

●国家食品药品监督管理总局10日在官方网站发布通知,将以风险隐患整改落实、不合格产品和相关企业整改情况、投诉举报核查情况、违法违规行为查处情况和建立完善制度机制情况为重点内容,开展医疗器械“五整治”专项行动“回头看”。食药监总局要求,各省(区、市)食品药品监管部门要按照“回头看”的重点内容,拟定工作方案,并于5月底前完成本行政区域内的自查工作。6月1日至6月底,各省(区、市)食品药品监管部门要组织力量,对下级食品药品监管部门整治任务落实情况进行专项检查。据悉,7月15日至7月底,食药监总局将组织检查组,对部分省(区、市)食品药品监管部门专项行动“回头看”开展的情况进行重点抽查,并于9月底前通报抽查情况。

●2014年,福建福鼎茶业交出喜人“答卷”,在国内茶业下行压力增大的形势下,福鼎实现了茶业经济的稳中有进、稳中向好态势。全年实现茶叶总产值28亿元,同比增长12%,其中白茶总产值12.8亿元,同比增长17.5%。据了解,今年福鼎市还将重视茶业工作,重点抓好茶叶质量、品牌、科技等7个方面工作,努力适应经济新常态,以市场为导向,以质量为基础,以效益为目标,以茶农增收为根本,全力打造“福鼎白茶”特色品牌,促进茶业可持续发展。

●3月10日上午,贵州省茶叶行业社团组织2015年度联席会议在贵阳召开,贵州省茶文化研究会、省茶叶学会、省绿茶品牌发展促进会等30余家省、市(州)县茶叶行业组织齐聚一堂,共同探讨贵州省2015年茶产业发展大计。会上,省民政府相关领导向各茶叶行业组织介绍了贵州省茶业改革及政府向社会力量购买服务的相关政策,省农委相关领导也介绍了2014年全省茶业发展情况及今年工作重点。

●市面上经常可以看到散装白酒的踪影,但散装销售很容易出现掺假的情况。近日,陕西宝鸡市建立健全了全市散装白酒经营者档案,给散装白酒销售经营者戴上了“紧箍咒”。街头所售的白酒经常无商品标签,消费者对其生产时间、生产厂家等相关信息一无所知,其质量难以保证,若是伪劣产品,则会直接威胁到消费者的身体健康。针对这一情况,宝鸡市食药监局要求的监管信息档案主要包括:经营者相关合法有效资质,散装白酒品种目录,散装白酒经营管理、进货查验等制度,散装白酒采购查验记录表,散装白酒生产企业、供应商的相关合法有效资质,散装白酒容器、外包装标签标识,散装白酒标准及出厂检验报告,相关人员的身份证明和联系方式等内容。通过排查,截至目前,宝鸡市共有散装白酒经营户112家,涉及全市十二个县区,销售品种36个,其中本地生产品种21个,外地生产品种15个。

●2014年,新西兰葡萄酒出口额持续上升,出口总量为1.9亿公升,较上一年增长了11%,出口总额为13.5亿美元,比2013年增长8%,创下了历史新高。其中,新西兰对中国的出口量有了明显的涨幅,去年向国内出口191.5万公升,较上一年激增了11%。据新西兰葡萄酒种植商协会年度报告的数据显示,澳大利亚、美国和英国依然是其出口的三大国家,其中英国的出口量迅猛增长,为5575.4万公升,较上一年增长了19%,占据了出口总量的29%。澳大利亚出货量有小幅下滑,出口量为5272.6万公升,占据了出口总量的27%。美国的出口量为5145.9亿公升,占据总量的27%。业内人士分析称,近年来国内市场对新西兰葡萄酒的需求强劲,新西兰政府也加大了在华市场的葡萄酒项目投资,而中国投资者和大型投资企业在新西兰加大投资力度,也成为新西兰葡萄酒出口增长的重要原因。

●考古人员在芬兰附近海域发现一艘据信于19世纪40年代沉入海底的帆船,打捞出150瓶香槟酒和5瓶啤酒。芬兰研究中心打开两瓶“陈年老啤酒”,将它们与当下一些常见品牌啤酒做对比。两瓶“老啤酒”都在开盖后形成少量泡沫,都呈明亮的金黄色,十分漂亮,有浓郁的“绿叶”味道,夹杂甜苹果和玫瑰香气,类似今天的淡啤酒和麦芽啤酒,而不是黑啤酒。

●近期,安徽省六安瓜片茶业股份有限公司使用在商标注册商品和服务国际分类第30类茶叶商品上的“徽六及图”注册商标被国家工商行政管理总局商标评审委员会认定为中国驰名商标,这是六安瓜片品牌首次被认定为中国驰名商标。据了解,驰名商标是惟一在全球范围内受国际法律保护的品牌标志,评审条件十分严格。目前六安茶业拥有中国驰名商标2件(另一件为霍山黄芽),安徽省著名商标22件,六安市知名商标28件。安徽省六安瓜片茶业股份有限公司“徽六及图”注册商标被认定为中国驰名商标,为“六安茶谷”建设增添了“靓丽名片”,这不仅是对六安茶行业发展的肯定,更是中华茶文化史上的重要里程碑。

(编者整理)

近日,记者走访市内多家酒楼得知,进入3月份,餐饮业传统的淡季来临,为了提振业绩,各餐厅酒楼纷纷祭出法宝“过冬”。

餐饮企业3月淡季出招“过冬”

广州珠江新城内的高端酒楼,如今吃顿饭人均花费不足百元;由于招不到人,加上客流不旺,某连锁粤菜酒楼取消了夜宵档……3月份是餐饮业传统的淡季。广州不少饮食业的老板都出尽法宝,维持经营。

高端餐饮:倒闭潮后重洗牌

提起广州的高端餐饮市场,首屈一指的便是珠江新城一带,而其中的猎手坊风情街更是闻名遐迩。然而,自2013年开始,该地段的高端餐饮市场经历了大洗牌,关门者十有八九。

近日,记者走访发现,珠江新城顺悦酒楼已经变成了主营茶点粤菜的“点都德”茶楼。此外,名潮新观园、鱼翅城酒家、后醇金宴会、潮膳官宴、富潮轩等多人均消费300元以上的高档餐厅均先后关门。

猎手坊内唯一没有易主的酒楼当属“德味养生体验馆”。记者走访时发现,该店原本人均消费在150元左右,如今为了揽客经营,推出了98元两人超值套餐、218元4人滋补套餐等不同金额的团购。

平价酒楼:低消服务费全不见

为了留住客人,平民化也成为一些餐饮企业的“制胜诀”,不仅没有了最低消费,甚至连包间都取消了。

记者走访了十家专做街坊生意的平价小店,往年还没有最低消费的酒楼,今年低消



全部“名存实亡”。“之前每周低消680元,今年取消低消。”德政中路某饭店的工作人员说。

解放中路某大众化粤菜酒家的经理则说,虽然预订时会提醒最低消费600多元,但没达到也不强求。

更有精明的企业已经取消包间,专做实惠的大众生意。在西城都荟商场内,新开业的面馆内就取消了包间。记者在现场看到,该分

店内的布局非常紧凑,除了靠墙的一排软皮座椅可以容纳6人以上聚餐外,其余全是两人桌、四人桌。

大发“饭票”:如何度过寒冬?餐饮企业可谓使尽浑身解数。比如团购网站,在抢红包抢到手软的春节之后,团购网站又发起新一轮的抢“饭票”大战。用手机订座买单最高减500元,用“饭票”支付的话再抵现金。记者从

乌蒙韵“帝极红品”入榜宜宾“名优特新”

■本报记者 何沙洲

春节前,第三届四川宜宾特色农产品展示展销活动隆重开幕。80个名优特新农产品新鲜出炉,经过公平、公正、公开的评选,筠连县乌蒙韵茶业有限责任公司的“帝极红品”等80个产品最终被评选为宜宾市“名优特新”农产品,在本届农特展活动启动仪式上公布并授牌。

据悉,为实施农产品品牌发展战略,提升农产品的知名度和竞争力,促进宜宾市“741”特色优势产业不断发展壮大,按照宜宾市农村工作领导小组办公室《关于印发〈宜宾市“名优特新”农产品评选方案〉的通知》要求,通过企业或行业等主体自愿申报、县区相关部门推荐、市级主管部门初审、专家组评审、社会公示等公开、公平、公正的评选,80个产品被评选为宜宾市“名优特新”农产品。其中

茶叶类产品20个,粮油类11个,蔬菜类10个,水果类11个,畜禽类20个,林竹类6个,水产类2个。

无疑,通过“名优特新”农产品评选,将进一步强化管理,提高农产品质量和信誉,搞好“名优特新”农产品品牌的策划、推销和维护,发挥品牌效应,做大产品规模,进一步提高产品知名度和市场占有率。

贵州茶拟携手法国知名认证防伪企业 叫响生态品牌

3月10日,记者从贵州省绿茶品牌发展促进会获悉,贵州已经向法国ATT公司抛出橄榄枝,希望该公司到贵州来开展茶叶产地及茶叶产品认证工作,推广其先进的防伪技术,为贵州省茶叶产品质量和信誉度“保驾护航”。

法国AdvacedTrack&Trace公司(简称法国ATT公司)是一家有着25年历史,致力于品牌保护、安全可追溯和认证领域事业的全球领导者和技术供应商,防伪技术——SealVector世界领先,其防伪技术服务于世界范围内近百亿的产品,长期为法国香槟产区、

勃艮第葡萄酒产区及波尔多葡萄酒产区销往世界各地的葡萄酒提供防伪溯源技术服务。记者从贵州省农委了解到,贵州希望将法国ATT公司在法国认证酒的成功经验做法嫁接到贵州茶叶认证中,借助法国ATT公司在欧洲的平台和合作伙伴共同宣传推广贵州茶,加速贵州茶品牌国际化。

据了解,2015年2月,法国ATT公司首席执行官多米尼克·格兰应邀到访贵州,并实地深入到涪潭县茶场考察。考察期间,法国ATT公司与贵州省农委、贵州检验检疫局、贵阳市外办等单位就贵州茶产业发展、合作等有关事宜进行了交流沟通。通过沟通,法国

ATT公司表示其拥有的防伪追溯和验证技术愿意为贵州茶产业提供生态原产地产品保护工作。

“生态原产地产品保护工作将对贵州茶产业产生深远影响,贵州茶产业主动寻求严格的国际标准认证,高起点、严要求,起步虽然会比较艰难,但发展方向是对的。”贵州省出入境检验检疫协会会长张军生认为,生态原产地产品防伪追溯和验证,可以强化农产品生产安全,让农产品流通信息透明,帮助农产品扩大市场份额,解决农户及企业农产品生产销售后顾之忧,保证农产品产业链安全性。

农夫山泉搅动2015年第一场“水仗”

这个月初,一贯低调的农夫山泉掌门人钟睺眈,在长白山抚松工厂的仓库内召开了新品发布会,高调推出了三款新的水产品,也交出了一份实体经济转型升级答卷:升级,比转型更加重要。

互联网是工具而非全部 传统企业升级比转型更重要

长白山的2月,气温-26℃。但在农夫山泉抚松工厂内,洋溢着中国传统制造业的如火如荼。

对于在场许多人来说,农夫山泉这一场新品发布会颇有互联网风格。在台上细细讲解从寻找水源到反复设计历程的钟睺眈,有点像乔布斯在发布苹果新品。在很多人的印象中,这样的新品发布会,几乎只存在于高科技与互联网产品中。

然而在这场充满互联网风格的发布会背后,是农夫山泉一以贯之的传统制造风格:10多年寻找一个水源;在人迹罕至的森林花4年时间建造一座工厂;而在产品上,磨一个包装设计,就耗费了三年时间。

在农夫山泉与钟睺眈看来,如今无时无刻不面临互联网“逼迫”的传统企业家,最急需静下心来,最需要恶补“内功”,而不应一味地在互联网上去寻找传统企业的出路。

发布会上,钟睺眈也根据自己亲身经历和体会,抛出了一个具有现实意义的话题——转型与升级。在他看来,当下中国企业升级比转型更为重要,尤其不应该跟潮流进行所谓的互联网转型。

“中国传统企业应该将互联网当做工具,而不应该被互联网公司忽悠着盲目转型。”在钟睺眈看来,不论是互联网还是物联网,离开实体经济都将寸步难行。如果中国企业个个都只专注于互联网,这可能会给中国经济带来巨大的灾难。他呼吁浙江企业家以实业为本,兢兢业业升级原有产品,创造真正的社会价值。

但同时,钟睺眈也认为,互联网是极为重要的现代化工具。“农夫山泉的新产品是对原有产品的一次升级。当传统产业把产品做到极致时,互联网就会发挥其积极的一面。但将互联网视为经济引擎的观点,是错误的。”

三款新品的背后 让文化生态成为核心竞争力

农夫山泉这次推出的三款新品,其实源自一次偶遇。当时,农夫山泉源勘探师为寻找好水源,进出长白山森林腹地78次,一次偶然机会碰到一个老猎人,经其指点发现了莫涯泉。莫涯泉属于偏硅酸型低钠淡矿泉,钠含量尤其低,属于世界上最稀缺珍贵的一类矿泉水。

在找到了这处水源之后,农夫山泉并没有第一时间推出新品,而是静下心来,进行了一整套的升级。

比如,三款新品中的玻璃瓶高端矿泉水,其包装设计,就是花了3年时间,由3个国家5家顶尖设计工作室一共修改了50余稿,提供了300多个设计后,才敲定下来的。

“标准严产品才会好。”贵州省绿茶品牌发展促进会会长、贵州贵茶有限公司董事长王晓春认为,企业创立国际化品牌,产品自身必须过硬,要能够经得起国内外检测考验。国内外机构的认证无疑是为企业戴上的一道“紧箍咒”,为产品加上一把“安全锁”。

“希望法国ATT公司在贵州省建设第三方检验检测平台,建设茶叶产品溯源体系,推广其先进的防伪技术,保障贵州省茶叶产品质量,提升贵州省茶叶产品信誉度。”贵州省农委常务副主任胡继承告诉记者,在用道德良心衡量企业家的同时,还要用科技手段保证企业的产品品质。

最终成型的包装上,一共有8款图案,分别刻有长白山特有物种和天气特征,如东北虎、中华秋沙鸭、红松、雪花。图案旁边注有数字和文字说明。

“国内外所有高端水包装均采用象征手法进行包装设计,比如用一座山来表示山泉,或者干脆用纯文字描述。”农夫山泉工业设计师范纯认为,光从设计上看,农夫山泉高端矿泉水开启了一个全新的包装设计概念。

“下一个时代不再是互联网时代,也不是物联网时代,互联网、物联网只是实现生态文明时代的具体表象。”钟睺眈说,农夫山泉新品从寻找水源、建造工厂再到包装设计全过程,正是努力使产品成为长白山生态文化载体的过程。他认为,中国所有企业都应该尽早关注生态文明。

除了高端矿泉水之外,农夫山泉还推出了婴幼儿专用水和学生矿泉水,这标志着农夫山泉率先进入了瓶装水的人群细分市场。其中,婴幼儿专用水为了解决无菌问题,特意引进了世界顶级的无菌冷灌装生产线;学生专用水的独特之处在于专利瓶盖,小学生用单手即可开启瓶盖,开启之后即便侧翻,水也不会洒出,特别适合活泼的孩子使用。

在钟睺眈看来,这次推出的新品不仅集聚了玻璃、印刷、饮用水制造行业的世界级智慧,也彰显了中国制造的水平。他表示,中国企业与跨国大公司一较高下,差的并非资金或者技术,而是信心与理念。

(钱江)

专家:我国肉类总产量8700万吨 提前实现十二五规划目标

日前,中国肉类协会常务副会长兼秘书长陈伟做客《新闻大家谈》视频访谈间时表示,去年我国的肉类总产量已经达到8700万吨,已经提前实现了“十二五”规划的目标。

陈伟介绍,从去年的整体情况看,中国肉类的总产量,猪、牛、羊、禽总产量达到了8540万吨,比2013年增加了2%。因为按照国家统计局的数据没有杂畜肉,就像鱼肉、兔子肉、火鸡肉等。杂畜肉按照估算大概每年在160万吨左右。两项相加,去年总产量已经达到了8700万吨,已经一年实现了“十二五”规划的目标。按照“十二五”规划的要求,到2015年末实现肉类总产量的8500万吨。

陈伟还表示,从市场情况看,肉类加工企业现在集约化程度越来越高,2014年根据国家统计局的统计,规模以上企业,就是屠宰和肉类加工规模以上企业已经达到了3786家,比2013年增加了93家,增幅达到2.5%。肉类工业总资产达到了6116.5亿元,比2013年增长了17.38%。这两个数字说明企业规模越来越大,集约度越来越高。“这个不论从企业的发展角度看,还是说从政府便于管理的角度看,都是利好的一个消息。”

(中新)