

# 固体饮料新规本月起实施

本报综合 市场监管总局发布的《关于加强固体饮料质量安全监管的公告》于6月1日起实施,对固体饮料标签标识、警示信息、虚假宣称等作出了细化规定。

严格生产方面,固体饮料生产企业应当严格按照食品安全相关法律法规和标准规范要求组织生产,具备与所生产产品相适应的生产条件和检验控制能力,严格过程控制,保证食品安全。

警示信息方面,直接提供给消费者的蛋白固体饮料、植物固体饮料、特殊用途固体饮料、风味固体饮料,以及添加可食用菌种的固体饮料最小销售单元,还应在同一展示版面标示“本产品不能代替特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品、保健食品等特殊食品”作为警示信息,所占面积不应小于其所在面的20%。警示信息文字应当使用黑体字印刷,并与警示信息区域背景有明显色差。

新规明确,不得明示暗示疾病治疗和特殊功效。固体饮料标签、说明书及宣传资料不得使用文字或者图案进行明示、暗示或者强调产品适用于未成年人、老人、孕产妇、病人、存在营养风险或营养不良人群等特定人群,不得使用生产工艺、原料名称等明示、暗示涉及疾病预防、治疗功能、保健功能以及满足特定疾病人群的特殊需要等。

# 规范茶饮市场新秩序 提升行业核心竞争力

## 西南首个茶饮协会成立

本报讯 川财证券数据显示,2020年新式茶饮市场规模达到1136亿元,预计2025年将达到3400亿元,新式茶饮将成茶饮行业规模最大的细分行业。而伴随着消费者热情持续高涨、各路资本竞相涌入,上新、跨界等营销内卷大戏在各大茶饮品牌之间频繁上演。

5月25日,成都餐饮同业公会茶饮分会正式成立,而作为在未来一段时间的工作目标,茶饮分会的主要工作将聚焦在行业自律、规范市场,建立好诚信经营的良好市场氛围,建立强有力的市场竞争力。

### 首批成员加入 抱团发展挖掘西部市场

当今的茶饮行业已经是一个千亿级的大市场,并正在迅速的成长。在新式茶饮蓬勃发展的进程中,各类一线茶饮品牌纷纷把目光投向成都,其目的清晰且明确——进一步挖掘成都新茶饮领域的消费潜力。

“从市场规模来看,尽管近两年来新式茶饮增速有所放缓,但作为千亿级市场依然潜力巨大。”在成都餐饮同业公会执行会长兼秘书长袁小然看来。

据介绍,成都餐饮同业公会茶饮分会成立,书亦烧仙草、茶百道、霸王茶姬、兵立王、奈雪的茶、喜茶、一只酸奶牛、沪上阿姨、陈多多、圆真真、茶屿、天然呆等十二家知名茶饮企业作为首批会员单位加入,茶饮分会成立标志川渝茶饮品牌有了自己的组织,未来也将作为桥梁纽带联动重庆相关茶饮企业,推动成渝地区茶饮行业抱团共赢。

如何利用数字化为茶饮行业赋能?如何寻找更多品牌增长点?也成为当天企业热议的话题之一。

### 新茶饮精细化规范化管理 已势在必行

一个明确的趋势是,信息化时代,消费者的知识和观念都在升级,茶饮要一直火爆下去,必须严守“绿色”、健康底线。袁小然在介绍时谈到,“新式茶饮市场规模越来越大,引发了各类产经研究机构及媒体对该行业的关注分析,而其频发的食品安全问题也引起了相关监管部门的重视。”

随着众多新茶饮品牌不断兴起,赛道变得越来越拥挤。尽管留给消费者的选择变得越来越多,但

是由于行业缺乏统一的生产标准,导致产品质量参差不齐、食品安全问题时有发生,因而茶饮分会的成立被赋予了更大的期望。成都市商务局机关党委书记王有辉表示,希望成都茶饮企业共同构建诚信经营的良好市场氛围,通过建立行业标准、规范茶饮市场,逐渐成长出更多引领全国的新式茶饮市场品牌,助推成都茶饮产业的发展。

“在新业态发展的过程中,品牌快速升级,市场优胜劣汰,阵痛总是难以避免,对新茶饮的精细化、规范化管理已然势在必行。”袁小然直言,这对企业乃至行业都提出了更高的要求,无论头部企业亦或新生力量,都应该从最基础的员工培训、质量管控、食品安全等方面,把好关,铺好路。

此外,当天活动现场还举行了成都餐饮同业公会茶饮分会与四川旅游学院烹饪学院合作共创签约仪式。根据签约内容,双方将共同在建立新式茶饮团体标准、开设茶饮培训相应课程及筹办茶饮师技能认证等方面进行合作,尤其重要的是,相关团队标准也将在年底计划举办的西南新式茶饮大会上首次公布。

(封面新闻)



# 贵州贵酒

## 封藏酒

—以时光 酿珍贵—



中康一品实业有限公司  
服务热线: 400-800-2692  
销售电话: 010-83362960

