

“关注夏季饮食,票选放心饮品”系列报道

“高价水每升比油还贵”、“质检总局新近曝光问题饮料”……饮料市场的混乱局面,只有以品质作为主导,以“真诚应对、及时处理、实事求是”的理念去服务好消费者,饮料企业才能真正地提升消费者的信誉度。7月1日,由本报第一消费举办的“2011关注夏季饮食行业座谈会”顺利举行。娃哈哈、中美纯水、农夫山泉、酷斯苏打水、雪洋、露露等品牌代表,对当前的饮料市场的宏观形势和企业自身发展进行深入分析和探讨。 晚报记者 谢宽/文 赵楠/图

2011“关注夏季饮食行业座谈会”上周举办 饮品企业开出提升信誉度“秘方”

面对投诉可以这样 真诚应对 及时处理 实事求是



市食品安全协会
贾涛



市食品药品监管局
齐新志



雪洋 宋秀茹



雀巢 甄鑫



酷斯 连文杰



红牛 李涛



承德露露 时会长



娃哈哈 威晓铭



妙字号 乔彬



中美纯水 刘亚鹏



世纪联华 李献红



世纪联华 郭志华

一问 河南市场潜力有多大?

娃哈哈1至5月同比增长9个点,茶饮料、水、乳饮料等品类把郑州市场作为主战场来对待。

对于河南饮料市场的发展前景,娃哈哈市场部经理威晓铭认为:“今年1至5月娃哈哈在河南市场同比增长9个点,公司把茶饮料、水、乳饮料等品类作为郑州市场的主战场来对待,足以说明郑州市场的潜力。”

2010年,全年当中可口可乐、百事可乐、统一、娃哈哈等饮料业巨头纷纷在河南市场跑马圈地,而对外宣称的口径基本一致——河南市场潜力巨大。正如参加此次河北承德露露股份有限公司超市经理时会长说:“河南有着与目前中国几大经济区承接互动的地位。河南的人口全国第一,发展潜力大。”

不仅如此,便利的铁路公路交通网纵横交

错,是河南未来经济发展强有力的支撑。发达的交通又带来多元的文化及频繁流动的人才,势必为整个河南注入发展活力和原动力,未来河南经济的发展不可限量。时会长表示,因此在今年下半年,承德露露也将要在郑州建厂,要对植物蛋白饮料进行推广。

不仅是露露,就连初登郑州的西藏妙字号食品有限公司,其总经理助理乔彬也在本次座谈会上表示了相同的看法。他说:“几年来我们也看到河南在城镇化进程中不断前行,一个大郑州的辐射圈日益成形,而各区域的城市群也不断涌现。这种城市间的互动和互补,以及随之而来的经济实力和消费力的上升,将是未来河南发展的保障。”

四问

面对投诉企业应该做什么?

对于投诉企业应该做的就是“真诚应对”、“及时处理”、“实事求是”、“依法赔偿”。

座谈会上各个企业负责人都表示,在工业化量产的年代,大型规范的企业都取得了QS认证、生产、检测、抽检等环节都按照国家标准严格执行,但是再好的企业也会有小的瑕疵,关键问题是出现了投诉,要正确对待,敢于面对。

郑州市食品药品监督管理局餐饮服务食品安全相关负责人乔新志说:“顾客投诉吃饭时吃出苍蝇,要求饭店打五折结账遭到拒绝,于是投诉到我们这里,我们依法进行了执法。但最后的结果,实际让顾客四处投诉的效应,远远大于打五折的效应。”

“换位思考一下如果您买到了问题产品会怎么样,同样也会气愤,就想讨个说法,只要正确面对,顾客基本上会接受。”河南世纪联华超市企划经理郭志华介绍,“在超市购买商品出现问题,我们会‘归根溯源’,找到在哪个环节上出现了问题,第一时间尽快处理消费者的投诉,超市与企业共同承担起责任。”

可口可乐公共事务及传讯部石琨表示:可口可乐系统拥有规范严格的生产流程及质量控制体系,确保产品安全并符合国家相关法律法规及质量标准。我们一向重视消费者的意见和建议,对于消费者的投诉我们都会按照《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国食品安全法》等有关法律条例和消费者沟通协商处理。

“总结之后,对于投诉实际上就是‘真诚应对’、‘及时处理’、‘实事求是’、‘依法赔偿’。”郑州市食品安全协会秘书长贾涛认为,“真诚应对就是换位思考处理投诉的态度,及时处理就是降低投诉的负面心理,实事求是和依法赔偿,就是为了防止一些恶意投诉现象的发生,企业以及法律进行赔付。”

二问 高端饮品能用价格来衡量?

高端水的“高”是品牌、运输、地域等方面具体在价格上的体现。

一边是品牌巨头大举进入,一边则是价格的异军突起,近两年价格在5元至10元的高端矿泉水逐渐占据半壁江山,且销售形势不错。

“这只是郑州市场的其中一个特点。”郑州酷斯食品饮料有限公司总经理连文杰介绍,“近年来郑州中高端市场发展很快,比如说人们生活水平的日益提高,对饮用水的要求也越来越高。很多人对饮用水的要求不仅是解渴,而是更加关注其品质和健康元素,这也是未来的一个发展趋势。”

那么高端饮品,高在哪里?高价格和产品自身价值是否成正比呢?

上海雀巢饮用水有限公司销售部经理甄鑫以矿物质水、纯净水以及天然矿泉水为例,道出

了高端水背后的“高度”。他认为:“高端水的‘高’是品牌、运输、地域等方面具体在价格上的体现。因为,这三种水源出处不同,天然水主要是以地标水和其他水作为水源,作为纯净水是天然易得的,容量比较多;而矿泉水的资源较少,须在特定地质条件下构成,一般的年限是50年以上,能够开发矿泉水需要很长的流程。”

不仅如此,现在国家明确规定,从探矿到申请、储量登记、矿泉水鉴定、注册登记取得采矿权是一个相当长的流程,最快要在两年内可以批准,所以珍贵就在于这里,所以投资较大,所以小企业不敢问津。由于矿泉水特有的特点和营养成分,在生产上不同于其他水,有不同的质量。

三问 杜绝“问题饮品”如何做?

企业作为生产者以追求利益为目的,但不能以追求利润最大化为目的。利益应包含企业产品的品质和社会责任。

食品安全是老问题,也是关乎企业生存的问题。正如河南雪洋绿色食品有限公司的宋秀茹说:“企业发展注定离不开对品质的追求,都说企业有两条生产线,一条是生产产品的,一条则是人,因为只要员工做到位,那么产品的品质自然可以保证。”

“水市场老百姓最关心的就是水的品质,首先要放心,其次是健康。”河南中美纯水有限公司市场总监刘亚鹏认为,“企业自己做好水的品质不代表整个行业提升一个新的水平,必须职能部门严格控制、规范市场,从而提供行业门槛,从而净化市场才能从根本上消除市场上的不良因子。”

郑州市食品安全协会秘书长贾涛表示,食品安全方面是一个涉及多方面的大课题,企业

作为生产者应该以追求利益为目的,但不能以追求利润最大化为目的,追求利润的最大化势必会造成企业出现偷工减料、不规范生产等因素,我们通常所说的利益,包含企业所担当的社会责任和诚信。

投票选出您心中的放心饮品

康师傅、娃哈哈、百事可乐、可口可乐、雀巢、汇源、统一、农夫山泉、七瀑、崂山、雪洋、小洋人、健力宝、达能、旺旺、花花牛、红牛、今麦郎、露露、达利园、银鹭、悦活、华生堂、深晖、妙字号、一番原味、远村、怡宝、科迪、和丝露、依云、黄河人、小趣、景田、天喔、大湖、昆仑山、屈臣氏、可蓝、六个核桃、乐百氏、酷斯、仁和、金沙源……

请您将以上品牌的饮用意见,拨打电话0371-67655031告诉我们

金山网络 新浪微博首次遭遇黑客恶搞 金山毒霸全面拦截

金山网络 新浪微博首次遭遇黑客恶搞 金山毒霸全面拦截
新浪微博突然爆发的奇怪消息6月28日晚8点,新浪微博突然遭遇蠕虫式的“病毒”攻击,众多加V认证的名人微博发布带攻击链接的私信或微博,“微博蠕虫来了”的消息在网友中不胫而走。为避免再有用户中招,金山毒霸已将相应链接标识为黑链予以拦截。“这次针对新浪微博的攻击事件在短时间内突然爆发,是源于新浪微博的某些页面存在XSS跨站攻击漏洞。”金山网络安全专家指出,攻击者在每一个杜撰的消息后面跟一个微博短网址,该网址又通过网易的短址指向一个含跨站脚本攻击的链接。当受害者读取私信,鼠标指向那个短址链接时,攻击脚本就会执行。

闹事的短网址暗藏玄机 点击这条攻击链接后,微博网友会立刻执行一段有害代码,造成三个结果:发布一条围脖;成为攻击发起人的粉丝;向其他好友发送含同样链接地址的私信。新浪微博很快发现这个漏洞,删除了含攻击链接的微博内容,并将攻击发

起人ID删除。针对社交网站的XSS漏洞曾经多次发生,国外的Facebook、Twitter,国内的人人网、开心网都曾遭遇类似攻击。金山安全专家指出,XSS漏洞简单理解,就是利用网站漏洞在本站执行第三方网站的程序代码。攻击者利用XSS漏洞诱使被攻击者访问含特别用途的网页,可以是钓鱼网站,也可以是挂马网站。幸运的是,6月28日针对新浪微博的攻击行动中,并没有访问到带有明显恶意的钓鱼网站和挂马网站,也不会造成微博用户的账号安全。“这次事件看起来更像一个安全警告,这样做的目的是促使被攻击方更加重视安全问题,及时修复安全漏洞。”金山安全专家这样解释。“这可能只是一个开始,这次事件提醒所有网站运营者重视安全漏洞,但无法保证下一个攻击者也同样怀有善意。”作为防范措施,金山安全专家建议一般网民谨慎点击短址链接,安装专业杀毒软件可以减轻无意中访问钓鱼网站或挂马网站的风险。