

## 省财政5000万打造“食安山东”放心品牌 用于购买检测设备,支持示范城市、街(区)、市场创建

本报济南4月26日讯(记者 韩笑 通讯员 孔进 严文达) 近日,山东省财政下达省级以奖代补专项资金5000万元,支持全省开展“食安山东品牌引领”行动,打造食品安全放心品牌。资金采取年初提前下达、年终考评结算方式,支持济南、烟台、潍坊、威海等地开展食品安全城市示范创建试点,在全省开展餐饮安全示范街(区)创建、学校食堂食品安

全示范创建、食品及食用农产品批发市场示范单位创建等活动,主要用于购买食品检验检测设备等,提升食品检验能力。据介绍,“食安山东”行动要大力培育放心食用农产品。加快发展现代农业,提高农产品规模化水平、加快“三品一标”产品认证,提升加工食品质量安全水平,推进食品流通转型升级,促进餐饮消费健康发展。2015年年底,蔬菜、果品

等优势农产品标准化生产程度提高到70%以上;“三品一标”(无公害农产品、绿色食品、有机食品和农产品地理标志)产品产地认定面积比率提高到60%以上;15%以上的规模以上食品生产加工企业创建为食品生产加工示范企业。20%以上的大中型商场、连锁超市、食品及食用农产品批发市场创建为食品经营示范单位。每个乡镇和城市社区分别创建2户以上

食品经营示范店。每市打造1-3家管理规范、服务便民的大众餐饮连锁店;每个县(市、区)创建2-4个地域特色鲜明的示范街区和一批示范店。

《“食安山东”品牌引领行动方案》规定,2015年底,通过开展品牌引领行动,打造一批具有地域特色和市场竞争力的食品放心品牌和示范单位。到2020年年底,形成食品安全现代治理体系和治理能力,“食安

山东”品牌带动效应充分凸显,将山东建设成全国农产品和食品消费最安全、最放心的地区。



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

## 包装饮用水新国标下月实施

# 矿物质水富氧水等退出市场

《食品安全国家标准包装饮用水》(GB19298-2014)将于下月实施,新国标将矿泉水之外的包装饮用水统一归为两类,不是纯净水就归结为其他类饮用水。这也意味着目前市场上矿物质水、小分子水、离子水、富氧水等诸多称谓的包装饮用水名称将退出市场。

本报记者 王赧  
实习记者 徐睿明

### 用水的成分命名 行不通了

24日,本报记者走访了济南多家超市的瓶装水销售区,发现多个品牌的几十种瓶装水,这其中不乏矿物质水、富氧水等五花八门的名称,这些号称有多种营养成分添加的瓶装水价格比普通水高出了很多,比如正常饮用水的价格是1元/瓶,但是富氧水的价格就是3元/瓶。很多消费者表示,“谁知道富氧水什么的到底是啥意思,不管十几块钱,几块钱的水,还是一块钱的水,反正都是解渴。”

据了解,十年前,康师傅控股推出矿物质水,曾招质疑,有说法称,矿物质水容易让消费者误解为矿泉水,有补充营养的功能,而实际上与天然矿泉水不同的是,矿物质水只不过是水添加了一些食品添加剂而已。正是基于此国家才出台相应规定,禁止“矿物质”等容易引起误会的名称继续使用。2014年12月31日,国家卫计委



颁布了《食品安全国家标准包装饮用水》安全标准,其中明确规定包装饮用水名称应当真实、科学,不得以水以外的一种或若干种成分来命名。

记者了解到,该包装饮用水食品安全国标,是强制性标准,于2015年5月24日起实施。新国标对包装饮用水进行了归类,划分为饮用纯净水和其他类饮用水两类,即不是纯净水就归结为其他类饮用水,矿物质水、离子水、富氧水等名称将逐渐退出市场。与此同时,新国标还对水源原料进行了限定,并增加了标签标识的规定,包括当包装饮用水中添加食品添加剂时,应在产品名称的邻近位置标示“添加食品添加剂用于调节口味”等类似字样;包装饮用水名称应当真实、科学,不得以水以外的一种或若干种成分来命名。这两条新规将从2016年1月1日起执行。

### 下半年饮用水 将集体换装

日前,康师傅矿物质水已改用新的名称——康师傅优悦。24日,本报记者走访济南多家超市瓶装水销售区,对比康师傅矿物质水新老包装,老包装标签特别突出“矿物质水”字样,“康师傅”字样显得要小;而新包装则是“双面标”,一面显示“康师傅优悦矿物质水”,一面显示“优悦矿物质水”,但“矿物质水”字样不再显著。康师傅相关负责人表示,这是为顺利实现标识切换的过渡标签,后续将逐步切换成完全没有“矿物质水”字样的“优悦”瓶标。康师傅同时声明,更名之后产品的质量和价格不会受到任何影响。包装变了,瓶装水价格并未调整,550ml装矿物质水价格为1元左右。本报记者在

走访中了解到,除了康师傅矿物质水包装已更改,其他如可口可乐等品牌饮用水包装暂未改变。对于新国标,多家生产瓶装水的企业纷纷表态,将根据相关国家食品安全标准对包装饮用水产品的要求,对包括标识在内的相关事项进行调整,确保符合新的规定。

中商产业研究院数据显示,2014年中国包装饮用水类产量7816万吨,同比增长17.5%。2010年至2014年中国包装饮用水类产量逐年上升。预计2015年包装饮用水类产品也将保持超过10%的增产速度。

下个24日新国标正式实施后,瓶装水包装上“矿物质水”名称不会马上消失,品牌水厂家还有半年多的缓冲时间。只不过要看企业是否能充分利用好剩余的时间,做好企业产品的调整,在调整的过程中或许会有更大的商机也说不定。

### “食安山东·诚信守望” 典型启动征集

又是一年食安周将至,国家食安办已发出关于开展2015食安周宣传的通知。日前,山东省食品药品监督管理局与本报联合征集“食安山东·诚信守望”典型宣传已经启动。

省政府“食安山东”品牌引领行动实施一年以来,在各地基层监管中,成效突出、模式创新的食药系统监管经验和模式,例如潍坊产业集群全产业链治理模式、禹城地方主导产业集群品牌引领模式、沂水大型食品产销集散地治理模式、威海政府引导产业源头治理模式、济宁菏泽良心良田良食——以乡村道德建设促食安生产模式等等;优秀“食安山东”品牌示范企业,及其在企业诚信建设、质量管理控制方面的突出做法、经验和成效;尚德守信模范人物和事迹,各种诚信、质量、品牌故事……

本报“食安山东·诚信守望”系列专题,择优对各地所选报优秀典型人物和事迹进行采访报道,并将于2015全省食安周启动仪式后,组织“食安山东——全国主流媒体看山东”媒体采风活动。带领全国主流媒体代表、新媒体及食品界自媒体精英大V,分赴各食安治理典型单位和企业现场采访,全面展示山东食安治理成效、先进经验和模式,扩大“食安山东”在全国影响。

食品安全,政府有责任,企业有义务,媒体有担当,消费有信心。它需要全民参与,也需要全产业链协同共建,请您参与。

线索推荐:96706365、18678859550  
邮箱:daxia365@sina.com

# 优质优价是中国奶粉的唯一出路

一年前率先向高价洋奶粉开战推出优质优价中国好奶粉的君乐宝,如今已不再是孤军奋战了。日前新希望以“百元价格+电商渠道”的模式开始进军奶粉市场,新推出99元婴幼儿奶粉,雅士利方面也表示5月也将会推出一款百元左右的进口奶粉,中国奶粉市场一个全新的优质优价阵营已经形成。行业内部信息透露今年年底最起码还有3-6家大型企业要推出100-150元奶粉,这一阵营还将继续扩容。

从市场环境来看,目前中国本土奶粉品牌正在迎来黄金发展期,反攻形势十分有利。国家政策逐渐收紧,行业标准不断提高,国产奶粉水平已有了大幅提升。反观洋奶粉正面临日益严峻的情况,随着中国消费者日趋理

性,洋奶粉食品安全问题不断被曝光,洋奶粉品牌光环已不再新鲜。市场数据也透露出这一点,数据显示,2014年洋奶粉份额已经呈现下降趋势,国产奶粉市场份额趋向稳步提升。根据AC尼尔森最新数据,在母婴店和商超渠道,排名前十的奶粉品牌中,国内奶粉品牌在数量上首次与外资品牌持平。从市场占有率看,在母婴店和商超渠道,外资奶粉的市场份额也在下滑。

时至今日,放眼世界经济全局,再看大众平时逛淘宝买东西的心态,无外乎:物美与价廉。换而言之就是——高品质、高性价比。这是市场和消费者永远不会拒绝的条件。奶粉同理,优质优价也将是国产奶粉崛起的新坐标。在这个坐标轴里,纵轴代表

品质,越高越好,要向世界一流水平看齐,才能重新提振消费信心。横轴代表价格,要有竞争力,要与国际接轨,控制在一条合理的价格基准线以内,像君乐宝奶粉的优质优价便来自其“全球资源+互联网思维”的模式。原奶方面,君乐宝奶粉优选全球最佳供应源,诸如优选爱尔兰Kerry集团的D90脱盐乳清粉。率先通过了欧盟BRC、IFS双重认证,力证品质已获得欧盟全境认可。另一方面,以互联网思维碾压主流价格即确保“优价”。在销售渠道上,颠覆常规,省去了中间各销售环

节的费用与利润,以厂价直供送到家。

市场是优质优价奶粉的最佳试金石,已经给出了最直观的答案。2014年4月12日君乐宝奶粉一上市就受到了消费者的热烈回应,至7月22日上市百天时,官方旗舰店销量便当日排名第一,创下了天猫平台有史以来国产奶粉最佳战绩。2014年11月11日双十一大促,登上奶粉类销量榜首,这是天猫平台有史以来国产奶粉首次超过洋奶粉排名第一。今年4月12日上市一周年当天,官方旗舰店10分钟销售额就突破100万,又实现全天销售额突破700万。截至今年3月底,君乐宝奶粉累积销售额已突破3亿元,获得了50万消费者信赖。消费者对优质优价奶粉的

认可和信赖,也吸引越来越多厂商在模式上向君乐宝看齐。除了新希望、雅士利以外,还有国内一些老品牌的国产奶粉厂商也都纷纷推出了百元产品,希望提前布局市场。连价格一向坚挺的洋奶粉也主动向这一价格靠拢。粗略统计,上市一年来君乐宝奶粉带来的连锁效应已经为消费者节约了上百亿的奶粉钱。

优质优价新阵营,将会是一股促成国内奶粉品质和价格回归的重要力量。虽然从大市场来看目前还只是小气候,但不可否认的是这个阵营在市场上、行业上引起的一系列反响已是深层次的、裂变性的。相信这个阵营引发的国产奶粉蝴蝶效应仍会持续发酵,假以时日终会演变成大趋势。文/俊昭