

国家食药总局：切实加强婴幼儿配方乳粉生产监管工作

8月9日,国家食品药品监督管理总局部署切实加强婴幼儿配方乳粉生产监管工作。

一是要深刻认识认识进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的重要性和紧迫性,把思想统一到国务院的部署上来,把学习贯彻落实《国务院办公厅转发食品药品监管总局等部门关于进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的通知》作为当前的一项重要任务,千方百计做好婴幼儿配方乳粉生产监管工作,保障婴幼儿配方乳粉质量安全。

二是要结合本地区婴幼儿配方乳粉生产和监管工作实际,按照《通知》要求,积极向当地政府汇报,成立婴幼儿配方乳粉质量安全专门领导小组。进一步明确和细化各级食品安全监管部门的监管职责,主动防范、及早介入,使婴幼儿配方乳粉监管工作真正落实到基层,力争将风险隐患消除在萌芽阶段,守住不发生质量安全问题的底线。

三是要组织开展对婴幼儿配方乳粉生产企业的监督检查工作,掌握企业生产状况和产品质量安全情况,要求企业认真查找在质量安全控制和管理制度落实等方面存在的问题隐患,督促企业及时采取有效措施整改防范。同时,要督促企业设置食品安全管理机构,配备专职食品安全管理人员,完善落实各项质量安全管理制度,建立健全质量安全责任制和责任追究制,真正担负起婴幼儿配方乳粉质量安全首要责任,坚决防范企业因管理松懈、利益驱动等原因发生质量问题。

四是要进一步严格婴幼儿配方乳粉生产监管和风险排查工作,强化日常监管和监督抽检等工作,加大对企业质量安全控制重点环节、关键环节和薄弱环节的监管力度。发现企业存在质量问题或隐患的,要及时依法从严处理。同时,总局将加大检验、监测力度,对查出的问题予以通报。

五是在地方食品药品监管体制改革过程中,各地监管部门要从大局出发,在思想上不懈怠、监管上不放松、工作上不缺位,切实加强组织领导,强化监管责任,保障工作措施落实到位。坚决防止因思想不重视、责任不落实、措施不具体、监管不到位等情况导致婴幼儿配方乳粉质量安全事件发生,务必确保婴幼儿配方乳粉质量安全,重塑消费信心。

国家质检总局：我国未以一般贸易方式进口新西兰两乳粉

8月12日,记者从国家质检总局获悉,国家质检总局确认我国没有以一般贸易方式进口下述两款新西兰婴幼儿乳粉：即普通装可瑞康一阶段婴儿配方奶粉（0-6个月）[Nutricia Karicare Stage 1 infant formula（0-6 months)],可瑞康金装二阶段较大婴儿配方奶粉（6个月以上）[Nutricia Karicare Gold+ stage 2 Follow on Formula (from 6 months)]。国家质检总局提醒消费者,如有通过网购、邮寄或个人携带等方式从新西兰市场上购买了上述召回范围内的产品,请勿给婴儿食用。另据新西兰初级产业部确认,雅培公司正在中国市场上召回的两个批次的产品不含受肉毒杆菌污染的浓缩乳清蛋白粉。召回原因是这两个批次产品包装所使用的包装线此前包装了含肉毒杆菌污染原料的产品,存在极小的交叉污染风险。

农业部长韩长赋：扎实推进农业农村经济发展

8月6-8日,农业部部长韩长赋到贵州省贵阳、毕节等地调研,深入田头农户、龙头企业、农民专业合作社和基层联系点,了解特色农业发展、抗旱救灾、新农村建设等情况。他强调,农业部门要按照中央开展党的群众路线教育实践活动的部署和要求,深入到农民群众中间去,虚心听取意见建议,察实情、办实事、解难事。当前正值夏田间管理的关键时期,也是南方部分地区抗旱减灾的关键时刻,受旱地区农业部门要迅速行动起来,立足抗灾夺丰收,强化抗旱措施落实,最大程度减轻灾害损失,为全年农业农村经济稳定发展奠定基础。他指出,农业部门离农民群众最近,跟农民打交道最多,为农民服务最直接,代表农民利益最具体,深入开展党的群众路线教育实践活动,就是要牢固树立群众观点,坚持走群众路线,为群众办事,就是要多为农民办实事、办好事,促进农业农村经济更好更快发展。韩长赋还调研了贵阳市南明区老干妈风味食品有限责任公司、白云区牛场乡小山蔬菜专业合作社、威宁县脱毒马铃薯产业示范园区发展情况,对加快发展特色现代农业提出了要求。

(编者整理)

中国食品周刊

FOOD WEEKLY

协办:中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司 辽宁道光廿五酒业集团 双汇集团 广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:1722428646@qq.com

2013年8月16日 星期五 主编:李国政 编辑:李晓虎 版式:张彤

企业家日报

9

诚信、自律、共赢、发展

2013年(第四届)中国食品安全高层对话(下)

陈福泉(内蒙古伊利实业集团股份有限公司副总裁):

对于食品来说,我们要关心它的安全性、营养和口感。如果它不安全,对我们的健康有影响,那么再谈它的营养与口感就没有意义了。我们每个人都是消费者,买一块牛肉却不知道它是牛肉还是马肉,我们谁也不愿意遇到这样的事情。所以,作为生产者来说,我们就要生产出安全高品质的食品,也就是己所不欲,勿施于人。作为食品企业,只有把自己的产品生产好,品质提高了,食品安全了,才能获得消费者的信心,才能有消费者购买你的产品,你的企业才能生存,进而发展。企业要想生产出合格安全的产品,那么要对全过程,从田间到餐桌进行质量把控,进行质量管理,同时要加大投入。如李克强总理所言,这是天大的事情,来不得半点马虎。那么食品企业发展了,它就会有更多的财力物力去搞研究,搞开发,生产出更多的,品质更好的,或者是新的产品。我举一个稍微靠别处一点例子,你比如说我们以前用铝锅,很好用,不生锈。那后来我们发现摄入铝太多了,就会导致老年痴呆,所以今天我们不用铝锅了。我们随着社会的不断发展,我们就把一些不好的东西淘汰了,企业也是这样,企业的品质才会越来越高。比如说有很多中国人,包括中亚人,据统计数据说有一半的人是喝牛奶闹肚子。伊利公司就研究出营养舒化奶,这样就使喝不了牛奶的人能喝牛奶了,所以说我们企业的安全性和食品的品质是越来越提高了,这就是我刚才说的二者是相辅相成的关系。

王艳松(内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司助理副总裁):

食品安全是最基础的阶段,实际上我们三个阶段,第三个阶段就是在整个产品出厂的物流到消费者的阶段。在这三个阶段,我们都建立了相应的基础标准。从食品安全上,从理化指标上建立标准,同时也建立了专门针对三个阶段的质量团队。我们有奶源的质量,有生产的质量,有销售的质量。在整个流程上,我们形成了整个产业链的一个封闭管理。在质量上,食品安全是基本的保障,我们会在这个基础上寻求产品的一致性。蒙牛在全国各地的产品都会形成它的口味、外观、产品表现是一致的。在此基础上我们再寻求产品的卓越性,再满足消费者和不同群体的需求。

刘金涛(双汇集团新闻发言人、双汇发展总裁助理):

我对食品安全的理解就是它是人类的生命延续受到重大威胁的这样一个事件。纵观地球资源,食品是人类生存延续所必需的,如果这都出问题,那今后要面临的问题将更加严重。作为现代社会的人,由于我们物质经济的发展,对物质的需求越来越高。而刚刚主持人问到,现在食品安全事件频发是不是因为人们的要求提高了?我感觉任何一个企业、或者任何一个人都不想所生产的食品不安全。但一旦涉及金钱态度就不同了,有的人把命看得比钱重要,有的人把钱看得比命重要,利益熏心导致食品安全层出不穷。双汇集团是中国肉类行业的龙头企业,龙头企业所肩负的社会责任更大,我们在抓食品安全上是两个“铁”,铁腕抓质量,铁心保安全。所以,两年多来我们对采购的生猪实行头头检验,每头猪增加将近20元的成本进行检测,也是我们履行社会责任的一种表现。我去年也参加新华网的食品安全高层对话,积极参与媒体举办的论坛活动,目的是与媒体见一见,想让媒体对我们进行更好的监督。因为中国的食品安全,没有新闻媒体的监督就不可能往前走。“瘦肉精”事件让我们进行了反思,直到现在我们还在每年的“3·15”期间,要举办一个仪式。我想那个事件作为一个警醒事件,每年“3·15”在我们双汇集团永远地保留下来了。

宋捷(西王食品股份有限公司总裁):

我是一个执业医师出身的人,所以我对食品安全的理解可能更具体一些。因为食品安全,所谓的安全食品应该是提供一种无毒,首先是无毒的,无危害性物质的,能够承担起一定健康营养作用的这样的一种产品。而且它不能带来急性、亚急性,长期,慢性的损害。那从这个角度来说,食品安全从某种意义上讲,可能比我们药品的安全都来得



●青岛啤酒股份有限公司董事长孙明波



●泸州老窖股份有限公司董事长谢明



●安徽迎驾贡酒股份有限公司董事长倪永培



●西王食品股份有限公司总裁宋捷

更重要。因为永远你要为不健康的食品而进行全社会的买单,今天我们可能会牺牲一点质量、品质,追求一点成本上的降低,而出现一些食品上的质量问题的话,那么在未来,整个社会劳动力整体水平将下降,或者医疗费用的支出上也要做出补偿,这是一个社会话题。但是如果这涉及到个人,这就是一种灾难,所以我们的不允许那200个饺子里有一个是坏的。从另外一个角度,我想简单说一下,我们认为目前中国的食品安全,究竟是一个怎么样的一种氛围。我是总结了这么三句话:第一是我们把它叫做是惊恐的消费者,重压下的政府和无奈的食品行业。怎么讲叫惊恐的消费者?因为消费者已经非常害怕了,不断的有各种事件报道,进入他们的视野。而且这些消费者,他们往往是什么?永远都是处在一个信息滞后的这样一个地段,去感受这些东西。并不是每个人都是非常专业的去理解食品安全,但是看到这些东西确实让他们太惊恐了,以至于他们对整个食品行业都产生了极大的不信任。而这种不信任,这种压力,或者来自与公众的压力,媒体

的压力,最终都施压到政府和职能部门的肩上。从立法的角度来讲,我们的食品安全,行业标准很多方面甚至是高于西方的。但是,我们仍然没法满足大众的要求,问题出在哪里。因为只有法和规是远远不够的,包括我们国家的食品执法队伍,从数量和质量上来讲,也不能不说是强大。但是我们依然无法解决执法过程中的盲区,就是你永远都会有法律法规的漏洞,永远都有执法的不到位。这不是一个法制体制的问题,更多的我们实际上应该把它放大到一个道德层面上来看。所以说,这就出来了一个叫无奈的食品行业。食品行业之所以无奈,就是当这个行业有一家或者几家,多家企业出现问题的话,为此而蒙羞的是整个产业。而食品行业入门的门槛很低,企业也是参差不齐的。对这个问题怎么解决?怎么看?因为我们的法和规只是给了一个60分的及格线,如果企业想把产品做到80分,90分怎么办?首先考官就给了你一个及格不及格的两个选择,并没有给我们太多标准的选择。因此企业如果是生产更多更好的产品,他面对着成本的增加,那谁来为这块成本买单?其实我们最终提倡的还是企业德行,有德行的企业虽然他会面临一时的利润缩减等等这些问题,但是从长久的角度来说,有德行的企业才会更长的存活下去。因为他能生产出好的产品来,从而也会让消费者更多的接受,这个过程中企业是不会吃亏的。

很多人说我们应该用经济态度去看,其实不尽然。如果你的企业很难存续下去,有各种各样的问题,你何言对你的股东说股东利益最大化?我们实际上是一家比较狭窄的企业,主要是经营玉米油,坦率的说我们的剂量标准是一直优于国标的。而且我们有能力做到,因为我们大股东方每年有300万吨玉米加工能力,我们能保证所有原材料是在我们的监督之下,全产业链过程中都受到监督的。其实有时候作为食品行业的同仁,觉得这是很难的一件事情,就像刚才那位领导讲的鲑鱼,它中间流通环节越多,系统风险将是很大的。有时候出现问题,不是企业故意为之,而是没法监控,但是这一点我们是能做到的。再一个食品新鲜的问题也是一个很大的问题,所以说,我想因为你能够控制产业链更多的链条,所以你能保证你的产品是更为新鲜,更为安全的,因为时间的原因我就不多讲了。

林峰(正邦集团副总裁):我们在食品安全上一直注意两点。第一是产业链的布局,还有一个是商业模式的创新。只有这两个方面做到位了,我们才能把食品安全做到位。因为这有两个特点,一个是产业链太长,另外一个环节太多,这就造成我们管理的难度非常大。我们做了一个简单的算数题。我们企业主要是做生猪养殖。在这条产业链上,涉及相关环节有将近30多个。从种子到农药、化肥、养殖一系列下来有30个环节。如果把30多个环节都自己去做,做到全产业链的话,这里面肯定存在着一些问题。企业的管理难度也会非常大,我们是怎么做的呢?首先我们抓住种猪的质量问题。还有终端猪的销售环节,抓两端是最重要的。只有把两端的环节都做好了,你才可以往上,往下去整合,去提标准。就像我们把我们收猪的环节,我们现在自己在江西做了一个养殖服务管理公司。它主要做的事情,就是去提供标准,去管理我们所说的这些散户,200头规模左右的猪厂。给他们提标准,对他们的种猪饲料、兽药都提供详细的标准,这是我们在环节的控制上。而我们在商业模式的创新上,我们是把小公司做成大公司,把大公司做成大家的公司,一定要把责任落实到每个养殖户也好,还是农民也好,落实到他们的头上去。只有他们重视这个问题了,我们的食品安全才能得以保证。所以整体来讲,要选择关键点,制定行业标准。此外,要让所有环节产业链的参与者,一起来承担我们食品安全的责任,只有这样我们的食品安全才能得到保证。

王琦(中国酒业协会副理事长兼秘书长):

作为行业组织者,坐在这里跟各位的心情不一样。由于2012年下半年的国家政策、食品安全等事件的影响,中国酒业的发展受到了一定制约。任何一个行业发展都不可能

持续快速的发展,它都有一个转型期。2012年,白酒行业高速增长的十年画了一个句号,虽然我们从2012年下半年到2013年上半年,行业还在快速持续的增长,但增长的幅度下降很多。作为行业协会,我们要在“绿色可持续发展”方面加大力度。前段时间,我们召开五个白酒企业董事长的会议,共同探讨白酒目前存在的问题,总结了发展思路,同时,啤酒六大巨头、葡萄酒四大巨头也召开了会议,根据不同酒种进行探讨。

孙明波(青岛啤酒股份有限公司董事长):

我觉得应该做到三点:第一,我们所有的酒企业必须要有良知,要自律。正是“好人酿好酒”的企业核心理念,才使青岛啤酒经过110年发展成为全球第六大企业,在全球80多个国家畅销。所以每一个酒企业,必须有良知,必须有底线,这是一个条件。第二,我们酒企,我们政府,我们媒体,我们行业协会要共同创造一个公平的竞争环境和全产业链的安全环境。第三,必须要大力的开发和引进最先进的技术,我们食品安全的问题部分都是因为技术不过关造成的。

倪永培(安徽迎驾贡酒股份有限公司董事长):

我认为白酒可持续发展是大有希望的,虽然从去年下半年到今年,暂时减缓了发展速度,或者有一些下降,但我觉得这是一个理性的回归。因为白酒通过10年的快速增长,这个增长有些是不合理的,也可以说是公款消费拉动的,不是真正的快速增长。真正的快速增长,应该是广大消费者,或者是普通的老百姓大量的消费,这才是真正的消费。我觉得合理的回归以后,对于企业来说要迎合这个回归,多出一些价廉物美,符合普通老百姓饮用的白酒。所以办企业的,我们企业家要做一个良知的企业家,生产高质量的白酒。我们对社会负责任,对环境负责任,对子孙负责任,这样我们的企业就可以发展。所以,我认为经过调整,白酒业会走向理性的可持续发展的阶段。

谢明(泸州老窖集团有限责任公司董事长):

第一,中国白酒进入当前最佳调整期,因为我们过去靠一味地提价来满足盈利水平,这是不可持续发展的。所以,我觉得酒企发展的一个要素就是价格回归理性,生产出消费者喜闻乐见的产品才是关键。第二,中国白酒应该说自身就是循环经济和绿色环保的产业。第三,我认为中国白酒当前的趋势是不可更改的。所以说中国白酒的发展正当时,我们企业在坚守食品安全责任的同时,应该研究消费者的变化,适应消费者的趋势。

杜小威(山西杏花村汾酒厂股份有限公司总工程师):

绿色要做到产品绿,生产绿、生态绿。首先是产品绿,作为大众消费品,食品安全是红线,任何企业不能逾越。第二个生产绿,也就是生产过程要绿。我们现在所生产,所需要的粮食,全部由我们的生产基地按标准化种植,专用种子生产的粮食。第三个绿是生态绿。白酒生产企业一定要知道生态环境,许多到过我们企业的人都很羡慕。说一进厂看到的是绿色,闻到的是酒香,这一点很重要。对于白酒企业来说,可持续发展是要生产安全优良的消费品,要做到环境友好,资源节约。

范庆华(贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司党委委员、副总经理):

有媒体这样形容中国2012年的白酒市场,风云突变,变幻莫测。纵观整个白酒行业,今天各个企业的产能、规模达到了一定的水平,这是白酒行业高速发展十年的积累和沉淀。但经历塑化剂事件,三公经费从紧,白酒高速发展十年暂停。行业迎来的是增长的调整,可以预计的是整个白酒需求量的增长,不会因三公消费的从紧而暂停。随着国家城镇化的加强,中间人口的增多,市场越来越完善,消费越来越理性,应该说白酒的价和量的提升,会在未来利用以上这些因素。整个中国白酒行业,也会借机进入一个重新高速发展的阶段。在今天我们追求绿色健康的时代,中国酒业的可持续发展必须走绿色健康的道路。

(编者整理)