

优质安全丰富:“圳品”带动食品行业高质量发展

深圳市委、市政府出台食品安全战略工作方案,精心打造高标准食品城市品牌——“圳品”,如今已成为大湾区居民餐桌优选美食品牌,正加快融入粤港澳大湾区市场

□ 孟凡伟

明者因时而变,知者随事而制。

当前,在深圳生活的人口达到2200万人,作为超大型城市,日消耗食品多达2.2万吨。然而,深圳仅有基本农田5.8万亩,95%的食用农产品、85%的食品以及100%的粮食依靠外地输入,食品自给率较低。为贯彻落实习近平总书记“四个最严”要求,满足市民对食品安全保障以及对更高标准更高质量食品需求,深圳市委、市政府根据2018年出台的食品安全战略工作方案,精心打造出高标准食品城市品牌——“圳品”。

今年7月以来,香港人涌入深圳尤其是福田区消费成为常态。在深圳各大商圈及不同特色的餐饮店内,随处可见香港人的身影。业界人士认为,深圳之所以引发港人赴深消费热潮,正是得益于优质、安全、丰富的“圳品”品牌效应,以及高标准高质量的食品安全保障。

1235个产品获评“圳品” 辐射全国28省538个基地

据了解,“圳品”已被列入《国家市场监督管理总局“十四五”认证认可检验检



“圳品”产品在山姆会员商店(福田店)进行专区销售

测发展规划》《广东省国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》《深圳市国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》《深圳市第七次党代会工作报告》等近40项政策文件,2022年~2023年连续两年被列入深圳市十大民生实事等重点项目,目前正积极予以推进落实。

善谋者行远,实干者乃成。“圳品”构建了“以标准体系为基础依据、评价体系为方法手段,监督体系为保障措

施”的“圳品”工作三大支撑体系,正是这种高标准高要求,为食品安全保障树立了标杆。

截至目前,供深食品标准工作委员会“圳品”审定工作会议已召开13次,共有370家企业1235个产品获评“圳品”,基地范围辐射全国28省137市301县538个基地,涵盖32大类198个品种,基本能够满足市民群众的日常所需。

当前批次“圳品”,以参展、进商超等多种活动形式陆续举行上市发布会,让更多的市民群众更好地了解和认识了“圳品”,有效提升了“圳品”的知名度。为更好地推动“圳品”发展,深圳市市场监督管理局早在2020年9月就推出了“圳品官”制度。在“圳品官”中,既有长期关注食品安全的人大代表、学者,也有“圳品”企业的负责人、律师和媒体人,他们共同履行“圳品”推广大使的职责,向深圳市民宣传、推广和普及“圳品”。

2022年6月,为打通“圳品”品牌建设“最后一公里”,深圳市积极推动“圳品”预制菜及“圳品”餐厅建设工作,现今已推出146种“圳品”预制菜产品、评价出“圳品”餐厅数十家,有效地延伸了“圳品”产业后端,拓展了“圳

品”产品体系。

为持续扩大“圳品”的影响力,深圳市委、市政府大力推出一系列举措:推动“圳品”进入深圳山姆、盒马、天虹、钱大妈等主流商超,目前门店总数超1000家,部分商超端销售额已近40亿元;推动“圳品”进入全市60%农贸市场,设立“圳品”专柜;推动“圳品”进驻全市、区百家党群服务中心;推动“圳品”进驻圳帮扶、本来生活、广视优品等电商平台,同时打造“智慧圳品”供应链管理服务平台、“圳品真好”平



“美味优品 圳食未来”2023年全球高端食品及优质农产品(深圳)博览会重点企业专题推介会

台专属销售平台,拓宽和延伸市场营销渠道,让市民群众足不出户就能买到心仪“圳品”;推动“圳品”进入企事业单位及校园食堂,守牢食品安全底线。

助乡村振兴,促消费帮扶 带动深圳对口地区脱贫致富

“圳品”诞生以来,一直秉承“感恩改革开放,回报全国人民”的历史责任,肩负着回馈社会、助力乡村振兴、促进消费帮扶的担当。截至目前,深圳48个对口县112家企业229个特色产品成为“圳品”,为贫困地区产品打通销路,带动了对口支援地区脱贫致富。

2023年2月5日,央视一套《焦点访谈》播出《合力打通“出山路”》专题报道,介绍深圳依托“圳品”从根本上帮扶广西大化农户致富的路径。广西大化“七百弄鸡”获评“圳品”后,走出山路,沿着完整的产业链条,走向更广阔的市场;深圳海吉星消费帮扶中心打造“圳品”帮扶销售专区,助力更多深圳对口地区“圳品”进入深圳市场。深圳以“圳品”为纽带,助力对口地区产业提质升级,推动企业标准化建设,带动深圳对口地区脱贫致富,有效助力当地乡村振兴,为各地特色产品高质量发展贡献着“圳品”力量。

积极探索市场化新道路 加快融入大湾区新发展格局

为持续推动“圳品”品牌建设,不断提升其影响力,“圳品”工作团队也在积极探索市场化发展的新道路。

“圳品”品牌市场化,要从标准认定开始,深入剖析标准研制和品牌建

设的规则方法,完善制度性开放措施。“圳品”的标准体系、评价体系、监督体系建设,有效提升了标准水平,完善了标准认定结构。食品和食用农产品从田间地头到商超再到餐桌,依靠“圳品”标准体系保障,以“圳品”为纽带,形成完整产业链,提高了产品品牌效益。

粤港澳大湾区作为中国开放程度最高、经济活力最强的区域之一,在国家发展大局中具有重要战略地位。深圳作为粤港澳大湾区核心引擎城市,充分发挥大湾区综合优势,深化内地与港澳合作,进一步提升粤港澳大湾区在国家经济发展和对外开放中的重要引领作用。

为此,“圳品”积极响应深圳市委、市政府工作部署,增强市场资源联动效应,充分发挥了区域性品牌优势,加强了与粤港澳大湾区、全国、国际市场的互联互通,规则衔接和机制对接,稳步推动“圳品”工作快速发展,加快融入粤港澳大湾区新发展格局。

一是推进粤港澳大湾区食品安全标准体系构建,保障舌尖安全。自2019年2月《粤港澳大湾区发展规划纲要》发布以来,粤港澳大湾区一直在积极研制修订湾区共同执行标准——“湾区标准”,致力推动检测认证规则对接和结果互认互信,推动检验检测认证服务交流合作,以更高标准提供“湾区认证”服务。

深圳市标准院、标促会“圳品”工作团队积极参与“湾区标准”建设,利用全球食品安全标准与技术法规动态比对数据库资源优势,通过比对全球38个国际组织、国家和地区的食品安全标准,以“高于国标、不低于香港规

例”及“取其严、取其全”的原则助力“湾区标准”建设,为全面支撑“湾区标准”工作稳步运行、助力打造“湾区标准”城市品牌、以“圳品”标准的实践经验为“湾区标准”提供借鉴和参考,逐步探索“圳品”标准上升为“湾区标准”的路径,为粤港澳大湾区市民提供更优质安全的食品选择,增强群众的获得感、幸福感、安全感。

二是加强粤港澳大湾区与珠三角九市的交流合作,强化大湾区联动发展。在粤港澳大湾区各地区开展专场“圳品”宣贯培训活动,让更多市民群众及企业了解“圳品”、认识“圳品”、申报“圳品”。

组织开展路演等产销对接活动推介活动,不仅能够推动各地行业龙头企业高质量发展,还能帮助更多小微企业拓宽市场销路,助力打开大湾区市场,带动行业企业提档升级,让“圳品”“湾品”的品牌影响力进一步提升,让更多的人好产品能够进入湾区、辐射全国,丰富市民群众的菜篮子、米袋子、果盘子。

以“圳品”为纽带,通过举办标准化培训、搭建产业标准体系,有效推动大湾区对口地区特色农产品产业基地化、标准化、品牌化发展。同时,积极开展商贸合作,推进深圳农业龙头企业、农业科研机构与当地政府、农民合作社等建立合作关系,打通了东西部供应链资源和产业帮扶渠道,以跨区域联动,促进多方建立紧密产业联系。

以粤港澳大湾区食品安全标准体系构建为齿轮,以加强粤港澳地区与珠三角九市联动发展为纽带,深圳大力推动“圳品”面向湾区,打造出一款



2023年4月,国家市场监督管理总局领导赴深圳市市场监管局调研“圳品”工作

广泛开展“圳品”进商超、进农贸、进机关、进学校、进社区、进党群服务中心等活动,不断扩大品牌影响力,以品牌优势吸引和带动供深食品相关产业行业素质、管理能力、产品品质等的主动提升,形成长效的良性循环。推动“圳品”走进天虹、华润万家、人人乐、沃尔玛、盒马鲜生、麦德龙、家乐福、百佳永辉、永旺、钱大妈、山姆等深圳主流连锁商超,覆盖门店超1000家,同时“圳品”已走进圳帮扶、广视优品、本来生活网等电商平台和深圳地铁集团食堂等大型团餐供应渠道和深铁食研室等餐饮渠道并不断拓展销售渠道。

“圳品”监督是保障“圳品”生命线的有效手段,包含产品监督及抽样检测两个维度。以满足“圳品”产品技术基础要求为前提,依据监督工作规则文件及圳品标准及评价细则相关规定,对已获证产品、组织、基地或生产加工场所等进行符合性检查以及对产品和种养殖环境进行抽样检测。符合性检查内容包括对获证组织的生产加工过程及种养殖基地的管控能力、投入品使用及管理情况、追溯体系建立及运行情况,标签使用情况及企业持续性满足供深食品标准及相关规则文件要求的必要活动的检查。

“圳品”推广

为打造具有深圳特色的供深食品区域品牌,加强品牌建设和宣传推广,

全国联动的区域公共品牌。

畅通国内外市场大循环 加快推动“圳品”国际化

“圳品”应更好联通国内和国际市场,为构建新发展格局提供有力支撑,加快推动“圳品”国际化。今年春节过后,深圳市市场监督管理局领导率队赴香港进行调研,香港中华厂商联合会也赴深调研,双方均表示应积极开展“圳品”推广工作,希望“圳品”能够作为香港推广的切入口,未来实现深港两地标准互通,加强交流合作,扩大“圳品”在香港的市场占有率与知名度,加速建立“圳品”推广渠道,促进深港两地食品交流与发展。

今年以来,英国标准协会(BSI)多次到访深圳市标准技术研究院开展“圳品”座谈,双方就品牌标准、认定模式、监督方式等内容进行了深入探讨,进一步发挥国际专业技术机构、专业技术力量支撑“圳品”建设,助力“圳品”国际化发展,让“圳品”走向全球,享誉世界。

面向未来,“圳品”工作团队将积极使“圳品”融入大湾区市场,依靠大湾区市场完整的市场化运作体系,形成良性循环;将继续加强与BSI、SGS、TUV等知名度较高的国际化技术机构的合作,进一步提升“圳品”国际知名度;持续对标对表英国风筝标志、美国USDA有机认证、中国香港优质“正”印认证等国际先进品牌运作经验,对“圳品”现有运营模式和机制进行优化完善,逐步探索“圳品”运作市场化路径;加强与国际知名认证品牌的交流,探索品牌间互认、双贴标等合作的可行性;有序吸纳我国香港、澳门乃至国外特别是“一带一路”沿线国家优质产品成为“圳品”,开展国际海域深海远洋渔业“圳品”评价工作,提升“圳品”国际影响力;助推将现有评价出的“圳品”组团出海,参与国际展会,加强海外宣传推介,让“圳品”享誉全球。

(本文配图由深圳市市场监督管理局提供)

相关链接

□ 孟凡伟

深圳市委、市政府坚决贯彻落实食品安全“四个最严”重要指示精神,高度重视食品安全工作,于2018年出台了《深圳市食品安全战略工程工作方案》;发布“圳品”团体标准体系,打造“圳品”城市品牌工作是其重要内容。“圳品”是企业自愿申报,经评价符合供深食品标准体系要求的食品和食用农产品,是建立在更高标准之上的城市品牌。

截至目前,深圳已构建“圳品”标准体系500项;发布“圳品”团体标准572项,涵盖市民日常所需的蔬菜、水果、肉制品、水产品等38大类食品及食用农产品;制定了664项四级评价制度文件;评价通过370家企业的1235个产品成为“圳品”,产品范围辐射全国28省137市301县538个基地,涵盖32大类198个品种,覆盖百姓餐桌日常主要的食品及食用农产品。“圳品”通过高标准高要求,引领食品产业

高质量发展,以全链条监管守护市民群众“舌尖上的安全”,实现食品安全风险可控。

本文从“圳品”定位、“圳品”做法、“圳品”标准、“圳品”评价、“圳品”监督、“圳品”推广和“圳品”助力乡村振兴等七方面,进一步介绍目前进展情况。

“圳品”定位

“圳品”是深圳市委、市政府基于2018年出台的食品安全战略工作方案打造的高标准食品城市品牌;是指由企业自愿申报经评价符合供深食品标准体系要求的食品及食用农产品。目前,“圳品”已被列入《国家市场监督管理总局“十四五”认证认可检验检测发展规划》《广东省国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》《深圳市国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》《深圳市第七次党代会工作报告》等近40项政策文件,2022~2023年连续两

年被列入深圳市十大民生实事等重点项目,并予以重点推进与落实。

“圳品”做法

“圳品”工作构建了“1+3+9”的工作机制。即“1”是指一套运行机制、“3”是指三大支撑体系、“9”是指九大基本原则。一套运行机制是指以工作委员会为战略统筹、以深圳标准促进会为运营管理、以国内外第三方机构为技术支撑、以企业为申报主体的圳品运行机制。三大支撑体系包括:标准体系、评价体系、监督体系。九大基本原则简要概括为:以标准体系为基础、技术标准为依据、公开透明为原则、基地控制为前提、体系评价为保障、圳品标识为形象、风险预警为手段、信息平台为支撑、品牌提升为引领。

“圳品”标准

“圳品”标准的研制,遵循系统性、先进性、科学性、开放性原则,充分利

用全球食品安全标准与技术法规动态比对数据库资源优势,以国家标准为基础,对标国际及发达地区标准,结合深圳市实际研制“圳品”团体标准,充分发挥标准的战略性、基础性、引领性作用,为“圳品”工作提供坚实基础依据与技术保障,引领食品产业高质量发展。

“圳品”评价

“圳品”评价以标准体系要求依托国内外一流技术机构的支撑力量,对标全球通行的合格评定模式,质量高要求、环节严把关。以国际标准化组织合格评定委员会(ISO/CASCO)的合格评定技术为手段,以ISO 9001质量管理体系、ISO 22000食品安全管理体系、危害分析与关键控制点(HACCP)等管理体系为核心依据,对比借鉴发达国家及地区实施的自愿性评价,搭建一套以源头管理、风险控制为核心原则的评价体系,涵盖管理办法、规则文件、准则文件、记录