

首农集团双河农场副场长朱兴华： 建设首都优质安全大米生产基地



11月19日下午,首农集团双河农场副场长朱兴华出席第十四届中国食品安全年会专题论坛并发言。朱兴华介绍,北京双河农场位于黑龙江省齐齐哈尔市,农场地处世界三大黑土带之一的松嫩平原上,土地连片肥沃、灌溉水资源丰富,地上、地下仍然处于原生状态。北京市政府确立了把农场建设成“三个基地”的定位,即北京市重要的商品粮应急供应保障基

地;绿色、安全、有机农产品生产与特供基地;现代大农业示范基地的发展定位。农场提出了打造“种植业、养殖业、加工业”三个主业,构建“农业科技、市场营销”两个支撑的主体工作思路,特别是在水稻种植、加工及大米营销过程中,把保证大米的品质和安全作为工作的出发点和落脚点,确定了从品种选定到百姓餐桌的“全产业链”的经营发展战略。实施了统一品种、统一催芽、统一育秧、统一插秧、统一作业、统一储藏、统一加工、统一销售“十统一”的产前、产中、产后管理模式。在水稻安全种植上,主要开展了以下几部分的工作:

一是扩大水稻种植面积。双河农场种植面积从2012年的不到12万亩发展到2016年的19.3万亩,年生产稻谷11.6万吨,2017年农场的水稻种植面积将达到23.5万亩,占作物种植面积的60%,预计年可生产稻谷14万吨,生产

优质安全大米近10万吨。

二是规范选择水稻种植品种的程序。在水稻品种选定上,建立了“试验—示范—繁育—推广”工作体系,确定了“有序引进、集中试验、多点示范、直接推广”的工作宗旨。农场投资近200万元,建设了一个占地200多亩的标准化农作物良种试验基地,基地每年种植120多个具有二级优质米以上标准的水稻新品种(品系)。在生产队布置点面积在100亩左右的3个示范点,示范3个在生产上有应用前景的品种。对示范通过的前景品种进行繁育3千亩,每年繁育水稻生产3000亩,保证了水稻生产用种的质量。目前,全农场有8个水稻主栽品种。

三是提到了水稻浸种催芽的装备和技术水平。农场2013年投入1200余元,建成了一座占地面积3600平米的水稻智能化浸种催芽车间,可满足24万水稻地对芽种的需求。该技术的应用不仅减

少了种子的浪费、减轻了劳动强度、降低了劳动成本,更重要的是极大地提高了浸种催芽的质量,这为秧苗素质的提高、产量的增加、品质的改善打下了基础。到2016年,农场累计应用该技术的水稻面积已达到50.6万亩,直接为种植户降本增效4250.4万元。

四是采用模式化育秧技术,提高秧苗素质。为了最大程度地发挥智能化浸种催芽的技术效果,农场建设了近20个集中育秧小区,共计700栋标准化的育秧大棚,于2015年投入使用。每个育秧小区根据统一播种、统一管理的原则,实行统一育秧。

五是加强科学化的田间管理。为了推进水稻种植规范化、标准化和科技化的管理,在水稻生产上,贯彻落实了《水稻生产技术操作规程》为主要内容的水稻模式化栽培技术,细化了《水稻农时管理考核办法》,严格农时界限。

六是全面落实水稻绿色

种植的各项标准和要求。目前,双河农场的水稻全部通过绿色食品的认证。2014年以来,农场每年都要对《绿色食品种植管理规程》《绿色食品田间种植档案》等文件进行修订,并下发到所有的种植户手中。这些举措在约束种植户行为的同时,也确保了绿色食品的质量。

七是测土配方施肥技术应用实现全覆盖。2014年农场投资近110万元,组建了土壤营养成分分析实验室。到2016年,农场累计实施测土配方面积25.9万亩,减少化肥用量1942.5吨,减少化肥投入近400万元。

八是科技服务网络体系架构已基本建成。农场农科所、京隆兴双公司、农业办公室在科技试验、示范、推广工作中“三位一体”的主体作用得到逐步发挥。同时与一些大专院校、科研院所建立起较为密切的合作和协作关系,为双河农场水稻种植发展提供了有利的技术依托。

百度外卖副总裁、食品安全委员会主席田井泉： 不忘初心坚持“品质外卖、安全送达”理念



11月19日下午,第十四届中国食品安全年会专题论坛在京召开,百度外卖副总裁、食品安全委员会主席田井泉出席并发言。据DCCI(互联网数据中心)发布的信息,2016年上半年中国网络外卖用户达1.5亿,市场规模有望超过760亿元,网络外卖市场正在进入成熟期。

目前中国市场是百度外卖、美团外卖、饿了么三大平台。

百度外卖是2014年5月20日上线,520一个寓意美好的日子,运营近3年,目前已覆盖200多个城市,注册用户突破6000万,日订单达200万。在城镇化进程加快、中产阶级消费能力提升、互联网催生的“懒人经济”、人民日益加快的生活节奏以及智能手机的普及等因素的驱动下,2019年整个在线餐饮外卖市场大盘有望达到2200亿,因此带来的网络餐饮外卖食品安全问题日益突出,无论是国家食品药品监管部门、平台、媒体和用户都十分重视。

去年10月1日,我国颁布了史上最严的《食品安全法》,今年10月1日,国家食品药品监管总局颁布了《网络食品安全违法行为查处办法》,明确了餐饮外卖平台的责任和义务。同时也创造性的提出了“社会

共治”的理念,让餐饮外卖平台有法可依,食品药品监管部门也加强了对平台的监管力度,确保消费者的食品安全和服务质量。

百度外卖上线之初就确定了“聚焦白领市场,只做有品质的外卖”定位,他从认真履行主体责任、积极倡导行业自律、努力推动社会共治等方面向大家汇报一下百度外卖食品安全管理的做法和思考。

一是平台主体责任履行:首先是商户准入,目前百度外卖实施的是三级审核机制,销售人员到店核实、城市初审、总部统一审核,这样能够做到标准统一、责任明确;另外大力开拓品牌商户,在营销资源上向品牌商户倾斜,因为品牌商户证照齐全、食品安全管理和服务意识好,目前我们已经与全国300多家品牌商户合作、门店数达6万,占平台商户10%左右,这样就在源头上

做好了食品安全的保障;其次是物流配送管理,可以讲外卖和堂食是两个完全不同的市场,外卖的服务是“餐品+物流”,有了高品质的餐品还要有好的物流做保障,百度外卖也是最早做物流的外卖平台。从智能调度、恒温配送、人员管理、设备管理4个方面保障食品安全;第三是用户引导和教育。努力打造消费友好型网络订餐生态环境:一是用户评价影响商户排名,服务态度好、配送准时、菜品质量好的商户排名更靠前,这样就激励商户向好的方面发展,实现优胜劣汰的效果。

二是积极倡导用户参与举报和投诉,核实后平台会给予50~300元不等的奖励。还有就是物流订单的超时赔付和食品安全投诉先行赔付机制,很好的保障了消费者的权益。

只有一个行业是健康的可持续发展的,每个平台才有

做大做强可能。所以百度外卖一直在积极推动行业自律,早在今年3月份就率先发布了《外卖行业自律公约》,倡导平台遵守法律法规、保障消费者权益。我们也组织专家、媒体召开专题研讨会,还有率先在全国亮证亮照,积极与食品药品监管部门进行数据对接,公示量化分级结果。

在认真履行平台责任和积极倡导行业自律的基础上,百度外卖还尝试探讨和积极参与食品安全的“社会共治”,希望能够利用我们平台的优势,如大数据、技术等优势为政府、国家在普法教育、食品安全监管、餐饮规划决策、健康饮食等方面贡献我们的力量。民以食为天,食以安为先。不忘初心,方得始终,百度外卖一直坚持“品质外卖、安全送达”的理念,坚持为创造一个安全、健康、规范的餐饮外卖平台不断努力。