



“食安山东”周游列国  
寻访“美味山东”活动

## 寻访“美味山东”活动启动

本报济南11月23日讯(记者 王赞) 年底消费旺季即将到来,为发动全社会共建食安山东保障餐桌安全,配合省食安办、省公安厅发起的食品安全违法犯罪“百日严打”行动,由本报再度发起的“‘食安山东’周游列国——寻访‘美味山东’(老品牌、老故事、老味道)”系列活动今日启动。

本次“寻访‘美味山东’”系列活动主要包括以“‘食安山东’周游列国”为主线的山东各地品牌共建宣传,以及以“地道家乡味,食安大家

谈”为主题的一系列百姓互动留言征文评选。为此,本报记者将深入基层,走进各地各部门及品牌食品企业,对今年以来各方面落实省政府“食安山东”品牌建设的好做法好经验新思路进行采访报道,对读者举报推荐的打假线索和好品牌、特产名吃美味进行实地调查。

4月30日,省政府出台“食安山东”品牌引领行动方案(鲁政发[2014]9号),旨在以源头管控为重点、以品牌引领为抓手,发动全社会、全产业链

共同构建食品质量安全管控体系,共同打造“食安山东”品牌。在省食安办、省食药监局指导下,本报发起成立“食安山东”——山东食品行业质量诚信联盟(简称“食安山东”质量诚信联盟),一系列活动贴心民心民意影响深远。

目前,半年过去了,各地各部门及各龙头食企在落实省政府“食安山东”品牌建设上有哪些好经验新思路值得挖掘,社会各方面对食安山东建设有什么好主意好办法新问题亟待广

开言路,博采众长。

品牌引领,打建并举。眼下,食品违法犯罪“百日严打”正在进行,主流媒体在大力宣传食安严打的同时,有责任回答公众最关心的“如何才能放心消费?放心美味在哪里?”的问题。

您的好意见好建议,和您对“地道家乡味”的美文我们将择优刊登,并将好观点好谏言汇集上报食安管理部门,您撰写推荐的“美味山东”还有机会入驻齐鲁晚报“食安山东网”(http://shian.qilwb.com.cn)品牌地理并获奖。

## 食品巨头争食生鲜电商

# 传统食企“触网”得补课



11月20日,光明食品集团新闻发言人潘建军对媒体透露,光明目前正在打造自有生鲜电商平台,公司已经试水推出基于移动端的微商城作为电商平台基础。随着互联网和移动互联网的发展,越来越多的食品巨头做起生鲜电商的生意。生鲜电商经营者真能抢了楼下菜市场、便民超市的生意?

本报记者 王赞

### 食品大佬

#### 纷纷抬脚线上

“生鲜电商”有其特殊性,所谓“电商以类聚,新鲜以群分”。光明食品在近期启动了名为“都市菜园”的项目,推出业内首创的基于移动端运营的生鲜微店,作为公司在渠道方面的重要战略转型。据了解,目前光明食品集团旗下70%以上的品牌,将注入生鲜电商平台。

光明并非食品巨头中的第一个“弄潮儿”。目前国内实力较强的食品企业,都在选择打造自有电商平台。

例如,中粮集团自建了我买网,并在今年8月份完成了B轮1亿美元融资;雨润食品也在今年6月宣布投资20亿元打造自主电商品牌“雨润庄园”;本月初,双汇发展总裁张太喜透露,双汇正在考虑在合适的时机建设生鲜电商平台,将旗下合适的产品推到线上。

数据显示,2013年网络零售市场交易规模约为1.8万亿元,同比增长近40%,占全社会消费品零售总额的10%以

上,但通过网络交易的生鲜产品占比不足1%,生鲜电商还有很大的增长潜力。

“传统企业之所以有这种考虑,也是希望围绕产业链在渠道上布局,但销售平台的打造不是简单的事。”电商行业观察家鲁振旺手上也在运作着抢鲜购电商创业项目,对于传统食品巨头自建电商平台,他建议,光明在供应链建设方面要有所取舍,找出合适的品类,另外光明还要特别注意电商的市场化管理。中粮集团旗下的我买网就曾在融资之后做出改革,在利用中粮资源的同时,变成以市场化为主导的生鲜电商平台。

### 传统食企

#### 触网忌同质化

“从生鲜电商的品类来看,无非是肉类、蔬菜、牛奶等,基本上所有电商平台的品类都差不多。”鲁振旺表示,在这种同质化竞争情况下,产品品质、价格和消费者体验成为关键。目前电商巨头大都涉及生鲜电商业务,并在某些特定品类有优势。



虽然目前生鲜电商巨大的商机在众目睽睽之下,但企业普遍面临冷链配送、储存、产品渠道、用户体验等问题。业内普遍认为,地面物流配送难题,是全行业面临的问题,尤其是在三、四线城市,这可能对生鲜食品配送带来安全隐患。纯生鲜电商网站“优菜网”经营了三年后被放弃,创始人丁景涛总结原因是无稳定货源、不能提供比菜市场更好的购物体验、中间环节过多等。他认为,要做到“量”,只有整合现有的实体店才有可能实现。

不过,也有企业做出其他选择。雨润集团电商事业部总经理麻纪祥此前在接受媒体采

访时表示,对于雨润而言,其优势在于供应链体系,因此不自建平台,“雨润自主电商品牌主要以供应链为核心,不与电商平台竞争,不以零售为主,也不会自建B2C平台,采取了开放性合作模式,加强在渠道的多元化合作,进一步强化雨润自身供应链体系。”

不过,目前商务部已经数次调研农产品电商企业,尤其是生鲜电商企业,发现相关企业存在标准短缺,损耗比例大、竞争无序、流通成本高等问题,可能出台针对性帮扶措施。此外,目前农业部正推动农业信息化,支持农产品生鲜电商是既定发展方向。

大侠论见

## “食安山东”授标是个挺严肃的事儿

本报记者 李岩侠

没人愿意过拿起筷子就烦心的生活,除了这假那劣,人们更愿意看到盘中餐上多洒些阳光。

一批又一批消费者随着本报“食安山东”走进诸诚外贸、汇源果汁、东阿阿胶,走进西王集团、圣元营养品、荣丰食用菌,走进景芝酒业、亚奥特乳业、阳春羊奶……在实地考察企业食品质量管控、生产进步的过程中,在与企业家、企业员工面对面交流沟通中,食品安全领域一大批尚德诚信自律的优秀企业让消费者的心透亮温暖起来。

从去年在全省食安周上带头发起“食安山东”系列行动,到今年看到本报“食安山东”栏目名被正式写进省政府文件,变成“食安山东”全民共建行动,作为一个记者,我为一个媒体的责任担当而深深骄傲。

最近不断有企业向本报及联盟询问有关“食安山东”授标使用的问题。经征询省食安办、省食药监局及部分品牌企业意见,“食安山东”授标使用是个很严肃的事情,需多方征求意见,相关“食安山东”标志尚在公开征集,相关授标使用办法还在研讨制定中。

“食安山东”品牌是在省政府的领导下,在食品安全监管部门的培育指导下,在本报等主流媒体的大力支持下,由品牌企业联合打造起来的,它是山东食品安全领域诚信品牌美誉度的集成,也是美德山东建设的一部分。

政府作为执法和管理部门,对食企可以是裁判员加培育员角色,可以推荐并帮助审核用标企业的资质,但不宜直接决定授标与管理,否则,很容易滑入裁判员当运动员的边沿。各食品相关企业协会能直接用标授标吗?协会是所有会员的聚合体,它不能代表品牌企业,因为品牌企业未必入会,而入会的有相当一部分是非品牌。协会可以积极帮助品牌会员做好“食安山东”品牌的建设和维护,连接协会和会员的纽带是会费,对“食安山东”这块招牌,有显而易见的风险。

“食安山东”标志的管理和使用,或许应该由一个品牌企业主导的带有公益性、开放性、影响力和社会公信力的企业自治服务平台来完成。把平台的开放性、影响力、公信力和品牌企业之间相互合作又相互监督制约的机制有机结合起来,才有望长久打造一个永远诚信光洁的金字招牌。

记者观察

## “请战”之前想好“凭什么”

□王赞

提起食企触网,广东算得上是“前辈”。记者想起14年前去广州参加的一个活动,那是2000年5月,一个国内首次以行业的形式举办的电子商务研讨活动——“食品行业迈入电子商务实务论坛”。

当时,乐百氏企业的何伯权、广东健力宝集团的李经纬、广州珠江啤酒集团的杨荣明等300多家广东省大中型食品企业代表以及微软、网易、搜狐、新浪网、TOM.COM等IT行业的代表一起进行了圆桌讨论,从政府对电子商务建设的政策法规

到国内外电子商务发展趋势;从著名IT厂商的电子商务解决方案演示,到食品行业电子商务模式的示范等等。香港科技大学为广东省食品行业提供了CN838.COM的触网基地。仍记得广东省食品行业协会的负责人说的那句话,食品企业触网,可以从根本上减少企业的工业消耗,改变传统的营销观念;仍记得那次活动的主题是“被动淘汰不如主动参与,电子商务的发展关键在于应用”。

说到应用,上周,联想集团在济南举办了一场以“新云力量”为主题的企业级解决方案品鉴会,记者与联想集团山

东大区总经理张文宇也谈到定位服务平台项目的应用方案,他跟记者讲了联想助力青岛啤酒营销的例子,“我们跟青岛啤酒在销售管理系统上的合作,就是联想每年大概对青岛啤酒有几千台平板电脑应用管理,青岛啤酒分公司业务人员的销售管理平台,都是在这上面跑的。数据与策略调整能在一个平面上实现,一目了然。”

解决好技术层面的问题,就要回到基础问题了。一个在实体店都得不到完美评价的食品,如果不做好充分准备而贸然进入电商平台,必然存在一定的隐

甚至危机。而那些在传统流通渠道都问题多多的企业和产品想依靠试水互联网销售来换运气,更是无稽之谈。日前,国家食品药品监督管理总局相关负责人表示,将严格落实国务院《2014年食品安全重点工作安排》,严厉查处通过互联网销售“三无”食品等违法违规行为。

食企“请战”电商前必须认清互联网只是一个工具,电子商务只是一种销售模式的本质,先要扎实地做好企业和产品,“优菜网”创始人丁景涛的话值得记住:如果靠欺骗赚钱,就不要做食品行业了,“积恶之家,必有余殃”,是殃及子孙的事情。



齐鲁晚报李岩侠  
品牌工作室策划

微博: http://weibo.com/u/3870363721  
品牌企业QQ群: 260469383  
主持人: 李岩侠 邮箱: clxia365@sina.com  
电话: 18678859550 0531-85193055