

业界“大咖”共话食品安全(三)

本报记者 周梦

重点提示

新《食品安全法》已经尘埃落定一年。这部法规为构建食品安全治理体系提供了法律依据和法律保障。该法实施一年来,食品药品监管部门努力破解食品安全难题,创新食品安全监管方式,提升食品安全保障水平,与行业协会、企业“联动”,共同创造食品安全“大环境”。

面对高曝光率的“食品安全”,这些业内“大咖”有话说……

华通联食品安全技术服务有限公司总经理 马东

中国首部《食品安全法》诞生于2009年,那是三聚氰胺事件爆发后的第二年。在经历改革开放后经济近30年的高速发展,食品安全事件似乎给习惯于野蛮生长的中国食品企业敲响了警钟。企业的可持续发展必须在法治框架下,以公众的健康安全为前提。《食品安全法》的颁布,是重塑中国消费者对食品安全性信心的重要一步。

2015年10月1日,新版的《食品安全法》更细化了监管者、经营者、消费者和社会团体的权利与义务。尤其在食品安全风险监管方面有了更具有操作性的要求,对食品安全的监管从管结果提升为评估风险。

食品安全管理属于民生工程,需要全社会关注与支持,我相信新版《食品安全法》对推动中国食品安全综合治理的进一步提升,维护企业健康发展的生长环境会有极大的促进意义。

(马东还系联合国项目事务署食品安全高级顾问)

马东

北京喜开路健康管理有限公司董事长 赵艳芬

健康是生命的源泉,健康是幸福的基石!民以食为天,因此食品是健康的基础!新《食品安全法》的实施体现了党和政府对人民的重视及关怀!人民也会因此而健康,让我们为收获健康梦·实现中国梦而努力!

赵艳芬

绿安阔野(北京)国际农业科学研究院院长 肖范

新版《食品安全法》实施一周年了,作为一个农业工作者我希望食品安全从源头做起,只有农产品、畜牧水产品安全了食品才能安全。我们一直致力于降低农产品中的农残,我们的目标是让农残检出值达到“未检出”的水平。在过去的一年里我们继续在水果生产上下功夫,同时开展了蔬菜降残工作。2016年我们实验基地为:水果6个、蔬菜3个、粮食3个,到目前为止在SGS检测9个产品,每种产品检测农残275项。有6个检测报告所有检测项目全部为“未检出”,其余3个报告各有一项有检出值,但检出值远低于国家标准的允许值。这说明我们的工作卓有成效,可以大面积推广。希望在新的一年里可以取得更好的成绩,让中国的老百姓吃上没有农残的健康食品。我们正在前进,我们将联合一切希望为中国农业走向世界而努力的仁人志士将中国农产品做到非常安全!

肖范

国家二级营养师、副主任医师 彭雪琴

作为一名医师和营养师,深知食品安全的重要性。食品安全关系每个人的身体健康和生命安全,所以普及《食品安全法》和食品安全科学知识对全民健康意义深远。从我做起,引导全民成为《食品安全法》的遵守者和维护者,是意识和营养师义不容辞的责任。

彭雪琴

会展

西博会助推综合性医疗健康产业建设

11月3日—14日,以“中国西部世界机遇”为主题的第十六届中国西部国际博览会在四川省成都市开幕,本届西博会主宾国为德国,轮值主席单位为贵州省,主题市为遂宁市,会期12天。共有来自91个国家和地区的9000余家知名企业以及国内27个省区市和新疆生产建设兵团参展参会,16个国家设立了国家馆,国家馆数量为历届西博会之最。在西博会上,“一带一路”、转型升级、内生增长等成热词,但与此同时,助推中西部医药健康产业发展的作用也不容忽视。

新希望130亿投资医疗健康产业

在“全国民营企业与西部高端产业合作发展大会”暨川商总会经济论坛的签约仪式上,22个项目、总金额720.3亿元的签约中,成都武侯区政府和新希望集团签署“PPP基金、医疗健康,创新创业”等领域130亿元的合作协议引来广泛关注。

作为第十六届中国西部国际博览会九个重大活动之一,在会上还签约了“四川跨境电商产业合作协议”、“共建综合性医疗健康产业”、“全球川商返乡兴业园区”、“天府新区军民融合发展产业示范基地”等合作协议,签约项目涉及产业项目合作、基金合作和机构合作三个类别。

此前,在多个场合,新希望集团董事长刘永好表示,“国家提出多层次医疗健康体系等,这些都是风口。如果在这些风口占据一席,或者尽可能往中间挤,那么你一定会被吹上来,这是



我的理解。”刘永好表示,中国的医疗健康产业要大发展,这中间有很多机会。新希望也联合了一些企业组建了一个中国医疗健康策略联盟,已有数千家的企业和医疗机构参与到这个联盟里面来了。

现代医药产业发展的“四川模式”

“目前已有40余家企业入园并且开展经营活动,形成了一个年销售规模超过50亿元的医药产业集群。”近日,于2013年西博会签约的“四川国际医药健康城”项目投资运营方四川川盟健康城实业有限公司总经理钟晓斌表示。同时他透露,按照“互联网+”方式打造的“全国医疗器械展览贸易中心”会在今年西博会上签

约。

位于德阳广汉高新技术产业园区的四川国际医药健康城于2014年、2015年、2016年连续三年入选“四川省重点项目”,同时也是“四川省50个重大服务项目”之一,目前已有葵花药业、天士力、马应龙等知名药企入驻。

据介绍,项目发展至今,包括运营中心、展览中心、物流中心的一期工程已经建设完成并开始运营。项目以云计算与物联网技术为核心的现代医药三方物流基地作为支点,整合医药行业内各项资源,实现集约化发展。“在以前,50家企业就有50个仓库,50个团队在服务,但按照我们的集约化的发展模式,50家、100家企业只需要1个仓库、1台电脑、2个维护人员传递信息沟通就可以。”钟晓斌解释说,通

过健康城这一平台为企业提供仓储、物流和融资服务,减少中间环节,为企业节约管理成本,提高效率,行业规范也更加到位。2015年9月,项目被纳入“国家全面创新改革试验区先行先试区”。

同时,针对四川的中药资源优势,四川国际医药健康城也正积极地进行产业开发,钟晓斌认为中医中药产业发展的核心之一是中药材的可溯源体系的建立。今年七月,四川广汉中药材现代仓储物流实验基地通过国家相关机构评审、验收、授牌,落户于四川国际医药健康城。作为全国首批获得授牌的六大基地之一,将直接与药材产地进行合作,并在初加工、药材检测、仓储、运输等方面给予科学指导,打造全产业链可溯源的中药材产销系统。

(本报记者周梦综合整理)

市场



2016 保健品行业分析



受质量风波和监管变化等影响,保健品行业经历了一些波折,但整体行业仍维持较快的增长水平。由于医疗保健品行业的防御性特点,持续的经济低迷不会对保健品行业产生巨大冲击。

按照世界银行标准,中国已经进入中上收入(UpperMiddleIncome)国家行列,居民消费将从满足生存需要转向满足生活质量需要。保健品行业将是医疗消费升级的首要受益行业,该行业兼具医疗和消费品两种属性,直接受益于我国居民生活水平及健康意识的提高,越来越多消费者将保健品从可选消费品转为必需消费品。

目前正是健康产业转型、升级的拐点时期,行业正逐步走出以往靠宣传换销量的套路,走向靠产品、技术取胜的新阶段,伴随着“健康中国2030”的提出,该行业将会实现跨越式发展,是消费升级浪潮中最受益的行业之一。

发达国家的保健品行业起步较早,发展较为成熟。以美国、日本为例,高速发展期的主要推动因素是由于自我保健意识的提高;监管重心的后移;人口老龄化等。

据大数据显示,我国的人均保健食品使用量远低于发达国家/地区;以人均保健食品消费额为标准:亚洲发达国家/地区平均相当于中国的12.1倍,北美和欧洲分别相当于中国的8.8倍和3.4倍;以保健食品的渗透率为标准,中国经常使用者不到20%。

保健品在国外老龄人口中的渗透率相对较高:老龄人口一向是保健产品的重要使用人群,渗透率随着年龄的增长而提高。而在我国,45岁以上健康食品的渗透率相对较高,但仍大幅低于美国的水平。

消费人群分布广泛:中、青年与老年人的渗透率差别并不大,30—39岁/40—49岁服用维生素和矿物质补充剂的男性/女性分别在35%/47%左右,与50岁以上男性/女性的服用率40%/52%相差并不明显。对我国而言,25—45岁中青年的渗透率相对较低,说明中青年使用健康食品的比例仍然较小。

我国正在进入老龄化社会,同时现代社会快节奏的生活方式使得人们难以足量摄取维生素、矿物质以及其他营养。未来健康食品在老年人中的渗透率将继续提高,并且将有越来越多中、青年人也将开始选择适合自己的保健品,他们的消费习惯将呈现重复性、刚性化的特点。

新兴市场正处在行业的高速发展期,购买力的提升对于保健品行业的增长具有决定性作用;衡量购买力的重要指标是人均可支配收入,以巴西、俄罗斯为例,过去十年健康食品行业随人均可支配收入的提高而增长较快,复合增长率分别达18%和20%。

随着收入提高,人们会越来越倾向于购买传统意义上的非必需品,保健品将成为其中的重要选择。中国中产阶层的迅速扩大标志着购买力的增强,他们是市场消费的主体,是消费需求持续扩大的主要来源。根据2011年底正康讯的消费者调查报告,钙制剂、蛋白粉的购买者都主要是36—45岁的中年人,这个年龄层的人群正是中产阶级的主力。他们除购买自用保健品外,还要负责家中老人、儿童的需求,因此,我们认为中产阶级的扩大以及他们的购买偏好将对保健品未来发展起到决定性作用。以人均年收入6000—30000美元(2007年购买力平价标准)计算,到2020年,中国将较2010年新增4.56亿中产阶级人群,这将大力推动终端消费需求。

中投顾问在《2017—2021年中国保健品市场投资分析及前景预测报告》中表示,从消费端来看,中国保健品市场增长空间大,随着人均可支配收入提高以及人口老龄化加剧,目前10%左右的复合增速有望进一步提升,而供给端的放开将带来保健品市场增速的加速提升。

一、中国膳食补充剂人均消费额仅为13美元,与美日等发达国家相比还有4倍以上空间。

二、我国人均可支配收入持续增长,中高收入人群还在不断增长,未来保健品的消费能力还有进一步增长空间,整体发展潜力巨大。

三、从年龄结构来看,中国目前40—50岁的人口占比较大,达到18%,2020—2025年超过50岁的人口占比会进一步提升,保健品消费人群数量将继续提升。

因此,中投顾问在《2017—2021年中国保健品市场投资分析及前景预测报告》中表示,保健品市场目前10%的复合增速有望进一步提升,国内保健品市场投资空间可观。

(本报记者周梦综合整理)