

《“百合花”餐饮业食品安全和营养管理体系要求》发布

明确了可量化、便于执行的参数和要求



□ 本报实习记者 阎利

2021年,中国烹饪协会开展并完成了对2017年发布的《“百合花”餐饮业食品安全和营养管理体系要求》修订工作,新修订的团体标准于2021年12月10日发布。同时,2021年12

月22日,中国烹饪协会在2021中国餐饮领袖峰会上成立了“百合花”工程推广中心,积极引导餐饮企业提升食品安全管理水平。

记者了解到,“百合花”餐饮业食品安全和营养管理体系(简称“百合花”工程)是由中国烹饪协会发起的

面向餐饮企业终端销售门店的食品安全管理第三方评估保证体系,旨在通过行业自律行动,积极引导餐饮企业提升食品安全管理水平,落实主体责任。

此次修订的《“百合花”餐饮业食品安全和营养管理体系要求》团体标准援引了《食品安全法》《食品安全法实施条例》《餐饮服务食品安全操作规范》等法律法规,还借鉴了欧美国家食品安全标准和国际通行的管理经验,对餐饮企业建立食品安全和营养体系具有指导性作用。该标准对餐饮企业管理职责、管理评审、企业资源管理、食品安全和营养管理程序的设定、中央厨房管理以及关键过程控制等方面提出了具体要求,内容包括采购、验收、储存、加工制作、保温、供餐、危机处理、追溯、召回等全链条管控。

北京食安为先管理咨询有限公司相关负责人介绍,新修订的标准对标准章节进行了整合,使得标准的脉络更加清晰。同时,标准全面梳理国家发布/修订的法律法规、标准、规章,对标准内容进行了更新,对相关术语进行了修正,确保标准的适宜

性、一致性。标准条款也更为细化,明确了具体可量化、便于执行的参数和要求,细化后的标准,更多的具体、操作做性更强、便于餐饮服务企业的落地执行。例如,在餐具洗消方面,标准对洗碗机及清洗试剂等给出了具体可参照的参数信息。洗碗主洗温度55°C—65°C,冲洗温度为80°C以上,经洗涤过的餐用具的表面温度均达到≥71°C。所有用于消毒的消毒液浓度应遵循化学品供应商的建议,满足消毒浓度和消毒时间的要求。所有餐厅应有“表面消毒剂”测试纸条来测试消毒剂浓度。此外,标准还强化了餐饮服务企业最高负责人、食品安全管理人员、主管人员职责与权限,明确培训与评审内容。

此外,标准明确,申请“百合花”餐饮业食品安全和营养管理体系认定的餐饮企业,需要由国家级行业协会授权的专业机构进行审核评定,通过审核的企业获得“百合花”放心餐厅证书,证书有效期为12个月,有效期内接受飞行审核。未通过现场审核的餐饮企业需在3个月内进行自我整改后接受复审,复审未通过的餐饮企业,证书管理机构有权收回证书。

三项行业地方新标准出台

电动自行车每次充电不宜超8小时

每次最长充电时间不宜超过8小时,严禁采用拉接临时电源线路、插座和开关等方式充电,严禁在密闭空间或烈日及高温环境下充电……

由北京市市场监管局指导、市自行车电动车行业协会组织行业编写的《电动自行车用锂离子动力电池组技术规范》《电动自行车用充电器技术规范》《电动自行车安全使用指南》三项团体标准近日发布,这是地方电动自行车行业同类标准的首次发布。

加油站周边5米内禁停

电动自行车该如何购买、使用、停放、充电、维护保养?《电动自行车安全使用指南》为电动自行车使用者提供了专业指导。

部分可能导致安全隐患的违规拆改被明确禁止。指南提出,购买人不应应对出厂后的电动自行车进行加装、改装,不应更换不符合该

产品强制性认证配置的电动机和蓄电池等动力装置。加装、改装车篷、车厢、座位等装置也被禁止。拆除或者改动限速处理装置等行为是不被允许的。

指南要求,电动自行车宜停放在开敞式或半开敞式专用停放场所,不应停放在室内及建筑物疏散通道和安全出口处。应远离燃气设施、变配电设施、锅炉房、加油站等危险场所停放,间距要大于5米。宜远离建筑物外墙停放,车身周边2米范围内无可燃物堆放。应避免在污水井、下水道、化粪池等区域的上部地面位置停放。停放时,严禁将易燃易爆危险品等留滞在电动自行车纳物箱内。长期停放时应及时切断主电源,并存放到阴凉处。

严禁烈日下充电

蓄电池应如何正确使用和保养?《电动自行车安全使用指南》提

出,电动自行车每次最长充电时间不宜大于8小时,充电前应关闭电动自行车电源并拔出钥匙。

若电动自行车配备的是铅酸电池,如长时间存放时应充足不低于50%的电量,且每隔一个月进行一次补充充电,以免长期存放影响电池性能和寿命。若配备的是锂电池,如长时间存放时应保持电量在30%至50%,且每隔一个月进行一次完整的充放电循环,以免长期存放影响电池性能和寿命。

严禁采用拉接临时电源线路、插座和开关等方式充电。严禁在密闭空间或烈日及高温环境下充电,不应将充电器放在鞍座或尾箱内充电。

锂电池应有报警功能

《电动自行车用充电器技术规范》《电动自行车用锂离子动力电池组技术规范》两项团体标准,填补了电动自行车用锂电池及充电

器产品安全技术要求的空白。

《电动自行车用充电器技术规范》提出,电动自行车用充电器要有防触电保护。充电器还应有过热保护,一旦发生超温,应在15分钟内切断输出电流。针对铅酸电池充电器,还应具有“过充切断”功能,一旦电池组充入电量即将“过流”,应自动切断输出电流。无论是遇到低温还是高温,充电器都应工作正常。

《电动自行车用锂离子动力电池组技术规范》提出,电池组应安装电池管理系统,且应具有数据实时采集功能、故障报警功能、保护功能、通讯功能和数据上传功能。

电池管理系统应能够实时采集蓄电池总电压、电流、单体温度、充放电次数、满充容量等数据;一旦遇到过温、过电流、绝缘故障等一系列问题,能立即报警;此外,电池管理系统还应具有将采集到的数据上传的功能。

(北京日报)

“甜蜜产业”让群众日子越过越甜

“十三五”时期,广西柳城建设甘蔗“双高”基地23.46万亩

仲冬季节的广西柳州市柳城县各乡镇,大片甘蔗林如轻纱般随风摇曳,蔗农们挥舞着镰刀砍收甘蔗,载满甘蔗的货车往来穿梭,处处洋溢着丰收的喜悦。

“除去蔗种、肥料、人工等费用,种蔗纯利润能达到每亩500元。”社冲乡仓贝村蔗农陆建方介绍说。

去年12月初的一天,柳城县凤山塘炮轰鸣,2021—2022年榨季生产正式开始,各乡镇蔗农陆续投入榨季甘蔗砍收各项生产。

作为国家糖料生产基地县,广西糖料蔗生产重点县和广西高质量发展进步县,柳城县致力于优良甘蔗品种推广,加快机械化作业和技术的运用,积极制定并落实政策补贴,全力推动科技成果向生产力转化,不断巩固拓展脱贫攻坚成果,让群众的日子越过越甜。

收入稳定全靠甘蔗品种好

上榨季,柳城县蔗糖稳步发展,农民种蔗总收入达到12亿元。而种植甘蔗的脱贫户在3700户左右,脱贫户人均种蔗收入约7000元,成为稳固脱贫的关键因素。

“2021年天旱,全靠品种好,管理到家,过完年再砍的话,我的甘蔗

亩产也有七八吨。”大埔镇洛崖村“种蔗牛人”何其龙一脸自信。

他采用多年独创的宽行距、高培土科技方法种植的18亩“桂柳05136”长势好、不倒伏。近期,柳城县等地的技术专家闻讯前来一探究竟。

目前,由柳城自主研发的甘蔗新品种“桂柳05136”“桂柳一号”等因适

应性、抗旱性、糖分、宿根性方面均优于以往品种,已成为广西甘蔗高产高糖“双高”基地建设主推品种,在全国累计推广面积已超过400万亩。其中“桂柳05136”选育与推广应用荣获柳州市科技进步一等奖,每年给柳城县带来数亿元的增值效益。

2016年以来,柳城县在全县范围主推“桂柳05136”甘蔗新良种,给予蔗农一定的种植补贴和原料蔗进厂加价政策,不仅促进了全县品种更新换代,而且为实现甘蔗增产农民增收创造了有利条件。

政策帮忙群众种蔗有动力

“十三五”时期,柳城县加大推进蔗区道路、水利基础设施建设,建设甘蔗高产高糖“双高”基地23.46万亩。2021年,柳城县蔗地机械深耕深翻面积为14.25万亩,地膜覆盖栽培11.05万亩。

(科技日报)

二百家消费维权服务站 黑龙江哈尔滨去年新增

据悉,该局充分发挥行业协会统领带动作用,在省眼镜协会、省家电协会、省照明协会以及二手车协会建立了维权服务站。

同时,该局充分发挥品牌影响辐射作用,在比优特、家得乐、北京华联等数十家商业连锁机构的门店建立了维权站。

截至目前,哈尔滨市“12315消费者维权服务站”在创建的数量和质量上实现了历史性的突破。

收入稳定全靠甘蔗品种好

上榨季,柳城县蔗糖稳步发展,农民种蔗总收入达到12亿元。而种植甘蔗的脱贫户在3700户左右,脱贫户人均种蔗收入约7000元,成为稳固脱贫的关键因素。

“2021年天旱,全靠品种好,管理到家,过完年再砍的话,我的甘蔗

本报讯 近日,工业和信息化部公布“第五批国家工业遗产”名单,其中轻工领域国家工业遗产共计6项,分别为江苏扬州谢馥春香粉厂旧址、山

或作为一座城市的核心,那些或结实耐用、或口味醇厚、或做工精美的各类轻工产品成为伴随几代人成长的美好回忆。近年来一些地区和单位,

轻工六项工业遗产入选国家名录

让老工厂、旧设备继续为人民生活服务

东烟台醴泉啤酒股份有限公司旧址、广东江门甘蔗化工厂、广东清远英德红茶厂、四川遂宁卓筒井和蓬莱井、陕西宝鸡西凤酒厂,涉及日化、酒水、制盐、糖茶等传统轻工行业。

工业遗产是工业文化的重要载体,记录了我国工业化进程不同阶段的重要信息,承载了行业和城市的历史记忆和文化积淀。曾几何时,工厂

积极探索工业遗产保护利用新模式,让老工厂、旧设备转变形式继续为人民生活服务,在注重突出工业遗产原生功能的延续使用和展示的同时,突显行业特色,发掘文化价值,保护利用并举,通过打造工业博物馆、工业文化主题公园、工业旅游产品,发展文化创意产业等,在实践中取得了积极成效。

产业·一家之言

左 鲤

中国黄酒在世界三大酿造酒(黄酒、葡萄酒和啤酒)中占有重要的一席,酿酒技术独树一帜,是东方酿造界的典型代表。中国酒业协会理事长宋书玉对绍兴黄酒有这样的评价:“当下的酒类市场中,黄酒虽然占比不高。但是,它在中国酒类发展和酒文化史上举足轻重、居功至伟。”

然而,近年来,黄酒产业的发展业绩并不乐观,黄酒在价值认同、社交符号等方面还没有形成效应,年轻消费群体对黄酒的认知停留在调料酒层面。加之黄酒的主要消费市场集中在江浙沪地区,对于北方市场而言,黄酒的认知度普遍较低。事实上,随着黄酒应用场景的逐渐减少,对于江浙沪地区的年轻消费者们来说,黄酒的认知度也在逐渐下降。黄酒渐渐从昔日宴饮场景中的“名门女”,逐渐沦为“厨下妇”。

笔者认为,在中酒协对于健康饮酒理念的持续推进下,消费者在酒类消费时对于健康的重视程度不断提升。黄酒以其低酒精浓度、高营养的两大产品优势,必将成为未来产业破圈重生的突破口。

笔者建议,黄酒产业未来发展应着力构建新消费场景,可在三个方面集中发力。

其一是搭车推广,多渠道借力。黄酒厚重的积淀、神奇的技艺,有许多美酒故事可讲。企业应积极与黄酒创作团队进行融合,借力影视剧传播效应优势,将黄酒故事与电视剧情节结合,向当代消费者讲好黄酒故事,唤醒消费者对于黄酒产品及黄酒文化的认同。

其二是打造年轻化产品设计。优雅的青瓷瓶、深沉的粗陶罐无疑是黄酒文化最好的体现,但是一成不变的刻板印象,也让年轻人略感沉重。黄酒产业可借鉴青春小酒的成功经验,积极从产品设计方面寻求年轻化转型。打造包装时尚、容积小巧、口味丰富的“青春版黄酒”。以轻盈、健康、时尚的姿态,融入年轻消费群体。

其三是构建新宴饮消费场景。黄酒的饮用方式多样,既可直接饮用,又可煮或热饮。煮酒自由搭配的轻松属性,非常符合年轻消费群体“时尚+养生”的消费理念。青梅、乌梅、山楂、桂花……伴随着袅袅酒香,将黄酒的包容与年轻的时尚相结合。品饮过程中,消费者在美食、美酒、美器的沉浸式体验中,领略黄酒文化,提升产品美誉度。

最后,笔者建议,黄酒产品想要真正走进百姓生活,成为消费者日常饮酒的重要选项,还应避免盲目高端化升级。首先,要先接地气,放下架子,降低门槛,吸引更多的消费者认识黄酒,先打好群众基础,让更多的人先爱上黄酒,明白黄酒,懂得黄酒,明明白白选择喜欢的黄酒。笔者相信,在重塑新消费场景的帮助下,历史悠久深厚的黄酒产业将有更广阔的发展空间。

安徽推出冬季促消费系列活动

在餐饮、汽车、家电、电商等领域推出系列促销活动和推广计划

岁末年初,又是一年一度的消费黄金时节,近日,安徽省推出冬季促消费系列活动精品活动,省市联动促消费。安徽省在2021年11月至12月启动举办“数字生活消费节”系列活动,依托各地大型公共体育馆、商场、酒店、景区等场所,通过线上线下协同联动,组织开展了“数字生活消费节”系列活动,以促进居民消费升级。

围绕餐饮消费,安徽省在去年12月举办“皖美味道·味享庐州”合肥特色小吃美食节,为期2个月,将充分挖掘合肥特色美食;开展“皖美好味道·百县名小吃”美食评选、选店、宣传推广等系列活动,通过线上线下协同联动评选推出各地精品美食,有效拉动刺激餐饮消费。

围绕体育健身消费,元旦春节期间

重塑新消费场景 助力黄酒产业发展

右 鲤

中国黄酒在世界三大酿造酒(黄酒、葡萄酒和啤酒)中占有重要的一席,酿酒技术独树一帜,是东方酿造界的典型代表。

中国酒业协会理事长宋书玉对绍兴黄酒有这样的评价:“当下的酒类市场中,黄酒虽然占比不高。但是,它在中国酒类发展和酒文化史上举足轻重、居功至伟。”

然而,近年来,黄酒产业的发展业绩并不乐观,黄酒在价值认同、社交符号等方面还没有形成效应,年轻消费群体对黄酒的认知停留在调料酒层面。加之黄酒的主要消费市场集中在江浙沪地区,对于北方市场而言,黄酒的认知度普遍较低。事实上,随着黄酒应用场景的逐渐减少,对于江浙沪地区的年轻消费者们来说,黄酒的认知度也在逐渐下降。黄酒渐渐从昔日宴饮场景中的“名门女”,逐渐沦为“厨下妇”。

笔者认为,在中酒协对于健康饮酒理念的持续推进下,消费者在酒类消费时对于健康的重视程度不断提升。黄酒以其低酒精浓度、高营养的两大产品优势,必将成为未来产业破圈重生的突破口。

笔者建议,黄酒产业未来发展应着力构建新消费场景,可在三个方面集中发力。

其一是搭车推广,多渠道借力。黄酒厚重的积淀、神奇的技艺,有许多美酒故事可讲。企业应积极与黄酒创作团队进行融合,借力影视剧传播效应优势,将黄酒故事与电视剧情节结合,向当代消费者讲好黄酒故事,唤醒消费者对于黄酒产品及黄酒文化的认同。

其二是打造年轻化产品设计。优雅的青瓷瓶、深沉的粗陶罐无疑是黄酒文化最好的体现,但是一成不变的刻板印象,也让年轻人略感沉重。黄酒产业可借鉴青春小酒的成功经验,积极从产品设计方面寻求年轻化转型。打造包装时尚、容积小巧、口味丰富的“青春版黄酒”。以轻盈、健康、时尚的姿态,融入年轻消费群体。

其三是构建新宴饮消费场景。黄酒的饮用方式多样,既可直接饮用,又可煮或热饮。煮酒自由搭配的轻松属性,非常符合年轻消费群体“时尚+养生”的消费理念。青梅、乌梅、山楂、桂花……伴随着袅袅酒香,将黄酒的包容与年轻的时尚相结合。品饮过程中,消费者在美食、美酒、美器的沉浸式体验中,领略黄酒文化,提升产品美誉度。

最后,笔者建议,黄酒产品想要真正走进百姓生活,成为消费者日常饮酒的重要选项,还应避免盲目高端化升级。首先,要先接地气,放下架子,降低门槛,吸引更多的消费者认识黄酒,先打好群众基础,让更多的人先爱上黄酒,明白黄酒,懂得黄酒,明明白白选择喜欢的黄酒。笔者相信,在重塑新消费场景的帮助下,历史悠久深厚的黄酒产业将有更广阔的发展空间。

围绕餐饮消费,安徽省在去年12月举办“皖美味道·味享庐州”合肥特色小吃美食节,为期2个月,将充分挖掘合肥特色美食;开展“皖美好味道·百县名小吃”美食评选、选店、宣传推广等系列活动,通过线上线下协同联动评选推出各地精品美食,有效拉动刺激餐饮消费。

围绕体育健身消费,元旦春节期间

</div