

五一之后食品方面一些新法规将要实施

让我们“吃得更好”

本报记者 赵 羲

“低糖”、“高钙”、“脱脂”不能随便用

为了使自己的产品更具有市场竞争力,许多食品生产加工企业都在自己的产品上加了营养标签,但什么样的营养标签是标准的一直没有定论。而且,目前市场上大量食品的外包装上都在醒目位置标注“低糖”、“高钙”、“脱脂”等特性,它们能否名副其实?消费者很难判断。5月1日起,这些争议将不复存在,新法规规定,所有标注了营养标签的食品必须符合《食品营养标签管理规范》。

《食品营养标签管理规范》中的营养标签是指向消费者提供食品营养成分信息和特性的说明,包括营养成分表、营养声称和营养成分功能声称。营养成分表是标有食品营养成分名称和含量的表格,表格中可以标示的营养成分包括能量、营养素、水分和膳食纤维等。《食品营养标签管理规范》规定,食品企业标示食品营养成分、营养声称、营养成分功能声称时,应首先标示能量和蛋白质、脂肪、碳水化合物、钠4种核心营养素及其含量。食品营养标签上还可以标示饱和脂肪(酸)、胆固醇、糖、膳食纤维、维生素和矿物质等。营养标签中营养成分标示应当以每100克(毫升)或每份食品中的含量数值标示,并同时标示所含营养成分占营养素参考值(NRV)的百分比。

根据《食品营养标签管理规范》,“低糖”、“高钙”、“脱脂”等名词将不再是一些食品可以随意使用的噱头。《规范》中规定:“每100克食品中糖含量不大于5克可称之为‘低糖’。食品中的碳水化合物是指糖、寡糖、多糖的总称。糖指所有的单糖、双糖。如葡萄糖、蔗糖等。”根据规定,只有当每100克固体食品中钙含量不少于240毫克,每100毫升液体食品中钙含量不少于120毫克时,才能在食品外包装上标示“高钙”;只有当100毫升液态奶和酸奶的脂肪含量不超过

离五一假期还有一周时间,许多人已经开始盘算自己的假日购物计划了,买更多好吃的东西自然是美食爱好者的必然选择。在此,记者想要提醒大家的是,伴随五一假期到来的,还有一些有关食品安全的新法规的实施,你了解它们吗?与此同时,对于食品企业、商场、超市而言,这些新法规的实施将会进一步规范他们的生产销售行为,我们将吃得更好更放心。

0.5克,或100克奶粉的脂肪含量不超过1.5克时,才可标示“脱脂”。

从记者在超市现场采访的情况来看,不仅消费者对“低糖”、“高钙”、“脱脂”等名词难以鉴别,就是超市的促销员也大都说不所以然,希望新规定的出台可以改变这一现状。

食品馅料标准五一实施

日前,国家质检总局披露,我国第一项食品馅料国家标准将于5月1日起实施。该标准从原辅料要求、感官要求、理化指标、卫生指标等多方面对食品馅料进行全面规范。

这项标准对食品馅料产品按用途分为烘烤食品用馅料、冷冻食品用馅料、速冻食品用馅料;按工艺分为常温保存馅料和冷冻保存馅料;按原料分为蓉沙类、果仁类、果蔬类、肉禽制品类、水产制品类等。这项标准实施后,《月饼馅料》标准将同时被代替。届时,我国的月饼生产企业开始执行《食品馅料》国家标准。

据介绍,该标准对食品馅料提出的感官要求是组织细腻、油润,色泽正常,口感好,无异味,正常视力无可见杂质。标准还给出生产食品馅料所使用的白砂糖、麦芽糖(饴糖)、食用植物油、蜜饯、干果、芝麻等原辅料应执行的相关国家标准。理化指标按焙烤食品用馅料、冷冻食品用馅料、速冻食品用馅料分别提出干燥失重应小于等于40%、68%、40%;总糖含量小于等于60%、48%、48%;脂肪含量小于等于33%、28%、30%的限制。卫生指标有酸价、过氧化值、砷、铅、黄曲霉毒素B1、铜、挥发性盐基氮等项目,给出了具体应执行的相关强制性国家标准。

买饼干不再仅凭口味

5月1日起,我国首个饼干国家标准将正式实施。标准要求,饼干商品要在标签中标明配料清单及各项营养指标含量。届时,消费者买饼干不再只知“是甜是咸”,对饼干中所含的钙、脂肪等营养成分也将了如指掌。

按照国家标准,饼干外包装上要标明配料清单及各类营养指标的具体含量。同时,标准对饼干产品的分类、指标要求、检验规则、标签及包装等进行规范;对食品添加剂、生产加工过程的卫生要求、包装、标志、贮存及运输要求和检验方法进行了详细的规定。新标准不仅要求饼干产品外形完整,花纹清晰,不变形、无裂痕,而且还要求饼干表面无白粉,不应有过焦或过白现象。

新国标还要求统一饼干产品包装上的字体,避免对消费者造成干扰。例如“巧克力夹心饼干”,有些食品生产商为了使自己的产品在其它饼干产品中突出,放大了“巧克力夹心”的字体,却把“饼干”进行弱化处理,使得自己的产品显得与众不同。今后,诸如“降糖”、“加钙”之类的噱头饼干将会绝迹江湖。

资讯看台

两度牵手央视春暖

欧普誓将“光明”进行到底

近日,中山市古镇体育场举行的欧普光明行中,欧普照明有限公司捐出200万元支持贫困地区白内障患者治疗,这些捐款将为2000多名白内障患者送去光明。“欧普的理念是‘用光引领美好生活’,希望能用一己之力为更多人带来光明,生活的光明。”欧普照明有限公司总经理马秀慧说。

“白内障已经成为中国致盲的最主要因素,中国有500万白内障患者,其中很多是贫困患者,对于他们来说,公益机构提供的免费治疗是他们复明的唯一机会,我们希望更多和欧普一样有社会责任感的企业参与其中。”中华健康快车和中国红十字基金会、中国狮子联会是白内障复明工程的主要发起者,该工程每年实施白内障复明手术将近5000例。
周子恒

东方神韵 传世臻品

三星空调高端市场力拔头筹

由于相同的文化渊源,三星电子在洞察和满足中国消费者的需求时,常有神来之笔。“东方神韵”系列空调,强调以完美的人性化功能配合东方韵味十足的超前卫外观,时尚的彩色钢化玻璃面板与弧面曲线设计相结合,尽显优雅和华丽,一经面世,便赢得消费者的喝彩。“墨晶黑”款,将现代与传统结合得浑然天成,豪放刚强又不失万千柔情;“贵妃纹”款,则融合了古典的皇家气派和当代知性女子的“雍容”。三星08年空调新品,惊世骇俗的美貌造就了“东方神韵”,顶级的功能和技术则使其无愧“传世臻品”的美名。它们均采用最先进的BLDC智能直流变频技术,节能最高可达50%,独特创新的1W待机功能,更是将日常省电节能发挥到淋漓尽致,确保了人与自然的和谐。
文华



健康消费

特仑苏浓缩“绿色亚洲” “有机奶”笑傲博鳌论坛

为期三天的博鳌亚洲论坛2008年年会以“绿色亚洲”为主题,劲刮绿色风暴,每位嘉宾言必谈“绿色、环保”,饮必点“特仑苏有机奶”。4月11日晚,博鳌亚洲论坛招待晚宴上,不仅是椰风水波、蒙古长调、热带土著舞所营造的原生态氛围,更有特仑苏有机奶沉香的美妙韵味。晚宴上最抢眼的亮点,不仅是国际政要、商界领袖、艺界大腕云集,更是嘉宾们共造原生态、同饮有机奶的自然和谐大观。

“蒙牛之夜”大腕云集 特仑苏有机奶受追捧

博鳌亚洲论坛2008年年会的第一天入夜,索菲特酒店欢声笑语,果蔬飘香。由博鳌亚洲论坛秘书处与蒙牛联合主办的“特仑苏之夜”晚宴正在举行,博鳌亚洲论坛理事长、菲律宾前总统拉莫斯先生、澳大利亚前总理霍克先生、澳大利亚农林渔业部部长托尼·伯克等贵宾出席捧场。

晚宴一开场,博鳌论坛秘书长龙永图与蒙牛乳业集团总裁杨文俊举起手中的特仑苏有机奶,邀请嘉宾为“绿色亚洲”祝福,全场400多位嘉宾纷纷举奶为之一应,一时间,特仑苏有机奶被共推为“绿色话题”的“绿色焦点”。去年特仑苏成为博鳌亚洲论坛指定牛奶时,龙永图将特仑苏盛赞为“中国第一奶”,今年特仑苏新品——有机奶亮相博鳌,更是让龙永图眼前为之一亮。澳大利亚总理陆克文在会上称“世界需要一个更清洁、更绿色的未来”。霍克说:“如果每个企业都像蒙牛生产特仑苏有机奶在环保的前提下开展生产活动,那么世界就会拥有一个更清洁、更绿色的未来。”根据前不久公布的年报,蒙牛凭借213亿的营收一举跃上中国乳业的冠军宝座。龙永图指出:“蒙牛已经成为亚洲最优秀企业群体中的一员。”

牛奶是白色的 生产与消费是绿色的

论坛云集了世界各个国家的2000多名代表,他们分别介绍了自己国家发展“绿色经济”的经验,以期共同探索一条绿色发展的道路。特仑苏有机奶以浑然天成的自然形态实践着人类的绿色理想,因而今年一面市,便被博鳌亚洲论坛和与会的全球政经领袖选定为2008年年会特供牛奶。特仑苏有机奶孕育于世界上独一无二的天然“有机谷”,拥有原始封闭的35万亩草场、森林、水文环境,生长于此的奶牛以一种前所未有的方式生活着:它们吃的是天然、富含多种矿物质及微量元素的牧草、燕麦;喝的是纯净、清甜的天然溪水。天地精华滋润着有机牧草,有机牧草饲养有机奶牛,有机奶牛生产有机牛奶——一个天然神来的生态流程呼之欲出,绿色循环得以完美实现。而在特仑苏有机奶的生产过程中,蒙牛对“有机谷”的生态环境小心翼翼地加以保护。从养牛、种草、产品制造、包装、到排放都是绿色的。2008博鳌亚洲论坛大幕已经圆满落下,而其所掀起的绿色风暴方兴未艾。经过大会洗礼、融汇了“绿色亚洲”理念的蒙牛有机奶,必将引爆“天然纯粹、绿色消费”的时尚潮流。
子文

前沿消费

激情红五月 劳动节家电选购指南

五月是个充满温情的月份,而今年的五月更是特别。“五一”假期缩短,奥运火炬传递在国内正式展开。如要不出远门,即可领略这个与众不同红五月的激情,升级一下自己的家电设备就很有必要了。

而劳动节期间如何选择家电?领先的科技、时尚的外观、知名的品牌,均是需要考虑的内容。当然,经济实惠也是很重要的指标。针对今年劳动节的不同特点,著名消费电子厂商三星电子在全国展开了“携手三星,传递梦想”的大型促销活动,从4月19日至5月4日,凡购买三星电子的家电、IT数码、手机等产品,均可获得现金、赠品等精彩好礼,让全国消费者体验一个大不同的“五一”劳动节。

珍藏 Mok 奥运年 IT 藏友的最佳选择

作为一个收藏爱好者,许多特别的、别致的小玩意都会引发我们想要拥有的兴趣,现在,藏品家族多了一个漂亮而且身手不俗的新家伙——三星 MP4 2008 珍藏版——T08。

这款三星 T08 便携媒体播放器是三星 MP4 为广大消费者而推出的 2008 纪念款,并仅在中国境内销售。既然是 2008 纪念款,当然要有许多体育元素,我们知道三星公司赞助中国体操队,而在 T08 身上也已体现,包装内背面和左右两侧的衬纸上,印有我们中国体操队主力队员的形象和签名,背面是有着“体操小精灵”之称的虎盼盼,右侧则是多次取得国际

大奖的程菲,左侧是体操男队主力滕海滨,印有国家队体操选手照片的三星 T08 极具珍藏价值。

精美的包装当然不是 T08 的全部,打开包装的时候,那种感觉完全可以称得上是怦然心动:纯色的机身轻薄、纤细,简洁时尚的长方形机身在边角的设计独具匠心,略带角度的倾斜使机身整体更加圆润,简洁的面板设计,直到触动电源键才明白 T08 的键盘是触摸式操作,播放/暂停、音量调节、快进/退、返回和菜单功能都是通过轻触面板操作,轻轻触摸相应的按键位置,每个按键就会发出白色的光亮,绚丽

而不失庄重。丰富的 2008 元素,造型精美,功能强大,08 纪念版三星 YP-T08 便携媒体播放器一定会成为 08 年度最具收藏价值的 IT 产品。



豪华对开门冰箱 诠释新奢侈主义

的输送堪称无微不至。其独有的上端及侧端冷却输出设计,超快速、超均匀冷却冷藏室,造就全新的立体冷却系统。特别是设置冷藏室左侧的出风口能够侧壁送风,补充冷气,使箱体内温度更加均匀,同时保证吧台温度,攻克了室内温度不均匀的业界难题,气流运行遍及每一细微处,完全无死角,让内部空间冷气更均匀,贴心照顾到每一个角落,将保鲜做得更加彻底。古罗马建筑的奢华风格享誉全球,而新系列产品的抽屉式冷冻室的设计,也同样搬来了古罗马建筑风格的精华:从上至下多达七层的储藏抽屉顶天立地,雄浑凝

重,恰如古罗马建筑层层叠叠的结构。这种方式不只是为视觉效果上的美观,更是突破了传统食品存储理念的实用设计。拥有尊贵外表和深厚科技底蕴的新系列豪华对开门冰箱,不但马上受到众多高端消费者的追捧,更为国内冰箱市场的高端产品增添了一道亮色。毫无疑问,今年家电产品的发展趋势,必然会像该品牌最新系列的冰箱一样,兼顾智能科技与时尚设计的双重特色。而在科技与艺术的融合上先发展制人的 LG 电子,则悄然引领起国内高端冰箱市场的最新潮流。
王星

重,恰如古罗马建筑层层叠叠的结构。这种方式不只是为视觉效果上的美观,更是突破了传统食品存储理念的实用设计。拥有尊贵外表和深厚科技底蕴的新系列豪华对开门冰箱,不但马上受到众多高端消费者的追捧,更为国内冰箱市场的高端产品增添了一道亮色。毫无疑问,今年家电产品的发展趋势,必然会像该品牌最新系列的冰箱一样,兼顾智能科技与时尚设计的双重特色。而在科技与艺术的融合上先发展制人的 LG 电子,则悄然引领起国内高端冰箱市场的最新潮流。
王星

三星踏上新征途 商用消费双翼齐飞

地位的关键能力,为此长期保持高投入。2007年,三星全球用于研发的费用已超过90亿美元,接近韩国政府一年的国家科研费用(104亿美元)。2006年,三星专利申请数量排在全球第二位,并以3508项专利申请位居中国所有外资公司之首。

不断的技术创新,使三星成长为全球少数几家拥有最多核心技术的企业,同样也是三星进军强手云集的商用市场的基石,所掌握的半导体技术、显示技术、打印核心技术、3G/4G在内的无线宽带通信技术是引领产业发展的上游关键引擎,为三星开发多领域商用产品线和应用方案奠定了坚实基础。

2008年春季,三星一扫浓郁的消费气息,着商务“正装”高调向中国市场发布潜在开发的全线商用新品和解决方案近百种,包括世界最小的彩色激光打印机、打印速度最快的A4数码一体机、超便携随身电脑、可上网冲浪的70英寸大屏幕显示设备、11毫米超薄超低能耗液晶显示器,丰富产品和创新设计令到场嘉宾惊叹不已。这些只是三星商用产品大先锋。

开辟蓝海新天地

紧跟市场趋势和行业需求变化,三星商用业务先期重点发展外设打印、笔记本电脑、显示设备、液晶电视等产品线,以及电子政务、远程教育、安全监控、金融酒店等行业互动服务等系列解决方案。

经过10多年的高速发展,中国IT市场已明显分出“蓝海”和“红海”区域,包括传统PC在内的“红海”市场产品趋同,价格血拼、利润微薄。以PC为例,2007年的市场明星属于笔记本电脑,获得了前所未有的近50%的增长,台式市场份额下降接近5个百分点;外设产品中多功能一体机、彩色激光打印等产品的增长幅度都超过20%,远远高于打印机整体平均增幅。

多家业内权威机构预测报告均指出,移动办公、激光打印、网络安全、大屏显示、3G应用等细分市场发展迅速,将是商用市场的增长引擎。

三星拥有上述产品完整产业链资源,技术处于行业领先

地位。打印机、多功能一体机等OA外设产品是三星商用业务的主力军团,激光打印机目前排名世界第二,多功能一体机全球销售量第一。包括宝马汽车德国总部、法兰克福机场、中国人寿总部等世界知名企业都采用三星的打印产品和解决方案。

随着北京奥运会的临近,高清、液晶已成为中国五星级酒店行业必备的视觉标准。三星不仅有专为酒店研发的电视娱乐系统,还可以帮助酒店实现全面的智能化、数字化、信息化。

三星能否再次腾飞

除做好充足产品准备之外,2007年,中国三星还对内部组织、渠道管理等做出重大变革,包括在中国建立了三星全球第一支专业的电话销售团队。三星电子大中华区营销副总裁曲敬东将一年来的变化总结为一句话,即“三星真正开始商用消费两条腿走路。”可以说,中国三星过去几年的默默努力,都是在为2008年商用业务展翅飞翔搭好平台。

但三星必须面对的一个现实是,无论在全球还是在在中国,商用市场中一批先进的优秀厂商耕耘多年,开疆拓土,获得了丰厚回报。三星不是来的太晚了?回顾三星70年发展历史,可以看到很多突出重围、后来居上的经典案例:

通讯业务三星比诺基亚迟了足足122年,比摩托罗拉晚了60年,2007年三星已超越摩托罗拉,成为世界第二大手机厂商。家电业务三星比松下迟了51年,现在三星液晶电视等产品均居世界领先地位。半导体业务三星起步比Intel晚了10年,从跟随对手到比肩齐飞,三星前后只用了6年的时间。

自2005年三星确定将商用业务作为战略增长点后,三星在规模巨大的商用市场上得到长足发展。2007年,三星电子商用业务逼近250亿美元大关,同比增长13%,三星商用销售业绩同比增长25%。

2008年商用新品和解决方案的首次全面推出,标志着三星在中国商用市场角色的重大转变。三星电子大中华区营销副总裁曲敬东表示:“三星电子将面对中国企业顾客加强服务,在3到5年时间里,做到商用领域产品及解决方案提供商前三甲。”
刘玲



非凡 2008

三星电子启动“五一”促销活动

假期的调整,倒计时100天的来临,火炬传递正式登陆,日前,三星北京公司启动了主题为“携手三星,传递梦想”的大型促销活动:4月19日至5月4日,凡购买三星家电、IT数码精品和高端手机产品,即可获得各种精美赠品、购物代金券、抽奖、返现金、超值套餐等形式多样的优惠。

据三星北京公司有关负责人介绍,此次三星电子“五一”促销活动,将基本包括三星的全线家电和IT数码和高端手机产品的参加;促销活动形式多样、礼品丰厚。



三星电子大中华区营销副总裁曲敬东

三星在迎来创建70周年华诞之际,全面进军商用市场,业内人士称之为三星的“二次创业”,以实现向世界顶级IT企业飞跃的新目标。

70岁三星的创业冲动

没有人可以预料,70年前韩国汉江河畔,一个卖大米面粉、同时做蔬菜水果和鱼类出口业务的小店会成为全球少有的超级企业航母。

2008年,三星迎来了创建70周年华诞。作为消费者最耳熟能详的品牌,也是在华投资最多的跨国企业之一,三星目前在中国已建有28个生产企业,4个研发中心,6万多名员工。在全球,三星集团营业规模超过了1700亿美元,业务范围横跨石化、造船、航空、金融、电子、通讯等诸多领域,2007年旗下三家企业名列世界500强。特别是旗舰企业三星电子,过去十年凭借家电数码等消费业务,特别是上游的半导体芯片、液晶显示等核心技术支持其快速发展,从一家廉价的电子产品制造商变成了世界顶尖消费电子公司。营业额已超过千亿美元,一跃成为全球电子行业三强。内存芯片、TFT-LCD显示器、CDMA手机、液晶电视等9种产品在全球市场占有率达到第一。

今年3月德国Cebit展会上,三星全球总部高调宣布“以商用战略产品实现向世界顶级IT企业的飞跃”。中国三星率先响应全球战略,近日面向中国市场推出横跨IT、家电、数码、无线通信等几大领域的全线商用终端产品及解决方案。

破解三星商用密码

三星集团董事长李建熙说过,“三星能有今天,我想是因为有技术作为后盾”。三星将尖端技术创新视作保持行业领导