

据悉,国家食品药品监督管理总局对外通报了小麦粉等11类食品监督抽检情况和餐饮服务食品安全监督抽检信息。抽检发现,部分桶装水、酱油、乳制品等不合格。其中抽检2846批次瓶(桶)装饮用水样品,不合格样品数为340批次,不合格样品率为11.9%。

现在,某些小区安装直饮机,据业内人士称,直饮机需要日常维护,比如说过滤器的清洗等,这些都会影响水质。桶装水饮用,在日常生活中是比较普遍的,应该注意什么问题呢?怎么选择呢?

你喝的水健康吗? 安全水评选在行动

安卿超

水,是生命之源。饮水问题,事关我们的切身体健康。最近,新闻频频曝光饮用水问题,使人们开始“谈水色变”,不再盲目地信任桶装水,而日前,记者采访时得知桶装水存在的问题,饮用桶装水桶的安全也同样需要关注。为了使我们能够喝到安全放心水,为了使放心水品牌树立值得信赖的行业标杆,枣庄日报社联合质监部门准备开展“放心水”评选活动,此次活动以市民投票、问卷调查、有关部门检测等多种方式定夺。

据了解,桶装水存在许多隐患,如:劣质桶可能含致癌物、桶的使用期限无标准等。有业内人士告诉记者,由于对水桶质量疏于监管,不少企业便在桶的质量上动了心思。现今对水桶的要求是通过QS认证,但是一些企业送检的桶是合格的,而真正使用的则可能不合格。更让人触目惊心的是,有些成本低的企业使用回收的废塑料制成的水桶——“垃圾桶”,一个水桶大约在使用60次之后就应淘汰,然而一些企业为了减少成本的开支,仍然让本该淘汰的废旧桶“奋斗在一线”,而这种桶往往容易滋生细菌,进一步加大桶装水的污染。

在日常生活中,我们常发现超期工作的水桶,这样的水桶易碎易裂,而一旦有损坏的现象,商家就理所当然地扣下消费者的押金。这不是重



点,桶装水的危害还表现在,塑料长时间使用后就会老化,产生不利于身体健康的化学物质,这些物质溶入水中,就会对人体造成危害。

据了解,我市的桶装水企业近百家,可谓品牌繁多、良莠不齐。记者在街头调查时,发现有不少市民反映桶装水问题。家住立新小区的刘女士说:“我家孩子就是喜欢喝水,上学时拿一瓶水,在学校里也要再喝一瓶水,晚上睡觉时也要喝杯水,现在,到处都是桶装水,到底什么品牌的水可以放心饮用,什么品牌的水存在安全隐患,我们不好分辨,真是揪心。在市场买菜的赵阿姨说,我曾经买过一家的桶装水,他们的桶大多数都不是新桶,不是低端凹进去了,就是桶的颜色不是透明蓝,有时候喝一杯不加温的水,肚子会痛,这可不是得了,我们老两口,可禁不起这般折腾,儿子知道后,给我们安了一台净水器。

一位多年从事桶装水销售的张先生说,水厂的规模不尽相同。有的大企业斥资上百万,先进的机器设备,一流的生产规模,全部达到国标要求,有的小规模作坊,他们不要求生产设备如何,无视桶是否需要换代,把消费者的健康置之不理,以求小投资,谋求高额的利润。所以,树立桶装水的标杆企业是刻不容缓的事。

“瓶”智慧 绿未来 可口可乐创新型植物环保瓶在中国上市

近日,可口可乐宣布一款采用可再生原料制成的植物环保瓶(PlantBottle?)包装正式在中国上市,这是可口可乐首次将这项全球最先进的绿色包装科技带到中国。植物环保瓶?是可口可乐公司在包装领域的一项革新突破,是全球首款含高达30%可再生植物原料,且100%可回收利用的PET塑料瓶。这是第一个实现大规模商业化应用的植物基材PET包装。与传统的完全依赖石油的PET塑料瓶相比,植物环保瓶减少了对不可再生资源的依赖,且降低了碳排放。它的推广应用将对中国的可持续包装产业带来积极的影响。

首批在中国上市的植物环保瓶包装将应用于全新888毫升和1升装的汽水类饮料产品(包括可口可乐,雪碧,芬达),并率先在上海、杭州、天津、辽宁4个市场面世。可口可

乐大中华区及韩国区总裁鲁大卫表示:“可口可乐一直秉承可持续发展之道,关注环境,社区与人的和谐发展,并将这个理念实践在业务的各个环节。利用科技创新力,为包装注入可持续发展的绿色动力,是我们践行可持续发展理念的重要一环。我们很自豪能将包装领域的前沿科技第一个带到中国,让中国的消费者在享受畅爽饮料的同时,也能享受到科技带来的环保体验。我相信,中国市场的巨大潜力,将赋予这款包装最大化的环境效益。”可口可乐承诺,到2020年,中国所有PET塑料瓶饮料都将采用植物环保瓶?包装。

植物环保瓶?包装技术改变了全世界对PET塑料瓶的看法,是一项对包装、能源、新材料等多个行业具有深远意义的科技创新。它的商业化应用,已在全球产生非常可观的环境效应。据2013年初的最新统计数

据,可口可乐在全球超过24个国家,已投放使用超过140亿个植物环保瓶?包装,新材料帮助节省了30万桶石油,相当于减少了近13.5万吨二氧化碳排放量。

“我们相信,可持续发展领域的技术创新,只有进入商业化应用,到达消费终端,人们才能完全体验出它的价值,这项技术才能发挥出最大的环境效益。”可口可乐公司研究院士兼全球外部技术引进总监黄晓燕博士表示。这位从小在北京长大,早年就读于北京大学高分子化学专业的高材生,拥有近30项美国和世界发明专利,是世界聚酯材料领域最年轻的顶尖专家之一。她以非凡的科学洞察力和对改善地球生态的执着,与可口可乐团队一起成就了这项突破性革新在包装领域的大规模商业应用。(徐舜吉)

酒水资讯

1. 全球十大酿酒国家公布

14日称,世界卫生组织公布的2014年全球酒类消费报告显示,“全球十大酿酒国家”全部来自欧洲。其中,白俄罗斯以每年人均消耗17.5升纯酒精名列榜首。第二名至第四名分别是摩尔多瓦、立陶宛和俄罗斯。第五到第十名依次为罗马尼亚、乌克兰、安道尔、匈牙利、“捷克和斯洛伐克”、葡萄牙。“啤酒王国”德国排名第16位。

2. 武汉成立进口葡萄酒行业协会

武汉进口葡萄酒行业协会5月9日正式成立。今后协会将加强行业管理和行业自律,杜绝伪劣产品和恶性竞争等现象发生,开拓并维护进口葡萄酒行业健康发展。据了解,进口葡萄酒行业协会将以服务企业、加强合作、促进行业发展为宗旨,充分发挥协会及会员的优势,从市场开发、信息传递、人才引进与培训以及管理水平提升等方面入手,为行业会员提供专业化、综合性的系列配套服务,让进口葡萄酒从业者走得踏实稳健。

3. 澳洲百利达投7.8亿建葡萄酒基地

日前,澳洲百利达国际集团与保定蠡县绿色生态项目正式签约,项目总投资达7.8亿元。蠡县委书记李自贤表示,在京津冀一体化协同发展中,要发挥自身优势合作共赢,澳洲百利达国际集团落户蠡县,这无疑肯定了蠡县的发展潜力。

4. 数据解析:全球重要葡萄酒消费国的人均消费量

据国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)发布的《世界葡萄酒市场发展与趋势报告》,2013年葡萄酒消费总量排在前十位的国家依次为:美国29.145亿升、法国28.181亿升、意大利21.975亿升、德国20.300亿升、中国16.815亿升、英国12.738亿升、阿根廷10.337亿升、西班牙9.1亿升、澳大利亚5.289亿升、葡萄牙4.551亿升。美国首次超过法国,成为全球最大的葡萄酒消费国。

5. 伊利稳居千家A股公司资本品牌价值之首

5月20日,中国上市公司市值管理研究中心发布了《2014年中国资本品牌评价报告》。报告统计,从资本品牌价值规模来看,2014年度实现资本品牌价值的优秀企业有1380家,其中,伊利股份稳居千家A股公司资本品牌价值之首。

6. 娃哈哈富氧水被指虚假宣传

近日在京发布了新产品——“富氧弱碱性饮用水”。娃哈哈集团宣称,采用尖端锁氧技术,这款产品中的溶解氧含量为普通饮用水的6至10倍,可有效补充人体所需氧气。在娃哈哈集团官方网站上,这款产品被简称为“娃哈哈富氧水”。然而,娃哈哈集团宣称的氧气能喝的理念以及宣传的补氧效果,却遭到了行业人士的炮轰,从而被指或涉嫌虚假宣传;其在产品外包装上标注“富氧弱碱性饮用水”的做法,也被指违规。

品美酒 赏好戏 红太阳·燕京啤酒品鉴会



5月16日,由红太阳白酒、燕京啤酒、枣庄总代理、枣庄和盛科贸公司赵昌龙总经理举办的“红太阳·燕京啤酒新品

上市暨联谊品鉴会”在中粮大厦隆重开幕。顾名思义,品鉴的酒水便是“红太阳白酒系列”和“燕京啤酒”。

活动现场,内容丰富,好戏连台。孙悟空模仿秀、猜酒游戏、时装秀、喝啤酒比赛……好酒相聚,使各位到场嘉宾在品鉴美酒的同时,欣赏精彩节目。不少到场嘉宾纷纷表示,此次品鉴会独具特色,也孕育着“日出东方、红遍枣庄”之势。

当晚虽不是订货会,但是确实有人心动并且行动。燕京鲜啤大派送活动迎来一番购买热潮。一位赵先生买了10箱燕京鲜啤和5箱燕京纯生,有幸赠送了7箱燕京鲜啤。他笑谈,天渐渐热了,以后就是喝啤酒的好时节。燕京啤酒口感不错,这次搞活动,花同样的钱

却多送那么多箱,挺好的,算是赚了。一位钟爱白酒的顾老先生说,我曾经喝过红太阳酒,口感绵甜爽净,回味无穷,这次,能够再看到它,我一定要买两箱回去。

赏精彩节目,品美酒佳酿,在欢乐的氛围中了解了“红太阳酒”和“燕京啤酒”。当晚为大家呈现的三种酒品,都是红太阳的典范之作:“红太阳佳缘”、“红太阳一帆风顺”、“红太阳迎宾”。而燕京啤酒始终坚持中国人的口味,广受好评。当晚推出的酒品有:“燕京精品、燕京干啤、燕京鲜啤、燕京纯生”。

“红太阳酒”和“燕京啤酒”进驻枣庄,也丰富了当地的酒水市场。希望能像红太阳寓意地那般“日出东方、红遍枣庄”。(安卿超)

世界聚焦恒大冰泉 中国矿泉水首次出口全球开创纪录

世界三大黄金水源长白山为唯一采水点,恒大冰泉品质达到世界级

本报讯 “今天在这里,我们与欧洲13个主要国家43位经销商代表,共同启动恒大冰泉出口欧洲的仪式,实现了恒大冰泉“一处水源供全球”的宏伟梦想,是中国矿泉水走向世界的第一次……”5月20日恒大集团董事局副主席、总裁夏海钧在恒大冰泉出口欧洲签约仪式上骄傲地向世人宣告,恒大矿泉水实现了中国矿泉水出口国际市场零的突破,为中国民族品牌走向世界做出了贡献。

在北京人民大会堂恒大冰泉出口欧洲签约仪式上,英、法、德、俄、意、荷兰、西班牙、匈牙利、土耳其、波兰、斯洛伐克、白俄罗斯、瑞典等欧洲13个主要国家的经销商代表成为恒大冰泉的首批国际经销商,恒大冰泉在全国唯一实现了“一处水源供全球”,全球500媒体记者进行了跟踪报道。

欧洲13个国家的经销商看好恒大冰泉

阿尔卑斯山、高加索山和长白山被称为世界三大黄金水源。记者了解到,恒大冰泉的水源地源自长白山,该深层矿泉水符合最严格的欧盟标准,品质口感与世界知名品牌相近,部分指标更优,恒大冰泉出口全球的市场前景可期。

意大利对外贸易委员会总协调官Antonino La-spina在签约仪式上说:“意大利对外贸易委员会一直关注着中国相关产业的发展,非常认可恒大冰泉“一处水源供全球”的模式,因为这是对品质的坚守承诺。

恒大冰泉有能力在欧洲和意大利市场上竞



争。我相信,进入意大利市场将是另一个促进意大利和中国双边合作互利的积极举措。”

法国经销商代表VERDUN JEAN-JACQUES, PHILIPPEYUE对恒大冰泉的品质给予了充分肯定:“法国拥有不少闻名世界的矿泉水品牌,为世界消费者带去了高品质的天然矿泉水与健康生活理念。很高兴看到,中国消费者也开始认可这种饮水理念。近年来,中国诞生了很多优秀的企业及矿泉水品牌,恒大冰泉就是其中一个,也是我认为最好的一个。”

“东方依云”为民族品牌赢得了荣誉

恒大冰泉“一处水源供全球”的模式,为其产品品质提供了完全的保障,事实上,“一处水源供全球”并非恒大冰泉首创,而是国际顶级矿泉水品牌普遍坚持的经营模式。

世界知名矿泉水品牌法国依云是在保证黄金水

源的同时,依靠这一模式保证全球各地每一瓶依云水的质量,“一处水源供全球”是矿泉水达到世界顶级品质的最重要指标和标志。

业内人士认为,此举打破了只有世界矿泉水进入中国,没有中国矿泉水出口全球的格局,也为民族品牌赢得了荣誉。恒大冰泉在海外赚取利润,为产业创新,国内经济做出贡献。在未来的世界矿泉水市场,可能会出现“西方有依云,东方有恒大”的格局。(记者 丁玉萍)

相关链接 我国地表水含68种抗生素

近期,一刊登在2014年第9期《科学通报》上的研究报告指出,我国地表水中含有68种抗生素,另有90种非抗生素类医药成分被检出。

该研究团队负责人之一吕树光说,药物和个人护理品(PPCPs)包括各种处方药、非处方药、化妆品等。尽管其在地表水环境中浓度仅为纳克每升至微克每升量级,但仍具有生态风险。

报告指出,与其他国家相比,我国地表水环境中抗生素的总体浓度水平与检出频率均较高。抗生素类PPCPs的来源可能包括:生活污水、医企或工业废水的排放;农业、畜牧养殖业及水产养殖业的直接排放或土壤渗透等。

5月8日,全国人大常委会法工委副主任信春鹰在“纪念水污染防治法颁布实施三十周年座谈会”上表示,水污染防治法的修改列入了十二届全国人大常委会立法规划,已经开展了前期研究工作。