



中国食品安全报

中国食品安全报社出版
国内统一刊号:CN11-0177
邮发代号:1-3016

首都食品安全

2021年5月14日
星期五
第541期 本期16版

◎联合主办

北京市食品药品安全委员会办公室
北京市市场监督管理局

◎支持单位

国家食物与营养咨询委员会 北京市食品安全企业联盟委员会
北京市消费者协会 北京烹饪协会 北京市餐饮行业协会

顾问:陈秀华 监 制:高青山
主编:李 涛 副主编:李 标

北京市将推动《节约用水条例》立法

详见 03 版

通州区年内将创建30家“放心肉菜示范超市”

本报讯 裴新军 近日,2021年通州区创建“放心肉菜示范超市”工作启动会在区市场监管局召开,年内将在副中心创建30家“放心肉菜示范超市”。

通州区政府已经将创建“放心肉菜示范超市”工作纳入今年的通州区重要民生实事项目。此次“放心肉菜示范超市”创建工作将按照以人为本、惠及民生、政府扶持、企业自愿、因地制宜、注重实效的原则,通过超市自主申请、第三方机构现场评估、评审小组综合评议、政府部门监督管理的形式,对参评超市的肉菜源头与采购模式、质量管理体系与风险管理机制、肉菜专柜与销售过程管理、投诉举报与信息公开等10项标准,25个评价点进行综合评定,评定合格后由市场监管部门颁发荣誉称号并对外公示接受群众监督。

>>>详见 10 版



【食话时说】

品牌的基础是品质

□ 张健

在每年的中国品牌日活动上,李克强总理批示指出:加强品牌建设、提升我国品牌影响力和竞争力,是优化供给、扩大需求、推动高质量发展的重要举措。各地区、各有关部门要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,认真贯彻党中央、国务院决策部署,坚持质量第一效益优先,推动全社会牢固树立品牌意识,引导企业坚守专业精神、工匠精神,积极参与国际公平竞争中锻造品牌,努力提高产品和服务的质量与综合竞争力,使更多中国品牌成为国内外市场值得信赖的选择。

食品品牌建设是助推行业

高质量发展,提高我国食品企业国际竞争力、推动我国食品走向世界、实现食品企业全球化发展的必然要求,也是更加高效、充分保障人民群众“舌尖上的安全”的必然选择。

现代市场环境下,品牌早已成为企业竞争力的决定性因素之一,甚至是企业最为核心的无形资产。近年来,我国食品企业的品牌意识不断增强,但部分食品企业仍然存在忽视品牌经营、品牌意识不强、品牌投入不足、品牌保护力度不够等情况。与此同时,随着商业模式迭代和消费需求变化,品牌维度不断延展,“网红品牌”的异军突起也为企业品牌建设

提出了新要求。

食品企业想要获得健康持续的规模化发展,就需要加强对品牌建设的认识,提高品牌资产管理力度。食品行业企业体量和产品细分千差万别,必须从传统竞争的思维模式中走出来,通过实施品牌发展战略,进行科学合理的品牌定位,更加有效地突出品牌个性,提高消费者对品牌的认同度、信任度,从而更加全面地落实食品安全社会责任,获得消费者的广泛认可与信赖。

同时,在网络经济环境中,消费者的购买路径更短、方式更多样,这就需要食品企业用更严谨的态度去生产经营食

品,更加关注消费者的需求和食品安全,将“民以食为天,食以安为先”奉为圭臬。“网红品牌”在网络经济助推下迅猛发展,但食品作为生命存续的基础保障,有其独特属性。纯线上模式也许能迅速产生“爆品”,但消费者决不会接受牺牲品质博取短期品牌效应的行为,真正的“爆品”一定会从线上延伸至线下,品牌与品质必须同时发力,同时发展。

品牌有吸引力,是因为对消费者有额外的消费体验;食品品牌要有吸引力,首先必定是能保障消费者“舌尖安全”的消费体验,然后才能树立起品牌影响力和生命力。

■ 导读

第22个 “世界计量日” 宣传海报发布

详见 02 版

北京这些家门口的菜市场,变样了!

详见 08 版

老字号亮绝活 “献礼”母亲节

详见 13 版

北京甄选12家企业 亮相首届消博会

详见 14 版

新闻热线
010-68232904

投稿邮箱
tougao_cfs365@126.com