

CFE2007: 以打造品牌的标准打造调味品专业展会

现今,“品牌”这一舶来词语,已经成为厂家商家逐利市场的最佳利器,围绕品牌这一概念展开的营销策略与操作实务,正在深刻变革着“年轻”的中国企业家们的身体、血脉和大脑。一位美国品牌专家说过,产品是工厂里生产出来的,而品牌是由消费者心理认知在市场上产生出来的。要想成长为一个颇具“品牌”实力的行业盛会,以良好的口碑和行业影响力称雄同类展会中国调味品协会相关人士表示,专业化的品牌培育思路,是中国国际调味品及食品配料博览会(简称CFE)成长、成熟,并获得成功的最大原因。

据中国调味品协会白燕秘书长介绍说,协会办展的目的是为行业和企业服务,创新与服务始终是行业协会的一贯宗旨。真实反映调味品行业发展的真实现状,为调味品产业中的各类企业、机构牵线拱桥,再建平台,提供合作契机,实现双赢和多赢。协会办展,是在承担一份推动行业发展的责任,不会单纯以盈利为目的,会广泛听取广大会员、参展商和专业观众的意见,提高办展水平。特别是展会期间举办的一些深受企业和观众欢迎的对企业有益的活动,多种创新性的尝试,CFE2007成为整个行业年度成果展示与共谋进步的重要补充和延伸。以打造品牌的标准打造调味品专业展会,将会使CFE2007更上一层楼,使博览会成为推动调味品行业不断进步与创新的牢固平台。

据悉,2007年的调味品博览会,将于2007年的11月14~16日在北京国际展览中心举办,目前,各项宣传推广与招商工作已经启动,“我们期望有一个规模更大的高水平调味品行业专业博览会奉献在国内外业界人士面前。”

雀巢支持工商行政管理部门食品安全新活动

近日,在国家工商行政管理总局支持组织的“流通环节食品安全监管系列丛书赠送仪式”上,雀巢公司联手蒙牛、娃哈哈和亨氏公司共同支持食品安全知识送书下乡活动。向不同省市的工商机关执法人员赠送了新出版的食品安全丛书。

国家工商行政管理总局消费者权益保护局卢燕刚副局长在赠书仪式上致词:加强流通环节食品安全监管工作,不仅是摆在各级工商行政管理机关面前的迫切的任务,同时也是社会各界及广大人民群众共同关心的重大问题。在仪式上,雀巢、蒙牛、娃哈哈和亨氏公司的代表们纷纷表示支持这一送书活动。



雀巢中国技术总监顾德先生在仪式上表示:“雀巢作为中国食品行业中的一员,非常荣幸参与支持这项为提高执法者、经营者和消费者食品安全意识而进行的普及食品安全法律和知识的活动。中国食品市场的进一步规范化和有序化对我们大家都是有利的。此次活动将对维护消费者权益、营造流通环节食品安全的良好法制环境,构建和谐社会起到积极作用。”

为支持此次活动,雀巢将向全国不同省市的工商部门赠送八百套食品安全监管丛书。北京、天津、湖南、湖北、河南、河北、黑龙江、安徽、江苏、江西、浙江、四川、云南、山东、贵州。

英国食品标准局(FSA)发布食品标签新指南

英国食品标准局(FSA)于日前向全国的食品生产商和零售商颁布了新的食品标签指南,以方便对食品过敏的人群。

与谨慎添加食品配料的情况不同,英FSA现在还没有法定的控制手段来规定如何就因食品在供应链上的交叉污染可能出现的过敏原这一情况进行标注。

英国食品标准局的《过敏原管理和推荐标签指南》提供了一个自愿性的最佳做法指南,以帮助各种规模的企业来确定与各种过敏原交叉污染的风险。同时,该指南还提供了他们推荐的对消费者来说更清楚易懂的标签。

英FSA针对小企业专门编制了一本小册子。而对许多大一些的公司来说,他们的需求和关心的问题繁杂多样,难以对此加以说明解释。

据了解,英国有高达150万的人群有食品过敏的情况,让他们完全了解他们所购买的食物中到底含有哪些成分是至关重要的。而推荐的标签方法只有在经过全面的风险评估后,确实存有交叉污染的过敏原这种风险的情况下才能使用。过多使用可能有过敏原这类的警告标签会限制消费者选择的范围,降低警告标签的警示作用。

康宝莱进军秘鲁 开设全球第63个市场

近日,全球营养品直销公司康宝莱宣布正式进军秘鲁市场,并将康宝莱秘鲁公司设在首都利马,由此,秘鲁成为了康宝莱在全球的第63个市场。

位于美国加利福尼亚的康宝莱公司始创于1980年,1994年开始在南美洲的委内瑞拉和阿根廷运作业务,秘鲁是康宝莱公司在该大洲的第七个市场。“康宝莱继续通过向各阶层的人们提供优质的营养和优秀的业务机会来实现公司让人生从此更精彩的愿景。”

公司总裁兼首席运营官彭阁瑞说,“通过康宝莱的帮助,秘鲁人民将发现达到个人健康和财务目标的新方法。”

据了解,公司已在秘鲁市场推出四款康宝莱营养系列产品,包括公司的拳头产品一号配方营养奶昔(三种口味)以及三号配方优质蛋白粉。公司计划于2007年第一季度和第二季度再分别推出六种全新的营养产品和护肤系列。

艾默生的高准科氏流量和密度测量技术荣获2006年Frost & Sullivan 技术领导奖

2006年12月11日,艾默生过程管理荣获 Frost & Sullivan 2006年度技术领导奖。艾默生过程管理是艾默生业务的一部分(NYSE:EMR)。此次获奖是为表彰公司在高准科氏流量和密度测量技术上的贡献和发展。

科氏技术是大量体积气体和液体测量应用的理想选择。它为广泛的工况环境提供了高精度的测量。其他的测量技术可能需要额外的压力和温度设备,而一个科氏流量计就可以直接测量出质量和密度,并具有很高的过程效率和可靠性。

自1997年推出第一款实用的科氏流量设备,艾默生进一步发展了科氏技术,并在全球大量的工况应用中安装了50多万台高准科氏设备,建立了自己在这领域的领导者地位。

由于科氏技术有很高的精确度,而且只需要一台设备就可测量出流量和密度,所以它对测量精确度有很高要求的各个行业有巨大影响,例如液化天然气的贸易交接,压缩天然气以及石油和汽油行业。

Frost&Sullivan 研究分析师 Miriam nagel 指出:“因为用一台设备就可以测量出酒精浓度和流量,科氏流量测量技术也可用于乙醇生产和质量控制。由于公司在发展科氏测量技术上付出的开创性努力和在该领域长期的领先地位, Frost & Sullivan 授予艾默生过程管理技术领导奖。”

艾默生过程管理总裁 John Berra 表示:因科氏技术而得到认可,我们感到非常荣幸。该技术使全球的用户得到高精度度和性能的应用。非常令人满意的是:我们从七十年代就开始研发并应用这项技术,一直到今天我们都不断的发展中,拓展这一创新测量方法的应用。

携手麦修斯 科诺华进军国际市场

2006年12月18日,国内喷码机行业领航企业北京科诺华电子技术有限公司在北京与全球喷码标识产品的领导者美国麦修斯公司共同宣布,将展开战略合作,携手为广大用户提供一流的专业化和个性化产品标识解决方案。

据悉,双方将共同投资组建现代化的工厂厂房,并在技术研发、提供解决方案等多个领域展开全方位合作。科诺华总经理张秀传表示,此次双方合作意义重大,将加快科诺华走向国际的步伐,为全球用户提供优质的产品和服务。麦修斯标识产品公司总裁布莱恩·邓恩先生也认为,麦修斯公司非常看好中国市场的发展前景,希望通过和中国最大的喷码机企业科诺华的深入合作,推动麦修斯公司具有世界领先水平的产品为广大中国用户服务。

科诺华公司在1996年开始批量生产喷码机,打破了西方发达国家对这一高科技产品的垄断。经过10年的发展,科诺华已经成为市场销量排名第一的国内喷码机企业,同时加快了进军全球市场的步伐。至2004年,产品已出口到澳洲、欧洲、东南亚、中东等国家和地区。一些行业人士分析,此次通过与麦修斯公司强强联合展开合作,科诺华将进一步巩固自身在国内市场的领导地位和优势,同时在全球市场上积极扩大影响力,实现一个民族品牌迈向世界品牌的全面提升。



热电与飞世尔合并

——科学仪器公司 Thermo Fisher Scientific 正式起航

2006年11月27日,原热电科学仪器公司和飞世尔科学公司在北京联合召开新闻发布会,宣布双方的合并完成,新的实体 Thermo Fisher Scientific 正式宣告成立,同时也揭开了公司总裁兼首席执行官 Marijn E Dekkers 中国之行的序幕。

在会上, Dekkers 先生介绍了有关 Thermo Fisher 的合并完成情况,并表示:“合并后的公司将继承原热电公司领先的分析仪器制造技术和飞世尔公司世界知名的实验室耗材与试剂产品,通过 Thermo Scientific 和 Fisher Scientific 两大旗舰品牌为用户提供先进的技术方案和全面的流程服务。”

合并后的 Thermo Fisher 成为了科学仪器领域的“巨人”,新公司将位列财富杂志排行榜全球前300强,年销售额90多亿美元,全球拥有员工约30,000人,服务将近350,000家客户。这个新科“巨人”对中国市场有着无限期望,正如 Dekkers 先生介绍的:中国是新公司全球战略中非常重要的一个环节,公司现有中国雇员约800人,预计2006年中国市场的销售额将达到2亿美元。”

Dekkers 先生此次中国之行的另一个主要目的就是与国内的主要客户进行沟通,寻求更广泛的合作,从而提供更为优良的产品和系统解决方案。北京新闻发布会后, Thermo Fisher 在其位于上海张江的中国总部举办了主题客户日活动。此次活动邀请到来自各行业的客户四十余人,中科院上海生物工程研究中心中国工程院杨胜利院士也应邀参加了该活动。

新成立的 Thermo Fisher 将与蓬勃发展的中国市场一道努力,使世界更健康、更清洁和更安全!



健康意愿促旺全球保健产业

随着越来越多的消费者寻求新的健康感觉,保健产业正打着全面健康生活的旗号走向全方位的繁荣,同时也面临一些挑战。

据英国《经济学家》周刊日前报道,保健产业现已包括许多子领域,如休闲疗养、传统医药和替代医药、行为疗法、精神疗法、营养和美容等。越来越多的消费者寻求全面健康,单一的健身、医药或休闲已不能让他们满意。

美国亚利桑那州的坎宁兰奇公司采取的就是全方位保健服务战略。该公司创建于1979年,当时公司推行的新时代户外活动还没有被人接受。如今,坎宁兰奇被认为是超级富豪们首选的保健品牌,俨然成为这一利润丰厚的新兴主流产业的代表。

该公司与全球领先的传统医药提供商克利夫兰诊所一道,推出一种将预防、诊断和治疗结合在一起的“主管健康”产品,还计划生产食品、护肤品以及一系列健康生活教材。

还有不少大公司也投身到保健产业的激烈竞争中。由美国在线共同创始人史蒂夫·凯斯创立的革新公司就致力于兼并具有创意和可行商业模式的小公司,以此向多个领域出击。

不少证据表明,从整体角度关注健康问题,重视预防多于治疗能减少医疗支出。希望降低医疗成本是保健产业崛起的原因之一,另一个原因是消费者对能让他们感觉更健康的产品需求增加。调查显示,每4个美国成年人中就有3人觉得他们的生活“失衡”,这说明提供使消费者感觉“平衡”的产品和服务的商机巨大。

不过,保健公司也面临一些挑战,比如,如何获得兼管不同市场领域的经验、如何维持产业信誉等。

国家质检总局将13类食品纳入生产许可证管理

从2007年1月1起,果酒、啤酒、黄酒、酱腌菜、蜜饯、茶叶等十三类食品被要求加贴质量安全标志“QS”。凡上述食品未获得生产许可证的企业,不得生产该产品,销售单位不得销售无生产许可证的产品。违者将按有关法律法规规定予以行政处罚。

加贴 QS 标志食品共三批

据了解,第三批13类食品包括茶叶、糖果制品、葡萄酒及果酒、啤酒、黄酒、酱腌菜、蜜饯、炒货食品、蛋制品、可可制品、焙炒咖啡、水产加工品、淀粉及淀粉制品。它们是继第一批米、面、油、酱油、醋共5类食品在2004年1月1日和第二批肉制品、乳制品、饮料、调味品(糖、味精)、方便面、饼干、罐头、冷冻饮品、速冻面米食品、膨化食品共10类食品在2005年7月1日进入无证查处后,第三批进入无证查处范围的食品。

实验室仪器联网典范

——药检所与赛多利斯携手合作

LIMS实验室信息管理系统是指通过计算机对实验室各种信息进行管理的软/硬件系统。上海市食品药品检验所自主开发的LIMS仪器网络软件,在赛多利斯公司的配合下,成功将赛多利斯电子天平、酸度计等实验室仪器通过网络实现数据自动采集、自动处理,保证了实验室数据的原始性、溯源性。同时,内置的药典标准能帮助实验人员快速判断检测结果是否符合标准。



该方案解决了实验室数据管理的几大难题。1. 数据溯源性,可用电脑存档并溯源仪器型号、序列号等所有与测量有关的数据。2. 数据正确性,避免人工记录造成的误差,并消除人为篡改数据、作弊的可能性。3. 可对仪器、设备进行统一、有效管理,如提醒仪器是否超过鉴定年限;监测环境温度/湿度是否超标;设定操作条件,加强实验室管理的可操作性。

这一由上海市药检所和赛多利斯公司共同努力的成果,开创了将电子天平等实验室仪器成功应用于LIMS仪器网络的典范,有助于实验室的规范化管理。

该方案用途非常广泛,不但能用在药检所等实验室领域,也可用在制药、化工、食品等工业领域,实现仪器的内部联网,并管理、溯源所有数据。

质检总局抽检发现超过 25% 辣椒制品含苏丹红

近日,国家质检总局在全国范围内组织抽检辣椒制品时发现,不合格产品中全部含有苏丹红。昨天,国家质检总局为此专门发布预警公告。



质检总局对辣椒粉、辣椒酱、油辣椒、豆瓣酱等预包装辣椒制品和散装辣椒粉的产品抽查中,抽查的137种产品平均抽样合格率仅为74.5%,不合格项目

全部集中在苏丹红I-IV号。其中,80种预包装辣椒产品的合格率为98.75%,仅有1种产品不合格,不合格项为苏丹红IV。预警公告说,对贵州、四川、重庆等地23个农贸市场抽取的57种散装辣椒制品(辣椒粉55种),合格23种,合格率为40%,不合格的34种产品全部检出苏丹红。

为此,国家质检总局建议,消费者到商场、超市选购正规厂家的预包装辣椒产品,需特别注意的是,市民慎购集贸市场不能提供检验报告的散装产品。消费者可查询国家质检总局网站了解具体名单。

我国蜂业发展取得明显进步 作用和地位日渐突出

——中国蜂产品品牌发展论坛暨颁奖典礼在人民大会堂举行

2007年1月19日,中国蜂产品协会在人民大会堂成功举办了“中国蜂产品品牌发展论坛暨奖”颁奖典礼,全国人大常委会副委员长顾秀莲为论坛揭幕,有关部门领导、专家、学者、企业家及各界人士共两百多人出席大会。

据不完全统计,从1996年截至2005年底,我国蜂产品行业的企业已成功获得411个国药准字批准文号和保健食品批文,其中具有国药准字批准文号的有82个,蜂胶作为保健食品的131个,蜂王浆作为保健食品的产品有155个,蜂花粉产品作为保健食品有40个,蜂蜜类3个,专利300多项,这些具有药准字和保健产品批号的蜂产品受到广大消费者的青睐;有的企业还取得了“中国驰名商标”、地理标志产品保护等,涌现出了一批“龙头企业+基地(或协会、合作社)+蜂农”的产业联合体。

2006年,经广大消费者投票和专家评议,评选出“中国蜂产品最具影响力十大品牌”和“中国蜂产品消费者满意(蜂蜜、蜂王浆、蜂花粉、蜂胶和复方)十佳产品”,必将进一步推动蜂产品行业的自主创新和持续稳定发展,为推进行业品牌战略打下良好基础。

虽然我国蜂产品行业在近年来取得了迅猛的发展,但与发达国家相比,我们在蜜蜂养殖和产品的生产、加工、科研等质量和技术水平方面仍然存在差距。蜂农的组织化程度有待于进一步提高,蜂产品出口以原料为主的现状需要进一步改变,产品质量和开发力度需要进一步提高和加强。我国蜂业发展要坚持以科学的发展观为指导,积极争取国家政策扶持,积极推动蜂业产业化经营,努力提高行业的自主创新能力和水平,进一步提高产品质量和市场竞争能力,在促进农业生产、帮助农民生产和促进人类健康方面作出更大的成绩。

食品用包装截至今年八月底“无证下岗”

近日,国家质检总局为首批通过食品用塑料包装、容器、工具等产品市场准入审查的29家生产企业颁发了生产许可证。国家质检总局食品生产监管司司长邬建平表示,国家质检总局最晚于2007年8月底开始,对此次列入准入范围的产品进行无证查处。

据悉,国家质检总局于2006年7月18日正式启动食品用塑料包装、容器、工具等制品市场准入工作后,决定扶持一批优秀企业做大做强,规范一批质量不稳定的企业提高质量水平,取缔淘汰一批不具备质量保证条件的企业,打击一批专门生产假冒伪劣产品的黑窝点。

据介绍,2007年,质检部门食品相关产品生产监管将突出4个重点。一是重点产品,即食品添加剂、食品包装、容器、工具等对食品安全影响较大的产品;二是重点区域,即相关产品生产企业集中区域;三是重点企业,主要是不具备质量保证能力的小企业和小作坊以及那些专门生产劣质产品的企业和窝点;四是重点问题,主要是滥用食品添加剂、使用有毒有害非食品原料加工食品、非法使用回收塑料加工食品包装容器和工具等问题。

与牛奶零距离 轻松喝到好营养

——专为中国人群打造的健康乳品“伊利营养舒化奶”今起上市

2007年1月23日,奥运会独家乳业合作伙伴伊利集团宣布:专为中国人群打造的“伊利营养舒化奶”正式上市。作为国内第一款可有效解决饮奶过程中“乳糖不耐受”问题的高水解率低乳糖牛奶,“伊利营养舒化奶”率先采用了UHT后无菌添加工艺和“乳糖水解”技术,代表了当前中国乳制品行业自主创新技术的最高水平。

伊利集团副总裁胡利平介绍说:“乳糖水解的技术攻关进行了大约4年,这款产品的研发用了1年多,‘营养舒化奶’通过无菌添加乳糖酶,将牛奶中的乳糖分解为葡萄糖和半乳糖,乳糖水解率达到90%以上,从而解决了乳糖不耐的问题。”



据统计,全世界普遍存在“乳糖不耐受”的问题,尤其以亚洲人最为严重。一项中国疾病预防控制中心的调查也显示,我国北京、上海、广州等地3~13岁儿童乳糖酶缺乏的发生率最高可达87%,且成人发生率更高。“乳糖不耐受”症因而也成为我国“全民饮奶工程”、“学生饮用奶计划”、“军队饮用奶计划”等活动顺利实施的一大障碍。

目前,“伊利营养舒化奶”的功效和产品生产技术都已经通过权威机构的鉴定。伊利集团与哈尔滨医科大学、西安交通大学医学院少儿卫生教研室和中国优生科学协会钙工程专业委员会数十位专家教授协作,对近2000名测试者进行了详尽的跟踪调查以及数据记录,结果显示:“伊利营养舒化奶”对乳糖吸收不良的改善有效率为96.6%,对乳糖不耐受症改善的显效率为90.1%,有效率为96%。

针对伊利此次推出针对国人体质的“伊利营养舒化奶”,中国乳业协会理事长宋昆冈则指出:目前国内乳业正处于“八方求源、遍寻突破”的阶段。“伊利营养舒化奶”的推出,预示着中国乳品行业将走出产业发展瓶颈,踏上“以消费者需求为产品基点、以科技创新为主线”的更为理性的道路。

业内人士表示:作为中国乳品行业的龙头企业,伊利专为国人打造的“伊利营养舒化奶”的推出,不仅使“一杯奶强壮一个民族”成为可能,更会促进其它乳品企业的纷纷跟进,从而推动整个中国乳品市场的更大发展。

中国将进一步强化鲜活农产品质量安全监管

近日,中国农业部部长孙政才表示,中国将进一步加强农产品质量安全监管,重点监测蔬菜、畜产品和水产品等鲜活农产品的质量安全,建立对农产品质量安全的全程管理。

2006年中国出现了福寿螺引发广州管圆线虫病、红心鸭蛋含致癌物质苏丹红、多宝鱼药物残留超标等质量安全事件,引发了社会对农产品质量安全的普遍关注。孙政才表示,要强化农产品生产源头、生产过程和市场准入管理。开展农产品产地环境安全评价和监控,划定农产品禁止生产区域,推行产地编码制度和产地准出制度。在重点地区、重点品种和加工企业推行农产品标准化生产。积极推行农产品包装和标识制度,抓好产品认证和标志管理,严格执行转基因食品、液态奶等农产品标识制度,启动无公害农产品强制性认证试点。