

记者 24 日从国家食品药品监督管理总局了解到,食药监总局近日会同国家卫生计生委联合发布《医疗器械临床试验机构条件和备案管理办法》。根据办法,将对符合医疗器械临床试验质量管理规范要求、具备开展医疗器械临床试验相应的水平和能力的医疗器械临床试验机构施行备案管理。

食药监总局有关司局负责人表示,根据《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》等有关规定,医疗器械临床试验机构由原先的资质认定改为备案管理。据介绍,临床试验机构实行备案管理,有利于释放临床资源,扩大临床试验机构的数量,更好地满足医疗器械临床试验的需求。

办法提出,医疗器械临床试验机构应当具备具有医疗机构执业资格、具有二级甲等以上资质、具有医疗器械临床试验管理制度和标准操作规程等十一项条件。

根据办法,食药监总局组织建立医疗器械临床试验机构备案管理信息系统,用于开展医疗器械临床试验机构备案管理工作。医疗器械临床试验机构应当根据办法要求,对本单位是否具备医疗器械临床试验条件和能力进行评估,并自行在备案系统中备案。

针对提供虚假材料的行为,办法提出,隐瞒有关情况或者提供虚假材料办理临床试验机构备案的,或者存在缺陷、不适宜继续承担临床试验的临床试验机构,省级以上食品药品监督管理部门按照《医疗器械监督管理条例》的规定进行处理。食药监总局取消其机构或相关专业的备案信息,通报国家卫计委,并进行公告。

据了解,办法自 2018 年 1 月 1 日起施行。(陈聪)

食药监总局要求立即停止销售饮用两款威士忌:涉嫌甲醇勾兑

国家食品药品监督管理总局 25 日发布公告,要求立即停止销售饮用标示为“菲明氏调配威士忌”和“法利雅调配威士忌”的两款威士忌。上述产品为涉嫌假冒他人企业生产的甲醇勾兑产品。

公告指出,经过对广东省河源市近期发生的一起因饮酒导致甲醇中毒事件调查发现,涉事产品为“菲明氏调配威士忌”(标称生产商为蓬莱市威亚德葡萄酒有限公司,标称运营商为深圳威亚德酒业)和“法利雅调配威士忌”(标称生产商为蓬莱市威亚德葡萄酒有限公司,标称运营商为惠州市协益酒业)。

据了解,上述两种产品初步查明销往河南、广东、海南、贵州和云南等地,主要在酒吧销售。

公告指出,食药监总局已部署河南、广东、海南、贵州和云南等地食品药品监督管理部门对购进假冒产品的经营者依法查处,涉嫌犯罪的及时移交公安机关,并协助公安机关开展犯罪调查,控制产品风险;酒吧等经营者凡采购并销售上述两种产品的,要就地封存,停止销售,查清采购来源,报告当地食品药品监督管理部门。

食药监总局提醒广大消费者停止饮用上述两种产品,凡发现销售上述两种产品的,及时报告当地食品药记者品监督管理部门。(陈聪)

2017 年天津口岸冷冻禽产品进口量大幅下跌

记者 21 日从天津检验检疫局获悉,截至 11 月中旬,今年经该局检验检疫的进口冷冻禽产品总量不足 9000 吨,货值仅 2000 余万美元,较去年同期相比进口量大幅下跌,跌幅高达 70%和 60%。主要产品包括鸡翅、鸡腿、鸡皮、火鸡脖、火鸡腿等,主要来源国有巴西、智利、阿根廷、波兰等。

天津检验检疫局工作人员介绍,进入 2017 年以来,由于禽流感在全球范围内密集爆发,全球禽肉贸易受到重创。天津检验检疫局已按照国家质检总局要求暂停进口波兰全部加工企业和智利部分加工企业的禽产品。

今年前四个月,天津口岸冷冻禽产品的进口量出现了连续下降的态势,后来又因巴西“问题肉”事件影响,国内消费市场对进口禽产品需求下降,导致天津口岸 5 月份的禽产品进口量跌到了 370 吨的最低点。虽然在随后五个月的时间里进口量有所回升,但月平均进口量仅有 700 余吨。而去年月平均进口量将近 3000 吨,单月进口量甚至两次突破 5000 吨。

天津检验检疫局相关负责人称,预计到年底之前,天津口岸冷冻禽肉的进口量出现较大幅度波动的可能性不大,全年进口量可能仅会维持在 1 万吨以下。(张道正)



食品医药周刊

协办单位:双汇集团 四川蓝伯特生物科技 宜宾金喜来酒业有限公司

2017 年 11 月 30 日 星期四 编辑:张宇 版式:张彤

企业家日报

9

有一种喜悦叫“金喜来”

■ 本报记者 何沙洲

随着技术发展的日新月异和新产品的不断涌现,广大白酒经销商和消费者对于产品和服务的期望越来越高,要想赢得他们的关注和青睐,在激烈的市场竞争中获取可持续发展的竞争优势,不仅这酒要口感好,还要有能留在喝酒人脑海里的精神服务、文化服务带来的喜悦、留恋。

11 月 19 日在上海虹桥国家会展中心隆重开幕的 2017 上海国际酒交会上,宜宾金喜来酒业有限公司携佳酿、御液;仙临水巷子系列;水巷子福酒、水巷子小青花等产品亮相宜宾展馆。在国际名酒荟萃的酒交会上,金喜来系列酒吸引了众多政商界来宾和市民参观品鉴,其陈香舒适、醇厚绵甜令品酒者感到迷醉,感叹在这越来越精彩的新时代,很多快乐的时刻,需要这迷醉的一杯,来成就生活的欢欣、喜悦,为喜乐生活喜上添喜。

同期举行的“世界名酒价值论坛”公布了“世界十大烈酒产区”,遵义、宜宾、宿迁、泸州、吕梁、亳州、苏格兰、干邑、波多黎各、瓜达拉哈拉这几座城市被授予了“世界十大烈酒产区”称号。金喜来酒原产地四川宜宾荣获“世界十大烈酒产区”第二名,更加印证了“川酒甲天下,精华在宜宾”。

北纬 28 度,是中国白酒金三角所在区域,被联合国粮农组织鉴定为“地球同纬度上最适合酿造优质纯正蒸馏酒的生态区”,宜宾正处于该区域的核心地带。从一粒粮食到酿成上佳的琼浆,一定要天时、地利、



● 采用建于 19 世纪清朝中叶的“水巷子糟坊”老窖



● 客商品赏水巷子小青花

人和,所有的机缘巧合全部具备。在香樟掩映的金喜来大观酒厂,三山连绵相峙,绿树成荫,两条山泉穿厂而过,山泉两岸的斜坡高地与狭长谷底终年不断的渗透泉水,形成了高低温差、高低风力、高低植被各不相同的独特生态环境,使其生产基地上空多种微生物得以合理分布、有效生存与大量繁衍。生态良好的基地为百年发酵池湿度提供了丰厚的条件,“以窖养糟,以糟养泥”,在酒的发酵过程中,窖池中会产生种类繁多的微生物和香味物质,并且慢慢向窖泥渗透,变成丰富的天然香源,使酿制出的五粮浓香型白酒香幽雅、陈香舒适,回味绵长。来到金喜来生产基地参观的客商们感慨:从走进厂区,就已身心愉悦了,参观之途惊喜连连。

为了成就这份喜悦,金喜来人依靠先进

的科学技术和设备,从精选五粮、粉碎、酿造、原酒等级划分、原酒储存条件及器皿都进行严格的数据分析精细化管理,采用建于 19 世纪清朝中叶的“水巷子糟坊”老窖,继承五粮酿造纯粮固态发酵酿制古法真传,通过再造提升传统酿造工艺的价值和地位,让千年酿酒技艺精工锤炼,从根本上保证了金喜来酒业每一滴原酒都窖香浓郁、绵甜甘美、韵味悠长。

产品品质的纯正和提升,换来的是消费者强烈的品牌认可和消费信心。金喜来酒上市短短几年就荣膺“首届中国白酒金樽奖——最具投资价值奖”、“首届四川省原酒质量鉴评——优质原酒”、“2012 年中国酒业年度品牌——最具创新价值品牌”、“国家质检总局宜宾酒地理标志保护产品”、“2015 布

鲁塞尔国际大赛金奖”、第 9 届“华樽杯”品牌价值 200 强企业,“2017 年度中国喜文化白酒典范品牌”、“2017 年度中国八大原酒品牌”等殊荣,经评议,金喜来酒业的品牌价值今年已高达 15.11 亿元。同时,金喜来酒业在今年 9 月推出的【仙临水巷子·小青花】已荣获全国十大明星小酒第二名,在首届全国光瓶酒领袖大会上,荣获十大“年度明星小酒”称号。这款有着优雅瓶身及丰富口感的小酒,上市两个多月销售近 5 万件,在带给广大消费者的喜悦中得到盛赞和佳誉,这也是消费者对金喜来坚守品质最好的褒奖与肯定。这不仅对金喜来人酿酒事业起到了促进作用,更加深金喜来人对社会的责任感和使命感,为金喜来人致力于“为国人喜乐生活喜上添喜”注入更强劲的动力。

成都邛崃：产业托起致富梦 茶园乡凤仪村百香果产销两旺

百香果硕果累累,耙耙柑郁郁葱葱,蔬菜喜人、荷塘成片;产业道路建设如火如荼——这是记者近日在相对贫困村茶园乡凤仪村,看到的一幅产业发展美丽画面。

产业兴,则百姓富。在决战决胜脱贫攻坚中,茶园乡坚持调优产业结构,加大土地流转,积极引进业主,增加群众经济收入,带领群众脱贫致富奔小康。仅凤仪村,通过产业带动,与 2016 年相比人均增收 3000 多元;同时道路等基础设施也日益完善,乡村面貌不断改观。

果子丰收 村民心头乐

走进凤仪村 11 组,老远便闻到一股清香味——400 多亩的百香果基地里,绿油油的果子挂满枝头,像一个绿色小灯笼,在冬日的阳光下显得格外诱人,何芳与十几个村民正背着背篓采摘成熟的果子。“我们看着果树栽下到现在结果子的。”何芳说,从去年开始,他们就一直在自己的田里忙碌,“一天能挣七八十元钱呢。”

百香果项目是茶园乡去年引进的,现在已经全面上市。“预计初次挂果亩产 1000 斤,纯利润可达 700 万元。”项目业主张光伟喜滋滋地向记者介绍说,百香果属于热带水果,富含多种氨基酸及维生素、微量元素,具有改善睡眠、降低降压、排毒养颜、增强免疫力等保健作用,“现在网上订单都预定得差不多了,根本不愁销。”

与项目业主的喜悦相比,村民们也乐上心头。

“祖祖辈辈都靠种田为生,一年辛苦挣不下几个钱。”该组村民余忠良说,现在 8 亩多土地都流转给了园区,在自家土地上打工挣钱,一个月可以挣 2000 多元。与余忠良一样,村民张廷培的 6 亩耕地也全部流转了,他说,这些年,年轻人都在外打工,大家都不想耽误工作种那几亩田地,“现在好了,老年人在园区做点轻松活,挣钱照顾家,年轻人出去奔前程,多好!”

据介绍,百香果基地共接收当地 100 多人就业,群众务工收入近 90 万元。

土地流转给群众带来看得见摸得着利益。凤仪村人口 612 户 1924 人,耕地面积



2230 亩,流转 2100 亩,流转率高达 95%,2016 年人均可支配收入为 11278 元,预计今年人均可支配收入将突破 15000 元。

道路完善 乡村变了样

采访中,当地许多村民都非常关注一条产业路的建设。“这几年我们这里用水电气视讯等都很方便,就是对外道路是个问题。”该组组长张邦平深有感触地说,过去 11 组只有一条 3 米宽的对外道路,这成为制约村民生产生活条件改善的一大瓶颈。

随着项目的引进,该组现在有了 3 条路,而且还拓宽到 5 米,正在建设中的基地产业道路还将连接到其他村落。“以后我们这里交通也算是四通八达了。”正在“围观”产业道路建设现场的村民苏大爷说,“我快 70 岁了,真难想象,我们这里变化这么大!”

11 组的变化是凤仪村的一个缩影。该村负责人介绍,从 2016 年被确定为成都市相对贫困村后,全村基础设施建设便大力推进;由扶贫单位——成都市新蓉集团支持的新蓉大道正加快建设,该道路为该村穿越千亩蔬菜基地的一条主干道;同时原有组道也经过拓宽改造,过去支干线路道路普遍窄、路况不好等问题得以解决,“这些都为今后全村产业发展打下良好基础。”

与此同时,在扶贫资金支持下,该村卫生站、日间照料中心等也正抓紧建设。

一三互动 托起致富梦

眼看百香果第一年试种成功,11 组村民高兴良也有了自己的考虑:改造自家院落,搞餐饮旅游接待。

高兴良的想法,源自有丰富水果种植经验的蒲江复兴人张光伟对未来的规划。“下一步,扩大种植面积,打造深加工基地,同时引进文化旅游及康养项目,增加种植附加值。”张光伟说。

“一三互动,产业融合发展,带动群众真脱贫,脱真贫,走上致富路,过上小康生活,是我们的目标。”茶园乡副乡长刘进良介绍,将以百香果等种植业主为龙头,通过实施“公司+农户”的产业发展模式,带动本地村民种植,并发展乡村旅游。

据介绍,目前凤仪村坝区已打造生态蔬菜园区上千亩,种植了黄瓜、辣椒、茄子、韭菜、冬瓜、西红柿、莲藕等 20 多种蔬菜;在丘区建设精品水果园区 700 亩,除百香果外还种植了大姑娘、耙耙柑、核桃等。“今后将推动绿色产品走出农村,走向市场,推进果旅、菜旅、康养深度融合、联动发展。”

(王丽)

中医药文化和相关产业迎重要发展机遇

随着“健康中国”上升为国家战略和《中华人民共和国中医药法》正式实施,“中华国粹”中医药开启法治化治理新征程。专家认为,中医药文化和中医药相关产业将迎来重要发展机遇。

在日前于北京举行的首届中医(药)文化大会新闻发布会上,中国中医药信息研究会会长、国家中医药管理局原副局长吴刚说,“健康中国”建设迫切需要推动中国特色的健康文化建设,培育健康生活方式也必将进一步激发和释放民众对中医药健康养生文化的需求。

中医药学凝聚着深邃的哲学智慧和中

华民族几千年的健康养生理念及其实践经验,是中国传统文化不可分割的重要组成部分。然而,我国在对中医药文化内涵挖掘、结合现代理念创新发展,中医药文化公共设施建设、中医药文化产品质量以及中医药文化传播手段等方面还存在不足。

吴刚认为,当前,中医药文化建设处于难得的发展机遇期。新媒体快速发展以及新旧媒体融合发展,不仅丰富了中医药文化传播的平台和途径,也为加强中医药文化体验感提供了技术支撑。

随着中医药文化理念的传播,人们对中医药的认知不断深入,对中医药相关产品和服务

的需求日益增长。国家中医药管理局局长王国强日前在一次中医药相关会议上介绍,目前我国中药产业以每年 20%的速度递增,2016 年,中药工业规模以上企业主营业务收入超过 8600 亿元,占全国医药工业的近三分之一。

专家认为,不仅传统的中药工业,中医药与养老、旅游、互联网、食品、体育等融合形成的新业态,也将迎来发展的黄金期。

记者采访了解到,中华中医药学会等机构将于 12 月 25 日至 28 日在深圳联合举办首届中医(药)文化大会,发起成立“中医药文化与产业共同体”新平台,弘扬中医药文化理念。(田晓航 余恕原)



● 康恩贝集团董事长胡季强 新华网 杨锴 摄

康恩贝董事长胡季强：创新民族品牌 讲好中国故事

随着经济全球化的发展,越来越多的中国企业改变了以前重产品不重品牌的做法,像华为、联想、格力、海尔等企业,在国际上塑造了中国品牌的形象。2017 年,国务院办公厅批复同意将每年 5 月 10 日设立为“中国品牌日”,旨在进一步发挥品牌引领作用,推动供给结构和需求结构升级,激发企业创新创造活力。

2016 年,康恩贝共有 11 个品牌的产品销售收入超亿元,跨入医药企业品牌经营第一方阵,被工信部列为品牌培育试点企业。近日,康恩贝集团董事长胡季强接受了新华网专访,探讨在新时代背景下,民族品牌创新发展的新路径。

“品牌不是靠广告宣传打出来的知名度,是企业全体员工对消费者付出的一种承诺,是有一颗颗真诚的心,通过产品或服务,传递给消费者,在消费者的心中树立起一座丰碑,这才是真正的品牌。”胡季强说,中国品牌日的设立,将引导更多企业重视品牌经营,打造微笑曲线,改变以前有产品而无品牌,有价格而无价值的现象。从前端的研发,到后端的营销一起发力,直到形成属于自己的品牌文化,这样做的意义,不仅仅在于获得品牌附加值,同时对社会的影响也是深远的。

胡季强表示,在新时代背景下,随着我国社会主要矛盾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,品牌创新首先要满足人民对美好生活的追求,这是最根本的。而要满足这一点,必须从研发设计、生产、销售、服务一条龙来考虑,真正建立起与消费者心与心的链接,让中国制造成为高品质的代名词。品牌创新也要立足于国内,因为做好了国内市场,做到了国内第一,就有可能在国际领先;民族品牌创新,同时还要讲好中国故事,赋予品牌以文化内涵,让民族品牌在对外交流中成为中国文化的名片。

康恩贝奉行着“品牌是金”的理念和一以贯之的不渝坚守,成就了一个个在市场上具有较高美誉度的品牌。从产业链上游的育苗种植开始,到产品研发、生产、销售这样一个庞大链条,不忘初心,秉持匠心,用好货,做好药,将现代科技融入传统医药,为振兴中药引领国药贡献自己的智慧和力量。(刘映)