

Title: 《2005年超市食品安全调查的主要发现》

Author: 中国连锁经营协会

Source: 《中国市场》, 2006年第1期, pp. 15-16

Abstract:

一、对消费者的调查结果

超市提高食品安全是一项能带来积极回报的“投资”，而不是“成本开支”。（1）中国消费者认为食品安全至关重要；（2）食品安全是影响消费者选择哪种渠道购买食品，特别是生鲜加工食品的主要因素；（3）大多数消费者愿意为改善的食品安全多支付一点额外的费用；（4）改善食品安全能够帮助零售商增加销售、进行溢价销售以及提升消费者的忠诚度。

二、零售企业在食品安全控制方面的薄弱环节主要存在于三个方面

1、规范零售商食品安全操作的政策规定仍然不够完善，食品安全方面的法律与规范之间有冲突或者执行力较差，需要进一步完善立法、标准、培训、审计和认证。中国需要一个统一的国家食品安全标准。

2、零售商供应链中对食品安全的管理还有很大改进的空间。食品安全控制在供应链的各个环节都有不同程度的缺失，冷链完整性依然落后。（1）采购环节，不合格的原料加工和不充分的供应审查导致食品质量问题不断；（2）运输环节，零售商不能完全遵从基本的储存和消毒要求；（3）销售环节，现有的设备和处理办法也不能充分控制食品安全；（4）整个价值链上，冷链完整性没有被很好地发展。

3、零售商辅助管理体系对食品安全管理的支持不够，组织结构和人力资源体系在控制食品安全方面不是十分有效。例如，组织结构方面，总部缺乏独立的食品安全控制部门和外部质量审计监查，使整个企业食品安全的执行变得困难。

三、对中国零售商的启示和建议

1、改进食品安全是一项能产生回报的“投资”而不是“开支”，食品安全带来的益处包括：更高的销售额、更多的商品溢价、更高的客户忠诚度、减少食品变质、降低直接损失。

2、中国零售商需要增加在食品安全方面的投入，使其能：（1）提供安全的食品给消费者；（2）建立消费者忠诚度；（3）增加销售额和利润；（4）实现竞争优势；（5）生产达到出口水平的产品；（6）增加生鲜食品和自制食品两个快速增长大类的销售。

3、改善食品安全要求，对从原料到成品的供应链各环节进行改进，实现从分散的供应链向整合供应链的提升。重点包括：（1）产品的生产源头的控制；（2）提高冷链整合度；（3）运输和储存过程控制；（4）零售环节管理。

4、高级管理层的支持与独立设置的食品安全部门是成功改进食品安全的重要保障。

5、积极学习国外经验。总体上，中国零售企业仍然处在食品安全控制的初级阶段，学习国际先进的经验十分有益。

(end)



<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.0/fr/deed.fr>