



# 食品业再塑形象

## 南京商业迎来发展“良机”

3·15 来临之前,食品安全与食品质量再度成为消费者关注的焦点。

如何重拾消费者信心,对食品安全严格把关,成为伊利、元祖、海思美科等具有社会责任感的食品企业共同努力的方向。

后三鹿时代,中国食品行业正在着眼于安全与质量,在经济寒冬中书写“暖冬”之笔。

本组整理 黄建军



食品的质量与安全一直是公众关注的焦点

### 食品行业空前透明

三鹿事件使中国企业数百亿的品牌资产瞬间灰飞烟灭。危机之后,也使每一个中国乳业人认清一个事实:一旦品牌价值的质量系数变成零,那么品牌价值就会归零。在三鹿奶粉事件爆发后,中国乳企选择了直面存在的问题。各种零距离的参观活动、各种为了强化品质而开展的工作举措纷纷推出。危机之后的中国乳业反而显现出从未有过的全行业透明化和品质优化。

以伊利为例,截至目前,已有包括质检总局、工商局、卫生部等各相关部门领导、食品安全专家、中外媒体、消费者在内的数万人共同走进伊利的工厂,亲眼见证了伊利“放心奶”的生产全过程。“只有将自己全部透明,才能让消费者真正放心。”伊利有关负责人表示。

危中求机,三鹿事件也给市场加入了新的变化。海思美科羊奶有关负责人表示,国家标准中允许麦芽糊精添加,但为了产品更为安全,海思美科绝不添加,同时,每一批产品都有不含三聚氰胺检验报告。

### 产品质量更上台阶

除了全程透明以博得消费者放心,食品企业也在绞尽脑汁提升产品质量、保证食品更为安全。

据了解,伊利正在推进“奶联社模式”。这种在国内首创的“奶联社”代表了中国乳业奶源基地建设的发展方向。由奶牛养殖户、政府职能部门、奶站经营者等组成的“奶联社”,确保了奶牛的科学养殖,从而进一步保证了高品质奶源的稳定供应。海思美科瑞士除膻工艺,专为亚洲人的体质设计配方。元祖食品则在其 260 余家门店中提升产品质量标准,力求以时效确保品质新鲜、保证供应高质量的产品。

作为奥运会食用油供应商,金龙鱼在产品的研发上再次成为行业先锋,将食用油与人体膳食健康方面的研究首次深入到脂肪酸领域,推出获得国家发明专利的能帮助人体膳食脂肪酸平衡的第二代调和油、对缓解心脑血管疾病有一定作用的玉米油等产品,开发的强化维生素 A 的大豆油和菜油也为消费者提供了更多的健康用油选择。在流通环节,严格对储存、运输过程进行全过程跟踪和可追溯管理,精密掌控产品的流通去向和具体位置,具备在 24 小时内对每瓶“金龙鱼”产品进行有效召回的能力。每年,金龙鱼还会不定期地对产品召回进行演练,确保服务体系时刻处于备战状态,保证消费者购买的都是

健康放心油。

健康放心油。

### 热心公益形象再塑

在修炼内功的同时,食品企业也热心公益,以助力恢复整个行业的形象。

日前,美赞臣对外公布了 2009 年“关爱传中国”公益计划,预备将更多的关爱倾注在对有需要群体的医疗保健资助上,利用自身的专业技术优势,为中国母婴的健康护航。“给孩子他们一生中最好的开始”是美赞臣公司一直坚守的核心理念,在今年的公益计划当中,美赞臣也仍然以关注母婴健康为主题。据美赞臣的负责人称,今年活动的公益模式较往年有更大创新,更注重“造血”扶持式的救助。

2007 年开始,华润怡宝就启动了百所图书馆计划,在 2008 年,更是升级为“1+1 中华强”为乡村孩子捐建百所图书馆公益活动,用一瓶水交换一本书或一件体育用品,为山区孩子捐建百所图书馆、百所体育课室,华润怡宝把企业的分享理念传达给了消费者的同时,也让消费者对企业有了一个情感上的认同。海思美科羊奶则建立了大型的健康生活馆,主要给中老年人及社区单位提供健全的文化生活。



今年,中国消费者协会将 3·15 主题确定为“消费与发展”。

在当前的经济环境下,南京商业如何认知消费与发展?白下区主管商贸的副区长焦勇做客本刊新闻会客厅,解读今年的 3·15 主题。



白下区副区长焦勇

**商业消费:** 作为白下区分管商贸的副区长,您对今年的主题有怎样的理解?

**焦勇:** 从这几年的变化可以看出,3·15 主题都契合经济走势,今年,是在当前金融危机影响仍未退去的情况下,唤起国人对消费的认识,这吻合拉动内需的大环境。

从今年主题的两个关键词也不难看出,“消费”仍是一个热点,并在此基础上强调了“发展”。作为经济发展的推动力量,消费扮演着重要角色,也是让老百姓分享改革开放成果的一个途径。我认为,在当前的经济环境下,是消费进一步深化、第三产业谋求发展的好时机。

**商业消费:** 我们注意到,金融风暴以来,如何拉动内需、刺激消费,成为各级政府的一个重要工作。白下区拥有中华第一商圈——新街口,近期的销售表现如何?

**焦勇:** 金融危机让老百姓捂紧了口袋,但对新街口商圈来说却是一个好的机遇。从 1 月份的统计数据来看,白下区的社会消费品零售总额增长了 40% 左右,再创历史新高,这和新街口商圈的贡献密切相关。新街口商圈再次显示了极强的消费吸聚能力,成为南京人消费的“热岛”。

**商业消费:** 从数据来看,以新街口商圈为代表的南京商业表现抢眼,似乎看不到金融危机的影响?

**焦勇:** 尽管从数据上看是购销两旺,但我们仍要看到,金融危机的影响远未结束,过于乐观并不可取,消费结构仍面临着调整压力。

**商业消费:** 那么,您对目前的形势是如何判断的?

**焦勇:** 危中求机,当前的环境下,正是南京商业“练内功”的好时机,不仅仅是商品结构的提档升级,同样也是服务水准的升级,从而让消费者的感觉得到提升。

**商业消费:** 在促进消费,谋求商业发展上,政府将扮演一个什么样的角色?

**焦勇:** 仍是那句话,政府是个“服务员”,在刺激消费、谋求发展的环境下,为商家和消费者做好服务。以新街口为例,为了改善商圈环境,今年,白下区将保洁支出由原来的每年 20 万元大幅提升到了 100 万元,重点地段要求实现 5 分钟保洁。同时,在商圈管理上谋求提升,工商、质检、物价等职能部门联手,目前正在推进“服务标准化”的试点,比如“价廉物美”是个什么程度,都将做到有具体的标准。

快报记者 黄建军

**源自南京 服务更放心**

# 3·15

**黄金普通饰品特惠价 242 元/克**

◆宝庆银楼于 3 月 15 日当天为消费者开展**首饰免费清洗、免费整形、珠宝知识咨询**等惠民服务。

活动时间: 2009 年 3 月 13 日 -- 3 月 15 日  
活动地点: 宝庆银楼太平南路总店及南京市各专卖店

**宝庆银楼荣获:**  
**南京文明企业**  
**南京市质量管理奖**  
**南京市诚信单位**  
**南京市和谐劳动关系先进企业**  
**中国珠宝玉石首饰行业优秀放心示范店**

详情见店公告

客服热线: 025-  
**84509999**  
www.baoqing.com.cn

**中国驰名商标**

China  
100th Anniversary  
Brand  
中华世纪坛

**宝庆银楼**  
(南京市太平南路 107 号)