

“食品安全”再成两会热词

老百姓关心的问题,也是今年两会的代表和委员关注的焦点。

公开数据显示,2016年国家食药监主管部门年度抽检食品批次达25.7万批次,合格率高达96.8%。不过,国内居民依然缺乏信心。因与民生息息相关,包括瘦肉精、塑化剂、塑料紫菜等与食品安全相关的内容,都成了广大民众谈之色变的话题。今年两会上,众多代表委员再次聚焦“舌尖上的安全”。

与此同时,2017年也是供给侧结构性改革深化之年,实体经济也迎来提质增效、转型升级的重要关口。经济下行压力之下,资本“脱实向虚”令实体经济发展面临更多挑战。而食品工业既是实体经济的一部分,也是农业供给侧结构性改革当中的重要一环,更与老百姓的切身利益密切相关。如何引领消费转型发展,同样受到众多代表委员的关注。

守卫“舌尖上的安全”

李克强总理在政府工作报告中指出,“食品药品安全事关人民健康,必须管得严而又严。要完善监管体制机制,充实基层监管力量,夯实各方责任,坚持源头控制、产管并重、重典治乱,坚决把好人民群众饮食用药安全的每一道关口。”

其中,曾因三聚氰胺问题饱受质疑的中国奶业也是备受关注。农业部部长韩长赋表示,奶业是农业供给侧结构性改革的重点,民族奶业已经发生了脱胎换骨的变化,完全有能力生产出安全优质的乳制品。中国奶业发展正在从数量扩张向质量效益提升转变,从传统奶业向现代奶业转变。

据农业部公开数据显示,中国奶业质量安全水平大幅提升,三聚氰胺和违禁添加物抽检合格率连续8年保持在第一,乳蛋白、乳指标达到发达国家水平,乳制品、婴幼儿配方奶粉抽检合格率领先于食品安全市场。

而食品行业相关立法工作也正在完善之中。如《上海市食品安全条例》将于3月20日正式实施。全国人大代表、上海市人大常委会主任殷一璀表示,上海食品市场的准入将比以前更严格,一些空白将得到填补,对违法者的法律责任追究有了很多新规定,相关执法力度将大大加强。当地将继续制定完善相关配套文件,建立食品安全“最严”监管长效机制。

随着生活水平的提高,不仅要吃得安全,更要吃得健康,正在成为很多消费者的诉求。全国人大代表、杭州娃哈哈集团董事长兼总经理宗庆后表示,在农业供给侧结构性改革中,面向消费终端的食品改革尤为迫切。从安全转向健康,是食品行业进一步的目标。他认为,关键在于调整产品结构和服务质量。随着科技的进步和质量

强国等战略的实施,国内产品质量将会越来越好,国人应对自己的产品要有信心。

除了食品本身的安全,食品标准体系建设同样备受关注。全国人大代表、光明食品集团前副总裁、上海鹏欣集团有限公司副董事长葛俊杰表示,当前社会对于食品相关产品的认知和重视程度还并不高,仅当作一般工业品看待。“政府应当尽快建立健全法规和监管体制,加快修订食品相关产品标准体系和食品相关产品风险分析,建立可追溯和信用评价平台。此外,还应加强企业安全主体责任,建立企业质量安全信用体系。”

不过,食品谣言仍然伤害着食品行业的发展。面对屡禁不止的食品安全谣言,消费者往往缺乏基本的科学判断。全国人大代表、今麦郎董事长范现国认为,提高全民食品安全素养愈发重要。他建议,需要制定“食育”相关法规,并鼓励社会各方互动,形成良好的食育社会氛围。同时,对于开展相关食安教育工作的食品企业,给予政策倾斜和资金支持。

创新引领消费转型升级

今年政府工作报告明确指出,要把“以创新引领实体经济转型升级”作为2017年重点工作任务之一,通过深入实施创新驱动发展战略,推动实体经济优化结构,不断提高质量、效益和竞争力。

全国政协委员、伊利集团董事长潘刚说,目前创新意识不强、投入不足、人才缺乏、标准滞后等问题,严重制约我国实体经济的创新发展。

全国人大代表、新希望集团董事长刘永好表示,不是实体经济行不行,是你我变革、创新行不行,是你我在用年轻人、抓住创新变革的机遇、提升综

合能力的格局行不行!他建议,国家应该在政策上给予企业帮助和支持,帮助亟须转型升级的企业,通过技术、服务、营销的提升,以及通过并购等方式做大做强。

在供给侧结构性改革的浪潮下,如何让老字号品牌重现活力,也成为今年两会代表委员们关注的话题之一。记者了解到,商务部、文化部、工商总局等16部门近日联合印发了《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》,从推动老字号传承与创新、加强经营网点保护、推进产权改革三个方面提出了八项任务。中华老字号振兴计划专家委员会主任尹杰表示,中华老字号真正缺的、最重要的其实是经营者的观念。只有转换观念,中华老字号才能发挥它绝对的优势。

目前,全国由商务部认定的中华老字号是1128家,其中发展良好的仅占20%~30%。多数老字号经营情况欠佳。全国人大代表、青岛啤酒股份有限公司董事长孙明波认为,老字号品牌一方面要传承品质文化,全面加强质量管理;另一方面要与时代结合,在传承中创新,通过高品质、特色化打造国货精品,通过推动供给端颠覆式创新,引领商业模式变革,拥抱“消费者主权时代”,加快品牌建设和“走出去”步伐,大力拓展中国品牌的全球影响力。

“老字号不能成为品牌流浪汉。”全国政协委员、北京一轻食品集团有限公司总经理李奇表示,老字号品牌得不到有效的法律保护,同行抢注、非法占有、鱼目混珠等商标侵权行为屡见不鲜,严重损害了企业传承创新发展的原动力。他建议,加快落实特别是对国有老字号改革举措,支持技艺传承人、有担当的优秀人才参与混合所有制改革,以产权为纽带,促进老字号延续代际传承,实现老字号持续健康发展。

(中国日报网)

2016中国食品口碑榜发布

可口可乐、伊利、青岛啤酒、康师傅、金龙鱼、汤臣倍健分别为各自类别第一

近日,由中国统计信息服务中心、工信部工业文化发展中心、中华商标协会、中国搜索共同主办的中国食品品牌口碑发布会暨第四届中国品牌口碑年会启动仪式在京召开,会议发布了2016年度中国好口碑食品品牌。不同于评选投票方式,“中国好口碑”研究是基于大数据技术和方法,对中国大陆市场上活跃的产品品牌进行常态化数据监测和采集,通过分析完全来自百姓消费和互动的数亿量级的碎片化数据,得出客观真实的民意大数据结果。

随着《中国制造2025》行动纲领的颁布和国务院办公厅〔2016〕44号文件的实施,为发挥中国品牌的世界引领作用,全面推进供给侧结构性改革带来的新机遇,以口碑的力量推动品牌的快速发展,中国统计信息服务

中心联合工信部工业文化发展中心、中华商标协会、中国搜索共同打造“中国好口碑”品牌研究工程(C-BRI),发布“2016年度中国食品饮料口碑研究报告”并启动中国品牌口碑年会。

中国统计信息咨询中心执行主任江青在发言中指出:大数据时代,企业应该重视品牌口碑的动态印象。党中央、国务院高度重视品牌建设,把发挥品牌引领作用作为推动供需结构升级的重要战略举措。C-BRI持续锁定在中国大陆销售的各类产品品牌进行动态数据监测评价,为企业提供以产品为单位的品牌口碑数据,帮助企业了解自身品牌在消费者心目中地位,通过品牌系统化服务,助力企业更好运营品牌的消费者信任,指导百姓安全消费、理性选择。

分别隶属于工信部、国家工

商总局、中宣部、国家统计局的四家主办方代表了品牌行业管理、市场监管、数据研究、真实传播的专业权威水平,他们共同发布了“2016中国饮料、白酒、啤酒、方便面、植物油、液态奶等品类食品品牌口碑报告”,并就分析报告所涉及的品牌知名度、消费者互动度、质量认可度、产品好评度、企业美誉度、品牌健康度等六大指标进行了权威解读。本次食品口碑榜的发布旨在使公众了解食品品牌的口碑真相,还原天花乱坠的广告所造成的品牌乱象,使百姓了解在不同条件和环境下的品牌口碑动态变化情况,为企业品牌经营提供参考,促使其更合理地配置资源,进行口碑管理,提升品牌信任,从而使企业获得更多百姓的认可。

本次食品品牌口碑指数的

TOP10品牌分别为:

饮料:可口可乐、统一、雪碧、加多宝、王老吉、康师傅、百事可乐、红牛、椰树、脉动问鼎饮料口碑指数前十;

液态奶:伊利、蒙牛、光明、三元、君乐宝、现代牧业、新希望、雀巢、辉山、皇氏乳业位列液态奶口碑指数前十;

啤酒:青岛啤酒、雪花啤酒、哈尔滨啤酒、百威啤酒、燕京啤酒、朝日啤酒、嘉士伯啤酒、珠江啤酒、台湾啤酒、蓝带啤酒位列啤酒口碑指数前十;

方便面:康师傅、统一、日清、农心、合味道、汤达人、幸运、出前一丁、公仔、今麦郎位列方便面口碑指数前十;

植物油:金龙鱼、福临门、鲁花、多力、龙大、西王、九三、元宝、北大荒、海狮位列植物油口碑指数前十;

保健食品:汤臣倍健、养生堂、善存、天狮、脑白金、太阳神、纽崔莱、康宝莱、东阿阿胶、康恩贝位列保健食品类口碑指数前十。

主办方以发布2016年度饮料、液态奶、啤酒、方便面、植物油、保健食品等品类口碑指数TOP10的亮相来启动全年度的中国品牌口碑年会。据悉,2016年度中国行业口碑研究报告按照快速消费品、耐用消费品、生活服务三大类,涉及了15个类别近60个小类品牌,涵盖家用电器、消费电子、家居日化、食品饮料、汽车、医药、孕婴童等和百姓生活息息相关的各个行业的年度口碑报告,这些报告均将在4月28日的第四届中国品牌口碑年会集中亮相,“中国好口碑”年度品牌也将隆重出炉。

(中经网)