

## ■ 70周年标识

6月3日,国务院新闻办公室发布庆祝中华人民共和国成立70周年活动标识。活动标识以数字“70”和代表国家形象的国徽五星及天安门作为设计核心元素,紧扣中华人民共和国成立70周年庆典活动主题。该标识可广泛用于各地各部门庆祝中华人民共和国成立70周年活动环境布置和群众性主题教育活动用品制作。

## ■ 事权改革

国务院办公厅6月3日印发《教育领域中央与地方财政事权和支出责任划分改革方案》,将教育领域财政事权和支出责任划分为义务教育、学生资助、其他教育三个方面。其中,义务教育总体为中央与地方共同财政事权,学前教育、普通高中教育、职业教育、高等教育等其他教育,实行以政府投入为主、受教育者合理分担、其他多种渠道筹措经费的投入机制,总体为中央与地方共同财政事权。

## ■ 90项任务

北京市发改委6月3日透露,北京市制定了推进京津冀协同发展2019年工作要点,并于近日印发实施。北京今年工作要点共安排90项具体任务。其中,疏解非首都功能14项,支持推动雄安新区及北京城市副中心规划建设19项,推动生态、交通、产业、公共服务等关键环节取得新突破36项,深化协同发展改革创新16项,进一步完善推进协同发展工作机制5项。

栏目主持:肖涌刚

## · 简讯 ·

## 北京地铁霸座、进食处罚细则落地

北京商报讯(记者 陶凤 彭慧)6月3日,在酝酿了半个多月后,北京市交通委正式发布《关于对轨道交通不文明乘车行为记录个人信用不良信息的实施细则》(以下简称《实施细则》),指出违规进出、逃票、地铁霸座,车厢内进食,推销产品或从事营销活动以及大声外放视频或音乐等行为,将正式被视为记录个人信用不良信息的不文明乘车行为(以下简称“信用不良乘车行为”)。

值得注意的是,实施细则在此前的版本上,对参加轨道交通志愿服务进行信用修复等做出了最新的规定。乘客不听劝阻,拒绝下车、出站,扰乱轨道交通车站、车厢秩序,拒绝参加或逾期未参加轨道交通志愿服务进行信用修复的;参加轨道交通志愿服务不听轨道交通运营企业安排或志愿服务不合格的;以及被公安机关依法给予相应行政处罚的,将被记录个人信用不良信息。

根据规定,因实施信用不良乘车行为拟被记录个人信用不良信息的乘客,自不文明行为发现之日起30日内可以通过参加轨道交通志愿服务进行不良信息修复。逾期未参加志愿服务或不听从轨道交通运营企业安排参加志愿服务的,由轨道交通运营企业报市交通执法总队记录个人信用不良信息。

据介绍,轨道交通志愿服务包括维持站内秩序,引导乘客安全文明乘坐自动扶梯、无障碍电梯和列车等;受理乘客关于乘车、问路等方面的咨询;协助乘客使用自动售票机购票、刷卡用票进出站;轨道交通运营企业确定的其他轨道交通志愿服务。

拟被记录个人信用不良信息的乘客,应当按照轨道交通运营企业的安排,当场参加或在与轨道交通运营企业约定时间内参加志愿服务1小时。经轨道交通运营企业确认合格后,7个工作日内报市交通执法总队备案,不再记录个人信用不良信息。

## 自行车专用路开通三天通行4万车次

北京商报讯(记者 陶凤 彭慧)6月3日,据北京市交通委介绍,5月31日,本市首条自行车专用路——回龙观至上地自行车专用路正式开通试运行。经过三天试运行,自行车专用路运行情况良好。三天共计通行41744车次,最大交通量出现在6月1日晚19-20点,骑行量为2856车次,交通量较多的出入口是起点、龙泽站、回龙观和终点。

截至目前,自行车专用路开通试运行三天,总体通行状况良好。从社会、市民及骑行爱好者等现场反馈、留言情况上看,总体认为自行车专用路大大方便了两地的出行,通行秩序良好,骑行比较安全,沿线景观舒适。

据北京市城市道路养护管理中心介绍,在开通试运行前期,结合道路特点及通行现状,与交通管理部门联合制定了《关于回龙观至上地自行车专用路交通管理通告》;设置出入口、路段及休息区24小时不间断服务人员等,劝返电动车3945辆,劝返行人8069人。

在倡导“绿色出行、低碳出行”理念下,城养中心将“骑行顺畅、管理有序、景观优美”作为管理目标,以“市民满意、社会认可”为管理标准。在这高温、降雨叠加的三天中,城养中心组织人员在做好现场管理的同时,开展了24小时不间断巡视工作,梳理完善了设施及管理存在的隐患,收集解决了部分市民提出的意见建议。

通过巡查梳理,增加了10处护网,共计310米;在龙泽中街及龙泽西路出入口设置隔离栏杆,将正常通行和出入骑行进行隔离;针对京张铁路施工路口增派通行服务人员,引导骑行;设置沿线垃圾桶11个,增派卫生间清理人员等。

在这三天调查基础之上,下一步,在原有早晚高峰时段安排基础上,针对龙泽口协调增加警力,同步加密服务人员路段巡查频率;安排专人在进口远端进行电动自行车及行人劝离,与现有措施形成“远端劝阻,近端疏导”。

## ▶ 不忘初心 牢记使命

北京推开“不忘初心、牢记使命”主题教育 蔡奇强调:

## 坚持首善标准推动首都新发展

北京商报讯 6月3日上午,北京市“不忘初心、牢记使命”主题教育工作会议召开。市委书记、市委“不忘初心、牢记使命”主题教育领导小组组长蔡奇在作动员讲话时强调,认真学习贯彻落实习近平总书记重要讲话精神和党中央部署要求,坚持首善标准,以坚韧顽强的斗争精神、较真碰硬的工作态度、务实创新的工作作风,扎扎实实开展好主题教育,引导全市广大党员干部更加自觉地践行党的初心和使命,更加奋发有为地推动首都新发展。

蔡奇指出,开展“不忘初心、牢记使命”主题教育,是党中央做出的重大部署。习近平总书记在“不忘初心、牢记使命”主题教育工作会议上的重要讲话,是开展主题教育的根本指针,是新时代加强党的建设的纲领性文献。我们要认真学习、深刻领会,切实增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两

个维护”,把思想和行动统一到习近平总书记重要讲话精神 and 党中央部署要求上来。

蔡奇强调,北京作为首都,与党和国家的使命紧密联系在一起。我们要提高政治站位,深刻认识开展主题教育的重大意义,全面落实党中央关于主题教育的目标要求,确保取得预期效果,努力走在全国前列。

要切实加强理论学习,坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装头脑。聚焦解决思想根子问题,在学习原文中悟透原理,推动学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想往深里走、往心里走、往实里走。结合北京实际,深入学习习近平总书记对北京重要讲话精神,有针对性地开展革命传统教育、先进典型教育、警示教育,提高学习教育针对性,增强贯彻落实自觉性、坚定性。

要深入开展调查研究,强化大抓基层的鲜明导向。通过蹲点调研、一线岗位工作体验等方式,沉下去了解民情。多开展“四不两直”调研,一竿子插到底。坚持问题导向,聚焦热点难点问题,拿出化解矛盾、破解难题的实招硬招。力戒形式主义、官僚主义。领导班子成员要讲好评专题党课。

要检视问题短板,深入查摆自身不足。对照党章党规、初心使命,深刻检视剖析,努力实现自我提升。领导干部和领导干部要广泛听取意见,聚焦政治建设、思想建设、作风建设三个方面进行检视反思,把思想、工作、自身摆进去,明确努力方向和整改措施。

要狠抓整改落实,确保取得预期目的。把“改”字贯穿始终,立查立改、即知即改。突出务实原则,抓好专项整治,抓一件成一件。把接诉即办作为重

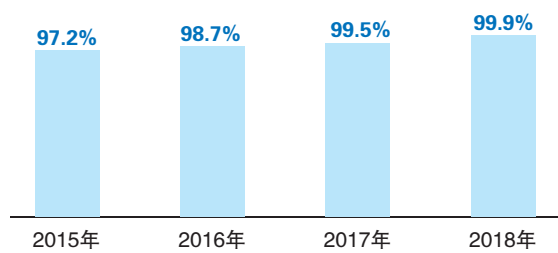
要抓手,坚持民有所呼、我有所应,深化党建引领“街乡吹哨、部门报到”改革,办好群众家门口的事。要召开专题民主生活会。

蔡奇强调,要切实加强组织领导。落实主体责任,各级党委(党组)书记要履行第一责任人职责,班子成员履行“一岗双责”。领导机关和领导干部要以上率下,市级领导率先垂范。加强分类指导,联系各自实际,分批制定实施方案,加强全程巡回指导,增强主题教育针对性和实效性。坚持统筹兼顾,把开展主题教育同履行首都职责、贯彻党中央各项工作部署、完成改革发展稳定各项任务结合起来,与国庆70周年庆祝活动筹备和服务保障工作有机融合起来,做到两手抓两促进,防止“两张皮”。抓好宣传引导,总结推广好经验、好做法、好典型,营造良好舆论氛围。

## 政策加持 国产奶粉能否迎来转机

6月3日,国家发改委、工信部等七部门联合下发《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》(以下简称《行动方案》),旨在提振消费者对国产奶粉的信心。追溯安全体系覆盖60%的奶粉、国产奶粉自给水平稳定在60%……从价格成本到技术研发,国产奶粉正在政策红利的加持下一步步探索自己的位置与市场。

## 近年来国产婴幼儿配方乳粉抽检合格率情况一览



## 追溯体系三年内六成覆盖

《行动方案》一开头就明确提出,要“重塑消费者对国产婴幼儿配方乳粉的信心”。

完善婴幼儿配方乳粉食品安全国家标准;完善产品抽检制度,对出现过指标不合格的婴幼儿配方乳粉企业加大抽检力度……《行动方案》从多个方面进行了规定。

在奶粉监管追溯方面,逐步建立全国统一的婴幼儿配方乳粉质量安全追溯平台,力争三年内实现质量安全追溯体系建设覆盖60%以上婴幼儿配方乳粉企业,并与国家重要产品质量追溯平台对接。

《行动方案》下发当日,乳业板块直线拉升,板块涨幅一度接近4.4%。新农开发、贝因美、西部乳业涨停,麦趣尔、三元股份、爱婴室、科迪乳业纷纷跟涨。港股市场雅士利国际直线拉升11%,现代牧业和原生态乳业涨幅均在3%以上,蒙牛乳业涨幅在1%以内。

国家监督抽检数据显示,2018年,婴幼儿配方乳粉抽检3058批次,有2批次检出不合格,合格率达到99.9%。乳业分析师宋亮表示,其实国内的奶粉生产标准比国外的更加严格,工艺、技术等方面已经达到了国际先进水平:“比如,国外的安全监测标准有100项,而现在国内可以达到200项。”宋亮说。

## 自给水平稳定60%以上

不过,国产奶粉的销售情况依然不尽如人意。宋亮告诉北京商报记者,目前市场上进口奶粉与国产

奶粉的销售额占比大概在7:3,国产奶粉的弱势显而易见,飞鹤、伊利、君乐宝等大品牌并未进入一二线市场。

2018年1月1日,被称为“史上最严奶粉新政”的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》正式实行,按照配方注册管理办法的规定,我国对奶粉配方的管理由备案制改为注册制。自此,行业展开了一轮大清洗,奶粉贴牌、代加工和假洋品牌被清出市场,品牌数量从2000个配方缩减到几百个。

中国食品土畜进出口商会数据显示,进口奶粉的市场占有率已从2008年前的30%左右跃升到50%以上。食品行业相关人士表示,中国的进口牛奶市场整体规模还会保持进一步增长趋势。

《行动方案》对国产奶粉的市场占比也给出明确指示——力争婴幼儿配方乳粉自给水平稳定在60%以上。对于国产奶粉市场占有率低的原因,宋亮一针见血地指出:“国产奶粉价格太高。”

“实际出厂价格几十元的奶粉,放入市场后的最终售价将达到200元。”有业内人士透露,其中奶粉生产成本可能最多不超过80元,包括奶粉的原材料、生产人员工资、设备折旧等等。

而国内市场的层层分销,是奶粉价格翻倍的重要推手。有乳企负责人表示,奶粉品牌进入商超都要给“进场费”,这些费用可能就占了终端零售价格三成。在成本高企的情况下,奶企们不得不走高端、卖高价。”宋亮说。

对此《行动方案》明确,支持国内企业在境外收

购和建设奶源基地,降低原料成本,鼓励有实力、信誉好的企业在国外设立加工厂,并将生产的产品以自有品牌原装进口,支持国产乳粉生产企业根据自身实际,找准产品市场定位,拓展营销渠道,巩固和扩大消费市场,积极拓展中高端市场,实行错位竞争。

## 三年建立母乳研究数据库

宋亮表示:我们的奶粉安全性并没有问题,问题出在研发上,产品的技术研发没有那么深入,微纳米技术的应用、新的营养元素的突破还有待解决,国产奶粉的起步本身较晚,导致研发体系比较薄弱。”

《行动方案》指出,依托现有资源建设国家乳品安全与营养分析中心,实施国家母乳研究计划,争取用三年时间收集并整合企业现有数据资源,建立统一的母乳研究数据库,对不同区域、不同成长阶段的婴幼儿所需营养元素进行分析研究。

此外,借鉴乳业发达国家经验,将国家历年抽检积累的检测数据与国内企业共享,指导企业有针对性地改善产品品质;结合母乳研究成果和市场消费需求,支持生产企业优化配方,加快产品研发,推动科研成果转化应用。

据介绍,国内奶粉研发多靠参考国际文献和国外人群的研究数据,即使这样研发,依然拉长了奶粉盈利的战线。因此,中国的乳企干脆参照国外相关产品配方,单纯添加某种成分即成为自己的新产品,既缺乏科学准确的依据,也缺少应用评价结果的支持。

“可以预见的是,未来奶粉的竞争焦点将从过去的渠道、数量、营销逐渐转移到产品品质、创新以及与消费者的互动上。”美赞臣大中华区副总裁顾磊表示。

有业内人士指出,此前,奶粉新政淘汰了大量中小品牌,使得奶粉市场的竞争逐步转为具备一定规模和品牌力的企业间的“贴身肉搏”。具备较好利润以及市场发展前景的高端技术产品,则成为乳企寻求差异化的关键。

“国产奶粉开疆拓土还有相当长的路要走。”中国奶业协会副秘书长刘琳说。

北京商报记者 陶凤 常蕾

X 西街观察  
Xijie observation

## 乳企“翻身”要打持久战

陶凤

再亏不能亏孩子。奶粉安全是中国宝宝的命门,也是3亿中国妈妈的底线。

6月3日,发改委印发《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》,该方案提到,未来国产婴幼儿配方乳粉的自给率要力争维持在60%以上,力争三年内实现质量安全追溯体系建设覆盖60%以上婴幼儿配方乳粉企业,并与国家重要产品质量追溯平台对接。

两个“60%”,之于国产奶粉爬出泥沼意义非凡。无论市场准入、资质管理、奶源地建设,还是企业兼并重组、监管部门的最终目标正是通过各种措施来提升国产奶粉的质量和竞争力。

一次三聚氰胺事件一度将国内婴幼儿奶粉行业拉至谷底,毁掉信任只在一瞬间,想要挽回这种不信任,却很难一蹴而就。过去十多年,对国内奶粉行业来说,真正的危机不是几次割裂的事件,而是被家长们主动串联起的问题概率,消费者的不安全

感和不信任感不断加强,任何负面信息都会引发安全行业的动荡。

十年间,有失有得。“合格”产品导致安全事件颇为讽刺,直接暴露了行业监管的弊端,奶粉为代表的食品安全问题频发,源于过往市场监管效率低下及专业性欠缺,行业标准的门槛不够高,未能将不具备竞争力的产品拦在门外。从另一个角度看,安全危机也是由乱到治的契机。从一次次奶粉安全事件,奶粉无意中扮演了“介质”的关键角色,推动了中国食品安全制度的改革。

2008年,即将通过的食品安全法案突然进行重要修改。五年后,中国食品安全彻底告别了分段管理模式。自2014年开始,婴幼儿奶粉行业已开始“史上最严格门槛”的换证审核工作,试图通过削减品牌和提高企业换证门槛来提高行业集中度。

去年1月1日,史上最严的奶粉注册管理标准正式开始实施,办法中规定在中国境内销售的婴幼儿

配方奶粉必须获得产品注册证书,未注册者将被逐出市场。根据网络公开资料显示,约有半数品牌将会被淘汰出局,婴幼儿奶粉市场将会进一步净化,整个市场朝着正向发展。

限住“洋奶粉”,是中国乳企等待已久的机会。但机会在手,不代表“天下我有”。国内乳业发展依然面临着复杂的市场情况。一方面,中小企业生存持续日益激烈,大企业产业升级未完待续;另一方面,部分消费者分层流失,对海外奶粉形成固定偏好,通过发达的电商物流网络完成购买。

目前看来,本土乳业仍在艰难重建婴幼儿产品的市场信心。国产奶粉的翻身仗没有一招定胜负的捷径,而注定是一场决定权在市场的持久战。重建对国产奶粉的信心,不仅要重建对国内乳企的信心,更要重建对监管体系的信心,才能让全行业容不下“害群之马”,进而在全产业链条上完成信任机制的重建。