

首都食品安全

◎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

城市副中心发出北京首张“一照含多证”营业执照

详见 03 版



探访测试赛餐饮服务保障工作

近期,多项冬奥测试赛陆续开启。北京市海淀区市场监管局全面做好测试赛餐饮保障准备工作,确保食品安全。主要保障对象是冬奥组委规定范围内的各类工作人员,如国内外官员团队、组委会驻馆集中办公人员、裁判、志愿者、外国保障人员等。图为工作人员将食品装箱。

蒋启明 摄

[食 话 时 说]

积极运用数字技术 提升食品安全监管效能

□ 张健

随着移动互联网数字技术发展,小程序、社交电商、新零售等等全新的数字化工具与概念层出不穷,“数字化”逐渐成为零售行业的主基调,也潜移默化地改变着食品行业的市场营销模式。

所谓数字营销,简而言之就是利用数字化的营销手段和工具,与目标人群进行互动,向其推广品牌或产品信息,从而激发目标人群的购买兴趣,并将购买兴趣转化为企业销售的过程。其中,目标人群是数字化营销的原点,企业越了解目标人群,越能够传递精准的信息,提高营销效率。

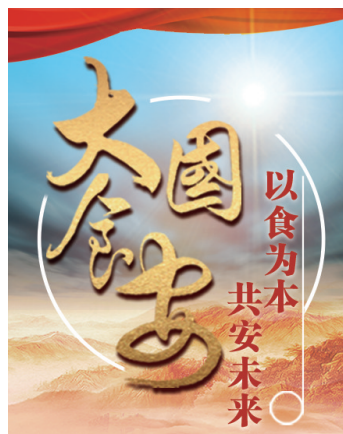
数字化变革为传统的食品领域销售模式带来了“新风口”,也给食品安全提出了新的机会与挑战。食品的数字化营销实质上也是“互联网+食品安全”的新问题,食

品行业走向线上的最初模型是食品电商,也就是通过互联网渠道销售食品,以扩大传统食品企业的销售渠道。随着移动互联网等技术的迅速发展,“互联网+食品”模式的空间逐渐扩大,不仅横向增加了销售点,更纵向打通了供应链,并且催生出了新的消费习惯。此后,一大批数字化、互联网化的食品企业迅速增长,食品产业从工厂到消费者终端的过程中,物流、仓储、营销、市场等各个环节都越来越贴近数字化。

食品行业的数字化营销对保障食品安全无疑可以起到巨大的促进作用。首先,数字化实现了食品供应链的可追溯性,有助于食品企业优化供应、合规运作、遵守法规,也有助于提高食品安全标准,并通过可追溯性,让企业充分面对责任与

履行责任;同时,数字化能实现“端到端”食品安全管控,一旦发现食品被污染,供应链中的各方便可以迅速响应、及时止损,有助于实现更高效的食品安全监测,更快地查清问题来源。

随着数字化技术向更深、更广的方向发展,各平台、各企业之间将形成一个巨大的数据库。如果监管部门、责任主体、研究机构积极运用大数据分析,全面掌握食品安全数据,再结合来自其他相关科学和环境渠道,以及整个供应链的有关数据,将更容易发现食品样本中的异常现象,更好地了解食品污染原因、食源性疾病的传播状况、市场的消费情况以及监督管理情况等等,必将提升监管效能,帮助食品安全工作达到一个新的高度。



■ 导读

全国计量工作部际
联席会议第一次
全体会议召开

—— 详见 02 版 ——

北京市市场监管局通告
12 批次食品
抽检不合格

—— 详见 04 版 ——

西城区餐饮业
实施“持码上岗”

—— 详见 08 版 ——

第四届北京
消博会在京召开

—— 详见 14 版 ——

新闻热线
010-68232904

投稿邮箱
tougao_cfs365@126.com