

山东食品企业诚信联盟开门纳谏,欢迎提供“食言食议”

食安山东咋建,两会代表为您传声

食安联盟QQ群:262327797

食药监局举报电话:12331

齐鲁晚报新闻呼叫中心热线:96706365

食安山东 品牌引领在行动

主办:省食安办 省食药监局 齐鲁晚报

征集:打假线索 诚信联盟企业 消费观察团

本报记者 马绍栋

“民以食为天,食以安为先。”近期热议的奶农杀牛倒奶事件、养殖业滥用抗生素事件等再度引发公众对食品安全的关注。2015年山东省“两会”将于2月上旬召开,您对保障舌尖上的安全有何想法?对“食安山东”建设有什么意见?对加强改善政府监管、引领科学消费又有何建议?即日起都可联系本报,我们将邀请山东食品行业两会代表委员将您的意见带上两会。

“关注食品安全,不能就产品说产品。如果不能从产业

链的最前端进行治理,单靠抽检是很难根治的。”多位食品界专业人士如是表示。比如,近期被央视等频频曝光的南京养鸭户滥用抗生素以及鲁抗医药大量偷排抗生素污水事件,一系列问题都再次证明,食品药物残留是一个系统性治理问题。

再比如,今年以来备受关注的奶农杀牛倒奶事件。“这件事不仅仅关乎农民赚钱赔钱,持续下去可能动摇国内奶源根基和整个产业安全”,我省某重点乳企负责人不无忧虑地表示,三聚氰胺事件后各地加强奶源建设,但受进口奶粉低价冲击,国内原奶价格陷入低谷,有些地方甚至出现了奶农以牛奶浇地的现象。一旦奶农养殖积极性受到打击,很难短时间修复,令整个乳品生产受制于外。“像当年的大豆一样,这是个产业安全的问题,最终会影响到国人的食品质量。”他说。

食品安全监管模式也需要不断创新完善。记者日前在禹城走访时发现,新组建的食药监局并不是完全靠“打击”来监管,而是从食品从业人员整体素质偏低现状入手,通过给食品从业者上道德课、教育课、培训课,从源头上筑起食品安全首道防线。

山东是食品生产第一大省,食品工业产值占全国1/6,食品安全方面向来有“山东安则全国安”之说。食安山东该怎么建?舌尖上的安全又该如何保障?欢迎您提出宝贵意见



牌引领作用。

据联盟秘书处负责人介绍,联盟成立以来,通过开展“食安山东”走进企业,促进生产消费互动了解建立互信,宣传发现优秀食企食安管控优秀经验推动“食安山东 品牌引领”等一系列活动,已经在社会上引起强烈反响。

记者了解到,本联盟内许

建议,我们将对此进行整理总结,并邀请山东食品行业的政协委员、人大代表将这些建议带上“两会”。参与方式如下:邮箱:daxia365@sina.com,“食安山东”诚信联盟交流群QQ:262327797;齐鲁晚报新闻呼叫中心热线:96706365;食安山东微信公众号:haochihaoh365;“食安山东网”:http://shian.qlwb.com.cn。



多企业掌门人都是省市乃至全国“两会”人大代表或政协委员,他们在参政议政推动产业发展、经济建设方面发挥着重要作用。在今年省两会召开前夕,本报特开门纳谏,面向各方征集食品安全治理的好思想好观点好做法好建议,并通过他们带上省两会,为“食安山东”建言献策。

(马绍栋)

食品生产有问题 当心被约谈

本报济南1月11日讯(记者 马绍栋) 为有效防范和及时消除已发现的食品安全生产隐患,省食药监局日前出台《关于加强生产环节食品安全约谈工作的指导意见(试行)》。意见明确规定,凡发现未履行食品安全主体责任等七种情形的,食药监管部门将对企业主要负责人进行约谈,并将对约谈整改落实情况进行跟踪核查。

根据意见,监督抽检中发现食品生产者存在食品安全隐患等七种情形将被约谈,必要时监管部门还将邀请相关技术专家、人大代表、政协委员、媒体记者等参与约谈。同时,相关约谈记录都会被如实记录并存档。

其实,约谈方式在我省已有尝试。去年9月份,省质监局一次对57家不合格企业法人代表进行集体约谈,规模之大系全省首次。而去年年初,针对沸沸扬扬的五香驴肉掺狐狸肉事件,省食药监局也特别约谈沃尔玛高层,并直指其作为食品经营者未尽检验之责。

省食药监局相关人士表示,被约谈的行政相对人无正当理由拒不按时参加约谈或者未按要求落实整改将被记入诚信档案。“约谈是食品安全监督管理工作的措施之一,不影响、不代替依法应对被约谈单位违法违规行为给予的相应处理。”

同时上榜“2014最具竞争力企业”,再度以高品质打动世界

青啤高票荣膺“最具世界影响力中国品牌”

品牌尚道

“高品质”是全球品牌锻造第一课

111年来,青岛啤酒与这个国家一起沐风栉雨,成为时代变迁的见证者和参与者。把握时代脉搏,坚持创新驱动发展,让青岛啤酒始终焕发着青春的蓬勃动力;恪守“好人酿好酒”的原则,令青岛啤酒一以贯之的品质打动了全世界。与时代共振,青岛啤酒以激情照耀梦想,在中国与世界的沟通中,成为代表中国智造和华夏文化的一张名片。这,正是“寻找具有世界影响力的中国品牌”组委会给予青岛啤酒的颁奖词。

的确,无论是大数据时代的海量“民意”调研,还是公认的评估企业声誉的诸多榜单,都从多个角度层层印证了,高品质依然领衔企业第一核心竞争力,是成就品牌全球影响力的坚实基础。以111年坚守酿造好啤酒的时间为经,以出口85个国家和地区的空间为纬,青岛啤酒用一以贯之的高品质征服了全球消费者。这源于青岛啤酒百年来对“好人酿好酒”这一酿造文化的坚守,从一粒大麦、一颗酒花、甚至一滴水开始优选,在原料选择上始终坚持“世界最好”的标准,让世界各地的青啤粉丝们尊享“全球品质如一”的“一罐”好啤酒。

近日,“寻找具有世界影响力的中国品牌”颁奖盛典在北京钓鱼台国宾馆举行,以品牌价值、市场占有率、美誉度、创新力、忠诚度、知名度、中国元素等六大指标为依据,综合移动端及PC端网友投票,青岛啤酒股份有限公司以高票荣膺“最具世界影响力中国品牌”榜单。与此同时,青岛啤酒亦荣膺“2014年最具竞争力企业”。“新常态”下,百年青啤再次以创新、发展、质量和速度向全世界“秀”出骄人的风采和活力。



在国际市场上,青岛啤酒代表着“高品质、高价格、高可见度”这一“中国智造”该有的经典模样,努力以一企之力提升中国品牌在全球的竞争力和影响力。从原料筛选到酿造工艺,无论是每一瓶啤酒都要经过1800多道关口的严格检测,还是“连刷瓶水都要品尝”的全过程用“嘴”把关,它始终用精酿引领品质消

费,也让全球消费者再次用口碑验证了,高品质保障是品牌锻造第一课。

“创新”基因持续打造内生竞争力

纵观全世界基业长青的公司,拥抱变化和勇于创新无不是

青岛啤酒在纽约时代广场

它们的重要战略和雄踞行业翘首的秘籍。这些年,青岛啤酒始终坚持在营销、生产等领域强化创新,致力于打造“令消费者尖叫的产品”、不断拓展品牌内涵和高度,通过深化品牌的年轻化来撬动全局,做“与时俱进”的公司。

拥抱移动互联时代,百岁青啤依然身形矫健。创新产品研

发,从“鸿运当头”到“炫奇果啤”,再到大精酿时代的开启之作“经典1903”,它紧盯新时代消费需求的变化,不断以细分市场 and 个性化产品赢得消费者点赞;拓展新的渠道,它首家进驻微信商城和亚马逊,首家开设社区酒吧,在新兴渠道里的销量始终稳居榜首;创新产品+互联网服务,24小时冷链配送的原浆啤酒,跑赢了消费者对惊喜的期待。

青岛啤酒品牌的“年轻化”,就是要做有意思的品牌,搭建互动体验一起玩的平台,增强消费者黏性。它绝不仅仅是外在形象的变化,而是以组织、机制、人才“年轻化”保障品牌年轻化真正实现,从而使百年青啤永领风骚。青岛啤酒用“创新”成功改写传统企业容易随岁月增长而放缓的宿命,虽历经百年风雨,亦永保创新速度和激情。

瞧,当许多人还在为移动互联网时代的冲击或兴奋或焦灼不已时,一个传统的老牌啤酒企业,已悄然搭乘“创新快艇”成功突围,用个性化、高端化、定制化的新产品,让小伙伴们不断“尖叫”;品牌营销上也更加精准和“有意思”,在与消费者互动中倍增了黏性。这就是一个111岁老牌酒企的新玩法,一个敢于为创新而“出走”的百年品牌,它用高品质产品、年轻化品牌、有质量的发展,演绎着又一个神采飞扬的新春。