

全球乳业标准“金牌学历”诞生 伊利成首家且唯一通过金标认证企业

整合全球乳业一流标准 引领食品领域新方向

今年4月，“金标认证”经国家认监委网站公示，受到业界关注。有业内人士认为：金标认证是从全球先进标准中提炼形成的高标准合集，是乳业认证标准中的“全能冠军”，也是“单项冠军”。

“金标认证”本身填补了一个行业空白，创新性地提出了对标全球标准

这一理念，引领了食品领域的一个新方向。”SGS中国区农产食品部技术经理食品领域高级工程师黄翠玲指出，通过这项认证的产品，意味着安全营养、卓越品质和创新引领。通过金标认证的企业，相当于获得乳业认证标准中的“最高学历”。

金标认证有助提升中国乳业品质管理水平

与各个国家和地区现行乳业认证标准不同的是，金标认证是一套涵盖“过程”和“结果”的产品认证体系，评审维度更广，检测指标更严。

据SGS介绍，目前业内主流认证包括两类：一类是产品认证，即对产品品质进行认证；另一类是体系认证，主要针对生产制造过程进行认证。而金标认证从多个环节把关，对食品工厂在现场审核和产品检测两个维度实行“双认证”——既对企业生产制造过程

进行严格评审，也对工厂生产出来的产品进行指标检测。这意味着，企业既要保证生产过程的高标准，也要保证生产出来的产品高质量。

SGS方面指出，金标认证不仅是一种严格的标准，也是一种先进的理念，汇总、提炼全球乳业先进标准为中国食品提供高品质保障，有助于引领提升中国乳业品质管理水平，助推整个行业实现“中国品质即世界品质”。

伊利获得全球乳业标准“金牌学历”

对标和整合世界一流标准，是企业锻造卓越品质实力的秘诀之一。黄翠玲表示，伊利能成为全球首家且唯一通过金标认证的食品企业，这主要依靠其成熟的管理体系运行，全食品链条贯通预防控制、生产加工环节良好的操作规范，以及卓越的产品品质。

据悉，伊利的高品质管理水平并非一日“炼”成。在管理体系方面，伊利建立了“全员、全过程、全方位”质量管理体系，以及“集团—事业部—工厂”三级食品安全风险监测防控体系，覆盖80多个检验单元，检验项目总数达1000多项。在品控方面，从上游饲草

种植牧场饲养到中游生产加工，再到下游市场销售，伊利将严格的质量标准贯穿于全产业链中，确保每个环节稳定安全。此外，伊利还率先实现从源头到终端每一个食品安全和质量控制关键点的监测、分析、把控、预防，这在业内处于领先地位。

在业内人士看来，金标认证的意义在于鼓励食品企业在满足普适性标准之外，能够以更严格标准来迭代自我。以伊利为代表的龙头乳企，对标、整合全球范围内最严乳业标准，率先获得乳业认证标准中的“最高学历”，致力于不断刷新中国乳业品质实力的峰值。



在SGS和行业专家见证下，伊利成为全球首家且唯一通过金标认证的食品企业

文/梁廷毅 图/受访者提供

日前，国家认监委网站公示了金标标准认证(简称“金标认证”)。该认证由国际公认的第三方检验、检测和认证机构——通标标准技术服务有限公司(简称SGS)主导，提炼、整合了包括中国标准、欧盟标准、日本标准、美国标准、澳新标准等在内的全球乳业先进指标和质量管理体系最佳实践，从而形成一套具有前瞻性的产品认证标准体系。9月15日，“全球乳业金标认证启动仪式”在杭州举办。在专家学者见证下，伊利成为现阶段全球首家且唯一通过金标认证的食品企业。

“90后”新农人打造南沙农业新名片 番石榴变身农民致富果

借互联网平台渡过难关



“90后”新农人借力即时零售打造南沙农业新名片

华哥一家世代在万顷沙种植番石榴，种植技术广受认可。但在2020年初，突发的疫情阻断了当地农产品的销售渠道，交通封路、市场关闭，连街边的水果店也不开了。华哥的番石榴销售无门，眼看就要烂在地里，血本无归。

好在戴浩贤找到了他。戴浩贤是广州番禺海鸥岛的一位“90后”新农人。2018年的时候，眼见家中务农的二老整天辛苦操劳却难以赚钱，还时常要为产品销路问题而忧心忡忡，戴浩贤放弃了在地产公司薪资优渥的工作，决定辞职回家，为二老排忧解难。

由于拥有企业项目的管理经验，加上自身对农业的了解越来越多，他为家中的果园带来了新的管理模式与运营理念。尤其是借助美团买菜这样的即时零售平台，戴浩贤打通了无花果、番石榴等产品的线上销售渠道，让周边的不少农户随之获益，不需要再为销路的问题发愁。

2020年初疫情暴发的时候，许多农户销售无门，戴浩贤在当地政府的指导下，成立了金泉农业专业合作社并担任理事长。合作社借助美团买菜保供企业的渠道，在疫情暴发的困难时期，盘活了农产品销售的链路，帮助了许多像华哥这样的传统农户，解决了农产品滞销的问题。

“线上平台不仅帮助解决了销售

渠道的问题，还让番石榴的价格保持在相对稳定的状态。”戴浩贤介绍，由于市面上番石榴在不同季节价格波动大，且受到外地品种的冲击，农户有时候需要低价贱卖产品，连成本都收不回来。这导致广州本地番石榴的供应在过去一直不算稳定，断供的情况时有发生。而在金泉农业合作社发力电商之后，这样的情况便有所好转了。

原来，戴浩贤通过对番石榴产量的预估，结合美团买菜的大数据对全年番石榴的供应创造了“订单农业”的模式。一方面，戴浩贤通过协调合作社土地实行轮种轮休制度，确保每季度的番石榴产量与品质；另一方面，通过与美团买菜的深度对接，灵活地进行营销推广，保障了番石榴价格的稳定。

值得一提的是，随着线上平台带动的番石榴销量越来越大，合作社的规模也越做越大，不少本地农户还获得了家门口就业的机会。“我们的水果分拣工厂最开始只有几名工人，最近一次高峰期的时候用工需求量达到150人。工人们一个月的收入最高能达到8000元，他们都觉得这比之前去市里打工好太多了。”戴浩贤说。

美团买菜数据显示，戴浩贤带领的广州金泉农业专业合作社，供应的南沙番石榴一天最高可卖出上万斤，消费者复购率高，合作社农民收入普遍上涨了20%以上。

“本地尖货”打造广州品牌

南沙区农业农村局副局长王青峰表示：“小农户当前在本地农业生产经营主体中占有不小的比例，全过程、全链条、全方位培育农业品牌，推进小农户大联合需要一个过程；电商的发展为特色农产品的发展壮大提供了新途径。同时，我们要学会如何把‘菜篮子’提得更稳，让农民分享数字普惠与电商增长红利，在线下农贸商超遇到增长天花板后，帮助本地农民向电商渠道寻求突破。”

为助力更多像南沙番石榴等广州尖品农货销售走俏，美团买菜近日启动了

广州站“本地尖货”品牌打造计划。美团买菜透露，将充分利用其数字经济和平台聚集优势，积极利用平台的赋能服务和独特的社交模式，帮助提升当地农产品品牌知名度。

业内人士表示，即时零售依托于本地供给，服务于本地消费者，也更懂本地消费者。美团买菜与本地尖品农货的深度合作，正是让特色农产品通过即时零售平台更快从田间流通到消费者手中，也意味着除了实体店销售以外，农民等源头生产者也共享即时零售的发展成果。

文/沈钊 图/陈一

每天清晨，金泉农业专业合作社在万顷沙的果地里，华哥将一颗颗嫩绿的番石榴从枝头摘下。番石榴经过分拣、包装后，通过美团买菜的专属物流送到广州消费者的餐桌上。

这些肉脆芯糯的番石榴，尤其受到本地消费者的喜爱，既是老广们的“心头好”，更是华哥这样面朝黄土背朝天的农民的“致富果”。自从2020年华哥的番石榴在美团买菜上线后，其每年的收入都提高了约30%，周边不少农户也纷纷加入到番石榴的种植中来。借助即时零售平台，共同打造南沙番石榴的优秀新农业品牌。

文/程行欢 图/受访者提供

匠心酿造时代好酒

2022汾酒封藏大典打造全新清香文化之旅

匠心领航 赓续初心

延续千年的诗意，秉持百年的荣耀。汾酒是中国酒魂，作为“国酒之源、清香之祖、文化之根”，汾酒享誉6000年酿造史、1500年名酒史、800年蒸馏史、300年品牌史和100年世界史，举手投足间尽显历史之重和文化之厚。在汾酒封藏大典的现场，严格的仪式和规范，神圣的氛围和感觉，种种沉浸式体验的加持，让汾酒厚重的文化底蕴更加深入人心。

在庄严的古乐声中，汾酒传承人以古老的礼仪致敬先祖，彰显汾酒人磊落做人、以德敬天的心意。“古往今来，我们以‘礼义’为核心，追根溯源，敬天地自然，以美酒封藏，承载美好期盼，形成了展现汾酒品质自信和文化自信的酒礼典制。鉴往知来，我们以‘匠心’为主角，以酒入心，代代相传，经受千锤百炼，不断创新发展。酿造技艺的薪火传承展现了汾酒儿女的使命与担当、激情与梦想，承载着历代汾酒人的家国情怀和奉献精神。继往开来，我们以‘传承’为精神，推动中华酒文化的创造性转化与创新性发展，为汾酒文化赋予全新的表达形式，打造中国白酒封藏的文化IP，开创中国酒魂在新时代下的璀璨与荣光。”汾酒集团党委专职副书记李振寰表示。

星火传承 点亮未来

酒脉与国脉相承，酒运与国运相连。作为“共和国白酒工业的长子”，73年来，汾酒与国家同生共荣，砥砺前行振兴国酒，持续做大做强民族品牌，向更优结构、更好效益、更高质量发展。

“匠心独运，竹酒澄芳。清流之品，得造花香。国运日隆，酒脉更昌。纲领既定，人心所向。活态铸魂，品质至上。内强管理，外拓市场。改革深化，积蓄力量。初心不忘，更显担当……”汾酒集团董事长谭忠豹诵读的祝文，将2022汾酒封藏大典推向了高潮。

“人必得其精，水必得其甘，粮必得其实，曲必得其时，火必得其缓，缸必得其湿，器必得其洁，料必得其准，工必得其细，管必得其严。”作为中国酿酒技艺传承正统的重要标志，汾酒酿酒技艺保证了汾酒清香自然的独特品质。

汾酒之所以能经久不息、扬名海外，得益于对品质的坚守和工艺的传承。“我是汾酒人，我将传承汾酒精神，弘扬汾酒文化……”在2022汾酒封藏大典现场，老中青三代酿酒人齐聚，一同完成拜师仪式，并在现场庄严宣誓，用匠心传承经典。

汾酒的酿酒师傅们，结合自己独创的酿酒秘诀和世代传承的“工匠精神”，总结出了汾酒“工匠精神”五要素——“持度、执念、精研、本真、传承”，这五要素既是汾酒师傅身上千百年传承的独特气质和个性，也被称为“中国酿酒人的五个信仰”，是中国白酒生息不息的“千年密码”。

用品质酿酒，以大爱铸魂。一直以来，汾酒人始终遵循汾酒在精神上的延续与传承，让6000年的酿酒史不再是一个遥不可及的符号，让其真正成为扎根在每一个员工心中的信念。未来，汾酒人将继续秉持着极致的酿酒精神，一同携手再创辉煌。

佳酿天赐，封藏承愿。2022汾酒封藏大典于9月27日在山西省汾阳市杏花村汾酒老作坊拉开帷幕。

所谓佳酿，历久弥香。于酒而言，上乘的工艺，莫过于天然、最佳的原料，莫过于岁月。从单一的封坛仪式到汾酒活态文化的创意重现，汾酒封藏大典已成为中国白酒封藏的超级IP，作为中国白酒行业的年度盛事而备受瞩目。

在文化里传承，于发展中创新。汾酒封藏大典凝聚了汾酒人的精气神，承载着汾酒对白酒文化和品牌战略的全新思考，传递着汾酒对中国酒文化的传承与创新。此次大典是汾酒集团举办的第七届，是汾酒人在践行汾酒复兴纲领、推动汾酒高质量发展之路上的重要一课。

以酒入心 封藏承愿



“我宣布2022汾酒封藏大典开幕！”随着汾酒集团党委书记、董事长袁清茂铿锵有力地宣布，此次封藏大典正式拉开帷幕。

封藏是白酒生命的二次进化转变，它赋予了白酒新的生命、新的内涵，是酿酒技艺的再提升、再创新。历届汾酒封藏大典都以不同视听亮点和创新思路给行业带来惊喜。

中国酒业协会秘书长何

勇表示：“汾酒封藏大典是一场弘扬传统酒文化的仪式，自2016年举办以来，‘敬天、爱人、传承’，从‘汾酒文化’到‘文化汾酒’，彰显着汾酒人矢志不渝的初心、坚如磐石信念、砥砺前行执着，蕴藏着汾酒人对天地的敬畏与感恩、对先贤的追忆和敬仰。”

当前，中国白酒产业高质量发展的大幕已经拉开。唯有以文化引领，品质至上，才能在激烈的市场竞争中越走越远，越走越宽广。

袁清茂曾言，“深厚的文化一定要转化为品牌价值和市场竞争力”。值得关注的是，为使品牌文化真正“活”起来，今年的汾酒封藏大典紧扣汾酒文化内涵，以民国风为设计风格主线，推出了一系列独具汾酒特色的原创节目，尤其是围绕汾酒重大历史事件改编的三大情景剧，通过引人入胜的沉浸式演绎，将汾酒的成长史、变革史、发展史一一呈现。

