

中国食品周刊

FOOD WEEKLY

协办:泸州玉蝉酒销售有限公司 双汇集团 成都蜀之源酒业公司

广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:1722428646@qq.com

2014 年 12 月 12 日 星期五 主编:李国政 编辑:刘文景 版式:吉学莉

企业家日报

9

中国局地土壤重金属超标惊人 危及农产品安全

记者从日前召开的第四届中国环境修复论坛上了解到,当前我国土壤污染形势严峻,局地、局部区域土壤污染隐患突出,已对农产品安全构成威胁,土壤污染修复迫在眉睫,亟须从加强立法、完善标准、提高技术等方面入手,切实推进土壤污染修复工作落实。

土壤污染隐患突出 危及农产品安全

国家环保部、国土资源部近期发布“全国土壤污染调查公报”显示,全国土壤污染总的超标率为 16.1%,其中轻微、轻度、中度、重度污染点位分别为 12.1%、2.3%、1.5%和 1.1%;我国适宜农业种植的二类土壤占 87.9%,存在潜在生态风险的占 12.1%,其中属中度、重度污染的土壤约占 3.0%。

土地污染主要表现在土壤酸化、有机质下降。中国工程院院士魏复盛说,南方土壤多呈酸性,但因大量施用化肥,加上酸雨影响,导致酸度更进一步增加,一些地区土壤 PH 值平均下降 0.5-0.7 个 PH 单位,有的甚至下降 2.1 个 PH 单位,比如湖南强酸性土壤(PH 值 4.5-5.5)从 20 世纪 80 年代中期的 49.13 万公顷,到 2006-2010 年增加到 145.67 万公顷。

土壤酸化、土壤有机质下降不利于对重金属络合固定。东北黑土区有机质已由开垦时的 8%-10%下降到目前的 2%-3%,有机肥施用普遍减少,导致土壤退化。

专家研究认为,多年来我国土壤污染加剧的原因主要在于化肥施用过量,以及农药使用过量和不科学、造成农残超标。1984 年以来,我国化肥(氮肥、磷肥)用量持续增加,目前平均用量 400 千克每公顷,东部地区高的可达 600 千克每公顷,是世界公认警戒上限(225 千克每公顷)的 1.8 倍以上,更是欧美平均用量的 4 倍以上。

此外,尽管近年我国淘汰、禁用了剧毒高残农药(有机氯、有机磷),新品种农药不断推出上市,使人畜中毒事件大幅下降,粮菜农残合格率上升,但目前我国农药用量仍是世界平均水平 2 倍,农业病虫害预警、预报科学合理用药的技术指导不足,采用绿色防



治病虫害的方法,如物理的、生物的防治方法研究和推广不够,不能减少农药、抗生素、植物生长调节剂的使用。

土壤污染对农产品安全构成威胁。2013 年,中国环境监测总站在蔬菜种植区采集 4910 个点位,发现超标点位 1188 个,占 24.3%,其中轻微污染占 16.8%,轻度污染占 5.3%,中度、重度污染分别占 2.1%和 1.0%;重金属污染占 17.5%,有机污染占 7.9%,复合污染占 1.3%。

局地局部重金属超标惊人 修复面临多方挑战

魏复盛说,当前我国土地污染总体情况是,部分地区土壤污染较重,特别在重污染企业用地及周边、工业废弃地、工业园区、固废集中处理处置场地、采油区、采矿区、污水灌溉区、干线公路两侧等局地、局部区域,主要污染物是铜、砷、铅、汞、铬、铜等。

中国环境监测总站 2011 年对 284 个工矿企业周边土壤调查监测结果表明:属清洁、尚清洁土壤占 68.1%,轻度污染占 13.1%,中度污染占 3.3%,重度污染占 13.5%。

2011 年,农业部对湖北、湖南、江西、四川四省重点污染区的 88 个县 237.2 万亩水

稻田调查,超标面积 160.8 万亩,超标率 67.8%,其中镉污染最突出,其次是砷、镍、铜、汞、铬,其他重金属超标率较低。

记者了解到,目前土地污染修复问题已引起重视,政府、民众、科技工程人员对此关注,已在国内启动一些重要项目,如北京焦化所、杭州农药厂、长株潭重金属污染农田的修复等。

此外,国家环保部也已颁布污染场地修复《场地环境调查技术导则》《场地环境监测技术导则》《污染场地风险评估技术导则》《污染场地土地修复技术导则》《污染场地术语》等五个技术文件,用于指导污染场地调查评估。

然而,不少专家反映,当前整体而言,我国土壤污染修复工作仍面临多方面挑战,例如土壤环境保护法律、法规制定严重滞后,土壤环境质量标准滞后、缺失,污染种类、浓度限值标准缺乏,土壤修复目标不明确,土壤修复技术、装备、药剂研发储备不足,成功案例少,如何防治修复过程二次污染等问题。

亟待立法、标准、技术等多举措 切实推进土壤污染修复

针对上述土壤污染现实情况,受访专家

学者建议,多措并举改善土壤污染修复工作实效。

其一,建议加强土壤环境保护相关的立法工作。国家已将土壤环境保护与污染防治立法纳入计划,前期已做大量工作,建议加快立法步伐,明确各部门的法律责任、义务、规范其生产和生活活动,做到各相关部门协同配合,各司其职、齐抓共管,气、水、固废、土壤污染同防同治。提升土壤地力和防治污染,确保我国食用农产品的数量和质量双重安全。

魏复盛建议,制订国家层面的“农药管理法”和“化肥管理法”,借鉴欧美的先进经验,强化农药的登记和再登记管理,实施农药生产、经营、使用全过程监管。强化化肥的科学合理使用,提高当季化肥的利用率。参考欧盟做法,实行化肥总量控制,减少氮磷肥的施用量,多用有机肥,提高肥料的有效利用率,提升土壤肥力和农产品的品质。

其二,借鉴国外“双指标”和“分级标准”的经验,政府组织研究修制订土壤环境质量标准。研究制订土壤污染因子的“全量”和“可溶态”双指标标准体系,为土壤污染的风险评价与风险管理提供科学依据。在“双指标”的基础上,再根据国情和地方实情研究制订分级标准体系,为土壤的分级开发利用和土壤污染的修复治理提供标准性依据。

中节能大地环境修复有限公司的董事长胡清认为,符合中国实际、具备操作性的土壤修复标准体系,应当包括政治体系、管理体系、技术体系、培训体系等方面内容。

其三,加强土地污染修复的技术研发和示范,规范市场秩序,提高技术准入门槛,提高企业社会责任,每年编制修复的成功案例进行推广。

清华大学环境学院教授李广贺说,当前推进我国土壤污染修复工作,技术软肋突出,往往就事论事解决、缺乏创新思路,“必须培养土地污染修复工程高层次的设计和策划队伍,培育创新性和引领性的工程思维,能够在绿色修复、低成本修复方面提出新理念。”

(方闻禹 倪元锦)

食用油业:高端化难解“转基因论战”

在传统食用油经历了两轮大幅降价之后,却有一些油企在借助高端产品保持着价格的坚挺,而此类企业和产品更有着日益增多的趋势。探究众油企纷纷扎堆高端的原因,分析人士称除了为满足消费者差异化的需求外,企业更是为了规避转基因油品安全性的争论,另辟蹊径谋发展。不过,在多以转基因产品作为原料的大豆油和调和油仍然占据销售主导地位的国内食用油市场,探索高端只能是消费者和企业规避风险的另一途径。转基因是否安全的结论将是影响国内食用油市场发展的关键所在。

油企扎堆做高端

最近一款由辽宁省本溪市一公司推出的橄榄油产品,因其价格之高颇受市场关注。700 毫升的销售价格就高达 880 元,在主观口感上与其他定价较低的橄榄油产品并无差别,虽然绝大多数消费者并不能分辨油品是否高端,但这并不影响几百元一瓶的高端亚麻籽油、山茶油、橄榄油等产品正在成为消费者厨房里最常见的食用油品类。

也正是为了迎合消费者的口味,越来越多的企业走上了产品高端化的道路。暂且不说中粮集团在几年前就曾涉足高端植物甾醇玉米油,今年房地产出身的恒大在正式进军粮油产业时就推出了最高售价 239 元/瓶的食用油;另外,此前英利集团旗下子公司绿子食品也曾推出了一款高端橄榄油产品。

在商超,以橄榄油为代表的高端油品越来越多地出现在粮油货架上,仅以进口橄榄油为例,据北京商报记者统计,超市货架上的产品就多达十余种,这还不包括其他大大小小的国产品牌,且定价都在每瓶 200 元左右。总体来看,非转基因油占比达六七成。



躲避风险成诱因

在业内人士看来,企业对于高端油品的热情是随着消费者接受程度的提升而水涨船高的。“消费者收入以及健康意识的提升,让高端食用油市场成为了蓝海。”一位粮油经销商曾对记者介绍,尽管高端油的市场销售额度目前只占整个食用油市场的 1%-2%,但 AC 尼尔森数据显示,高端油的增速高达 70%。

另外,高利润率又是企业最根本的追求。“普通小包装食用油的毛利率在 30%左右,换成高端产品,毛利率在原有基础上至少可以提高两成以上。”上述经销商如是说。不过,不容忽视的问题是,转基因食品

安全性的争论也让更多企业不敢触碰转基因话题较集中的大众油品,从而另辟蹊径找个安全又挣钱的品类。根据中国食品商务研究院研究员朱丹蓬介绍:“第三方机构针对千余名消费者的调查结果显示,超半数消费者将非转基因原料视为购买相关食品的第一标准。而高端油品打的就是非转基因、健康的牌子。”

转基因定论影响行业格局

在食用油行业,围绕转基因这项现代生物技术的争论仍在持续,而正因为没有定论,才撼动了大豆油、调和油等大众油品的市场地位,不过业内人士普遍表示,企业扎堆推高端油,只是平摊风险、提高利润的一种手段,尤其是对于益海嘉里、中粮等大集团而言,其基础大豆油、调和油的未来走向仍将依赖于转基因是否有危害的最终定论方向。

AC 尼尔森数据显示,截至去年底,在国内食用油市场大豆油占比 33%,调和油销量占 30%,而玉米油则从三年前的 6%升至 12%。又有统计称,大豆油中的九成都是由转基因大豆制成。

“大豆油和调和油加起来就占据国内食用油市场近半以上份额,而橄榄油、菜籽油等高端油品的占比还不足 5%,因此在如此大的市场份额下,企业和消费者更加呼吁国家相关部门能够对转基因食品的安全性提供有利的证据,做正确的消费导向。”一位山东油品企业负责人向记者表示,“如果转基因食品被论证为安全,那大豆油市场将再度迎来春天,若相反,市场留给高端油品的空间会越来越大,而转基因食用油将逐渐失去未来。”

(齐琳 张茜岚/文并摄)

兰州农村食品集中整治见成效 查扣大批假冒伪劣食品

记者近日从兰州市食药监局了解到,经过三个多月时间的集中专项整治,兰州市农村食品安全收获成效显著,先后捣毁制售假冒伪劣食品窝点 26 个,取缔无证经营户 182 户,查扣假冒伪劣食品 12074 公斤,查处假冒伪劣食品案件 102 起,移送司法机关 15 起。

结合目前兰州市农村食品市场特点,今年 9 月,该市食药部门制定了农村食品市场“四打击四规范”专项整治行动方案。从 9 月 16 日开始,开展为期三个月的农村食品市场专项整治,严厉打击无证无照行为;严厉打击销售、使用无合法来源食品和原料违法行为;严厉打击生产经营侵权假冒和“五无”食品违法行为;严厉打击生产、经营“两超一非”等伪劣食品行为;在食品生产环节,专项整治将突出重点品种、高风险食品品种生产加工主体;在食品流通和餐饮环节,将突出经营高风险和重点食品、以及问题多发的经营者开展全覆盖的监督检查。

(陈玮)

全国猪肉价格同比降幅近 6%

据新华社全国农副产品和农资价格行情系统监测,12 月 8 日,猪肉价格下降;水产品价格以降为主;蔬菜、水果、食用油价格以涨为主;禽蛋、牛羊肉价格略有波动;成品粮、奶类价格基本稳定。

监测数据显示,11 月中旬以来,全国猪肉价格走势较为平稳。与 11 月 14 日相比,12 月 8 日,全国猪后臀尖肉价格持平,全国猪五花肉价格下降 0.3%。但目前全国猪肉价格低于去年同期。12 月 8 日,全国猪后臀尖肉、猪五花肉价格同比分别下降 5.6%、5.7%。

(王晓玲)

山西整治假冒侵权无证经营 进一步净化农村食品市场

12 月 9 日,从山西省食品药品监督管理局传来消息:该省农村食品市场专项整治行动开展 3 个月以来,以整治农村食品市场假冒侵权、无证经营等为切入点,严厉打击违法违规行为,取得阶段性成效。

截至 12 月 5 日,全省共查处食品违法案件 1202 件,侵权仿冒食品案件 41 件,劣质食品案件 468 件,移送司法机关案件 2 件,受理和处理消费者投诉和举报 590 件。取缔无证食品生产经营户 363 户,无照食品生产经营户 83 户,吊销食品生产经营许可证 11 户,吊销营业执照 3 户,捣毁制售假冒伪劣食品窝点 13 个,查扣侵权仿冒食品 2177 公斤,劣质食品 6118.5 公斤,农村食品市场进一步净化。

下一步,该省将继续落实食品安全属地责任,注重发挥乡镇政府和村委会两级食品安全协管员的作用,形成工作合力,以维护广大农村食品安全。

(秦洋 冯子刚)

三亚整治农村食品市场 3 个月查处案件 57 宗

从 9 月起,三亚集中开展了为期 3 个月的农村食品市场“四打击四规范”专项整治。12 月 9 日,三亚市食安办、食药监和工商三部门联合通报了全市农村食品市场“四打击四规范”专项整治情况。据了解,通过 3 个月的整治,三亚农村食品市场秩序总体好转、经营秩序进一步规范。截至目前,三亚市共查处食品违法案件 57 宗,罚没金额 16 万元,查扣侵权仿冒食品 1360 公斤,查扣劣质食品 248.11 公斤,吊销食品生产许可 1 户,捣毁制售假冒伪劣食品窝点 4 个;受理农村食品投诉举报 151 件,处理完成率 100%。

三亚市食药监局表示,接下来将继续加强部门协作,把农村食品市场整治工作实行常态化监管,此外,还将加大行政指导力度,严打重惩食品违法行为,健全食品安全监管长效机制。

(张宇博)

中国成星巴克增长最快市场

美国连锁咖啡巨头星巴克发布的“五年规划”称,要加速盈利地区门店增长,并在全球延展市场、通路和门店设计。这一截至 2019 年的计划大致包括公司营收要从 2014 财年的 160 亿美元增加到 300 亿美元,并在全球拥有超过 3 万家门店。

中国成为星巴克增长最快的市场。星巴克中国区总裁王静瑛表示,星巴克在去年平均每日就会新开一家门店,未来这一时间将缩短至 18 个小时,并将于 12 月底在中国开出第 1500 家门店,到 2019 年,星巴克在中国的门店将实现翻一番的目标,达到 3400 家。据了解,当前星巴克进入中国已达 16 年,并在 84 个城市、1400 家门店拥有 2.5 万名员工,每个星期的交易量达到 300 万宗。

(李锋 王茜)

酿造品质生活

成就非凡人生

四川省泸州玉蝉酒业有限公司

联系电话:4009-919-979

“奶牛养殖规模小、养殖分散、管理水平低的问题已成为影响乳制品质量安全、制约我国奶业向更高层次发展的主要瓶颈。”

(京华)

从未增长,规模较小的竞争对手侵蚀其市场份额。

麦当劳墨西哥连锁店于 9 月底 3 个月销售额下降 2.2%,已连续第六个月下降。麦当劳的销售额自 2013 年 10 月以来

洲市场下降 4%,在欧洲,11 月销售额下降 2%,英国销量表现良好,但被俄罗斯、法国和德国市场拖累。今年 8 月,莫斯科分店由于由于卫生不达标一度被迫关闭。

(沈婷婷 编译)