

企业突围:全产业链安全流程重构

北京稻香村依托一丝不苟的选料流程、创新独特的生产工艺和严苛细致的质量检验,保障全产业链上的食品安全

■ 本报记者 马国香

传承与创新,让北京稻香村这个老字号品牌跨越三个世纪仍然焕发出新的生命力。

“北京稻香村的产品享誉中华,被消费者所青睐,依靠的是百年传承的老工艺,是色香味美的好产品,是诚信厚德的价值观,是严谨细致的买卖经。”北京稻香村食品有限责任公司董事长兼总经理毕国才对《中国企业报》记者表示,全产业链创新模式保障了食品安全,一丝不苟的选料与独特的工艺是前提,缜密的生产管理 with 严苛的质量检验是保障。

原料安全:在食材上下功夫

提到北京稻香村的食材,既讲究细节又藏着科技的奥妙。北京稻香村质量安全负责人孙金生在接受记者采访时说,我们与国内百余家知名供应商建立合作伙伴关系,要求所有供应原料厂商必须具有合法资质,提供的原料要符合北京稻香村企业内控标准。

多年来,北京稻香村实施科技创新,积极开展供应商帮扶项目,细化供应商管理标准规范,提升供应商质量管理管控能力水平,从源头把控原辅料质量安全,确保供应链质量安全管控能力整体提升。

原材料由品质管理人员进行入厂验收后,再经过70多人的筛选组进行2次手工筛查。比如咸桂花,里面有些许小叶子,虽然也可以食用,但为了达到产品预期的最佳口感,需要挑选出来,从源头保障食品质量。孙金生说,食材筛选过程均是人工操作,师傅们对食材严格筛选完成一箱之后,会将填写好的产品品名、负责人姓名和当天日期的合格证贴在箱外。经二次筛查后,再进行专组随机抽查,最后还要将合格的成箱原料过金探检测后,食材才能进入生产环节。

山西的核桃仁、湖北的白麻仁、河北承德的杏仁、大兴安岭的松仁,还有来自湖南的莲蓉、洞庭湖的蛋黄、内蒙古的白瓜仁、福建的切丁大橘饼、苏州的咸桂花、云南宣威的火腿、沧州的金丝小枣等等,北京稻香村产品在原料产地上有讲究,对原料筛查的合格率也有着明确的规定,食品厂专业的挑料班组要对入厂原料进行三遍人工挑选,确保原料无杂质,果实颗颗饱满。

生产安全:传承与创新两手抓

“食品安全是不可逾越的生命线,用高标准、严要求来监督从生产到销售的每一个环节。以消费者为中心,创新理念贯穿于从加工生产的产业链源头到销售终端的每一个环

节,实现了食品安全的可追溯,形成安全、营养、健康的食品供应链。”北京稻香村质量安全负责人在接受记者采访时说:“产品在上市销售前,除了对产品进行感官检验、微生物检验外,还必须经过全项型式检验,检验合格后才能进入市场销售。”

早在2007年北京稻香村就引进先进质量信息管理技术,率先建立了月饼追溯系统,实现产品质量信息的全程追溯。

以当前热销的玫瑰鲜花饼为例,选自“中国玫瑰之乡”菏泽的玫瑰花,为保证浓郁纯正的花香气味,每日必在太阳出来之前进行采摘,再腌制成糖玫瑰,要经过选材、包球、成形、码盘、打戳、烘烤、冷却、包装,从配料到圈箱入库,对整个生产过程中各环节层层质量管控,经过各道关卡的检验和抽查,确保销售产品符合质量要求。

小小的糕点利用信息技术,从生产、加工、流通甚至终端销售,实现了食品安全全程可追溯。北京稻香村产品“身份证”的背后,先进的信息化技术早已渗透进食品安全生产全过程管理。在产品追溯管理上,通过产品标识信息可以追溯到加工和分销记录,进而追溯到原辅料、包装物批次、供应商、产地,加工班组、包装班组、检验信息等,使潜在不安全产品能够得到合理处置。全产业链形成的流程、规范、系统通过数据化的形式来表达,任何一个数据都可以进行

验证和追溯,形成倒逼机制。“苛刻”的各项品质控制指标和配套设备设施的投入奠定了食品安全的基础。

营销模式:门店拥抱互联网

薪火相传,悠悠百年。始于清末的北京稻香村,现在已是全国糕点行业的龙头企业。北京稻香村从2014年首次天猫、京东开设旗舰店。次年5月主动试水O2O,与京东到家、百度外卖的合作,是传统老字号糕点零售企业最早与O2O相结合的尝试。北京稻香村副总经理程文花说:“自国家提出‘互联网+’战略后,北京稻香村就积极响应并努力探索,使老字号更适应信息化时代。和京东到家的合作,可以让我们更短时间内迅速融入O2O时代,借助网络平台更好地发挥现有的品牌优势。”

北京稻香村拥有丰厚的文化底蕴和先进的生产工艺,一直领跑着中国传统食品业的健康发展,以特色的产品和优质的服务赢得了消费者的信赖和喜爱。对电商渠道的开拓不仅将“服务至上”的理念落到实处,更是北京稻香村在战略上拥抱“互联网+”的体现。

如今,以北京稻香村为代表的“老字号”食品企业通过自主研发和引进先进技术实现产业转型升级,不仅“老当益壮”,更是激活能量,让“老树发新枝”。

美丹食品:从源头把控食品安全

■ 见习记者 周梦

作为饼干行业龙头企业,北京美丹食品有限公司参与了我国蛋类志饼(蛋黄派)行业标准的制定,在助力食品安全的道路上,不只是行业标准的制定者,也是行业标准的践行者。

先进设备确保生产质量

论起华北饼干市场,美丹食品可以说是“榜上有名”。近30条生产线的建设,3.8万吨年生产能力,销售网络遍布全国市场,大中超市覆盖率达75%,美国、欧洲、非洲、中东等国外市场也均有销售。

北京美丹食品有限公司副总经理倪荣强告诉《中国企业报》记者,从去年开始,公司新更换了6条蛋卷机,取代了之前的8条生产线,显著提升了工作效率。今年又新增加了一条从欧洲进口的糕点生产设备——“叠层起酥”生产线,它的优势是搅拌轴可以模拟人工操作,基本上实现现场无操作人员的“全机械化”运作。

十万级洁净度的生产车间是公司的“标配”,据专业人士分析,这样的生产车间洁净度堪比制药厂,在确保生产环境卫生的同时,能够逐渐实现连续化生产,减少由人为原因造成的质量波动。

严格管理实现源头可追溯

据了解,在饼干产品等制作过程中,原材料储存是

一块短板,如果储存不当很容易造成霉变。与此同时,添加剂错误投量也容易发生食品安全事故。

对此,倪荣强说,公司对原材料有着严格的规定,都要验收批次和等级,在车间使用时原材料都有相对应的生产厂家和对应批次,不论半成品还是成品都会有所记录,这样能够及时避免原料异常、人员误操作等情况发生,从“源头”上把控食品安全。

除了原材料的使用外,加强原材料管控也是重要一环。公司采购部建立了合格的供应商评价制度,大宗原辅料方面严格筛选产地和生产厂家。例如面粉选择中粮集团、益海嘉里集团的相关产品,油脂选用天津南侨食品有限公司生产的产品,乳粉只选择新西兰FONTERRA LTD.生产的进口乳粉,确保原材料品质稳定,企业信誉值得信赖。

公司内部化验室负责所有原辅材料的入厂检验,检测选用内检和外检相结合的方式,检验合格后方可入库、待生产使用。特殊原料或特殊情况需送至外检机构进行检验,如乳制品可委托外部有检测资质的检测

机构进行三聚氰胺的专项检测,确认结果无误后才可使用。还有,面粉每年均进行呕吐毒素、黄曲霉毒素的检测,油脂在入厂时检测酸价、过氧化值,在生产过程中,每周再进行酸价、过氧化值的检测,确保油脂的品质在存储、使用时符合国家要求。

物料存储时确保先进先出,库房管理人员每天均需对库房环境、卫生、储存物料进行检查,确保环境的温湿度满足仓储要求,每周均进行防鼠防虫的专项治理,严格控制单品项原辅材料的库存数量,从根源杜绝过期原辅料的出现。

严把出厂前的“每一关”

为严把质量关,当批产品出厂前,公司质检部要核实该批产品的生产加工使用原辅料的验收记录、配料记录、生产投料记录、生产关键工序操作记录、产品出厂检验报告,经核对无误后方交付客户,进入销售市场。

公司积极与国际、国内知名原材料厂家进行技术合作,例如公司新推出的糕点类产品“美乐包”选用了广州焙乐道公司提供的酶制剂,里面添加了纯天然物质,不仅前期可以提供工艺的功效,还可以保持面包的松软口感。

今年,美丹食品委派员工参加国家食品质量监督检验中心召开的修订《饼干生产许可证审查细则》研讨会,并在会上与国内多家知名食品生产企业代表进行行业交流,成为行业内的“参照标准”。

延伸



食品电商竞争激烈:食品安全成突破口

■ 见习记者 周梦

目前,国内食品垂直电商正迎来黄金发展期。业内专家指出,随着行业竞争的加剧,食品电商已经由资本热捧走向理性的过渡期,食品安全逐渐成为电商竞争的突破口。

食品垂直电商兴起

随着网购数量的与日俱增,单个综合型电商企业将无法包揽所有业务,品类分化下的食品垂直电商正迎来发展的黄金期。业内人士指出,纵向来看,食品垂直电商所做的产品越来越细分了,越来越多的资金也正流向日臻成熟的垂直电商,成为垂直电商发展的良好契机。

有了钱,垂直电商更是一头扎进了细分市场,细到果汁、坚果、茶叶等也有了独立的电商。2012年,以销售坚果、干果为主的“三只松鼠”品牌一经推出,立刻受到了风险投资机构的青睐,先后获得IDG的150万美元A轮天使投资和今日资本的600万美元B轮融资。同时,凭借独特的互联网销售模式,“三只松鼠”在2012年“双十一”当天销售额在淘宝天猫坚果行业跃居第一名,日销售近800万元。

有因互联网而诞生的垂直电商,也有从传统企业衍生出的食品电商。熙可集团宣布,其推出的鲜榨果汁品牌“果的”,90%的产品将通过互联网和移动互联网与用户进行连接和销售。“食品商业垂直电商的发展机会已经到来。”熙可集团创始人朱演铭说,“垂直电商规避了传统渠道的弊端,健全的物流生态系统,解决了‘最后一公里’的问题。”

业内人士指出,不同于线下超市,综合电商对食品的销售模式,垂直类平台大多高度重视把控供应链,从供应链源头监控并追求食品的安全、营养和优质品质。以大米为例,“诚邻粮食”采用德国莱茵TUV机构进行大米检测,并对该平台推荐的大米进行高达397项精密检测,目标是推荐优质且性价比高的米,以此作为与其他大米购买渠道的区别。

作为网络订餐服务第三方平台,百度外卖在商户审核方面形成了销售人员到店核实信息拍照、初审、复审的三级审核机制,并按照三级审核制度严格执行。此外,百度外卖还注重开拓品牌连锁商户,目前已经与数十万品牌商户达成战略合作,努力为用户提供更好的餐饮资源。百度外卖副总裁田井泉说:“从前期的商家资质审核到对商家参与质量和水平水平的监控,再到‘最后一公里’的配送安全,百度外卖始终对食品安全进行全链条、全流程的监督和把控。”

而对京东生鲜来说,速度保障安全“最后一公里”。10月19日,京东生鲜与舟山政府直接达成合作,依托京东强大的物流体系保证全程冷链运输,消费者足不出户,48小时即可购买原产地直供的舟山深海美味。同时,凭借京东大数据分析,可以有效预估市场需求后进行备货,并依托京东生鲜的冷链物流体系,在最大程度上保障食品安全的前提下保证“鲜”。

第三方平台护航食品安全

随着网络交易平台的发展,也带来了诸如责任不明确、商家未依法公示经营许可信息等问题。

从10月1日起,《网络食品安全违法行为查处办法》正式实施,办法对网络食品交易平台法律责任进行了细化。在实施第一天,北京市食药监局监测发现,截至9月30日中午12时整,百度外卖、饿了么、到家美食会亮证公示率接近100%,但美团仍有503家店铺未依法公示食品经营许可信息。淘宝上的食品商家就有100余万家,因无证等原因将被清退的商家数量预计将有数十万。

与此同时,食品电商平台上的食品安全问题也不断爆出。今年3月,因葵花子甜蜜素超标,“三只松鼠”发布声明向消费者致歉,并下架全部相关产品,办理退款。

业内人士指出,食品安全问题发生在供应链上各环节。但是食品垂直电商企业往往由于自身精力有限及食品安全管理技术不足等原因,不能自主解决这些繁杂的问题,寻求第三方平台的帮助成为一个明智的选择。

河南鲜咨达食品技术公司是一家覆盖食品供应链上下游,打通食品供应链全流程的技术咨询服务系统,目前已经成功帮助垂直B2B生鲜电商平台“鲜易网”建立了整套的食品安全管理体系。鲜咨达首先从“鲜易网”的商家入驻、商品上架、产品入库、物流配送到客户验收全流程梳理关键控制点,通过制定《鲜易网食品安全管控方案》,从整体上确定管控思路及保障措施。其次成立食品安全管理组织,帮助明确鲜易网各部门的食品安全管理职责及管控流程节点。最后嵌入鲜咨达食品安全服务,提高入网产品质量,规避电商食品安全风险。

业内人士表示,随着行业竞争的加剧,食品电商已经由资本热捧走向理性的过渡期,电商食品安全逐渐成为竞争的突破口。伴随着鲜咨达等食品安全监测、咨询服务机构的崛起,妥善利用第三方的力量,对整个供应链上的每个环节准确控制,建立电商食品的安全管理标准体系,最终才能共同实现对电商食品的网络监管。

