不再单一,销售范围也将进一步扩大,不仅局限于东北地区,在北京、上海等大城市也将占有更大的市场份额。

1.4 乳制品

目前,蓝莓乳制品中的蓝莓均为辅料成分,添加少量果粒或者香料。黑龙江省的乳制品企业虽然较多,但由于乳制品行业的品牌优势较为明显,如完达山企业生产的蓝莓产品蓝莓酸牛奶乳饮被

收稿日期:2013-04-12

作者简介:张莉莉(1982-),女,黑龙江省哈尔滨市人,硕士,研究实习生,从事野生浆果的产品开发与研究。E-mail:42490359@qq.com。

大众接受的程度较高,产品价格以低端为主,在蓝莓消费结构中比重较大。

1.5 其它蓝莓产品

除市场上常见的蓝莓产品外,蓝莓加工品还包括果冻、糖果、烘焙类、保健品及化妆品等类别。其中,蓝莓化妆品的开发主要是从蓝莓中提取有效营养成分制成BB霜、护手霜、防晒霜和洗面奶等,其主要功能是延缓衰老^[3]。目前,黑龙江省还没有对这方面的产品进行研究开发,所生产的蓝莓制品还只局限于食品类别上,未来可以将其作为发展方向,进一步拓宽蓝莓产品的种类,提升蓝莓的开发利用空间和增值范围。

2 黑龙江省蓝莓加工产业问题分析

2.1 蓝莓加工企业现状

2.1.1 企业规模小,龙头企业少 黑龙江省蓝莓加工企业主要分布在大兴安岭地区和伊春地区,规模也以中小型企业居多,生产能力和销售能力有限,加工工艺和水平比较落后^[4]。2005年以前主要以出售原料为主,珍贵资源没有得到有效利用。另外蓝莓加工企业规模小、龙头企业较少,也无法充分发挥出带动效应,如大兴安岭地区不同规模的蓝莓加工企业有24家,伊春也有12家,但只有一二家企业有一定的规模和经济实力,企业规模和经济实力又限制了产品的开发,使品种单调,初加工产品多,深加工产品少,增值空间小成为了蓝莓加工企业普遍存在的问题。

2.1.2 地产特色品牌不强,缺乏竞争力 黑龙江省蓝莓产业兴起的时间较早,但加工业发展历史较短,正处于快速发展阶段^[5]。目前黑龙江省虽然也已经出现了如北极神、超越和兴安红等特色品牌,具有一定的市场竞争力,但从总体上看,这些加工企业在如何提升和延续品牌竞争力方面还缺乏足够的经验,现代的管理方法也有所欠缺,市场营销知识匮乏,导致品牌多而不精,使品牌竞争力后续力量不强,没有真正发挥出地产特色品牌的优势。

2.2 蓝莓产品品质状况

蓝莓原料本身生长在天然无污染的环境下,属于绿色产品^[6]。近年来,随着黑龙江省以蓝莓为原料的食品加工企业的逐渐增加,某些企业在利益的驱使下,加工过程中存在为降低成本,获得更多利润的现象,往往减少蓝莓原料用量,用过量食品添加剂来弥补口感与口味的不足,生产不合

格产品。另外,由于蓝莓鲜果自身铁、铜含量较高和工艺流程控制不到位,导致蓝莓产品重金属含量严重超标,其中以蓝莓果酒尤为突出。

3 黑龙江省蓝莓加工业发展对策建议

3.1 打造龙头企业,创造良好加工格局

根据蓝莓种植区域规划,遵循原料就地贮藏和就近加工的原则,在蓝莓发展的重点地区和其它地区,选择具有一定优势和规模发展潜力的浆果加工企业以及龙头企业,如果酒类加工企业:大兴安岭北极冰蓝莓酒庄有限公司、黑龙江兴安红酒业有限公司、伊春市鑫野实业有限公司、伊春市忠芝大山王酒业有限公司、大兴安岭超越野生浆果开发有限责任公司、大兴安岭依莓饮品有限公司、大兴安岭坤美源蓝莓科技开发有限公司等^[7];果汁饮料类加工企业:大兴安岭百盛蓝莓科技开发有限公司、大兴安岭依莓饮品有限公司、大兴安岭富林山野珍品科技开发有限责任公司、伊春市鑫野实业有限公司、伊春市忠芝大山王酒业有限公司等^[8];花色苷提取及生化制品等企业:以大兴安岭林格贝有机食品有限责任公司、大兴安岭坤美源蓝莓科技开发有限公司、黑龙江兴安红酒业有限公司等企业为重点,扩建花色苷产品生产能力;罐头、果酱、果脯、果糕、果粉等加工企业:对大兴安岭超越野生浆果开发有限责任公司、伊春市鑫野实业有限公司等企业进行升级改造和扩建。规划每个龙头企业的特色产品加工种类,有针对性地发展品牌产品,引导龙头企业开拓国内高端产品市场。

3.2 加大产品开发力度,提高市场竞争力

根据现有的加工产业基础,实现高中低端产品并举,形成集群优势,推动蓝莓加工业由简单速冻原料向精深加工方向转变;由出口原料向出口高附加值产品转变;由过度依赖国际市场向消费潜力巨大的国内市场转变。在产品开发方向上,蓝莓产量相对较少的地区应主要以食品配料、原料及初级产品加工为主,蓝莓产量较大的地区应充分利用黑龙江省野生蓝莓花色苷等保健成分含量高、适合精深加工的优势。

3.3 健全质量保障体系,加强有效监督

对黑龙江省蓝莓生产企业进行质量认证,规范产品质量标准。对符合质量认证标准的蓝莓加工企业的产品,使用统一地理保护标志如“伊春蓝