

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

2015年5月8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

三大食品业巨头报案查“网络谣言”背后折射哪些问题

今年4月12日,杭州娃哈哈集团有限公司发布声明称,“近期在网络上有别有用心的不法分子大量散布攻击各大饮料企业产品的谣言,以耸人听闻的标题和内容大肆诽谤、诋毁饮料产品,给饮料企业造成了无法挽回的经济和声誉损失”,娃哈哈已就相关情况向公安机关报案,公安机关已立案侦查。

无独有偶,4月26日,双汇集团新闻发言人向媒体表示,该企业此前也深受网络谣言骚扰之苦,并且在河南省公安厅已经对此进行立案调查之后,依然受到一些不负责任网站发布的虚假信息困扰,更有甚者明目张胆的敲诈勒索。

4月30日,国内另一家大型食品饮料企业康师傅也在其官网发布“针对近期出现网络谣言事件的严正声明”,表示“受到网络平台持续出现的不实言论攻击”,将依据“最高人民法院、最高检察院《关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件的司法解释》”中的相关规定“依法维护自身合法权益。康师傅相关负责人表示已向公安机关报案并得到受理,目前正在配合警方做进一步的调查取证工作。

食品安全问题始终是全社会关注的焦点,国内食品行业多年来虽然在自律和管理上不断进步,但目前的食品行业仍然存在很多问题,尤其是一些中小规模的企业,因质量问题屡屡见诸于媒体,这是不争的事实。

但另一方面,短短半个多月,3家国内食品饮料行业的大型企业,其中一家A股上市公司(双汇发展),一家港交所上市公司(康师傅控股),都表示自己深受“网络谣言”的侵扰,要利用“法律武器”维权。这其中究竟有着怎样更深层的原因?

食品安全问题仍是社会焦点 行业本身透明度有待提升

自2006年“苏丹红鸭蛋”事件开始,食品安全相关话题就不断刺激着消费者敏感的神经,并吸引着全社会的眼光。而2008年的“三聚氰胺”事件更是把民众对食品安全问题的关注度升至顶点……

而利用公众的“食品焦虑”,也成了企业开展不当市场竞争的主要手段,即:“捏造和发布竞争对手在食品安全方面的谣言,诱导消费者对其产生不信任感,借此打击竞争对手品牌,影响其正常经营和市场销售”。

仔细翻看国内各大食品饮料企业的2014年财报后不难发现,从2012年开始的国内经济结构调整所带来的经济增速放缓和消费乏力,对于身处基石级消费市场的食品饮料企业来说,日子确实不太好过。肉制品市场增长乏力,方便面及饮料市场出现衰退,“零和竞争”成为食品饮料行业的“新常态”。

这就意味着,在食品饮料行业市场整体规模暂时无法继续增长的情况下,行业中一家企业的增长必将以其其他企业的业绩下滑为代价。因此,竞争对手之间失去了此前尚能“公平竞争、和平共存”的基础,无论是各企业高管在媒体前日趋频繁的露面发声,还是纷纷加快新产品研发上市速度并调整销售价格,抑或销售渠道终端竞争的刺刀见红,都是食品饮料行业“市场竞争加剧”的显现,各大企业都希望能够在这场市场调整中不仅能够守住自己的“地盘”,并还希望最好能够抢夺到一部分竞争对手的市场份额。因此,就出现了“利用网络谣言攻击竞争对手”的这种铤而走险的违法行为。

事实上,很多谣言产生的根源,无非两种,一是有意制造和传播虚假信息,二是源于对事物本身的误解。纵观中国食品行业这些年,发生了太多让民众感到失望和痛心的案例和案件,即使近年来中国食品行业整体的质量水平有所提升,但民众对于食品行业本身的生产 and 质保体系仍然缺乏了解。



因此,信息的不对称,在一定程度上助长了谣言的产生和传播,对于食品安全领域的一些常识性问题缺乏了解,使得耸人听闻的谣言得以借助网络和社交软件迅速传播,这在一定程度上警示了食品企业,应进一步提高企业各方面的透明度,增强公众对于中国食品行业和企业了解,加强对于国内食品安全的信心,从而自觉抵制谣言的传播。

法律法规日趋健全 企业可选择法律途径以正视听

4月28日,国家互联网信息办公室发布了《互联网新闻信息服务单位约谈工作规定》(以下简称“约谈十条”)。实施约谈的9种具体情形中就包括:未及时处理公民、法人和其他组织关于互联网新闻信息服务的投诉、举报情节严重;通过采编、发布、转载、删除新闻信息等谋取不正当利益的;未及时处理违法信息情节严重等。

而“约谈十条”的出台,对网络服务平台也提出了明确的要求,即意味着网络服务平台有义务对其平台发布相关信息的自媒体进行管理和约束,同时要针对相关投诉及违法信息做出及时的回复和处置,不能再以各种理由模糊其管理和监督的义务。

这不仅要求自媒体的运营者们需要更多的自律,确实承担起把关所发布信息的义

务,不发布未经证实的信息和攻击性信息。同时也为“受网络谣言侵害的企业”提供了保护,使其能够与网络服务平台一同合作,依法打击造谣者和传播者的违法行为。维护企业的合法权益,同时保障消费者的知情权不受谣言侵害。

在分析娃哈哈、双汇和康师傅三家企业的声明后,记者发现,企业把矛头指向了网络媒体,尤其是最近两年蓬勃兴起的网络自媒体。据来自娃哈哈和康师傅的消息,两家企业受到的恶意谣言攻击主要来自微信和微博平台,数量均在几百篇,而阅读量已超百万。康师傅相关负责人李宜霖对记者表示,这样有组织、短时间爆发且数量巨大的谣言攻击应另有“幕后黑手”,而公安机关的调查将有助于整个“网络谣言事件”的水落石出。不仅要找出幕后的“始作俑者”,同时也要依法对那些受利益驱使发布谣言的自媒体经营者提起诉讼

最高人民法院、最高检察院《关于办理利用信息网络实施诽谤等刑事案件的司法解释》中规定的“用信息网络诽谤他人,同一诽谤信息实际被点击、浏览次数达到5000次以上,或者被转发次数达到500次以上”的司法标准及《刑法》第246条第1款关于“诽谤罪”的规定可以为受“网络谣言侵害”的企业提供有力的法律维权支持。

在实际的司法实践中,以往企业受网络侵害案件的维权往往受到“证据采集及认证”、“谣言制造者主体难以进行认定”等实际操作问题的困扰。而随着今年企业受网络侵害案件数量和性质恶劣程度的不断增加,有关部门相关案件的受理和处理量也在不断提升,相信处理的速度和力度也将会得到提升。随着国家对于恶意诽谤和侵害商誉等违法行为打击力度的不断加大,那些敢于顶风作案以身试法的谣言制造者必会受到法律严惩。

近日,“史上最严”食品安全法修订获全国人大通过,修改后的食品安全法自10月1日起施行。

食品安全法中明确,网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食品经营者进行实名登记,明确其食品安全管理责任;依法应当取得许可证的,还应当审查其许可证。这意味着,消费者通过网络食品交易第三方平台购买食品,其合法权益受到损害的,可以向入网食品经营者或者食品生产者要求赔偿。

值得关注的是,食品安全法规定网络食品交易第三方平台提供者如果不能提供入网食品经营者的真实名称、地址和有效联系方式的,则由网络食品交易第三方平台提供者赔偿,也就是说网络购买食品如出现问题电商平台也将作为经营主体负责。

记者5月6日登录“美团”和“饿了么”等互联网食品订购平台发现,一些商家已经在餐饮网店页面的“商家详情”位置公示营业执照、餐饮经营许可证等证照信息。(陈妮希)

安徽莱芜7家单位获评“省级餐饮食品安全示范”称号

记者从莱芜市食药监局获悉,山东省食品安全委员会办公室日前公布了“食安山东”餐饮服务品牌第一批示范街区、示范食堂和示范店名单,莱芜市共7家餐饮单位入选。

其中,雪野旅游区那家峪中心街、莱城区万福北路吕花园美食街被评为省级餐饮服务食品安全示范街区;济南世纪道和餐饮管理有限公司莱芜一中南食堂、莱芜市第四中学食堂被评为省级餐饮服务食品安全示范食堂;山东环视酒店管理有限公司、莱芜宾馆餐饮部、莱芜龙园宾馆有限公司被评为省级餐饮服务食品安全示范店。

根据《山东省人民政府关于印发“食安山东”品牌引领行动方案的通知》和《山东省食品安全委员会办公室关于印发“食安山东”食品生产加工示范企业创建实施方案等四个方案的通知》安排,山东省食品安全委员会办公室对各地推荐的2014年“食安山东”餐饮服务品牌示范街区、示范学校食堂、示范店进行了现场抽查、专家评审和社会公示,确定118条街区、195家学校食堂和342家酒店为“食安山东”餐饮服务品牌示范街区、示范食堂、示范店。(于鹏飞)

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

中央媒体关注得益绿色自热米饭

无论从口感还是菜料都获得媒体朋友的高度赞誉

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 陈俞霖

4月23日,人民网、新华通讯社、中央人民广播电台经济之声、证券日报等中央媒体记者前往四川得益绿色食品集团有限公司参观采访。作为目前国内最大的方便米饭生产企业,也是全国农产品加工示范企业,经常有国家、省、市媒体聚焦得益,近年来,随着得益绿色新一代方便米饭产品投放市场受到广大消费者青睐,该公司贴近广大消费者生活习惯,将自身的技术优势与社会发展需求紧密地结合并将产品和服务的价值进行增值,这种一如既往地以产品的品质,以产品的差异化,以产品的品牌内涵和服务,以实现消费者的最大满意度为价值取向的经营

理念受到了中央媒体的进一步关注。

当天,各媒体记者在得益绿色花园式的新生产基地,受到了得益集团董事长杜诚斌、总经理杜威的热情欢迎。杜威向记者介绍了公司的发展情况,介绍了得益完全透明的产品用料公示,得益绿色严格实施产销全程质量监控,不仅先后通过了ISO9001:2000质量管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证、HACCP认证、KOSHER(清洁食品认证)和HALAL(清真食品认证),获得了美国FDA注册认证、澳大利亚AQIS认证;原辅材料采购还制定了比国家标准还要高的内部标准,选用的大米原料是获得了“绿色食品”标志的上等东北大米,肉类和蔬菜等辅料均选自“无公害农产品”基

地。真正做到让消费者买得放心,吃得安心。

记者在杜诚斌董事长陪同下参观了生产车间,得益每一个产品的生产过程都设置了关键控制点,并在车间安装可以360度旋转的摄像头,从选料、化验、生产到包装、运输等全过程都做到了可视化的实时监控,把一般企业视为“绝密”的生产现场同步播出,让消费者能时刻监督。得益坚持将产品质量上升到人格的高度,并将“做食品就是做良心”的企业文化理念落实到“从田间地头到餐桌”的全程质量管理体系和“质量直播”的创举上,获得记者的一致称赞。

杜诚斌董事长还向记者展示了公司推出的新一代自热米饭,有回锅肉、瘦肉豌豆、

品牌官方网站甚至会弹出“母乳是最好的”、“母乳是宝宝天赐的营养”等宣传语。对于婴幼儿配方乳粉企业的上述做法,乳业专家介绍,实际上早在1995年卫生部、国家工商行政管理总局等部门就颁布了《母乳代用品销售管理办法》,对奶粉经销商和经销商都做了相关规定和制约,要求母乳代用品不得在广播、电影、电视、报纸、杂志、图书、音像制品等传播媒介上进行母乳代用品的宣传。

“新修订的广告法将从9月1日起实施,这是对管理办法的更进一步规范”,刘森森向记者进一步表示,原本国家对0-6个月婴幼儿奶粉不得做广告有明确规定,此次修订的法律将适用于2、3段奶粉,这就意味着未来母乳喂养的宣传会加大,乳粉企业未来销售不能靠广告,而只能靠产品以及销售网络来取胜。

另有不具名乳粉企业人士也向记者表示:“此前哪家企业的基数大、销售网络健全,谁的市场份额就会更稳固。”

行业进入洗牌期

在乳业专家看来,无论是控制产品质量的配方注册制度,还是规范市场秩序的新广告法,对于国内婴幼儿配方乳粉市场的作用最终会落实在推动行业洗牌上。

实际上,婴幼儿配方乳粉行业洗牌早在去年就已开始,2013年底国家食品药品监督

乳粉企业难再借“配方论”涨价

从今年初起国内外奶粉新政你方唱罢我登场,到欧盟牛奶配额放开后不久,国内即将施行贴牌放开、配方注册、代母乳广告被禁等多个新政。在业内人士看来,这些新政的目的就是要加速国内婴幼儿配方乳粉行业整合,提高品牌集中度。尤其是目前获得通过的新食品安全法和新广告法若真正落地,婴幼儿配方乳粉行业将迎来一次新的行业洗牌。

配方数量面临大幅被砍

“目前国内施行的是婴幼儿配方乳粉配方备案管理制度,企业只要具有品牌和配方就可以按照要求在相关部门进行备案。而此前通过的新食品安全法规定,乳粉企业需要实行配方注册制度,即企业必须先对乳粉配方进行申请,由相关部门进行审核,通过审核的合格产品才能上市”,在君乐宝奶粉事业部总经理刘森森看来,此次新食品安全法对于婴幼儿配方乳粉行业最大的触动将聚焦在配方注册制的推行,配方注册制度真正施行后可以为行业带来大浪淘沙的影响。

刘森森继续介绍,当前国内婴幼儿乳粉企业的配方存在过滥现象,全国有近1900个配方,平均每个企业有20多个,而国外企业一般只有2-3个配方,因此一个配方对应多个产品的做法在国内普遍存在,在配方无实质区别的情况下,配方的所谓调整和升级

就成为了乳粉企业借机涨价或营销的有效手段。“新食品安全法中明确规定,同一个企业不得用同一配方生产不同品牌的婴幼儿配方乳粉,这就意味着企业每一个配方都要得到国务院食品药品监督管理部门的审核通过,换句话说,企业借助配方涨价的噱头将得到控制。”刘森森如是说。

在乳业专家王丁棉看来,配方注册制也并非要求一个品牌只能有一个配方,其目的只是限制企业有太多的配方,参照国外标准一个品牌有3-5个配方是较为合理的。刘森森进而表示,国家相关部门要以什么样的标准审核配方目前还不得而知,企业还在等政策的细化,但可以肯定的是,只要注册制度一旦实施,国内乳粉配方将大大减少,其对应的产品也将得到精简,将对国内乳粉企业的整合具有助推作用。

企业不得宣称可代替母乳

除了从配方上对婴幼儿配方乳粉市场进行规范外,刚刚通过的新广告法也对婴幼儿配方乳粉的广告乱象做出了严苛的规定:即禁止在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或部分替代母乳的婴幼儿乳制品、饮料或其他食品广告。

记者分别翻开雀巢、多美滋、美赞臣等多个品牌婴幼儿配方乳粉官方网站时并未看到声称可代替母乳的广告。雅培、惠氏等



● 记者津津乐道地观看杜诚斌演示

红烧牛肉、香辣鸡丁、香辣豆豉鱼等多个品种。菜包由厨师专门炒制,延续经典川菜口味,麻辣鲜香。米饭以东北精选大米为原料,营养丰富,香糯绵软。其食用方法独特,不用火不用电,8分钟就可以吃上热气腾腾的米饭,真正方便快捷,做到随时随地想吃就吃。记者们津津乐道地观看杜诚斌演示米饭自热的操作,又津津有味地品尝了自热后配上美味菜品的米饭,无论从口感还是菜料都获得了记者们的高度赞誉。

另外,去年6月,国务院公布了婴幼儿配方乳粉企业兼并重组工作方案,按照要求,力争到2018年底形成3-5家年销售收入超过50亿元的大型婴幼儿配方乳粉企业集团,前10家国产品牌企业的行业集中度超过80%,而过去一年乳业兼并重组也并未能落到实处。

“从上述政策的轨迹可以看出,国家对于婴幼儿配方乳粉行业的管理方向是提高集中度,这既符合行业未来的发展趋势,也利于相关部门加强对婴幼儿配方乳粉企业的集中管理,因此新广告法和新食品安全法出台的目的也是促进优胜劣汰,通过行业规范来冲洗掉一批不合格的产品。”刘森森如是说。

而在中北蓝海FMCG品牌营销策划机构首席运营官王子恒看来,上述目的能否达到关键要看执行落地情况如何。“配方注册制度如果执行严苛,会加速品牌集中度提升,中国婴幼儿配方乳粉市场或将进入洗牌整合期。”

(钱翰 阿茹汗)

广西逾百批次食品初检不合格

广西一季度共抽检酒类、瓶装饮用水、糕点等食品1973批次,合格1870批次,总体抽检合格率为94.78%。在已公布的71批次不合格食品中,不合格瓶装饮用水30批次,不合格糕点17批次。

广西壮族自治区食品药品监督管理局5日通报了今年第一季度食品生产监督抽检情况,涉及粮食及粮食制品、食用油、肉制品、酒类、水果制品、蔬菜制品、瓶装饮用水、乳制品、糕点、淀粉及其制品、食品添加剂等。抽检中,103个批次食品初检不合格,首批向社会公布71批次不合格食品信息,目前尚有部分批次初检不合格食品未过异议期,部分批次食品生产企业申请复检。不合格原因主要为菌落总数、二氧化硫残留量、大肠杆菌等项目超标。

此外,一季度共抽检糕点364批次,17批次不合格,多个批次涉及大肠杆菌超标。(翁晔)

湖南株洲34家单位上食品安全“黑榜”含14家幼儿园食堂

5月4日,株洲市食药监局发布2015年春季校园及周边食品安全违法行为的公示,共有34家单位上“黑榜”,其中有14家是幼儿园食堂,其主要违法行为包括经营超过保质期的食品、未经许可从事餐饮服务活动、经营标签不符合规定的预包装食品等。

今年3月,市食药监局在全市范围内开展了为期一个月的春季校园及周边食品安全专项整治,共检查学校食堂(包括各类学校及幼儿园)1095家、校内超市55家、校园周边餐饮店356家、杂货店246家,查处违法行为34起。(刘琼 李卉)

北京五种食品全市下架

北京市食品药品监督管理局近日发布食品安全信息,“三星”牌泡豇豆等5种食品不合格,在全市范围内停售。

全市下架食品名单

样品名称	商标	标注生产单位名称	不合格项目(标准值/实测值)
可口萝卜条	久久红	宁波久久红食品有限公司	环己基胺基嘧啶(邻苯胺)
泡豇豆	三星	岳阳市三星调味品厂	苯甲酸、二氧化硫
永奇膨化	永奇	昆山区永奇食品有限责任公司	铝
康源膨化	未标注	四川隆山食品有限公司	铝
火鸡香肠粉条	吉晟	龙川县吉晟食品有限公司	铝

(肖丹)

网购食品出问题 可向电商平台索赔

近日,“史上最严”食品安全法修订获全国人大通过,修改后的食品安全法自10月1日起施行。

食品安全法中明确,网络食品交易第三方平台提供者应当对入网食品经营者进行实名登记,明确其食品安全管理责任;依法应当取得许可证的,还应当审查其许可证。这意味着,消费者通过网络食品交易第三方平台购买食品,其合法权益受到损害的,可以向入网食品经营者或者食品生产者要求赔偿。

值得关注的是,食品安全法规定网络食品交易第三方平台提供者如果不能提供入网食品经营者的真实名称、地址和有效联系方式的,则由网络食品交易第三方平台提供者赔偿,也就是说网络购买食品如出现问题电商平台也将作为经营主体负责。

记者5月6日登录“美团”和“饿了么”等互联网食品订购平台发现,一些商家已经在餐饮网店页面的“商家详情”位置公示营业执照、餐饮经营许可证等证照信息。(陈妮希)

安徽莱芜7家单位获评“省级餐饮食品安全示范”称号

记者从莱芜市食药监局获悉,山东省食品安全委员会办公室日前公布了“食安山东”餐饮服务品牌第一批示范街区、示范食堂和示范店名单,莱芜市共7家餐饮单位入选。

其中,雪野旅游区那家峪中心街、莱城区万福北路吕花园美食街被评为省级餐饮服务食品安全示范街区;济南世纪道和餐饮管理有限公司莱芜一中南食堂、莱芜市第四中学食堂被评为省级餐饮服务食品安全示范食堂;山东环视酒店管理有限公司、莱芜宾馆餐饮部、莱芜龙园宾馆有限公司被评为省级餐饮服务食品安全示范店。

根据《山东省人民政府关于印发“食安山东”品牌引领行动方案的通知》和《山东省食品安全委员会办公室关于印发“食安山东”食品生产加工示范企业创建实施方案等四个方案的通知》安排,山东省食品安全委员会办公室对各地推荐的2014年“食安山东”餐饮服务品牌示范街区、示范学校食堂、示范店进行了现场抽查、专家评审和社会公示,确定118条街区、195家学校食堂和342家酒店为“食安山东”餐饮服务品牌示范街区、示范食堂、示范店。(于鹏飞)

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