

两部门拟加强跨境电商零售进口食品召回监管

本报讯 李晶晶 日前了解到,市场监管总局会同商务部联合起草《关于进一步加强跨境电商零售进口食品召回监管的公告(征求意见稿)》,开始公开征求意见。根据征求意见稿:要求跨境电商企业承担跨境电商

零售进口食品安全主体责任,建立跨境电商零售进口食品召回制度;要求跨境电商企业应通过签订委托合同等形式,委托一家境内企业,协助开展跨境电商零售进口食品召回工作,解决市场监管部门召回监管缺乏抓手的问题;

要求跨境电商平台协助做好召回工作,当跨境电商零售进口食品发生质量安全问题时,敦促跨境电商企业和受委托的境内企业做好召回;对不采取主动召回措施的跨境电商企业,暂停其跨境电商业务。

首届中国(澳门)国际跨境电商展盛大开幕

本报讯 朱丽丽 近日,首届中国(澳门)国际跨境电商展在澳门金光会展中心开幕。

本届中国(澳门)国际跨境电商展由中华人民共和国商务部主办、商务部外贸发展事务局承办、南光文创(广东横琴)有限公司执行、中葡产业文化交流促进会(澳门)支持,是澳门首个跨境电商主题专业展会。

中华人民共和国商务部外贸发展事务局局长刘殿勋,澳门特别行政区政府经济及科技发展局局长邱润华,南光(集团)有限公司总经理姜维亮,澳门特别行政区招商投资促进局委员黄伊琳,中国与葡语国家经贸合作论坛(澳门)常设秘书处副秘书长李子蔚,南光(集

团)有限公司副总经理宋晓冬及有关协会和各参展商代表共计百余人出席开幕仪式。

商务部贸发局刘殿勋局长在致辞中表示,跨境电商是联接全球生产消费的有效桥梁,中国(澳门)国际跨境电商展作为中国商务部主办的澳门首个跨境电商专业展,充分整合行业优质资源,成功汇聚源头制造商、主流跨境平台、物流服务商、支付机构、合规咨询机构等行业主体,吸引了包括京东集团、澳门新大陆、闪蜂 App、澳觅 App、西施兰药业等知名企业和云南省展团等参展参会,为打造具备全球化视野的行业交流与资源对

接高地,助力琴澳两地跨境电商高质量发展发挥积极作用。

南光集团姜维亮总经理在发言中指出,中国(澳门)国际跨境电商展聚焦新兴市场趋势、创新模式探讨和产业链对接三大核心方向,为中国品牌出海拓展国际市场、国际客商深耕内地市场搭建了重要桥梁。同期举办的跨境电商论坛,以“琴澳联动,跨境全球——数字丝路重构全球消费新图景”为主题,围绕AI技术驱动行业变革、新兴市场流量突破等关键议题展开深入交流,为跨境电商行业发展凝聚智慧、指明方向。

展会现场,参展企业与特区政府及受邀协会就深化跨境合作进行了深入交流,并细致介绍了当前行业趋势及发展方向,为后续合作打下良好基础。展会同期,还将举行“潮起澳琴·品牌出海—2025澳门跨境电商高峰论坛”“中国(澳门)国际跨境电商—推动国际社会责任及可持续发展研讨会”“中国(澳门)国际跨境电商—优质企业分享”“中国(澳门)国际跨境电商展—出海指南”等多场系列主题活动,为推动琴澳两地跨境电商产业链、供应链、价值链深度融合,打造“澳门国际资源+横琴空间载体”跨境要素配置新范式,助力澳门“1+4”经济适度多元发展,更好融入国家发展大局奠定坚实基础。



农产品“分级卖”是一场经营变革

□ 齐金亮

农业农村部近日表示,率先从水果、牛肉等产品入手,探索建立品质评价体系和分级标准,推动产品分级上市。从“论斤卖”到“按级卖”,折射出农业高质量发展的新路径。

农产品分级并非“花拳绣腿”,而是为消费者提供了欲知应知而未知的信息,对提振消费信心、顺畅产销衔接很有帮助。分级上市背后是农业生产的多元和消费需求的分化。在数量、安全等基本要素之外,风味、营养等要素越来越受到重视。对消费者而言,这些要素属于隐性指标,不尝不知道,尝了之后下一个是不是同样好,也不确定。分级上市,意味着把隐性指标摆在明面上,并保持稳定,消除信息不对称,实现市场细分。

都是梨,为何有的滞销有的畅销?一个标有“A+”的香梨会给行业带来什么?分级上市有助于优质优价,以需求倒逼行业升级。深圳在全国率先推出水果质量分级标准体系,以苹果、蓝莓和香梨为试点,将水果按照A+、A、B3个等级打分。这启示我们,农产品主销区可以率先探索分级上市的具体模式。以往,农产品的认证或可追溯体系

多由主产区发起,如今的分级上市则从主销区肇始。好处是,可以突破不同产地限制,从消费需求出发,客观评价品质。

从全球来看,分级上市最典型的产品是牛肉,美国、日本、澳大利亚的分级标准是主流。以美国为例,根据牛的屠宰年龄和大理石纹脂肪含量,把牛肉分为8个等级,不同等级有不同的消费场景。其中,Prime(极佳级)只有2%至3%的牛肉能达到,通常供应高档餐厅。Canner(制罐级)的脂肪分布和大理石纹差,适合制作罐头。分级的背后是肉牛品种、饲养方式、屠宰加工等一系列环节的标准化。当下,牛肉市场竞争激烈,建立符合我国实际的牛肉分类分级标准体系势在必行。

公信力是农产品分级的生命。分级之于农产品,恰如4C之于钻石,是价格体系的基石。农产品具有鲜活特性,相较于容易标准化的工业品,不同个体差异大,质量分级难度也大。加之缺少统一的农产品分级制度,市场上不时出现“劣币驱逐良币”的现象。推动分级上市,不是说搞个二维码就万事大吉了,关键是要消费者认可、市场买账,在操作上尽量简便易行。毕竟,消费者已经见过不少二维码了,但并不是有了二

维码就能卖得好。

分级上市,说起来容易,做起来难。一是需要投入。随着科技进步,果蔬多功能分选机给水果拍个“X光片”就能精准分选。但这需要配套的分拣中心、冷链中心、催熟实验室等,成本不低。二是需要主体参与。这离不开龙头企业的参与和行业协会的推动。三是要产业链共赢。以分级拓宽销售渠道,通过联农带农机制保障农户利益。

分级上市是农业经营理念的一场变革。当前,品质提升对农业的重要性达到了前所未有的高度。市场结构在变,消费需求也在变,各地特色农业竞争的焦点已从“怎么产”拓展为“怎么卖”。做好“土特产”文章,就要以质量等级为突破口,重塑农业竞争力,同步推动生产标准化、包装规格化、标识规范化、产品品牌化。

当然,分级上市并非万能钥匙,也会遭遇市场波动。分级上市是为了让农产品更好流通,并不直接决定价格。受国内外经济形势影响,当前农产品市场面临不少挑战。要顺应市场规律,加强中长期分析研判,及时调整生产策略。同时,探索推行农产品品质评价和标准分级的模式,实现优质优价。

(上接13版)

李燕川表示,北京市连锁经营协会专门成立了采购团,精心组织超市发、京客隆等多家北京重点连锁零售企业及专卖店采购人员积极参与此次活动。通过精准对接,为供需双方搭建了高效便捷的对接桥梁,助力北京本地烘焙品牌借助连锁零售渠道扩大市场覆盖范围,进一步激活首都市场流通活力。

李莉表示,愿与各兄弟协会深化合作,共同探索“食品物流+绿色能源”的标准体系建设,建立“节假日协同保障机制”。还可依据遍布北京的加油站网点作为节庆食品的提货点,为社区居民提供更加便捷的服务。

张旭升表示,义利始终在传承中不断创新,未来将继续依托一轻控股和一轻食品集团的平台优势,与行业伙伴携手共进,在品质提升、文化挖掘、市场拓展等方面深耕细作。期待以此次展会为纽带,多听取建议、多学习经验,让老字号的故事更加动人,让“舌尖上的传承”更加持久。

杨丽介绍说,京东物流拥有一套基于数智技术的一体化供应链物流解决方案。从企业的商业逻辑出发,帮助企业优化库存布局,降低运营成本、提升配送效率,最终提升终端消费者的满意度,助力企业品牌在中秋市场中赢得良好口碑、实现增长。

王兰柱指出,健康、药食同源是食品行业发展的必然趋势。作为大健康的直接受益者,他愿意将自己的成功经验与行业同仁更多分享,共同推动行业健康向前。

在座的其他领导与嘉宾也纷纷就未来如何更好弘扬传统月饼文化、如何实现烘焙行业更优质发展建言献策,会场气氛十分活跃。

活动现场亮点纷呈,精彩不断。一方面,品牌月饼、创新食品及产业链上下游产品集中展销,满足了市民多样化的需求,让大家能够一站式选购心仪的商品;另一方面,为助兴本次活动,广西黄家月食品有限公司特别精心制作了一块直径达1.2米、重达388斤的“月饼之王”——五仁叉烧巨型月饼,供来宾游客免费分享,现场气氛热烈非凡。

同时,京东物流与北京焙烤食品糖制品协会达成深度合作,为其提供一体化供应链物流解决方案,并在现场发放寄递优惠券,为参展企业和市民提供了实实在在的便利。组委会还特别准备了精美伴手礼、北冰洋冰箱贴、冰冰熊乐园参观券等赠送给市民和游客,让大家在参与活动的同时,还能收获一份惊喜。现场还有直播带货、视频报道等丰富多彩的活动,超市发、京客隆、京东七鲜等多个大型连锁企业都派了采购团过来,与参展企业进行深入洽谈合作。

义利北冰洋园区人头攒动,热闹非凡,广大市民提前感受到了浓厚的中秋节日氛围。

参与此次活动的企业阵容强大,包括北京一轻食品集团有限公司、北京义利食品有限公司、北京北冰洋食品有限公司、北京稻香村食品有限责任公司、北京味多美食品有限责任公司、北京市鑫华亨塑料制品厂、北京众力科技有限公司、北京全聚德仿膳食品有限责任公司、泸溪河食品(集团)有限公司、北京韦老表食品有限公司、安得利(北京)有限公司、北京臻味坊食品有限公司、北京古船面包食品有限公司、仙桂食品(北京)有限公司、益海嘉里英联马利、广西黄家月食品有限公司、北京京讯递科技有限公司(京东物流)、北京五星啤酒有限公司、北京首农酒店管理服务有限食品公司、十二千田(云南)农业发展有限公司、北京丰辰加油站、北京市石油化工开发供应公司、中国石油天然气股份有限公司北京销售非油品分公司、北京二商京华茶业有限公司等众多知名企业。(乐志强)