

越南咖啡巨头中原咖啡集团进军中国市场

日前,越南咖啡巨头中原咖啡集团正式宣布在中国上海成立办事处,这也是中原咖啡集团在海外的第一个国际商业代表处。在主题为“聚会中原,品越世界”的发布会上,中原咖啡向来宾分享了来自越南的咖啡文化和中原咖啡在全球的成长历史,同时也透露了其在在中国的发展战略。经销商、咖啡品鉴爱好者和来自全国的新闻媒体共同出席了本次开幕式活动。上海办事处的成立,是中原集团为实现给中国广大咖啡爱好者带来高品质能量咖啡产品这一目标迈出的第一步,也是其国际化战略进程的重要一步。同时,这也是中原集团G7系列咖啡问世14周年的特别纪念活动。

能量咖啡,愉悦人生——独特香醇口感征服全球消费者

一直以来,越南的咖啡文化都是一个传奇式的存在,而中原咖啡是很多去越南旅游的消费者必须体验并带回的咖啡,已经成为了越南咖啡的“象征”。成立于1996年的中原咖啡,1998年在胡志明市开了第一家实体店,从此它成为了将越南咖啡文化推向全球的先鋒,迄今为止已卖出150亿杯中原咖啡。作为东南亚咖啡界的领导品牌,中原集团生产的速溶咖啡和烘焙研磨咖啡行销世界60多个国家及地区,包括美国、加拿大、俄罗斯、英国、德国、日本、中国等。特别在中国市场,中原集团的G7能量咖啡早已成为有口皆碑



的“爆款”,在多个大型网购平台(淘宝、天猫、一号店、京东)和1000多家超市均有销售。

中原咖啡从五个著名的咖啡原料产地中甄选出上等咖啡豆,并衍发出三大咖啡线:土耳其咖啡、意式咖啡和越南独特的“冥想”咖啡。据品尝过中原咖啡的行家表示:“每一杯都让人领略到越南咖啡的神秘魅力,陶醉于越南的咖啡文化,徜徉在咖啡的美味中。”而中原咖啡独特的能量咖啡文化,更是给其品牌带来了独特的魅力,中原不认为咖啡只是一种饮品,相反它激发着人类的愉悦感和创造力,让人与人之间有着更亲密的合作,从而成就更多人的成功和快乐。独特的“咖啡能量”理念,也让中原不断研发出更多优质的能

量咖啡,将这份对于咖啡的激情传递给每一位中原咖啡的爱好者。

落户上海,撬动世界——首个海外办事处彰显最大市场拓展信心

相比欧美品牌咖啡一统天下的现状,近年来,越南咖啡正在以其醇厚香浓的口感获得更多中国消费者的青睐。“一带一路”倡议的实施,让东南亚特色优质产品在中国市场的机会持续增加。正是借此契机,中原咖啡将中国定位为越南以外首位权重市场。上海办事处的成立,再一次体现了中原集团向世界最大的消费市场——中国,供应口味独特、美味

醇香的能量咖啡的坚定决心。

中原咖啡集团国际营销总监 Richard Khoo Hye Koon 分享了选择上海作为中国第一个办事处的原因:“上海具有重要的战略位置,大量的经贸往来活动将为中原咖啡销往中国各地构建桥梁。上海办事处将成为促进中原咖啡集团在华发展的重要一环,我们希望这是中原咖啡的一大机遇,促使中原咖啡在中国及其周边为更多消费者所接受和喜爱。”

中原咖啡在中国上海的扩张对促进中越两国的食品文化交流也有着重要意义。发布会上中国食品工业协会侯红梅主任提到:在消费升级的背景下,我国咖啡消费量近年来迅猛增长。越南领先的咖啡集团在上海成立办事处体现了中越食品交流的新发展。越南是中国“一带一路”沿线主要贸易伙伴国之一,作为越南的优势资源性产品,咖啡行业具有巨大的发展潜力。希望中原咖啡与中国的相关企业增进交流、探索合作,将高品质的咖啡呈送给中国消费者,为繁荣中国食品市场做出贡献。

中原咖啡上海办事处的成立也为越南咖啡走向世界、特别是拥有上亿消费者的中国,打开了一扇门。据悉,越南作为世界第二大咖啡出口国(仅次于巴西),是著名罗布斯塔(Robusta)咖啡豆的故乡。越南是这种咖啡豆的最佳生产地和主要出口国。优质原料加上德国先进加工技术造就了中原咖啡醇厚香浓的口感。(陈静)

阿里健康发力药品追溯业务 法国制药巨头赛诺菲助阵

■ 祁豆豆

阿里健康药品追溯业务引入法国制药巨头赛诺菲助阵。继去年6月赛诺菲与阿里健康签订战略合作协议后,双方近日携手推出“指尖上的安心”安全用药和疾病管理项目。在近日举行的项目发布会上,赛诺菲宣布,赛诺菲中国区处方药产品全线入驻阿里健康第三方追溯平台“码上放心”。

据了解,“指尖上的安心”项目将整合药品溯源、疾病科普、疾病管理三大功能,用户只需通过手机淘宝、支付宝或阿里健康APP扫描药盒上的条形码,就可以获得药品相关

信息,掌握疾病和健康管理知识。

阿里健康副总裁王培宇在发布会上表示,赛诺菲是阿里健康“码上放心”平台的首个处方药全线进驻的跨国制药企业,对平台和用户的互动价值运用也最到位。“码上放心”平台不仅为消费者提供产品信息溯源、教育、在线健康咨询等全方位支持,依托于赋码、扫码,品牌方也可以触达消费者,传递更鲜活的品牌形象,并能通过一系列互动设置,实现有效的会员管理和增值服务。

据了解,赛诺菲在心脑血管疾病、糖尿病、中枢神经系统疾病、肿瘤、罕见病等领域拥有领先的技术和丰富的经验,在2017年全

球制药企业排行榜中位列第五。去年6月,赛诺菲和阿里健康就已签订战略合作框架协议,双方将共享各自领域的优质资源,在多方面进行战略合作,形成合力。

赛诺菲中国核心产品负责人金肖东表示,基于互联网和移动平台的数字化创新,是赛诺菲多元化创新的重要组成部分。“此次与阿里健康的合作,是赛诺菲不断探索外部合作,利用数字化渠道促进与消费者多向、有效沟通的一次全新尝试。”

为保障流通领域用药安全,我国日益重视以电子追溯系统加强药品安全管理。在昨日的发布会上,中国医疗保健国际交流促进

会副秘书长王文京指出,2016年,国家食品药品监督管理总局发布了《关于进一步完善食品药品追溯体系(征求意见稿)》,鼓励探索以企业为主体的药品追溯体系。“码上放心”平台“指尖上的安心”项目的推出,为药品追溯体系的建设提供了一个新的示范样本。

据了解,阿里健康的“码上放心”平台凭借先进的追溯码技术,已成为国内颇具影响力的第三方企业追溯码平台。据阿里健康本财年半年报最新披露,截至今年9月30日,已有超过7200家企业入驻“码上放心”追溯平台,其中,已入驻药品生产企业的数量,超过国内药品生产企业总数的80%。

好大夫战略升级 发力远程会诊

互联网医疗的下一个机会点在于连接上下级医生的协作。

好大夫在线发布会透露出这样一个信号。近日,好大夫在线2018战略发布会在北京举行。好大夫在线CEO王航代表公司对外发布新一年的战略关键点:聚焦基层,把专家的碎片时间和业余时间,分出一部分给基层医生,帮助基层提升诊疗能力。

据介绍,2017年1月至10月,好大夫在线平台医生总计为社会贡献166万小时的业余时间,其中,72%由三甲医院医生贡献。通过图文咨询和电话咨询,平台医生在10个月中共向患者提供服务2756万次。

不过,王航有更高的追求,“此前医生的碎片时间主要用于直接向患者提供疾病咨询服务,如果能有一部分用于远程会诊,能发挥更大的价值。”

这也是好大夫在线的目标——持续地、更大规模的提供技术和运营支持,连接上下级医生,为基层赋能。

事实上,今年6月份好大夫在线已经在宁夏银川市试点了远程专家门诊服务模式。其服务流程是:第一步,患者在本地医院挂上级医院的专家号;第二步,好大夫在线为患者选定一个上级专家、一个本地医院的医生,由本地医生接诊患者、整理好病历、准备好各种检查;第三步,由本地医生陪同患者一起,向上级专家发起远程视频问诊;第四步,上级专家给出诊疗建议后,由本地医生转化成治疗方案,在本地医院进行诊疗。

该模式受到了基层医生和上级专家的欢迎。据介绍,6月份至今,开通远程专家门诊服务的上级专家有1万人,全国发生过该业务的县市有224个。

2018年,王航希望把试验成果扩大——至少5万名上级专家开通远程专家门诊服务,覆盖全国80%的县,真正帮助县级城市做到“大病不出县”。

为了推进分级诊疗,转变基层医疗卫生服务模式,落实家庭医生签约服务。宁夏彭阳引入了好大夫在线的“专家团队”业务模式。

宁夏彭阳县副县长史金龙介绍,彭阳县的家庭医生模式是由多个专科专家支撑下的县乡村一体化家庭医生团队。由上级的专科医生和基层全科医生建立慢病管理的协作关系,组成“专科+全科”的团队,向基层患者提供规范、专业的慢病管理服务。遇到专科医生解决不了的问题,则通过远程专家门诊继续向上级专家寻求诊疗建议。

“互联网+家庭医生签约服务模式,对于基层地区是非常必要的,可以帮助基层医生建立科普知识库和健康教育平台,做好慢病管理系统,让老百姓的获得感进一步增强。”史金龙表示。(刘艳)

中粮我买网王炜：“风口”上的生鲜新零售模式

在“互联网+”的冲击下,线上线下融合的新零售模式在今年备受青睐,而生鲜电商作为起步较早的“老零售”在“新零售元年”地位又有何变化?对此,中粮我买网顶英生活事业部总监王炜在11月30日举办的2017中国食品发展大会上表示,无论是生鲜电商还是生鲜新零售模式,皆处于市场“风口”,但仍需自我创造价值,基于消费者需求,打消消费者购买顾虑,消除发展“痛点”。

今年9月,商务部流通产业促进中心发布了《走进零售新时代——深度解读新零售》调研报告,首次全面定义了新零售的内涵与特点,并就新零售如何健康发展提出指导意见。线上线下的融合发展趋势,给我国食品产业带来机遇的同时,生鲜市场上也开始出现电商红利将尽、纯生鲜电商模式大势已去的声音。

“首先,大家需要认识生鲜电商的现状。”王炜指出,目前我国食品网购渗透率一直处于低位,其中生鲜商品的渗透率更低,价格手段、履约成本较高、拉新成本较高等因素,导



致不同程度的亏损。生鲜作为非标品,保质期、货架期短等特点导致门槛较高,不仅限制

了供给方,也很大程度限制了需求方。

与此同时,他也表示,数据表明,食品消费支出占人均消费支出比例超过30%,2016年食品整体市场规模约5万亿元,同比增长8~10%,食品网购市场空间巨大。此外,在消费升级的趋势下,随着网购主力结构的变化,消费者对“吃”越来越讲究,人们开始关注无农残药残、无抗生素激素、有机种植、富含OMEG-3等关键词,因此食品企业也必须在运营过程中不断学习,不断颠覆和刷新自身对食品的认知。

“生鲜电商行业虽然运营得很辛苦,但不可否认的是,人们对生鲜的需求会持续摆在我们面前。”他认为,运营多年的生鲜电商出现部分亏损很普遍,需要及时回归零售商业本质,自我创造更优价值,基于消费者真实需求,打消用户在线上购买生鲜的顾虑,消除“痛点”——即新鲜、品质、原料、价格、售后,只有打消消费者顾虑后,再找到潜在目标人群,合适的人群以及运营模式才能促进可持续发展的商业模式的成型。(刘文婷)

网购坚果炒货类零食需谨慎 知名品牌问题也多

对于吃货们来说,双十一囤积零食必然是一大“杀手”项。然而,国家食药监总局双十一后发布的食品抽检不合格通告显示,在抽检的炒货、坚果、食用油、乳制品、薯类和膨化食品等七类食品632批次样品中,不合格样品有6批次。除一款食用油不合格外,其余不合格产品均为线上销售的坚果炒货类食品。

总局曝光不合格坚果炒货电商

根据国家食药监总局网站信息,此次抽检炒货食品及坚果制品111批次,不合格样品5批次。食用油、油脂及其制品97批次,不合格样品1批次。乳制品92批次,酒类95批次,薯类和膨化食品41批次,食糖54批次,饮料142批次,均未检出不合格样品。

5批次不合格炒货食品及坚果制品分别为1号店兵团大地旗舰店销售的椒盐巴旦木,二氧化硫残留量检出值为0.25g/kg,国家标准对此项目的规定是不得使用。

二氧化硫、焦亚硫酸钾、亚硫酸钠是食品加工中常用的漂白剂和防腐剂,使用后会产生二氧化硫残留。二氧化硫进入人体后最终会转化为硫酸盐,并随尿液排出体外,少量摄入不会带来健康危害,但若过量食用,可能引起恶心、呕吐等胃肠道反应。《食品安全国家



标准食品添加剂使用标准》(GB2760-2014)中规定,坚果与籽类食品生产加工中不得使用亚硫酸盐、二氧化硫等物质。

1号店悠享佳旗舰店销售的葵花籽仁及1号店果真了得旗舰店销售的分装南瓜籽仁均被检出的大肠杆菌不合格。大肠杆菌是国内通用的食品污染常用指示菌之一。食品中检出大肠杆菌,说明食品被诸如沙门氏菌、致病性大肠杆菌、志贺氏菌等致病菌污染的可能性较大。大肠菌群超标主要源于产品的加工原料、包装材料受到污染,或是在生产过程中产品受人员、工具等生产设备、环境的污染,有灭菌工艺的产品灭菌不彻底所致。

天猫千百滋食品专营店销售的蒜香青豆,酸价比国家标准规定高出1.1倍。酸价是

衡量食品中油脂酸败程度的主要指标。造成酸价不合格的主要原因有原料采购上把关不严、生产工艺不达标、产品储藏条件不当,特别是存储温度较高时易导致食品中的脂肪氧化酸败。我国标准规定,熟制坚果与籽类食品酸价不得超过3mg/g。一般情况下,酸价超标的炒货食品带有明显的哈喇味等异味,最好不要食用。

天猫方五哥旗舰店销售的东北松子,过氧化值比国家标准规定高出38%。过氧化值主要反映炒货食品中油脂是否氧化变质。过氧化值越高,说明产品中油脂氧化的越严重。过氧化值超标虽然一般对人体健康不会产生损害,但食用不合格产品,严重时会导致肠胃不适、腹泻等症状。一般情况下,氧化变质的炒货食品在食用过程中能明显辨别出哈喇等异味。

知名品牌上也“黑名单”

随着消费升级,坚果因具有高营养价值在最近几年成了消费者最喜欢的零食。英敏特发布的《中国2017年零食消费趋势》报告显示,40%的消费者比去年吃了更多的坚果,并有超过50%的人认为坚果好吃,44%的人认为坚果是一种方便的零食,仅有9%的消

两类中医诊所 基本标准出台

近日,国家卫生计生委、国家中医药管理局印发《中医诊所基本标准》和《中医(综合)诊所基本标准》。继上月国家卫生计生委公布《中医诊所备案管理暂行办法》,并于本月1日起施行传统纯中医诊所备案管理后,开设中医诊所的标准进一步明晰。根据上述标准,今后开设传统纯中医诊所,将在房间设置等方面取消许多“硬杠杠”。

此次印发的诊所标准分为两类:一类是在中医药理论指导下,运用中药和针灸、拔罐、推拿等非药物疗法开展诊疗服务,以及中药调剂、汤剂煎煮等中药事服务的诊所,中医治疗率达100%。该类诊所采用备案制管理,适用《中医诊所基本标准》。另一类是提供中西两法服务和不符合《中医诊所备案管理暂行办法》规定的服务范围或者存在不可控的医疗安全风险的中医(综合)诊所,适用《中医(综合)诊所基本标准》。原卫生部印发的《中医诊所基本标准》以及原卫生部和国家中医药管理局联合印发的《中医坐堂医诊所基本标准(试行)》同时废止。民族医诊所的管理参照新标准执行。

根据《中医诊所基本标准》,设置传统纯中医诊所,需要至少有1名满足相应要求的执业医师;开展中药饮片调剂活动的,至少有1名具备资质的中药技术人员。房屋设置要求相对独立、诊疗区域布局合理,至少设置候诊区、就诊区,面积满足功能需要等。相较于此前的《中医坐堂医诊所基本标准(试行)》,新标准不再对中药房饮片品种、诊室面积等设定具体数字门槛。但新标准增加了感染控制的内容,要求诊所制定感染控制制度和流程,中医操作符合中医医疗技术相关性感染预防与控制等有关规定。

根据《中医(综合)诊所基本标准》,中医(综合)诊所仍应以提供中医药门诊诊断和治疗为主,中医治疗率不低于85%。同时,考虑到提供涉西医服务,该《标准》在人员资质、房屋和设备设置、急救等方面提出了更具体的要求。(崔芳)

云南 重拳打击食品药品 违法犯罪 查处案件逾4600起

徐某某、黄某在无药品经营许可证的情况下,在其昆明租住处私自存放、分装80种疑似药品进行销售,经认定其中61种为假药,实际销售53种,涉案金额30.77万元,两名犯罪嫌疑人被依法刑事拘留。

这是云南省日前通报的食品药品违法典型案例中的一例。云南省食品药品监督管理局副局长林玉孝介绍,今年以来,云南加大食品药品安全违法犯罪打击力度,保持打击高压态势,前三季度共查处食品药品违法案件4677件,同比增长30%,涉案物品货值7000余万元。

记者了解到,今年以来,云南着力推进食品药品行政执法与刑事司法无缝衔接,联合公检法、食药监、农业等部门建立“行刑衔接”工作机制,并组织公检法、食药监、农业部门执法人员300多人次进行“行刑衔接”工作培训。

“云南将建立健全多部门联动执法、联合调查、联合督办等工作机制。”林玉孝说,并着力提高执法人员对危害食品药品安全违法犯罪证据收集、运用、转化等执法技能,深挖犯罪源头和流向,实现危害食品药品安全违法犯罪“全链条”打击。(林碧锋)

费者认为坚果不健康。该品类在2015-2020年间将保持10.7%的年均复合增长率,估值有千亿的市场。消费者对坚果的需求催生了坚果电商。根据天猫、京东等电商平台发布的公开数据,无论是浏览量、访问量还是销量,坚果类零食都可以秒杀其他零食种类,堪称近年来零食界当之无愧的老大。

然而,随着人们对网购坚果的需求增加,网购坚果也频频出现在食药监总局抽检结果的“黑榜”上,其中不乏三只松鼠、百草味等知名坚果零食电商品牌。今年8月,食药监总局官网公布,三只松鼠于2017年1月22日生产的开心果被检出霉菌不合格,其检出值为70CFU/g,超出国家标准1.8倍,随后三只松鼠暂停生产,并对不合格产品进行了召回。经相关部门调查,霉菌超标系“未按规定对采购的食品原料进行检验”。另一知名坚果零食电商品牌百草味也在今年早些时候被媒体报道其话梅西瓜子过氧化值超标。

业内专家分析,目前不少网购坚果炒货零食产品属于OEM代工贴牌生产,食品代工能让企业在短时间内规模迅速扩大,但这种贴牌生产的模式中,企业对产品质量的把控力较弱,安全隐患较高。(孔瑶琦)