

北京新发地鼓励商户打自有品牌 改变简单“搬运工”模式

菲律宾“英利达”进口香蕉、“实麟派”赣南脐橙、“陕陕的红心”延川苹果……进入寒冬,北京新发地市场上的农产品种类不减,随着近年来商户自有品牌的农产品增多,通过自建基地、发展自有品牌,实现对农产品质量和质量安全的管控。

曾经仅仅是一个占地15亩的小型农贸市场——北京新发地市场,如今已发展成为华北地区交易规模最大的专业农产品批发市场,在内升外扩不断提档升级的战略下,新发地在沧州盐山、内蒙古、河南等地建立分市场,并鼓励商户打出自有品牌。

近日,新发地香蕉批发大户与菲律宾穆萨马特农场达成合作,推出自有品牌“英利达”进口香蕉,丰富首都市民“果盘子”。十几位新发地香蕉批发大户相继与菲律宾穆萨马特农场达成合作意向,进口香蕉月销售量达到了1000吨。为持续给消费者提供高标准香蕉,双方还合作升级推出了“英利达”自有品牌。

在新发地市场,商户自有品牌的农产品不在少数,他们自建基地、发展自有品牌,实



现对农产品质量和质量安全的管控。如“土豆大王”余功成,在全国各地建立了标准化种植基地4000亩,推出了自有品牌“成功土豆”。

据新发地市场总经理张月琳介绍,在非首都功能疏解大背景之下,新发地走出了自己的疏解之路,最终走上“品牌化”的道路。比

如,新发地的水果有270个品种,每一个品种又可以分好多品类,其中不乏鱼龙混杂的现象。“现在消费者越来越关注食品安全,近年来新发地鼓励商户提档升级,改变简单的‘搬运工’模式,从源头做起,在外埠建立自己的种植基地,打出自己的产品品牌。实现从生产

种植到加工、包装、运输,再到批发市场进行配送、销售的一条龙、全产业链发展。”

过去,北京新发地有“十大王”,经营水果较多,蔬菜没有单品大王,只有南菜大王鲁德传和寿光菜大王周明哲。2015年,新发地推出了农产品“单品经营大王”,从各品类农产品出类拔萃的“王牌”大户中,推选出了81个农产品单品经营大王。这些单品大王将和新发地一起,进行基地建设,把各地的名优农产品带到北京市场。在对这些“大王”的扶植、扶大、扶强过程中,新发地市场对他们进行广泛宣传,并在金融、政策等方面给予重点扶持。同时,支持商户学习先进管理模式、互联网知识,学习如何打造品牌、宣传推广,从而把品牌做大做强,实现市场商户由“千军万马”变成“精兵强将”。

据了解,目前新发地果蔬交易楼正在施工,计划明年年底主交易楼竣工,并实现部分功能投入使用。这座地上三层、地下两层的现代化果蔬综合交易楼建成后,新发地将以摊定人、以位定岗,届时新发地商户将由“千军万马”变成“精兵强将”。 (李佳)

糖尿病管理的“上海探索”

在上海,糖尿病患者由社区团队分级管理,并纳入医院—社区糖尿病无缝化管理体系,实现社区首诊、梯度转诊、分级诊疗的有序模式。在此基础上,上海启动并实施代谢性疾病(糖尿病)预防和诊治服务体系建设项目。此项目被列入上海市人民政府第4轮公共卫生体系建设3年行动计划(2015-2017),服务体系建成后,将向申城居民提供融合健康教育、高危人群筛查和疾病管理为一体的糖尿病预防与诊治全程服务。

在家门口实现筛查

一大早,徐汇区康健街道社区卫生服务中心的医务人员便忙活开了,卫生服务站点将迎接新一批前来进行糖尿病筛查的居民。此次筛查,眼底病变、周围神经病变、下肢血管病变等糖尿病慢性并发症也被列入其中。



徐汇区康健街道社区卫生服务中心主任徐东浩说,2型糖尿病早期大多无特异症状,一旦病情进展到中晚期,往往不可逆转,治疗难度增大、效果欠佳。糖尿病筛查可以帮助我们识别出“隐藏”的患者,尽早进行治疗和管理。

“2013年的调查显示,上海35岁及以上居民的糖尿病患病率高达17.57%,全市患者总数约为250万,其中32%的患者并不知道自己患有糖尿病,60%的患者至少伴有一种慢性并发症。”上海市代谢性疾病(糖尿病)预防和诊治服务体系建设项目负责人、上海交通大学附属第六人民医院院长贾伟平介绍。

在社区层面开展糖尿病及其并发症筛查,是糖尿病诊治的基础。自2007年3月起,贾伟平团队率先在上海普陀区等5个区的7家社区卫生服务中心试点建设医院—社区糖尿病无缝化管理模式,使患者的血糖良好达标率、糖尿病知识知晓率得到显著提升。

在此基础上,由上海市第六人民医院会同市疾病预防控制中心、市眼病防治中心等共同组织实施上海市代谢性疾病(糖尿病)预防和诊治服务体系建设项目。计划开展百万人群风险评估,30万高危人群筛查,并为近25万社区新老糖尿病患者提供并发症筛查等服务,最终提高上海市糖尿病患者知晓率和血糖控制水平,降低早死率和致残率,减轻疾病负担。

截至2017年8月,这项覆盖上海市16个区240家社区卫生服务中心的筛查项目,已完成筛查高危人群24.6万人,筛出24422名患者、29304名前期人员。参加并发症筛查总人数11万人,发现需及时转诊的糖尿病肾脏病并发症患者6000余名,严重的视网膜病变患者2000余名。

医院社区无缝化管理

65岁的刘阿婆是糖尿病老病号,康健社区卫生服务中心的糖尿病防治团队在随访中发现,刘阿婆血糖最近控制得不太好,需要尽快转诊治疗。

“我在转诊微信群里看到康健街道医生提出给刘阿婆转诊的需求,就立刻开辟了八院绿色通道。”上海市第六人民医院内分泌代谢科行政副主任、上海市第八人民医院内分泌科执行主任陈海冰说,原本需要提前6周预约的专家号,通过医院—社区糖尿病转诊平台,只需一两周就能预约到。

“以前总去六院这样的三级医院挤破头,现在家附近的二级医院八院也有了糖尿病门诊,还有六院的专家坐诊,通过社区医生很快就能预约到,真是太方便了!”刘阿婆感叹道。经过药物调整,刘阿婆的血糖很快降下来,重新回到社区纳入随访管理。

根据糖尿病防治服务体系建设项目,上海市第六人民医院设立市级临床指导中心,各区县二级医院则设立内分泌科或糖尿病专科门诊,起到“上联下通”的作用,建立1个-2个规范化多学科糖尿病联合诊治分中心,开展辖区内转诊。

“我们与5家社区卫生服务中心建立了微信群,一旦有患者转诊的需求,我们都会第一时间回应。”陈海冰说,“平时大家有专业问题也会在群里交流,指导社区医生做好患者的健康管理和健康教育,发挥二级医院对社区技术支持的功能。”第八人民医院内分泌科虽成立不久,但有陈海冰等三级医院专家入驻,手把手带教,专业技术水平提升得很快。陈海冰还在医院创立名师高徒培训班,定期把院外专家请进来给科室成员讲课,社区医生有机会到第八人民医院内分泌科进修,进行跟诊、查房,在实践中学习真本事。

像刘阿婆这样的老病号,康健街道里有好几个,也都是由社区团队在管。康健街道等5家社区卫生服务中心还从患者健康管理上下功夫:对辖区内糖尿病患者实施分组、分层管理,建立居民健康档案,实现信息动态管理;随访医生根据患者临床情况和管理组别,为每名糖尿病患者制订个性化干预方案,随访时监测病人血糖、体重、临床情况改变和治疗效果;定期开展糖尿病自我管理小组、糖尿病俱乐部等多种形式的活动,在自我管理小组中引用知己管理、心理干预,重点培养患者自我管理能力和

贾伟平表示,医防融合全程管理糖尿病,构建预防—干预—治疗综合体系,为城乡社区管理慢病提供了实证依据和借鉴。(宋迪文)

食药监总局将加强食品保健食品虚假宣传整治

食品、保健食品欺诈和虚假宣传,是长期困扰消费者的顽疾,也是监管部门2017年重点工作之一。临近年末,食品、保健食品虚假宣传整治情况如何?国家食品药品监督管理总局有关司局负责人指出,各级食品药品监管部门已张起全国一张网,全面启动重点食品、保健食品抽检排查,集中力量查办违法案件,整治工作取得阶段性成效。

今年7月初,国务院食品安全委员会办公室等9部门联合印发通知,部署在全国开展为期一年的食品、保健食品欺诈和虚假宣传整治。食药监总局局长毕井泉此前表示,整治食品、保健食品欺诈和虚假宣传,是一项关系最广大人民群众切身利益的政治任务。

食药监总局有关司局负责人指出,目前食品、保健食品欺诈和虚假宣传整治工作还存在进展不平衡,摸底排查还有盲区,宣传引导效果仍有待提高等问题。对此,食药监总局将一方面保证“全覆盖”,另一方面抓重点、抓主体责任,探索长效机制。保证生产经营单位全覆盖和必查内容的全覆盖。(陈聪)

今年继“中国八大原酒品牌”、“喜文化白酒典范品牌”后获得的又一“国字号”荣誉称号——

金喜来荣获中国酒类流通协会“优秀会员”称号

■ 孔俊祥 本报记者 何沙洲

12月13日,宜宾金喜来酒业在中国酒类流通协会召开的第六届第二次会员代表大会上喜获“中国酒类流通协会优秀会员”殊荣。当日,近300家名酒会员企业共同参与,提出了品牌化、协同化、规范化的酒类流通发展三趋势,并回顾2017年中国酒业发展大事。

此次荣获“中国酒类流通协会优秀会员”殊荣,这是金喜来今年继“中国八大原酒品牌”、“喜文化白酒典范品牌”后获得的又一“国字号”荣誉称号,这是中国酒类行业对金喜来坚持纯粮固态发酵,匠心传承五粮酿造技艺,用心酿造好酒的重大肯定和认可。

中国酒类流通协会秘书长秦书尧在会上



表示,2017年酒业整体形势向好,市场消费水平和消费活力都有了很大的提升,经销商们的经营情况普遍比往年有了明显改善。同时,“中国正加速步入历史性的新时代,人们的生活水平将随着经济和社会的发展进一步提高,这也是酒业发展最根本、最核心的红利。我们一起走过了有收获、有喜悦的2017年,相信我们的2018年,将是超越自我,更加精彩的一年。”

无疑,作为宜宾两大五粮浓香白酒国企之一,金喜来酒业也将在2018年大力实施品牌发展战略,坚持酿好酒,在品质得到保障的同时,紧跟时代步伐为消费者奉献更多的良心酒、品质酒,将金喜来打造成为广大消费者所喜爱的宜宾特色品牌,迎来超越自我,更加精彩的一年。

稻米市场“产业病”丛生：“掺混”普遍 收储“优质难优价”

大米是我国最主要的口粮,《经济参考报》记者近期深入江西、黑龙江一南一北两大水稻主产区调研发现,当前在稻米生产、市场销售、国储收购等环节存在一系列“产业病”,一些优质稻品种退化,市场上大米“掺混”“调和”现象普遍,收储政策难体现优质优价。

专家认为,当前迫切需要产、收、销等多环节拿出有针对性的举措,实施水稻市场化改革,加快水稻供给侧改革,推动大米产业升级,不断满足市场消费需求。



黑龙江省东禾农业集团是集水稻种植、加工、贸易等于一体的农业产业化企业,公司有关负责人介绍,优良水稻品种经过多年种植就会退化,退化的品种不仅抗性、丰产性下降,而且稻米品质变劣。

优化稻米质量要从种子开始。业内人士希望,有关部门顺应农业供给侧结构性改革的要求,加大对常规稻及优质杂交稻的研发、推广力度,从源头上为农业供给侧结构性改革提供保障。一些专家建议,在确保当地水稻主栽品种的同时,选好备选品种,防止因种质资源退化速度快影响优质稻米种植。

贺国良建议,坚持杂交稻、常规稻优质品种协调发展的思路,一要以市场为导向,加大对优质杂交稻品种的审定和推广,引导杂交稻育种优质化、绿色化;二要支持科研院所和高等院校加强对优质种质资源的保存、利用,加强优质常规稻品种选育;三要引导种子企业强化常规稻提纯复壮,确保为市场提供优质种源。

“好米掺得越多,价格越高”

记者在哈尔滨市一些市场走访发现,农

贸市场中“掺混”大米销售现象很普遍。一家米店老板直言,掺混比例不一样,价格也不一样,口感也不一样,总之掺混真正的优质米越多,价格越高。

近日一个清晨,记者在哈尔滨市南岗区一个市场看到,同样是稻花香品种,标注来自同一个地区,大米销售价格却千差万别。在一个米摊上,标注某地“稻花香”的大米每斤3.5元,标注该市“有机大米”的每斤4元,还有一款该市“稻花香”大米则标注5元一斤。

都是来自一个地方,都是标注“稻花香”,这些大米到底有何区别?卖米老板告诉记者:“其实也没什么大大区别,就是掺混比例不一样,这个地区真正的稻花香米一般要七八元一斤。这些四五元一斤的大米都存在一定比例的掺混,所以价格也不一样。”

这种“掺混”现象南方市场也很普遍。杨盛米业有限公司是江西一家从事优质米加工和销售的企业,公司总经理杨秋生告诉记者,当前优质米市场监督管理体系不完善,很多加工企业都采取“物理调和”的方式,将一些粒型相似但价格相对偏低的大米掺杂进优质米,以降低成本,增强竞争优势,这不仅扰乱优质米市场,而且对真正做优质米的企业造成冲击。

黑龙江省一些粮食加工企业负责人介绍,由于东北粳稻口感相对较好,南方一些大米企业就把东北粳米和南方籼米掺混到一起销售,销售价格依据掺混比例而定。“厦门一个粮食企业说,当地很多市场的东北大米都是掺混米。”这位负责人说。

黑龙江省虎林市、江西省新干县等地干部说,当前很多地区的水稻加工能力过剩,水稻品牌杂而乱,叫得响的品牌少。一方面应加强大米品牌整合及建设,在优势品牌锻造上加大扶持力度,做大做强优质品牌,提高大米辨识度。另一方面要加强市场监管,加大对掺混米、调和米现象的打击力度,维护地标大米的纯正度,净化大米市场环境。

收储难以“优质优价”

“根据我们对上海、广东、福建等沿海城

市稻米市场的调查分析,优质稻米市场需求年增长率达5%至6%,但优质稻米经常“优质难优价”。”贺国良说。

江西田环粮食产业有限公司负责人熊细件说,国家连续多年启动稻谷托市收购。但是托市收购没有最大化体现“优质优价”的原则,这在一定程度上影响了农民种植优质稻的积极性。

今年中央一号文件和政府工作报告明确提出“重点发展优质稻米产业”。记者查询近年东北一些地区的水稻最低收购价政策发现,水稻最低收购价的定价政策主要取决于水分含量和杂质含量等指标,对稻米本身口感、品质等缺乏系统性要求。

据黑龙江省虎林市、江西省南昌县一些地方干部介绍,由于水稻最低收购价政策的质量标准并不完善,大量低质高产,不受市场欢迎的水稻进入国储库。加上当前水稻最低收购价仍在引领市场价,农民种什么稻卖价都一样,所以更愿意种高产的低质水稻,不利于调动农民调结构种优质稻的积极性。

“应该给予优质稻特殊扶持,完善稻谷价格形成机制。”中国社会科学院农村发展研究所研究员李国祥建议,推进稻米种植供给侧改革,必须解决“优质不优价”的问题。“可以考虑在最低收购价政策未取消之前,在收购中加入质量指标,促进优质优价,引导农户种植品质更优的水稻品种。”他说。

同时,加快推进水稻市场化改革步伐。有关专家认为,水稻市场化改革要明确一个原则,即不要因水稻市场化改革过多地影响农民种稻收入,可通过合理补贴的方式调节农民种稻收入。

“发展优质稻米,给优质大米定标准也是当务之急。”国粮武汉科学研究设计院总工程师、中粮协大米分会专家委员会常务副主任谢健认为,我国目前库存稻谷数量巨大,存期较长,大米的进出口贸易将更趋活跃。通过收储环节规范大米生产,需要未雨绸缪,不仅需要适应国内市场变化,还需适应国际市场要求,提高国内大米国际竞争力。(管建涛 郭强)