



在北京的家乐福、沃尔玛超市，许多消费者喜欢拿着挑选好的生肉去溯源机器上刷一下，看看这块肉的屠宰、出厂时间等信息。让消费者了解食品生产的全过程，还广大消费者对食品生产过程的“知情权”，这就是产品追溯系统。

肉类“实名制” 安全上餐桌

本报记者 黄鑫

“未来，消费者买的每一块牛羊肉都将拥有自己的二维码‘身份证’，展示其从出生、饲养、防疫、屠宰到运输各环节的信息。”在日前举行的工信部（锡盟）肉制品质量安全追溯体系建设试点工作交流会上，工业和信息化部消费品工业司司长王黎明介绍说，我国正在内蒙古锡林郭勒盟开展牛羊肉全产业链质量安全追溯体系建设试点，目前试点工作进展顺利，预计2013年试点旗市将建立30万只羔羊可追溯档案。

全程保障安全

走进北京市鹏程食品有限公司，映入眼帘的便是一套猪肉溯源系统，随着一块带着激光码的猪肉经过识别系统后，供货商、出场数量、重量、入场时间、检疫员等众多信息出现在机器的显示屏上。

“鹏程所有产品均加贴了电子标签，每件产品都做到了源头可追溯、信息可储存、流向可查询、产品可召回。”据鹏程公司经理李文祥介绍，鹏程构建了RFID食品安全可追溯体系，产品标签上的条码详细记录了种猪母系父系特征、繁殖、免疫用药、饲养、生猪运输、屠宰、分割、检疫、冷链运输所有环节，实现了从农场到餐桌的全程控制。

“目前，只有少数肉制品生产企业开展了产品质量安全追溯体系建设工作。”工信部消费品工业司副巡视员高伏指出，肉制品质量安全追溯体系建设在满足消费者知情权、强化企业质量安全主体责任、提升企业品牌影响力和促进行业转型升级等方面都具有重要作用，是保障肉制品质量安全的重要举措。

当前我国肉制品行业发展中还存在并面临着资源环境约束增强、研发投入不足、产品结构调整较慢、淘汰落后和节能减排与质量安全压力较大、同质竞争激烈、品牌附加值低等问题和困难，肉制品行业调



构、稳供给、保安全任重道远。“实行肉制品质量安全追溯体系建设，旨在推进肉制品行业两化深度融合，加强肉制品企业质量安全主体责任，促进肉制品加工业重点地区和企业自主品牌建设，推动肉制品加工业平稳健康发展。”王黎明表示。

打造龙头品牌

今年6月，内蒙古科尔沁牛业股份有限公司投资1.37亿元，从冰岛、美国、爱尔兰引进了三条牛肉生产线，大大加快了生产效率并保证产品可追溯。科尔沁公司质量管理部部长韩明山表示，建立产品追溯体系是企业创立自身品牌，有别于一般集贸市场传统产品的最大亮点。对于现代化的肉类食品生产企业来说，产品质量追溯体系的建立和品牌的建立是相互依存不可分割的整体。

数据显示，今年1至7月份，全国肉

制品行业实现利润总额127.6亿元，同比增长25.6%。目前肉制品行业逐步向畜禽主产区、西部地区和少数民族地区集中，产业集中不断提高，涌现出河南双汇、江苏雨润等一批龙头企业以及“锡林郭勒羊肉”等一批区域品牌，产品结构不断丰富。

近年来，肉制品企业技术创新步伐加快。肉类屠宰加工技术与装备、肉制品加工技术与装备、副产物综合利用与清洁生产等技术实现创新突破并广泛应用，特别是随着传统产业升级和新的生产方式变革的客观要求日益迫切，两化融合技术、肉制品质量安全控制与溯源技术的普及和应用，已成为肉制品企业创新发展的重要支撑。

高伏指出，下一步，要积极培育和扶持知名品牌，重点培育和保护好鲜肉、优质牛羊肉、禽肉和肉制品品牌企业和区域品牌，全面推进原料安全供应体系和企业诚信管理体系建设，提高品牌集中度、认

知度和忠诚度，大幅提高利润规模和利润率，真正实现质量型和效益型增长。

推进追溯体系

今年7月，工信部批准锡林郭勒盟开展牛羊肉全产业链质量安全追溯体系建设试点工作。试点工作运用物联网技术以及数据库等现代信息技术手段，2013年的试点目标是建立盟级追溯管理平台，实现肉羊养殖、屠宰加工、物流配送、消费终端等全产业链的无缝监管，做到来源可追溯、去向可查证、责任可追究，统一打造“锡林郭勒羊肉”品牌，确保锡林郭勒羊肉产品质量安全、优质优价、牧民增收。

据锡林郭勒盟行政公署副盟长斯琴毕力格介绍，锡盟在3个旗市及7家企业组织开展了追溯体系建设试点工作，目前，3个试点旗市参与追溯体系建设的牧户共计3920户，为30万只羔羊建立了可追溯档案，现已全部完成基础信息的录入工作，并通过了锡盟羊肉全产业链追溯体系综合服务平台的审核。未来将逐步在全盟范围内推开试点，在5年内建成覆盖全盟的、从天然无污染的养殖环节为起点、到收购加工运输环节、再到销售消费环节为终点的全产业链追溯体系。

为了调动养殖牧户及生产加工企业参与全产业链追溯体系建设的积极性，盟旗两级财政将给佩戴耳标羊每只补贴20元，加工企业给佩戴耳标羊每只补贴15元至20元，预计3年到5年盟旗两级财政累计各补贴1亿元，政府推动、市场运作的追溯体系运行机制正在形成，有力促进了追溯体系建设顺利启动。

高伏表示，未来将开展肉制品行业质量安全追溯体系和两化融合通用标准规范的研究制定和推广应用工作，逐步研究形成肉制品行业两化深度融合整体解决方案，引导行业特别是中小肉制品加工企业大幅提高两化深度融合水平。

国货精品谁说了算？

冯其予



朋友聊天，说到家门口开了个店，名头很是气派，叫做“国货精品馆”。言下之意，入得馆内售卖的自然都是“国货精品”。朋友进去逛逛，倒也有不少熟识的品牌，只是门口招牌太大，朋友预期过高，溜达一圈下来不免有点“夸海口”的印象。朋友颇有感慨地对我发问：“你说说看，这些牌子是不是‘国货精品’，究竟该谁说了算？”

乍看去，这似乎不成其为一个问题。社会主义市场经济建设多年，竞争观念早已深入人心；企业生产产品，投入市场参与竞争，消费者货比三家择其优，优胜劣汰中脱颖而出佼佼者，不就是国货精品吗？按此逻辑，国货精品毫无疑问地是市场和消费者说了算！而种种评选出来的“精品”、“品牌”似乎有悖市场规律，更遑论建设这店那馆去推而广之，确有“画蛇添足”之嫌。

然而事情却又并非这么简单。市场的情况，远非整齐划一，简单明了。举个例子，改革开放之初，经济自由度加大，市场上的产品陡然丰富，由于当时人们获取信息的途径相对单一，对产品的好坏优劣无从辨识，加上当时收入有限，碰见新东西不买，还真是“艰难的决定”。这个时候，如果产品能够得到某个权威方面的认证，毫无疑问地能够促进产品销量的提升。于是乎，各种“十大品牌”、“著名商标”如雨后春笋般出现。在笔者的印象中，“国货精品”这个概念，就是在那个时候出现，而当年一句“省优、部优、国优”的广告语，未必不是审视彼时市场状况的一种视角。客观来说，昔日种种评选，虽有过多过滥之嫌，但也确是促进了商品信息的沟通和传递，一批如今耳熟能详的国货品牌不就是在当年一声声的“省优、部优、国优”的推广中深深印在了国人的脑海里。

时移易易。现如今，这类关于“精品”、“名牌”的评选并未销声匿迹，但也似乎没了往日那般影响。原因无他，这个市场逐渐成熟了：人们获取信息的渠道和手段更加丰富，市场监管机制更加完善，对消费者的保护更有力度，消费能力和消费水平也大幅提升。于是“名牌”和“精品”的产生，更需要通过长时间的市场竞争来完成。如果还抱着当年的“老资历”来推动所谓“精品”，或是因为这样那样的利益纠葛深陷其中，最终只会是得不偿失。

话又说回来，虽然人们对各种“十大品牌”、“名优精品”关注没有以前那么高，但是动态的市场评价却也仍是消费者迫切需要获取的资讯。从这个角度讲，建立起一个相对客观的第三方评价平台也不无裨益。让市场的讯息更准确及时地在企业和消费者之间沟通，让市场的信号更快地起作用，相信是有利于一大批“国货精品”的快速成长的。

沪百余家餐饮店将设公平秤

本报讯 记者冯其予报道：针对餐饮行业的消费欺诈乱象，上海市餐饮烹饪行业协会日前召开发布会，称将效仿农贸市场，今年11月底前，在“外婆家”、“耶里夏丽”、“丰收日”等沪上100多家名牌餐饮门店试点设置“自助式公平秤”。

据上海市餐饮烹饪行业协会副秘书长金培华介绍，自助式公平秤具有操作简便、防水、不可移动等特点，其选型与2011年上海市实事项目在集贸市场设立的自助式公平秤类似。为防止餐饮店在电子秤上“做手脚”，公平秤还设置了一次性铅封。餐饮烹饪行业协会及质监部门对此将不定期检查。

据透露，设置自助式公平秤的名牌餐饮企业还将实行“先行赔付”机制。消费者如在任意一家参加试点的餐饮门店发现短斤缺两，现场可要求饭店在监管部门介入调查前予以“先行赔付”。但业内人士指出，目前在上海市餐饮烹饪行业中，尚无要求企业必须实行“先行赔付”的规定，所以日后一旦发生类似纠纷，还要看企业愿不愿意主动掏腰包。

渠道畅通富百姓



10月16日，在山东省烟台栖霞市小卧龙村苹果基地，两名果农在整理苹果。山东栖霞苹果种植面积达到70万亩，每亩苹果收入近万元。近年来，该市把苹果产业作为全市的支柱产业来培育，如今该市有40万农民直接从事苹果栽培，5000多人从事果品流通，1000多家相关企业从事苹果产业化链条拓展，累计有50万人直接受益于苹果产业。 新华社记者 范长国摄

药店试售婴幼儿奶粉

本报讯 记者冯其予报道：商务部日前下发通知，要求各地商务主管部门做好婴幼儿配方乳粉药店专柜销售试行工作，加强婴幼儿配方乳粉流通行业管理，保障流通环节婴幼儿配方乳粉质量安全。

通知明确，各地商务主管部门要在充分发挥市场机制作用的基础上，引导有条件的药品零售企业开展婴幼儿配方乳粉专柜销售试行工作。要督促企业严格执行婴幼儿配方乳粉药店销售各项规定，保障质量安全。同时参照药品经营服务相关行业标准，加强销售人员培训。

通知强调，加强婴幼儿配方乳粉的进口管理。做好婴幼儿配方乳粉自动进口许可证的发证工作，为企业提供方便快捷的发证服务。严格执行进口和销售记录制度，诚信经营，合理定价，杜绝行业垄断等不正当行为。建立和完善信息沟通机制，加强进口婴幼儿配方乳粉信息统计。

加强婴幼儿配方乳粉零售商供应商交易监管。零售企业对婴幼儿配方乳粉供应商，只允许收取经事先协商同意、订立合同并明确约定的促销服务费，不得收取其他任何费用。

线上线下

由竞争

转向合作



上图 10月17日，一位消费者在杭州银泰城体验线下选择，刷二维码线上下单的购物方式。

10月15日，天猫等电商公布促销计划表示，在今年网购与实体零售业的年度大促中，线上线下由竞争转向合作，中国1000多个县市的3万多家品牌店将线上线下打通，消费者可以在线下体验的同时，通过二维码等方式进行线上线下单并获取网上折扣。

新华社记者 鞠焕宗撰

左图 10月17日，天猫与银泰商业集团在杭州宣布合作探索商业线上线下(O2O)融合发展。银泰商业集团的线下35个实体店资源将参与天猫“双十一”购物狂欢节。

新华社记者 鞠焕宗撰

今年新增80个早餐网点、4家中央厨房，预计11月底将如期完成——

上海打造全新早餐供应链

本报讯 记者沈则瑾报道：上海以民生需求为导向，连续2年将早餐工程列入市政府实事项目，提升了市民生活便利程度。今年，该市的早餐工程实事项目：80个早餐网点、4家中央厨房，预计11月底将如期完成。上海市商务委表示，明年将继续争取把早餐工程列入市政府实事项目。

作为市政府实事工程项目，上海早餐工程近年来大力推进中央厨房建设和网点建设，让市民吃上质优安全的早餐。2011年和2012年，上海已支持企业建起12个中央厨房和1165个早餐网点，今年实事项目完成后，早餐工程网点将覆盖上海全市。

全新打造的早餐供应链从源头上确保了食品安全，提升了早餐产业化发展水

平。如今，“连锁化、标准化、品牌化”的发展理念带动着上海早餐企业不断转型发展，也为上海早餐市场带来了产业化发展趋势。目前，在这些市政府实事工程建设的早餐网点内，市民们也可以放心吃上由现代化流水线生产的馒头、菜饭、豆浆等传统早餐。

商务部“早餐示范工程”企业上海中饮食餐饮管理有限公司目前中央厨房年产值5亿多元，日产“巴比馒头”200多万只，支撑上海近800个早餐门店，另有600多家早餐网点主要分布在长三角，2012年公司门店销售突破10亿元，占上海早餐市场份额近6%。

去年8月，上海首家早餐工程样板店

连锁“清美美食”在居民密集区开出24小时营业的早餐工程“夜市店”，很多人赶去尝鲜。今年，“清美美食”已研发成功由中央厨房规模化生产的大饼、油条、豆浆、菜饭，目前这些更利于环保不扰民的早餐已在试营销。

此外，“老盛昌”“小杨生煎”“晨旗”等也纷纷建成中央厨房，从源头上确保食品安全，也促使上海早餐供应链日渐完善。

不久前，记者去几家企业的中央厨房采访，亲眼目睹了中央厨房的流水线生产使得传统中式点心实现了标准化、规模化、高效率生产，市民获得了更多早餐选择，企业生产也有了更加可靠的安全保障。

朝陆晚晚门店供应的各种点心和菜肴

均采取统一原料加工、全程冷链配送的经营方式，中央厨房内还设有食品安全实验室，对产品研发、生产过程、产品成品、门店留样等每天进行跟踪检验。鸿瑞兴、吉祥馄饨的中央厨房内，流水线上正在生产中式点心，一分钟制作60个小笼，个个褶子均匀，半自动化烘烤的黄桥烧饼，层层酥脆，馄饨大小一致，内馅统一30克。

为把早餐工程建设成有生命力的、可持续发展的惠民工程，商务委始终坚持做到问需于民、问计于民、问政于民，围绕民生民需推进早餐工程建设，专门开设了早餐工程网站，并在“中国上海”门户网站开设“实事项目网上专栏”。

本版编辑 徐涵 童娜

美编 高妍