

食品安全

《食品安全法》修订将有两大亮点

■ 曾亮亮 白田田

记者 17 日从消息人士处获悉,《食品安全法》修订工作已开始启动,《食品安全法》将增加一些新的内容。主要包括建立强制性食品安全责任保险制度、设立最低赔偿金,但对是否加大惩罚性民事赔偿还有待商榷。全国食品安全宣传周和第五届中国食品安全论坛 17 日同时在北京启动,其中食品安全法体系发展与完善成为最热的话题。消息人士告诉记者,《食品安全法》将有“两大突破”。

一是建立强制性食品安全责任保险制度。现行《食品安全法》未要求食品企业必须参加食品安全责任保险。

食品安全责任险是由食品流通领域经营企业投保并缴纳保险费,主要承担食品销售企业由于疏忽和过失致使消费者食物中毒或食源性疾病,或者食品中有异物,造成消费者人身损害和财产损失,保险公司在限

额内予以补偿。记者了解到,食品安全责任险在我国已推行了 7 年左右,但由于不属于强制性保险,除了一些大型食品企业投保外,很多中小型企业并未投保。

“食品安全责任保险推出的时间短,部分企业保险意识不足,而且在食品安全领域,各相关方较少应用保险方式转移社会风险,因而目前我国食品安全责任保险的投保率不足 10%。”中央财经大学保险学院教授李晓林说。

作为国内率先推出食品安全责任保险产品,长安责任保险公司相关人员指出,食品安全责任保险最具社会保障功能,能在食品事故发生后及时补偿受害消费者,减轻政府的财政压力。“从国际上看,食品安全责任保险发展较好的国家,政府通常都会给予一定的支持。相比之下,我国对食品安全责任保险的补贴不足,这是制约我国食品安全责任保险发展的最主要原因之一。”

二是设立最低赔偿金。《食品安全法》规定,“生产不符合食品安全标准的食品或者销售明知是不符合食品安全标准的食品,消费者除要求赔偿损失外,还可以向生产者或者销售者要求支付价款十倍的赔偿金。”

“食品质量安全应成为企业的最大资源,而且还要提高违法成本和守法受益,完善惩罚性赔偿制度和有奖举报措施。”国家食品药品监督管理局局长张勇指出,目前我国的食品安全保障体系,亟须符合我国国情的管理理论、更缜密的法律制度设计、更先进便捷的技术创新,也需要诉求正当利益的监督制衡机制。

据他介绍,目前我国食品整体状况是量大面广的消费总量、“小、散、乱、低”的产业基础、尚不规范的产销秩序、相对缺失的诚信环境、滞后的企业主体责任意识、薄弱的监管能力等。

“这一条有点空洞。”中国人民大学教授

刘俊海告诉记者,对于食品质量和安全应该建立最严格的法律责任追究制度,这包括对于修改侵权责任法,对潜在消费者损害赔偿救济制度。“设置最严格的法律责任,要大幅度降低企业的违法收益,同时提升消费者维权的收益。”

黑龙江食品药品监督管理局副局长张守文介绍,德国的问题奶粉在以色列出长问题后,德国支付了以色列受害人数千万美元的民事赔偿额。

消息人士向记者透露“十倍赔偿金额已经有惩罚性赔偿的含义了,因此修订内容中增加更高比例的惩罚性赔偿金不太现实。不过,设定最低赔偿金的思路目前已经达成了共识。”该人士告诉记者,初步考虑最低赔偿金的标准为 1000 元至 2000 元。“一个人买包子,发生了食品安全事件。如果按照十倍惩罚性赔偿,最多赔 100 元,不足以威慑违法分子。而设立最低赔偿金,正好处理此类违法情况。”

吃出健康

儿童多吃什么可预防孤独症

目前儿童孤独症患者呈增多趋势,国外有专家发现,儿童孤独症的发生和发展与过量食用“酸性食物”密切相关。儿童营养专家建议,儿童应该多吃绿色蔬菜和水果。营养专家提醒家长,儿童应多吃绿色蔬菜,如:菠菜、油菜、空心菜和香芹等深色蔬菜。时值夏秋交替,儿童如果再摄入过多的高糖分和肉类动物性食物,体质便容易呈现酸性,内热的毛病也会诱发出来。因此,应该让孩子多吃凉性食物,利于生津止渴,除烦解暑,排毒通便。如:苦瓜、丝瓜、黄瓜、菜瓜和甜瓜等;番茄、芹菜、生菜和芦笋等

凉性蔬菜;富含钾、钠、钙和镁等成分的杂粮和粗纤维食物;还有一些凉性水果,如西瓜、生菜等。

(编者整理)



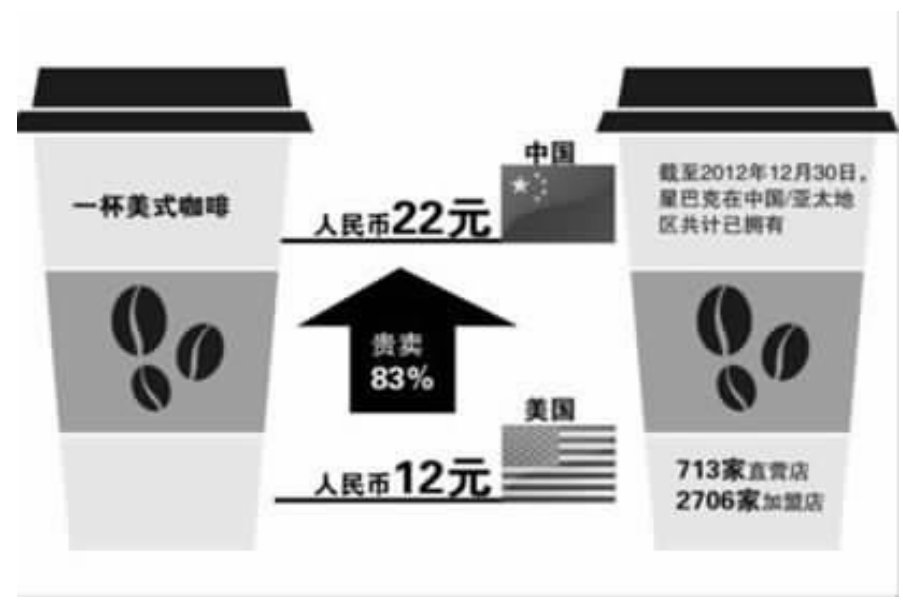
食品安全小贴士

生吃四季豆要中毒

皂素是生的四季豆中所含致命毒素。如果四季豆未煮熟,豆中的皂素会强烈刺激消化道,而且豆中含有凝血素,具有凝血作用。此外四季豆中还含有亚硝酸盐和胰蛋白酶,可刺激人体的肠胃,使人食物中毒,出现胃肠炎症状。解毒方法:为了防止出现四季豆中毒,一定要将四季豆煮透、煮熟。



揭秘咖啡洋品牌在中国“猛掘金”



虑”为由提高价格,主要为浓缩咖啡饮料和新鲜调制咖啡饮料,上调 2 元人民币;单点牛奶或豆奶上调 1 元人民币;“经典巧克力”上调 3 元人民币。

对与星巴克合资的中方来说,却并不完全是一笔划算账。“由于是和星巴克合资,所以我们在拓展终端销售渠道时有难言之隐。现在爱尼只在机场开了第一家体验店,和星巴克容量一样的大杯只要 20 元,小杯 10 元,走性价比路线。”朱志宏也对记者坦言,尽管爱尼在普洱城区有许多火锅餐饮连锁,这种模式本可以复制,但如果铺开就会和星巴克形成正面竞争,“这种矛盾需要时间和策略来协调。”

行业竞争:咖啡暴利引多方“围猎”

事实上,现磨咖啡的暴利空间,也引来了众多企业对商机的“围猎”,便利店、快餐店、面包店不愿意星巴克“独乐乐”,原先并不专注咖啡生意的它们也都搭好戏台打算唱一出咖啡大戏。

专门的咖啡柜台摆放着看起来很像样的咖啡机,按键摁下,咖啡豆被搅拌打碎的噪音让每个“咖友”感觉熟悉;豆仓里的咖啡豆呈现均匀的深棕色,并没有明显的油光泛出;休闲区的绿色球形灯饰似乎更能为偷得浮生半日闲的消费者心情提亮;服务生会将磨好的咖啡送到顾客面前,并随附亲切微笑——除了灯光的明暗差异,麦当劳旗下麦咖啡几乎就是星巴克的翻版。

在上海的众多商业区,麦咖啡与星巴克的明争暗战已成对峙之势。而麦咖啡早已跑到星巴克在美国西雅图的总部“门前放火”;2008 年 12 月,麦当劳在星巴克总部前的一根电线杆上架起一块散发火药味的广

告牌,上书“4 美元是愚蠢的”,紧接着是行小字“我们开始供应即磨咖啡。”

所有朝北走的星巴克员工都能看到这块牌子。一个月后,面对这个来势汹汹的快餐巨头,感受到压力的星巴克后来做出的应对却惹来业内“自乱阵脚”的非议:它开始在西雅图试点销售廉价的速溶咖啡 Via。

星巴克的第一次“下沉”,曾为它赚取了全球声誉。英文名 Starbucks 来自《白鲸记》中亚哈船长的大副名字,创始于两个教师和一位作家。他们在西雅图的帕克鱼市开了第一家店,当年只卖最小众的咖啡豆。1987 年,星巴克后来的灵魂人物霍华·舒尔兹将它改装成美国版的灵动力咖啡屋,“万店”计划也让它飞入寻常百姓家。

不过,这一次突遇麦咖啡狙击的“下沉”,却未必能给星巴克带来新鲜生命力。截至去年,全国 24 个城市麦咖啡门店已有 516 家,预计到 2013 年底,麦咖啡将超过 750 家,增幅达 45%。这是因为有 2000 家餐厅门店打下地基。

记者从菜单上看,星巴克和麦咖啡的主打产品也非常相似,除了咖啡外,麦咖啡还销售雪冰、茶、点心等。而在发展会员上,麦当劳推出积分卡,星巴克则有星享卡。

除了快餐巨头的强势搅局,星罗棋布的便利店们也争先恐后地加入咖啡阵营。7-ELEVEN、罗森和全家等几乎不约而同地大力推广自己的现磨咖啡。因为即使一杯售价 8 元的平价咖啡也能成为便利店利润率最高的商品。据悉,在台湾,通过 7-ELEVEN 卖出的咖啡达到 2 亿杯,7-ELEVEN 因此成为了台湾最大的“咖啡店”。

赚钱的尴尬:汹涌客流“折扣”消费体验

(据新闻晚报,标题有改动)

“我们不是快餐。我们是有生活情调的时尚餐厅。”当麦当劳首席市场推广官、副总裁张家茵说出这句话时,就像在描绘另一个星巴克的形象,而不是一个年过半百的快餐大叔。

当然,麦咖啡要想为自己打造小资形象,毕竟要脱离麦当劳不够优雅,麦当劳本身的气质可能更接近于“小孩子聚会”。

不过,现在的星巴克要想在气质上完胜,也并不轻易。就在截稿前一个小时,记者接到了一位相约小酌一杯的朋友打来的电话:“我到星巴克一看,人太多了,说话都听不见,还是换到隔壁吧。”在闹市区,尽管方寸之地就有数家星巴克林立,却显然无法用情调、小资、温馨、轻松的理想面目招架汹涌客流。

“咖友”黎蓄是某家外企的 PR,她最爱在约客户朋友聊天时“假公济私”地过一把咖啡瘾。“几年前是很喜欢去星巴克,现在隔着一张小圆桌却听不清对方说什么话,已经不再适合谈事了。”或许是因为客流太多导致门店扩张过快,黎蓄眼中,星巴克原本标准化的服务体验也不如往昔,“过去都是一杯杯咖啡送到桌上,现在基本都要自己取。”

成也开店,败也开店。当初星巴克的成功正是得益于舒尔兹批量制造充满温情的咖啡馆社区氛围,并贩卖到了全世界。进入星巴克,不仅仅是消费者自身经济地位成功实现的象征,更近乎一种品位和精神层次的体现。

尽管此后的蓬勃扩张为星巴克赢得了骄人业绩:1992 年上市以来,星巴克的销售额平均每年增长 20%,利润增长率达 30%,股价更是攀升了 22 倍,成为了华尔街投资者心目中的“安全港”,但旧有的“星巴克体验”却在逐渐消失。

有圈内观察人士不留情面地点评:“商品化”令星巴克辛苦建立的品牌形象变得不再独特。就连舒尔兹自己也曾公开表示要“寻找灵魂”:“我们必须照照镜子,意识到是时候回归核心,并作出适当的改变以光复传统,以及找到我们所有人都具备的对于星巴克真实体验的热情。”

但在中国这个现在唯一可以力挽欧洲业绩颓势的市场,“星巴克号”似乎并不愿意减速,星巴克大中华区董事长兼执行总裁王金龙曾在 2011 年做客媒体时表示,希望中国大陆地区到 2015 年,至少能够营运 1500 家门店,当时星巴克的门店数还只有 450 家。而记者在财报上看到,星巴克今年还计划增加 1300 家店,较 2012 财年增长 22%,其中 600 家计划增加在中国/亚太地区,更有一半以上会被开在中国。

新闻集装箱

●6 月 14 日有消息称,“漂流瓶”已被注册成白酒商标,以至于引发业界对“腾讯进军白酒行业”的猜想。对此,腾讯不仅否认了关于“进军白酒行业”的传闻,更是坦陈,“漂流瓶”已被抢注。记者了解到,“漂流瓶”酒类商标目前正被一家河北酒厂抢注,并开出高达 1 亿元的售价。

●张某一家四口用散装白酒灌装假牛栏山等白酒销售,近日,张某夫妻及其侄子被通州法院以假冒注册商标罪一审判处 8 到 10 个月不等有期徒刑缓刑。

●6 月 14 日,江西南昌县部分企业被曝生产用工业硫酸铜腌制的“毒皮蛋”。当天傍晚,南昌县委宣传部关停 30 家有生产许可证的皮蛋加工企业,无证企业还在排查之中。

●曾经被戏称为“花你钱”的花生油风光不再,随着花生米价格回落,近期花生油价格也在持续上涨三年后,首次出现明显下跌行情。6 月 14 日,记者从济南市专业粮油批发市场大地玉泉路市场获悉,鲁花花生油本月内降幅已超过 5%。

●记者 6 月 15 日在对珠三角和广西桂林、柳州、南宁等主要城市的大型超市、饼干生产企业进行采访时发现,未来 1 至 2 年,我国各地的饼干行业将进入“优胜劣汰期”。主要原因是,一方面国际知名品牌价格持续提升,另一方面中小企业资金链压力倍增。

●荔枝不易保鲜,于是不少商家喷洒保鲜剂来延缓荔枝“衰老”,6 月 15 日,有专家告诉记者,过量食用这种荔枝易中毒。自然成熟的荔枝闻起来有一些荔枝本身淡淡的香味,而“化妆”荔枝不仅没有香味,闻起来气味有点酸,甚至还有化学药品的味道。

●6 月 16 日,记者在广西南宁举行的西南小包装食用油营销会议上获悉,不少地区小包装食用油正在悄然降价,核心是争夺庞大的高端食用油市场份额。从 4 月中旬开始,益海嘉里旗下金龙鱼率先在全国范围降价,降幅在 8%至 15%,降价的品类为调和油以及大豆油两个品类。5 月初,作为竞争对手的福临门品牌随后也传出降价信息,对对手的福临门 16%,调和油降价 9%。

●6 月 17 日,农业部农村经济研究中心副主任邓志喜在“诚信共治维护食品安全”分论坛上表示,尽管我国农产品的合格率总体处于较高水平,但仍有超过 50%的消费者认为我国农产品质量安全问题严重。一旦出现农产品安全风险的任何负面信息,消费者马上会选择停止购买,因此食品企业要特别注意诚信建设和风险防范。

●三元股份总经理常毅在 6 月 17 日举行的“2013 年全国食品安全宣传周暨第五届中国食品安全论坛上表示,国内乳制品行业正在向健康、良性的方向发展和转变,乳制品行业的良性竞争机制也正在逐步形成。

●据新华社全国农副产品和农资价格行情系统监测,5 月上旬以来,全国白条鸡价格回升态势较为明显。以 5 月 7 日相比,6 月 17 日,白条鸡全国日均价上涨 6.4%。超过九成省市白条鸡价格上涨,北京、安徽、上海涨幅居前。

●6 月 18 日,乳制品工业协会承办的关于奶粉行业的会议在北京首都大酒店召开。部分外资奶粉企业也参加了这次会议。乳业专家王丁棉估计,这次会议将主要探讨工信部近期公布的政策如何执行等问题。有业内人士称,此次会议工信部召集了 127 家奶粉生产企业,预计食品安全还是主题,同时会涉及到工信部近期出台的政策如何贯彻,细则如何制定等问题。

在 6 月 18 日的保健食品宣传周启动仪式上,北京市药监局相关负责人表示,本市正在进行保健食品打“四非”专项行动,如发现保健食品包装标识不合格,将勒令企业召回产品。

●蒙牛和雅士利 6 月 18 日下午发布联合公告,蒙牛向雅士利所有股东发出要约收购,交易涉及最大现金额或将超过 110 亿港元。如果收购顺利完成,蒙牛将全面控股雅士利。此举将成为迄今为止中国乳业最大规模的一次并购,也是一直在奶粉行业落伍的蒙牛乳业全面发力的重要信号。

●国家食品药品监督管理局 19 日表示,已针对香港卫生署通报的维 C 银翘片相关问题展开调查。同时责成广东省食品药品监督管理局,核实问题产品是否为该企业生产,责令深圳同安药业有限公司暂停该产品销售,并对同安药业监督检查和产品抽检,重点检查企业是否存在未按处方投料和违法添加其他成分的行为。

●在历史上关系暧昧的统一和汇源果汁,近日又被证实存在谈买卖。汇源果汁承认,统一企业正在和其商谈收购汇源上海的全部股权。据报道,有关交易或涉 3 亿元。统一方面则称,看中的是它的生产基地,不涉及汇源品牌。

●工信部消费品工业司司长王黎明证实,《关于进一步加强婴幼儿配方奶粉安全生产的实施意见》的九部门联合指导文件 6 月 20 日正式下发。自文件下发日起,将不再审批新的婴幼儿奶粉企业;为防控安全风险,任何企业不得贴牌生产婴幼儿配方奶粉。