

一句话新闻

9月12日,青岛市下发规定,废弃油脂需由有资质的企业回收,餐厨废弃物产生单位将餐厨废弃物提供给协议以外的单位或者个人的,最高可罚3万元。

(2012年9月14日《半岛都市报》)

9月15日上午,习近平到中国农业大学参加全国科普日北京主场活动时强调,要坚决遏制各类食品安全违法犯罪行为。

(2012年9月17日《新京报》)

9月16日,“联想控股酒业与孔府家酒战略合作签约仪式”在山东曲阜成功举办,联想控股酒业以4亿元的价格全资收购孔府家酒。

(2012年9月17日《中国日报网》)

由国家发改委牵头讨论的银行卡刷卡手续费调整方案日前已获国务院批复,其中餐饮业刷卡费下调基本定调。这将给给消费者减负。

(2012年9月18日 于浩洋)

9月17日到19日,为期三天的“中国白酒金三角”专家委员培训选拔会在成都举行。

(2012年9月18日《四川新闻网》)

阳澄湖大闸蟹尚未正式上市,网络上关于阳澄湖大闸蟹的各类蟹券、礼品券等已经炒得火热,相关人士提醒消费者选购需更加谨慎。

(2012年9月19日《广州日报》)

9月19日,据新华社全国农产品和农资价格行情系统监测数据显示,今年4月份以来全国牛肉价格涨势明显,全国牛肉价格大幅高于去年同期。

(2012年9月19日 谭谟晓)

9月18日,广州一家大型连锁超市透露,已经收到中粮的口头涨价通知,中粮旗下的调和油全系列将涨价10%。

(2012年9月19日《羊城晚报》)

9月19日,据铁道部网站消息,铁道部近日出台铁路食品安全指导意见要求进一步提高铁路食品质量,保证旅客身体健康。

(2012年9月19日《中新网》)

9月19日,广药集团召开股东大会,表决将其名下的王老吉相关系列商标委托给广州药业管理。

(2012年9月19日《中国广播网》)

8月,央视报道称,由于原料紧缺,黑龙江90%的豆油压榨企业处于停工状态。最近黑龙江油脂企业陆续传出复工的消息。

(2012年9月19日《人民网》)

北京将对外埠基地、生产企业供应的进京食品在产销两地分别试行“准出和准入”,每批进京食品都要提供记录有详细信息的进京证明。

(2012年9月20日《新京报》)

9月19日,国务院食品安全办公室、中国保监会和财政部共同推进,考虑在湖北省的乳制品加工企业或食用油行业推行食品安全责任强制保险试点。

(2012年9月20日《长江商报》)

第十三届中国上海国际食品加工及包装机械展览会将于9月25日-27日在上海国际展览中心举办。

(2012年9月20日《中国网》)

9月20日,北京市首次公布餐厨垃圾就地资源化处理“新政”,符合相关条件的餐厨垃圾大户,就地资源化处理餐厨垃圾将获政府补助。

(2012年9月21日《北京日报》)

□ 喻宁 桂妮娜

“又是月圆时,相约月饼节”。由四川省经济和信息化委员会、四川省商务厅、四川省工商业联合会共同主办的“第十二届中国(四川)月饼节暨烘焙食品博览会”于9月17日—28日在成都沙湾会展中心隆重举行。本届月饼暨食博会云集了全国20余个省市及我国港澳台地区的400余家知名企业,中国名饼、中国名牌可谓扎堆亮相,而千种新口味、新工艺月饼将为广大市民奉上一道中秋食品的“饕餮盛宴”。

比武:广滇京等六大流派会战蓉城

记者在9月17日第十二届月饼节开幕的现场看到,除了最具代表性的广式、苏式、潮式、京式、滇式、川式等派系月饼,还有新加盟的晋式、津式,可以说是全国各大流派荟萃的月饼大会战,各式各样的月饼只有你没见过、没吃过的,绝对没有找不到的。

广式月饼今年主打水果味,不管是凤梨还是贵妃荔枝,个个蓉馅果料充实、酸甜适中,咬一口唇齿之间满是浓郁的水果芳香。滇式系列自然离不开皇室御典的上等火腿,据称明末永历帝入滇避难,不思茶饭,随行御厨发现宣威火腿色味具佳,就别出心裁将火腿切成碎丁混以蜂蜜、精糖包制成点心,永历帝龙颜大悦也成就了经典的滇式火腿月饼。秦淮风味的苏式月饼则更有诗情画意,桂花、茉莉、玫瑰等各种鲜花为原料,光是香味就让人陶醉。

除了各大派系的经典,今年各种

400 名企千种新品角逐月饼节

第 12 届中国(四川)月饼节暨烘焙食品博览会开幕



◎第十二届中国(四川)月饼节暨烘焙食品博览会开幕式在成都举行。

新奇口味的创意月饼也是各领风骚。以清香菊花普洱茶为原料,月饼得两者陈香令人回味无穷。螺旋藻、紫薯、沙棘这些好像与月饼不搭界的材料也加入了馅料大军,不但美味还有养生之妙。浪漫的法国大师也加入了做月饼的行列,聚合经典欧洲的传统美味,乳酪的奶香清醇、法式焦糖的别具风情、法式榛子巧克力的独特口味月饼。

创新:千种新品竞风流

作为一年一度的中秋消费盛会,月饼节无疑是各种品牌月饼争夺市场的主战场。本届大会上,广式、苏式、潮式、京式、滇式、川式等传统派系月饼都推陈出新,台湾烘焙大师现场烤制的绿豆酥等也让广大市民耳目一新。部分产品还是首度亮相。记者采访了多家品牌月饼企业负责人,大家都同时谈到一个共识,就是近年来月饼品牌的市场竞争开始趋于理性,这实际上对于消费者和厂家而言是一个双赢的局面,“只要是合理的

价格,现在大家更愿意买健康、放心、好吃的月饼,也促使了月饼生产厂家不断创新口味来迎合需求,通过良性的竞争来占有市场。”

“就我们元祖的月饼而言,除了一些新推出的品种,像我们主打的冰激凌月饼等都没有价格变化。”元祖相关负责人刘女士告诉记者,“今年参加月饼节除了各种口味冰激凌月饼外,还新推出了一种不用烘焙而是蒸熟的月饼,这种颠覆了传统做法的月饼推出后会很受欢迎。”据悉,今年月饼节还将陆续举办中国烘焙大师表演赛、中国月饼王PK赛、港澳台品牌推广日、卡通月饼绘画大赛、西部12省市集团采购周、烘焙新技术讲座等一系列活动,让消费者在逛展购物之余还能亲身体验和感受中秋传统文化魅力。

食品安全:月饼节重中之重

据悉,本届月饼节对所有参展月饼都要求有QS卫生质量安全认证和质检报告,标示要有商标、营养成分、

添加剂使用、保质期、合格证,对获奖月饼要提供荣誉证书等,企业参展要有年审合格的营业执照、卫生许可证等文件。“我们采用了各种有力措施,杜绝假冒伪劣、无质量保证、手续不全的月饼参展,从组织货源上严把参展月饼的质量关。”组委会相关负责人表示,展会期间还将实行展场划片包干责任制,定人定岗,不间断地对月饼销售情况进行质量安全跟踪。“我们将在展场设立消费者投诉办公室,密切配合工商、卫生、质检等执法部门的检查,采取各种有力措施,严把月饼现场销售关,让消费者满意,让省委、省政府放心。”

据了解,为确保月饼节的食品卫生安全,月饼节前一天,由四川省、成都市、金牛区三级的工商、质监、卫生等多职能部门组成的联合检查组走进月饼节展场,力保月饼节食品安全万无一失。检查组一行在展场中逐一巡视,查看产品的标识是否规范、厂家的证照是否齐全、质量保障措施是否到位。成都市工商局副局长陈春建

对当天的检查结果表示满意,他谈到将通过三道防线力保月饼节食品安全,“首先是作为第一责任人的参展商,要保证产品质量,只有安全健康的月饼才是美味的月饼。然后是组委会要把好准入门槛,让优质企业 and 产品进入展会。工商系统也将密切配合,组织人员随时进场抽查并及时处理相关问题,保障月饼节顺利举办。”

货比三家：比商场月饼便宜得多

月饼节历经11年发展,已成为四川省一年一度的重要节庆活动。据了解,在去年2011年举办的第十一届中国(四川)月饼节上,共有65万人次、4万多个团购单位到场观展和购物,成交达3.5亿元,构筑起中国中秋市场一道最亮丽的风景线。本届月饼节暨食博会将进一步向精品化、专业化、国际化发展,在保留中国名饼、四川月饼、云南月饼、广东月饼、港澳台月饼、名优特产等六大展区的基础上,首设烘焙食品展区,一大批中国烘焙精品将首次与广大市民见面,而组委会对参展月饼企业设置了“高门槛”,名牌月饼参展数量也占到展销总数的85%。

据此次月饼节组委会介绍,“我们这次花大力气在全国各地精心挑选出了一大批物美价廉的月饼供应中秋市场。”相关负责人表示,在价格方面主要体现在包装上,一般采用纸盒包装,很多知名厂家都纷纷选择了低调线路,满足普通老百姓的需求。加上商家展会期间的让利打折、厂家直销、团购等优惠活动,将比市场上同类月饼的价格低两到三成。

成都人双节送礼又添新宠

□ 本报记者 喻永国

国庆、中秋双节前夕,正当人们忙着张罗今年中秋送礼的时候,一种叫做中华圣桃的水果在绵阳罗江县调元镇百花村的百和农场悄然上市,引来无数消费者的倾慕。

中华圣桃：口感脆甜 保质期长

中华圣桃的品质优于普通桃子。记者在现场看到,中华圣桃果实接近圆形,果顶微微有些突起,果型比较

大,据罗江县调元镇百花村百和农场总经理周祝道介绍,中华圣桃是一个北方水果品种,与传统的普通桃子相比有很多优点:中华圣桃的清香味非常地诱人,脆甜多汁,脆而不硬,也适合老年人吃。

中华圣桃一般单果重量在500克左右,大的可达800克左右,最大的可以超过1100克。中华圣桃属于晚熟品种,每年采摘期在十一前后,可持续到11月左右。当果实成熟以后果毛就会自然脱落,它的肉质细嫩,果肉呈乳白色,而接近果核的地方果肉就会呈放射状的红色。

和普通桃子相比,中华圣桃的另一个优点在于,他比普通桃子的保鲜期要长。周祝道和他的团队在研发把这北方水果移植到南方栽种的过程中,有个朋友要他给自己留一件中华圣桃,朋友临时有事耽搁,他就顺便把这一件中华圣桃放在冰箱里,这个朋友一个多月后才来。他按照传统桃子存放期3-4天的观点,以为这下这件圣桃可能坏掉了,没想到,打开包装后一股桃子的清香扑鼻而来。再看桃子,个个完好无损。再吃,口感也没变。经过几次试验,他得出经验,中华圣桃比普通桃的保质期长。

移栽成功：成都人双节送礼添新宠

据百和农场相关负责人介绍,中华圣桃生长的气候条件要求很高。中华圣桃栽培的适宜气候带以冬季温度不低于-25℃的地带为北界,以冬季日平均气温低于72℃的天数在38天以上的地带为南限。在此以南,满足不了中华圣桃完成自然休眠所需的低温需求量,不能顺利通过休眠,会影响来年春季发芽晚,开花不齐,影响正常结果。

中华圣桃是桃中比较抗旱的品种之一,但不耐涝,根系浸水超过72小时就会导致死亡。枝叶生长要求有较低的空气湿度,在果实成熟和花芽分化期则要求适当干旱。花期雨水过多会影响授粉,所以最好进行人工授粉。中华圣桃是喜光性品种。受环境条件的影响,中华圣桃在南方的培育非常困难。百和农场周祝道和他的团队通过7年的不懈努力,克服各种困难,让北方的中华圣桃在南方培育成功。

目前,几十亩中华圣桃已经挂果,消费者国庆、中秋又多了一个消费选项。

郫县挖掘地标文化

正宗鼻祖“鹃城”牌郫县豆瓣乘势腾飞

□ 本报记者 张建忠 樊 瑛

“家无郫县豆瓣,不做正宗川菜”。被誉为“川菜之魂”的郫县豆瓣已有300多年的历史,郫县豆瓣的传统制作技艺已被列入国家级非物质文化遗产。然而,长期以来,郫县豆瓣生产受到企业数量多、规模小、效益低,市场竞争能力弱的困扰,为此郫县县委、县政府充分挖掘和打造郫县豆瓣地标文化,并制订了《“郫县豆瓣”产业“十二五”发展规划》,积极抢占产业高端,助推传统产业的发展。这恰似东风吹来,作为正宗鼻祖的“鹃城”牌郫县豆瓣紧紧抓住机遇乘势腾飞。

地标文化助推 郫县豆瓣产业做大做强

2005年底,为了进一步弘扬郫县豆瓣的传统文化,提升郫县豆瓣的竞争实力,国家质检总局正式批准对郫县豆瓣实施地理标志产品保护,2006年郫县相继制定并出台了《地理标志产品郫县豆瓣保护管理暂行办法》和《地理标志产品·郫县豆瓣》国家标准,并立即着手实施。据了解,新标准涵盖了郫县豆瓣从原料、环境、工艺

到检验、出厂、售后的每一个关键质量控制点,为郫县豆瓣搭建了一条“全程可追溯、质量有保障”的安全产业链。

资料显示,得益于郫县豆瓣地标文化的挖掘和打造,近几年郫县豆瓣产业发展迅猛。1999年,郫县豆瓣及系列产品销售总量为5万吨,销售收入总额2.5亿元。到2010年底,郫县豆瓣及系列产品总产量达到45万吨,销售收入总额达到1.8亿元。

去年以来,郫县更是加快了争创国家地理标志产品保护示范区的步伐,郫县县委、县政府开始在更大的舞台上描绘郫县豆瓣产业的发展蓝图。他们提出了“围绕中国川菜产业化基地,打造百亿产业集群”的发展思路,大手笔推进川菜产业化园区规划建设,集中发展川菜调味品、川菜原辅料和特色食品三大产业,目前已基本形成两平方公里项目承载能力,吸纳了鹃城、丹丹、高福记等30余家郫县豆瓣优势企业在此聚集发展。目前,郫县豆瓣年总产量已超过60万吨,销售收入总额达30亿元,出口创汇达500万美元,产品不仅遍布全国各地,还远销美国、日本、英国、加拿大、新西兰、新加坡、澳大利亚等国家

和地区,打响了四川特色农产品在世界餐桌上的知名度和影响力,真正实现了“有华人的地方,就有川菜;有川菜的地方,就有郫县豆瓣。”

据了解,按照《“郫县豆瓣”产业“十二五”发展规划》以及地标文化势能的进一步释放,郫县将用3至5年的努力,实现产业销售收入100亿元的宏伟目标,并形成3至5个年销售收入10亿元以上的企业集团,解决劳动力就业2.5万人,出口创汇达到1500万美元,全面完成“郫县豆瓣”商标国外注册工作,使郫县豆瓣产业真正做大做强。

正宗鼻祖“鹃城”牌郫县豆瓣乘势腾飞

“鹃城”牌郫县豆瓣是郫县豆瓣的正宗鼻祖,其生产企业是四川省郫县豆瓣股份有限公司,该公司在发展的道路上,也曾面对郫县满大街都是豆瓣作坊,经营不规范、标准不统一、品牌杂乱、竞争无序再加上内部管理的问题,经历蹒跚前进的曲折发展过程。自从2005年郫县豆瓣实施地理标志产品保护以来,企业焕发了生机,乘着地标文化的翅膀开启了腾飞



之路。

作为郫县豆瓣龙头企业的四川省郫县豆瓣股份有限公司是国家级非物质文化遗产郫县豆瓣传统制作技艺的传承企业,是郫县豆瓣行业中唯一拥有郫县豆瓣传统制作技艺国家级传承大师的企业,是郫县豆瓣的行业标杆、中华老字号企业,是最早一家获得出口权的豆瓣企业。“鹃城”牌郫县豆瓣及系列产品,不仅畅销国内各大城市,还远销日本、我国香港、泰国、南斯拉夫、美国等国家和地区,并通过国际贸易和驻外机构直接输送到世界200多个国家和地区。

借着郫县振兴郫县豆瓣产业的东风,面对未来的发展,四川省郫县豆瓣股份有限公司董事长郭晓勇先

生提出:愿与社会各界、各位新老朋友共谋、共赢、共发展。公司将在弘扬“郫县豆瓣”原产地地名商标历史、文化的基础上,在中国川菜产业化园区内,加速投资总额2.4亿元新项目的试投运工作,建立从原料开始的食品安全可追溯体系,以及生产、流通的质量安全管理体系。立足民族传统产品,创新现代生产工艺,创立行业标准,提升产品质量水平和附加值,传承和振兴享有“川菜之魂”美誉的郫县豆瓣产业。使公司的产品,让消费者吃得放心,经销商卖得放心。该公司2012年要完成销售收入3亿元,为地方经济的繁荣和发展,为弘扬中华传统饮食文化做出更大的贡献,实现“鹃城”牌郫县豆瓣的真正腾飞。