

在第15届中国食品安全年会上企业代表(部分)讲话

中国畜牧业协会白羽肉鸡联盟主席傅光明： 建立科学管理体系确保鸡肉产品安全

11月18日,第十五届中国食品安全年会在京开幕,中国畜牧业协会白羽肉鸡联盟主席傅光明出席开幕式并致辞。

傅光明介绍,中国白羽肉鸡起始于上世纪80年代初期,经过近40年的发展,已经成为我国第二大肉类产业,世界第二大生产国。白羽肉鸡是中国食品安全“合格示范生”,始终励精图治,奋发努力,坚持自律,严格执行国家的法律法规,每年为市场提供了上千万吨鸡肉食品,成为中国肉类食品供应链不可缺失的生力军。通过快餐连锁产业的快速发

展和传播效应,使白羽肉鸡不断被广大消费者所认同。白羽肉鸡作为白肉具有高营养、低脂肪、低能量、低胆固醇“一高三低”的营养优势,是普通百姓消费得起的营养、健康、安全的动物蛋白。

经过全体产业从业人员坚持不懈的努力,白羽肉鸡的生产技术和管理水平得到了长足的进步,生产指标、生产效率持续提高。疫病防控能力也得到全面的提升,产业的生产技术、设施水平、管理水平达到了国际先进水平。白羽肉鸡是我国出口量最大的肉类食品,其品质

量完全满足了严苛的国际食品标准准入,每年出口50多万吨鸡肉到日本、欧盟、美国等几十个国家和地区。

傅光明表示,中国白羽肉鸡产业已成为中国农业和农村经济中重大的支柱产业,实现了从传统畜牧业向现代畜牧业转变,产业化、规模化、标准化、国际化程度高居畜牧业之首。白羽肉鸡快速的发展,在带来了巨大的经济效益的同时也带来了良好的社会效应。在我国城镇化进程中将起到举足轻重的作用。虽然已经成为世界第二大肉鸡生产国,但我国白羽

肉鸡人均消费量仅8公斤左右,与世界平均水平还有较大的差距,与发达国家的距离更大。因此产业未来发展空间与潜力巨大。

食品安全是实现《“健康中国2030”规划纲要》的根基。联盟倡导所有的成员要加强自律,严格遵守国家的法律法规,建立行之有效的科学管理体系,实现产品全程可追溯,确保产品质量和食品安全,永远致力于向消费者提供放心的鸡肉产品。为社会构建食品安全的“防火墙”做出应有的贡献。

北京三元食品股份有限公司总经理陈历俊： 匠心精神 为振兴民族乳业砥砺前行

11月18日,第十五届中国食品安全年会在京举行,北京三元食品股份有限公司总经理陈历俊出席开幕式并发言。

陈历俊介绍说,食品安全是一项重大的民生、民心工程,是百姓安全感、幸福感的的基本要求,更关乎健康中国的发展。三元食品前身是成立于1956年的北京市牛奶总站,成立的最初使命即是为首都儿童、老人、病人等特殊人群和外国使节提供牛奶。三元凭借先进的全产业链全程质量管理体系,始终坚守食品安全的红线,坚持以百姓健康为第一要素,

确保每一滴牛奶安全、营养、健康。六十年匠心传承,三元已成长为民族品牌的“品质名片”。

党和国家历来高度重视人民健康。《“健康中国2030”规划纲要》《国民营养计划(2017—2030年)》正式发布,标志着打造健康中国已上升为国家战略,健康已成为中国未来发展的重要关键词。我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。“作为食品从业者,我们必须认识到,在坚守食品安全红线的基

础上,通过全产业链升级与科技创新,不断满足国人美好生活的需求。”

三元凭借多年的科研优势,致力于提升全国人民,尤其是母婴、老年等特殊人群营养健康。依托“国家母婴乳品健康工程技术研究中心”,三元通过中国母乳研究、临床验证等基础研究,结合基因测序、营养组学等前沿技术,打造了中国母乳数据库,创新升级了促进中国宝宝体质、肠道健康与智力发育更接近中国母乳喂养的三元爱力优婴幼儿配方乳粉,并两次入选重大国家科技成就展;三元基于全

产业链优势,协同创新,推出了国内首款极致A2 β -酪蛋白纯牛奶,体感更舒适、更健康;全面升级的72℃低温杀菌工艺,是十年前膜除菌+72℃低温杀菌专利技术与生奶品质的再升级,确保乳品安全的同时,更最大限度地保留了牛奶的活性物质,可以有效提高人体机能。

作为食品从业者,要以满足人民美好生活为己任。三元将不忘初心,牢记使命。一如既往地以匠心精神,依托全产业链优势和科研创新实力,勇挑重担,为振兴民族乳业砥砺前行。

上接08-09版

食品交流自古就是文化交流的一项重要内容,古丝绸之路,骆驼承载着茶叶与香料,海船西归,也带来了番薯与胡椒,成就了泉州、敦煌、巴格达和大马士革等城市的商业传奇。现代“一带一路”,从波罗的海到太平洋、从中亚到印度洋和波斯湾,东西贯穿欧亚大陆,南北对接中巴、中印孟缅经济走廊,沿线61多个国家、44亿人口。为中国企业,特别是食品企业开辟了前所未有的广阔舞台和崭新机遇。目前,我国对全球210多个国家和地区出口食品,国内食品产业结构不断优化,国内自主品牌国际影响力不断增强,双汇、茅台和伊利等食品企业已在境外投资、科研和产业合作走在了前列。

短期来看,“一带一路”倡议为我国食品企业提振需求,拓宽出口市场,疏解产能压力,丰富产品种类,优化质量标准等,带来新机遇、新市场、新渠道。中期来看,为我国食品行业开展国际合作、人才引进、技术革新、产品升级、标准衔接和企业发展提供上升窗口。长期展望,对我国食品行业转型升级、产业革新、生产力提升、产业上下游拓展、国际标准制定和市场价格话语权提供了可能,为国内企业向跨国型企业发展提供了快车道。

“一带一路”背景下,中国食品企业优势、存在问题和面临的挑战

改革开放以来,我国食品行业取得

了长足发展。具体表现在:一是强化改革牵引,催生了特色食品产业发展。目前,我国各级政府均出台了食品产业中长期发展规划和食品产业发展意见,有效地促进了食品产业的发展。二是突出基地引领,加快产业升级。主要体现在产业配套设施的不断完备和产业集聚效应凸显,创新能力不断加强。三是加强管理认证,接轨国际标准,品牌效应逐步显现。四是对外推广交流合作不断加强,积极开拓了境外市场。

但在看到中国食品产业独到优势的同时,我国食品行业当前还存在着一些潜层的问题。主要有:一是行业企业多而不强,规模效益低。行业企业以小微企业为主,规模以上龙头企业少,国际型企业更是稀少。二是产品结构单一,附加值不高,整体处于价值链低端。当前我国食品行业,生产工艺依然较为落后,企业研发投入不足,新设备、新工艺的更新换代动力依然不足。很多企业产品结构依旧单一,以原料加工为主,缺乏精细加工能力,产品附加值不高,长期处于产业链低端,效益偏低,抗风险能力较差。三是人才匮乏,融资成本高,经营风险较大。食品行业需要的人才特别是研发和管理、销售人才依旧匮乏,产业所需的专业工人队伍依旧有待加强。四是市场营销能力和品牌能力较弱。中国食品企业往往重生产而轻管理研发,重数量而轻质量,重市场而轻信誉,导致行业产业整体低、小、散和乱的旧格局依旧未能打破。五是行业企业协作能力与自律期待进一步加强。行业企业产业协调作战的能力差,大部分企业只专注于产业链条加工的某一环节,对上下游风险预判

的能力比较差,很多企业追求短期利润,上产能时一哄而上,产能过剩时迷信价格战,不重视产品质量和差异化,往往把国内恶性竞争的坏习惯带到国际,互相压价,非常不可取。六是差异化的国际环境风险需要克服面对。沿线各国风土人情各异,市场环境差异较大。

对中国食品企业参与“一带一路”建设的建议

总的来讲,要加强“一带一路”建设的统筹协调,坚持陆海统筹、坚持内外统筹、加强政企统筹这三个统筹。加强“一带一路”建设要同京津冀协同发展、长江经济带发展等国家战略的对接,同西部大开发、东北振兴、中部崛起、东部率先发展、沿边开发开放等政策的结合,带动形成全方位开放,东中西联动发展的生动局面。

政企统筹是企业走出去成功的关键,要形成政府搭台,企业唱戏,形成政府主导,企业参与,民间促进的立体格局,政府在战略对接,政策保障,加强协调,建立机制等方面发挥作用,企业要做好“一带一路”项目建设的承担者,民间要发挥商(协)会的桥梁和纽带作用。对于企业来说。

一是针对国际市场新环境,企业自身要增强防范和化解风险能力的务实创新。“一带一路”倡议带来了国际化的新市场,新市场的大门需要靠企业自己迈过去。有效防范和化解“一带一路”建设中遇到的各种风险,包括经济和法律方面的市场风险,地缘安全风险以及大国博弈的政治风险等,这都非常重要和迫切。如何防范和化解风险,首先要把握自

己的事办好:建立风险评估、监控、预警和应急处置等的全套机制;规范企业经营行为;完善企业风险防控体系。其次要把对外的事情办好:加强战略对接与政策沟通;要加快建立投资协调机制,推动投资协定谈判;要加强人文交流与沟通。中国食品行业企业应组团或者委托相关机构开展针对性调研,根据不同国家消费者的需求和习惯,转换产品和服务固有思路,有针对性地调整和改进对产品工艺和包装技术。

二是以质量管控为中心,开展产业链条联动的务实创新。食品安全是第一要务,面对国际市场,企业需要拿出一批质量过硬、符合国际质量和环境标准的产品。这就要求行业企业在上下游产销链条全程紧密协作,不漏掉任何一环。三是加强产品标准化认证,开展务实创新。行业企业在接受我国和市场所在国法律约束的同时,积极加强行业自律自控,主动对接国际标准,加强国际标准体系认证,倒逼行业标准化建设提高格局,逐步探索谋求国际标准体系和定价体系的话语权。四是逐步提升产品附加值,抓好务实创新。通过不断的国际接触,学习借鉴先进经验,大胆开展工艺革新,设计开发产品新类型,挖掘产品上蕴含的艺术设计、民族文化和营养科学等的附加值,不断为世界人民提供安全、高品质、有中国特色的食品。

食品行业企业一定要牢牢把握国家“一带一路”倡议机遇,以实际行动为继承丝路文化,弘扬传播中国味道。希望诸位做好新时代“一带一路”倡议的推动者,高扬合作共赢之帆,航向创新发展的新蓝海。