



禽(蛋)业分会·信息周报

2022 中国国际肉类产业周

携手好食材·烹饪美食秀（新希望六和冠名）活动的通知

各有关单位：

中国肉类协会主办，新希望六和股份有限公司鼎力支持的“携手好食材·烹饪美食秀”活动定于9月22日—24日在青岛世界博览城举办。

本次活动将设置中国肉类食品安全信用体系建设示范单位专场（含西式肉制品）、禽肉品鉴专场和世界牛排专场，通过产品展示、烹饪、现场品鉴品评、餐饮对接等多项内容，旨在推动我国肉类产业持续健康发展，引领倡导肉类科学消费。（会员企业参与活动不收取任何费用）

为加强企业品牌建设，提升产品品质，鼓励企业科技创新，引领肉类产业健康发展，我会将在活动期间开展“2022 中国国际肉类产业周携手好食材·烹饪美食秀活动‘金奖’‘银奖’‘最受关注肉类好食材’”评选活动。

本次评定以参加“携手好食材·烹饪美食秀”活动的产品为主，涉及肉及肉制品，由行业专家现场评定，并将在产业周期间对获奖企业及产品予以表彰。活动具体安排如下：

- 一、 报名时间：2022年8月11日—9月2日
- 二、 现场评定时间：2022年9月22日—9月23日
- 三、 颁奖时间：拟定9月24日上午
（在“携手好食材·烹饪美食秀”活动现场）

参加活动企业需要提供的资料：

(1) 演示台、背景板广告：（制作台）1.5m (w) ×1 m (h)，（背景板）2m (w) ×2.5m (h)。（电子文件，文件精度：原尺寸大小，72DPI）

内容主要为消费宣传知识。建议将重要内容放在距地面 80cm 以上，以防被演示台遮挡。

(2) 企业宣传片：宣传片时长 3 分钟左右。主要宣传企业形象，介绍主营旗舰产品。（屏幕尺寸比例为 16:9）

(3) 活动对接人具体姓名和电话

活动现场根据产品需要自带设备：

插线板，加工设备及工具（现场严禁明火，可使用电磁炉等），餐盘等现场需要的其他物品。

活动现场提供：

每个展台提供 1 个电源（220V 15A），2 个座位。请自行计算好设备及工具的功率，以防超标。

参加活动的企业，请填写好最受关注肉类好食材申报表、安全承诺书，提供设计好的背景板广告资料，于 9 月 2 日前发送至邮箱。

逾期未发送广告者，将无法由协会统一制作。

联系人：高佳宾 电话：18811569686

杜潇泉 电话：17343162145

梁淑珍 电话：13801007706 010-68028235

电子邮箱：2851639024@qq.com

- 附件：1、“携手好食材·烹饪美食秀”活动议程
- 2、“携手好食材·烹饪美食秀”活动安全承诺书
- 3、“携手好食材·烹饪美食秀”活动现场设计图
- 4、2022 中国国际肉类产业周“携手好食材·烹饪美食秀”
评选申报表



一、批发价格监测

1. 8月15日：“农产品批发价格200指数”比上周五上升0.54个点

据农业农村部监测，8月15日“农产品批发价格200指数”为121.68，比上周五上升0.54个点，“菜篮子”产品批发价格指数为122.54，比上周五上升0.63个点。截至今日14:00时，全国农产品批发市场猪肉平均价格为29.25元/公斤，比上周五上升0.1%；牛肉76.96元/公斤，比上周五上升0.2%；羊肉67.26元/公斤，比上周五上升0.4%；鸡蛋10.51元/公斤，比上周五上升1.0%；白条鸡18.66元/公斤，比上周五上升0.3%。

2. 8月16日：“农产品批发价格200指数”比昨天下降0.04个点

据农业农村部监测，8月16日“农产品批发价格200指数”为121.64，比昨天下降0.04个点，“菜篮子”产品批发价格指数为122.50，比昨天下降0.04个点。截至今日14:00时，全国农产品批发市场猪肉平均价格为29.04元/公斤，比昨天下降0.7%；牛肉76.64元/公斤，比昨天下降0.4%；羊肉66.64元/公斤，比昨天下降0.9%；鸡蛋10.59元/公斤，比昨天上升0.8%；白条鸡18.82元/公斤，比昨天上升0.9%。

3. 8月17日：“农产品批发价格200指数”比昨天上升0.33个点

据农业农村部监测，8月17日“农产品批发价格200指数”为121.97，比昨天上升0.33个点，“菜篮子”产品批发价格指数为122.88，比昨天上升0.38个点。截至今日14:00时，全国农产品批发市场猪肉平均价格为28.91元/公斤，比昨天下降0.4%；牛肉76.68元/公斤，比昨天上升0.1%；羊肉66.66元/公斤，与昨天持平；鸡蛋10.47元/公斤，比昨天下降1.1%；白条鸡18.99元/公斤，比昨天上升0.9%。

4. 8月18日：“农产品批发价格200指数”比昨天上升0.19个点

据农业农村部监测，8月18日“农产品批发价格200指数”为122.16，比昨天上升0.19个点，“菜篮子”产品批发价格指数为123.10，比昨天上升0.22个点。截至今日14:00时，全国农产品批发市场猪肉平均价格为28.73元/公斤，比昨天下降0.6%；牛肉77.02元/公斤，比昨天上升0.4%；羊肉66.98元/公斤，比昨天上升0.5%；鸡蛋10.61元/公斤，比昨天上升1.3%；白条鸡18.85元/公斤，比昨天下降0.7%。

5. 8月19日：“农产品批发价格200指数”比昨天上升0.23个点

据农业农村部监测，8月19日“农产品批发价格200指数”为122.39，比昨天上升0.23个点，“菜篮子”产品批发价格指数为123.36，比昨天上升0.26个点。截至今日14:00时，全国农产品批发市场猪肉平均价格为28.84元/公斤，比昨天上升0.4%；牛肉77.48元/公斤，比昨天上升0.6%；羊肉67.38元/公斤，比昨天上升0.6%；鸡蛋10.67元/公斤，比昨天上升0.6%；白条鸡18.74元/公斤，比昨天下降0.6%。

数据来源：农业农村部市场与信息化司

二、8月份第2周畜产品和饲料集贸市场价格情况

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测，8月份第2周（采集日为8月10日）鸡蛋、鸡肉、商品代肉雏鸡、牛羊肉、生鲜乳、豆粕价格上涨，生猪产品价格下降，商品代蛋雏鸡、玉米、配合饲料价格持平。

生猪产品价格。全国仔猪平均价格44.68元/公斤，比前一周下降0.6%，同比上涨13.3%。天津、山西、重庆、广西、广东等13个省份仔猪价格上涨，吉林、宁夏、辽宁、海南、黑龙江等16个省份价格下降。华北地区仔猪平均价格较高，为49.79元/公斤；西南地区较低，为33.24元/公斤。全国生猪平均价格21.52元/公斤，比前一周下降0.7%，同比上涨39.2%。海南、黑龙江、云南、贵州、宁夏等8个省份生猪价格上涨，天津、吉林、北京、青海、山东等20个省份价格下降，内蒙古、广西价格持平。华南地区生猪平均价格较高，为23.26元/公斤；东北地区较低，为20.59元/公斤。全国猪肉平均价格33.75元/公斤，比前一周下降0.5%，同比上涨31.5%。天津、贵州、重庆、福建、湖南等11个省份猪肉价格上涨，北京、吉林、辽宁、黑龙江、河北等19个省份价格下降。华南地区猪肉平均价格较高，为37.21元/公斤；东北地区较低，为31.44元/公斤。

家禽产品价格。全国鸡蛋平均价格11.45元/公斤，比前一周上涨0.3%，同比上涨3.2%。河北、辽宁等10个主产省份鸡蛋平均价格10.51元/公斤，比前一周下降0.3%，同比下降2.2%。全国鸡肉平均价格24.20元/公斤，比前一周上涨0.4%，同比上涨10.9%。商品代蛋雏鸡平均价格

3.80 元/只，与前一周持平，同比上涨 3.0%。商品代肉雏鸡平均价格 3.42 元/只，比前一周上涨 2.4%，同比上涨 7.2%。

牛羊肉价格。全国牛肉平均价格 87.04 元/公斤，比前一周上涨 0.2%，同比上涨 2.3%。河北、辽宁、吉林、山东和河南等主产省份牛肉平均价格 78.20 元/公斤，比前一周下降 0.3%。全国羊肉平均价格 81.35 元/公斤，比前一周上涨 0.3%，同比下降 0.8%。河北、内蒙古、山东、河南和新疆等主产省份羊肉平均价格 74.63 元/公斤，比前一周上涨 0.3%。

生鲜乳价格。内蒙古、河北等 10 个主产省份生鲜乳平均价格 4.12 元/公斤，比前一周上涨 0.2%，同比下降 5.5%。

饲料价格。全国玉米平均价格 2.99 元/公斤，与前一周持平，同比上涨 1.4%。主产区东北三省玉米平均价格为 2.76 元/公斤，比前一周下降 0.4%。主销区广东省玉米价格 3.07 元/公斤，与前一周持平。全国豆粕平均价格 4.41 元/公斤，比前一周上涨 0.2%，同比上涨 16.4%。育肥猪配合饲料平均价格 3.86 元/公斤，与前一周持平，同比上涨 6.9%。肉鸡配合饲料平均价格 3.88 元/公斤，与前一周持平，同比上涨 6.3%。蛋鸡配合饲料平均价格 3.59 元/公斤，与前一周持平，同比上涨 6.5%。

2022年8月第2周（总第32周）畜产品、饲料集市价格表

单位：元/公斤、元/只

项目	本周	上年同期	前一周	同比%	环比%
仔猪	44.68	39.43	44.95	13.3	-0.6
生猪	21.52	15.46	21.68	39.2	-0.7
猪肉	33.75	25.66	33.91	31.5	-0.5
鸡蛋	11.45	11.09	11.42	3.2	0.3
主产省份鸡蛋	10.51	10.75	10.54	-2.2	-0.3
鸡肉	24.20	21.83	24.10	10.9	0.4
商品代蛋雏鸡	3.80	3.69	3.80	3.0	0.0
商品代肉雏鸡	3.42	3.19	3.34	7.2	2.4
牛肉	87.04	85.12	86.89	2.3	0.2
羊肉	81.35	81.97	81.13	-0.8	0.3
主产省份生鲜乳	4.12	4.36	4.11	-5.5	0.2
玉米	2.99	2.95	2.99	1.4	0.0
豆粕	4.41	3.79	4.40	16.4	0.2
育肥猪配合饲料	3.86	3.61	3.86	6.9	0.0
肉鸡配合饲料	3.88	3.65	3.88	6.3	0.0
蛋鸡配合饲料	3.59	3.37	3.59	6.5	0.0

蛋鸡主产省份统计范围：河北、山西、辽宁、吉林、黑龙江、江苏、安徽、山东、河南、陕西。

生鲜乳主产省份统计范围：河北、山西、内蒙古、辽宁、黑龙江、山东、河南、陕西、宁夏、新疆。

数据来源：农业农村部畜牧兽医局

三、一周国际动物疫情动态-372 期

非洲猪瘟

1. 南非发生 5 起家猪非洲猪瘟疫情

8 月 12 日，南非通报夸祖鲁纳塔尔省等 2 地发生 5 起家猪非洲猪瘟疫情，143 头家猪感染，98 头死亡，8 头被扑杀。

2. 俄罗斯发生 7 起野猪和 10 起家猪非洲猪瘟疫情

8 月 12 日，俄罗斯通报达吉斯坦共和国等 6 地发生 7 起野猪和 10 起家猪非洲猪瘟疫情，9 头野猪感染死亡，35 头家猪感染，19 头死亡，7 头被扑杀。

3. 罗马尼亚发生 4 起野猪和 15 起家猪非洲猪瘟疫情

8 月 12 日，罗马尼亚通报阿尔巴县等 8 地发生 4 起野猪和 15 起家猪非洲猪瘟疫情，4 头野猪感染死亡，588 头家猪感染，345 头死亡，6.4 万头被扑杀。

4. 北马其顿发生 4 起家猪非洲猪瘟疫情

8 月 15、17 日，北马其顿通报卡瓦达尔齐区等 2 地发生 4 起家猪非洲猪瘟疫情，6 头家猪感染死亡，440 头被扑杀。

5. 尼泊尔发生 1 起家猪非洲猪瘟疫情

8 月 14 日，尼泊尔通报东部区发生 1 起家猪非洲猪瘟疫情，32 头家猪感染，17 头死亡。

6. 匈牙利发生 10 起野猪非洲猪瘟疫情

8 月 16 日，匈牙利通报索博尔奇-索特马尔-贝拉格州等 4 地发生 10 起野猪非洲猪瘟疫情，11 头野猪感染死亡。

7. 摩尔多瓦发生 1 起野猪和 1 起家猪非洲猪瘟疫情

8 月 16 日，摩尔多瓦通报敦杜舍尼区等 2 地发生 1 起野猪和 1 起家猪非洲猪瘟疫情，1 头野猪和 1 头家猪感染死亡。

8. 意大利发生 1 起野猪非洲猪瘟疫情

8 月 17 日，意大利通报拉齐奥大区罗马市发生 1 起野猪非洲猪瘟疫情，1 头野猪感染死亡。

禽流感

1. 俄罗斯发生 9 起家禽 H5N1 亚型高致病性禽流感疫情

8 月 11、12 日，俄罗斯通报库尔斯克州等 2 地发生 9 起家禽 H5N1 亚型高致病性禽流感疫情，54 只家禽感染死亡，256 只家禽被扑杀。

2. 法国发生 3 起家禽 H5N1 亚型高致病性禽流感疫情

8 月 12 日，法国通报阿尔代什省发生 3 起家禽 H5N1 亚型高致病性禽流感疫情，100 只家禽感染，20 只死亡，1.7 万只被扑杀。

3. 挪威发生 9 起野禽 H5N1 亚型高致病性禽流感疫情

8 月 12 日，挪威通报斯瓦尔巴群岛发生 9 起野禽 H5N1 亚型高致病性禽流感疫情，12 只野禽感染死亡。

4. 德国发生 3 起家禽 H5N1 亚型高致病性禽流感疫情

8 月 12 日，德国通报下萨克森州发生 3 起家禽 H5N1 亚型高致病性禽流感疫情，610 只家禽感染，460 只死亡，1.6 万只被扑杀。

5. 爱尔兰发生 2 起野禽 H5N1 亚型高致病性禽流感疫情

8月12日，爱尔兰通报梅奥郡等2地发生2起野禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情，4只野禽感染死亡。

6. 加拿大发生44起野禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情

8月12日，加拿大通报魁北克省等4地发生44起野禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情，104只野禽感染死亡。

7. 爱尔兰发生3起野禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情

8月12日，爱尔兰通报沃特威尔郡发生3起野禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情，6只野禽感染死亡。

8. 英国发生17起野禽和4起家禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情

8月12日，英国通报英格兰等3地发生17起野禽和4起家禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情，37只野禽感染死亡，59只家禽感染，42只死亡，2.5万只被扑杀。

9. 荷兰发生2起家禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情

8月16、17日，荷兰通报格尔德兰省等2地发生2起家禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情，562只家禽感染死亡，8.3万只被扑杀。

10. 比利时发生1起野禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情

8月16日，比利时通报西弗兰德省发生1起野禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情，1只野禽感染死亡。

11. 阿尔巴尼亚发生1起野禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情

8月16日，阿尔巴尼亚通报科尔察县发生1起野禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情，1只野禽感染死亡。

12. 葡萄牙发生1起野禽和1起家禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情

8月17日，葡萄牙通报滨海杜罗省等2地发生1起野禽和1起家禽H5N1亚型高致病性禽流感疫情，1只海鸥感染死亡，43只家禽感染死亡，52只被扑杀。

其它动物疫病

1. 美国发生1起野生动物新冠肺炎病毒感染疫情

8月11日，美国通报德克萨斯州达拉斯动物园发生1起野生动物感染新冠肺炎病毒疫情，1只野生山魈感染。

2. 法国发生1起西尼罗热疫情

8月11日，法国通报瓦尔省发生1起西尼罗热疫情，1匹马感染。

3. 南非发生9起SAT3型口蹄疫疫情

8月12日，南非通报西北省发生9起SAT3型口蹄疫疫情，311头牛感染。

4. 西班牙发生6起新城疫疫情

8月12日，西班牙通报安塔路西亚省发生6起新城疫疫情，4.6万只家禽感染，8500只死亡，3.8万只被扑杀。

5. 德国发生2起西尼罗热疫情

8月12日，德国通报萨克安哈特州动物园和布兰登堡州各发生1起野生动物和1起家畜西尼罗热疫情，1只企鹅和1匹马感染。

6. 亚美尼亚发生1起狂犬病疫情

8月17日，亚美尼亚通报塔武什州发生1起狂犬病疫情，1只家犬感染被扑杀。

数据来源：农业农村部畜牧兽医局

四、政策、法律、法规、标准

市场监管总局关于《企业落实食品安全主体责任监督管理规定 (征求意见稿)》公开征求意见的通知

为督促企业落实食品安全主体责任，建立健全食品安全责任制，提高风险防控能力，切实维护群众饮食健康，市场监管总局组织起草了《企业落实食品安全主体责任监督管理规定（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见，请于2022年9月17日前反馈市场监管总局。公众可通过以下途径和方式提出意见：

1. 登录中华人民共和国司法部 中国政府法制信息网（<http://www.moj.gov.cn> <http://www.chinalaw.gov.cn>），进入首页主菜单的“立法意见征集”栏目提出意见。

2. 登录国家市场监督管理总局网站（网址：<http://www.samr.gov.cn>），通过首页“互动”栏目中的“征集调查”提出意见。

3. 通过电子邮件发送至：wangyi@samr.gov.cn，邮件主题请注明“《企业落实食品安全主体责任监督管理规定（征求意见稿）》公开征集意见”字样。

4. 通过信函邮寄至：北京市西城区三里河东路8号，国家市场监督管理总局食品安全协调司。请在信封上注明“《企业落实食品安全主体责任监督管理规定（征求意见稿）》公开征求意见”字样。

附件：1. 企业落实食品安全主体责任监督管理规定（征求意见稿）
2. 起草说明

市场监管总局

2022年8月17日

附件 1

企业落实食品安全主体责任监督管理规定 (征求意见稿)

第一条 为了督促企业落实食品安全主体责任，强化企业主要负责人食品安全责任，规范食品安全管理人员行为，根据《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例等法律法规，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内，食品生产经营企业主要负责人，以及食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员，依法落实食品安全责任的行为，应当遵守本规定。

第三条 食品生产经营企业应当建立并落实食品安全责任制，依法配备与其企业规模、食品类别、风险等级、管理水平、安全状况等相适应的食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员，明确企业主要负责人、食品安全总监、食品安全员等不同层级管理人员的岗位职责。

企业主要负责人对本企业食品安全工作全面负责，建立并落实食品安全主体责任的管理制度和长效机制。食品安全总监、食品安全员应当协助企业主要负责人做好食品安全管理工作。

第四条 食品生产经营企业主要负责人应当支持和保障食品安全总监、食品安全员依法开展食品安全管理工作，在作出涉及食品安全的重大决策前，应当充分听取食品安全总监和食品安全员的意见和建议，对其发现的本企业食品安全隐患，应当组织研究并提出处置措施，及时消除风险隐患。

第五条 在依法配备食品安全员的基础上，以下食品生产经营企业应当配备食品安全总监：

- （一）特殊食品生产企业；
- （二）用餐人数 500 人以上的学校食堂、用餐人数 300 人以上的幼儿园食堂；
- （三）大中型食品生产企业；
- （四）大中型餐饮服务企业、连锁餐饮企业总部；
- （五）大中型食品销售企业、连锁销售企业总部。

县级以上地方市场监督管理部门应当根据本地区实际，指导本辖区具备条件的企业配备食品安全总监。

第六条 食品安全总监、食品安全员应当具备下列食品安全管理能力：

- （一）掌握相应的食品安全法律法规、食品安全标准；
- （二）具备识别和防控相应食品安全风险的专业知识；
- （三）熟悉本企业食品安全相关设施设备、工艺流程、操作规程等食品安全全过程控制要求；
- （四）参加企业组织的食品安全管理人员培训并通过考核；
- （五）其他应当具备的食品安全管理能力。

食品安全总监应当具备与其岗位相适应的食品安全管理经验和能力。
鼓励企业优先配备具有食品安全管理师资质的人员担任食品安全总监。

本规定实施前企业已有的食品安全管理人员，符合任职要求的，可以明确为食品安全总监、食品安全员。

第七条 因食品安全违法被吊销许可证的企业，其法定代表人、食品安全管理人员和其他直接责任人员，自处罚决定作出之日起五年内不得担任食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员。因食品安全犯罪被判处有期徒刑以上刑罚的人员，终身不得担任食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员。

第八条 食品安全总监直接对本企业主要负责人负责，协助主要负责人做好食品安全管理工作。主要职责包括：

（一）组织制定并督促落实食品安全责任制和食品安全管理制度，明确从业人员健康管理、供货者管理、进货查验、生产经营过程控制、出厂检验、追溯体系建设、投诉举报处理等方面的食品安全责任要求；

（二）组织制定并督促落实食品安全风险防控措施，定期组织食品安全自查，评估食品安全状况，及时向企业主要负责人报告食品安全工作情况，提出整改措施并督促落实；阻止、纠正本企业违反食品安全管理制度的行为，及时消除风险隐患；

（三）组织制定食品安全事故处置方案，组织开展应急演练，履行食品安全事故报告义务，组织实施食品召回，防止事故扩大；

（四）负责管理本企业食品安全员，督促指导食品安全员依职责做好相关工作，组织开展对本企业员工的食品安全教育、培训、考核；

（五）接受和配合地方政府和监督管理部门开展的监督检查等工作，如实提供有关情况，积极整改落实；

(六) 其他食品安全管理责任。

第九条 食品生产经营企业要结合工作实际，制定《食品安全总监职责》，内容应当包括上述职责但不限于上述职责。

第十条 食品安全员对食品安全总监或者企业主要负责人负责，从事食品安全管理具体工作。主要职责包括：

- (一) 督促或者负责落实企业生产经营操作规范；
- (二) 检查食品安全管理制度执行情况；
- (三) 对不合格食品或者有证据证明可能危害人体健康的食品以及食品安全风险隐患，采取有效措施整改并及时报告；
- (四) 记录和管理从业人员健康状况、卫生状况；
- (五) 管理维护食品安全生产经营过程记录材料，按要求保存相关资料；
- (六) 配合有关部门调查处理食品安全事故；
- (七) 其他食品安全管理责任。

第十一条 食品生产经营企业要结合工作实际，制定《食品安全员守则》，内容应当包括上述职责但不限于上述职责。

第十二条 食品生产经营企业应当在自查工作基础上，制定食品安全风险管控清单，建立健全日管控、周排查、月调度工作机制。

第十三条 企业应当建立食品安全日管控制度。食品安全员每日根据风险管控清单进行检查，形成《每日食品安全检查记录》，对发现的食品安全风险隐患，应当立即采取防范措施，及时上报食品安全总监或者企业主要负责人。未发现问题的，也应当予以记录，实行零报告。

第十四条 企业应当建立食品安全周排查制度。食品安全总监或者食品安全员每周至少组织 1 次风险隐患排查，分析研判食品安全管理情况，研究解决日管控中发现的问题，形成《每周食品安全排查治理报告》。

第十五条 企业应当建立食品安全月调度制度。主要负责人每月至少听取 1 次食品安全总监工作报告，对当月食品安全日常管理、风险隐患排查治理等情况进行工作总结，对下个月重点工作作出调度安排，形成《每月食品安全调度会议纪要》。

第十六条 食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员发现有食品安全潜在风险的，应当报告企业主要负责人依法立即停止食品生产经营活动。报告情况予以记录并保存。

食品生产经营企业及其主要负责人未采纳食品安全总监、食品安全员等提出的意见建议，导致发生食品安全违法行为的，属于食品生产经营企业故意实施违法行为，对食品生产经营企业及主要负责人依法从重处罚，对依法履职尽责的食品安全总监、食品安全员等应当免于处罚。

第十七条 食品生产经营企业应当对企业主要负责人、食品安全总监、食品安全员等人员的设立、调整、责任履行等情况予以单独记录，建档备查。

第十八条 食品生产经营企业应当将《食品安全总监职责》、《食品安全员守则》向属地市场监督管理部门报备。市场监督管理部门应当将企业食品安全责任制、管理制度等建立和执行情况，以及日管控、周排查、月调度中反映的食品安全风险隐患和整改情况，作为监督检查的重要内容。

第十九条 食品生产经营企业应当组织对本企业员工进行食品安全知识培训，对食品安全总监、食品安全员进行法律法规和食品安全专业知识培训、考核。经考核不具备食品安全管理能力的，不得上岗。

县级以上地方市场监督管理部门负责组织对本辖区食品生产经营企业的食品安全总监、食品安全员随机监督考核并公布考核结果，监督抽查考核不得收取费用。

第二十条 食品生产经营企业应当为食品安全总监、食品安全员提供必

要的工作条件、教育培训和岗位待遇，充分保障其依法行使权力。

鼓励企业建立对食品安全总监、食品安全员的激励机制，对工作成效显著的给予表彰和奖励。

第二十一条 食品生产经营企业未按照本规定建立食品安全管理制度，或者未按规定配备、培训、考核食品安全总监、食品安全员的，由县级以上地方市场监督管理部门依照《中华人民共和国食品安全法》第一百二十六条予以责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证。

第二十二条 企业主要负责人、食品安全总监、食品安全员等未按照本规定的要求履行食品安全管理责任，由县级以上地方市场监督管理部门责令限期改正；逾期不改正的，可以处一千元以上三万元以下罚款。法律、行政法规有规定的，依照其规定。

第二十三条 食品生产经营企业故意实施违法行为、违法行为性质恶劣或者造成严重后果的，除依法给予处罚外，并对企业主要负责人、食品安全总监、食品安全员以及其他直接负责的主管人员、直接责任人员处以其上一年度从本单位取得收入的1倍以上10倍以下罚款。

第二十四条 食品生产经营企业主要负责人是指在本企业生产经营中承担全面领导责任的法定代表人、实际控制人或者实际授意人，以及其他主要决策人。

第二十五条 网络食品交易第三方平台、食品和食用农产品集中交易市场开办者可以参照本规定执行。

第二十六条 本规定中企业规模划分标准依据《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》执行。

第二十七条 本规定自2022年X月X日起施行。

附件 2

《企业落实食品安全主体责任监督管理 规定（征求意见稿）》起草说明

一、起草背景

党的十八大以来，习近平总书记高度重视食品安全工作并作出一系列重要论述，多次强调保障食品安全是重大政治任务，并提出了“党政同责”“四个最严”等工作要求。近年来经过各方共同努力，食品安全状况保持了稳中向好态势，但非法添加、制假售假等问题仍然存在，需要进一步压紧压实企业主体责任。

习近平总书记强调指出，要落实企业主体责任，引导企业守法生产，明确生产经营者是食品安全第一责任人。为督促企业落实食品安全主体责任，建立健全食品安全责任制，提高风险防控能力，切实维护群众饮食健康，依据《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例等法律法规，市场监管总局组织起草了《企业落实食品安全主体责任监督管理规定（征求意见稿）》（以下简称《规定（征求意见稿）》）。

二、起草过程

在总结梳理四川、内蒙古、浙江、广东等地关于督促企业设立食品安全管理人员、实施定期调度等制度文件精神基础上，积极开展实地调研，多次组织召开部分地方监管部门、行业协会、企业等方面人员参加的座谈会，经反复研究论证，形成了《规定（征求意见稿）》。

三、主要内容

《规定（征求意见稿）》共 27 条，制定的主要原则是抓住企业关键少

数，确保责任落实到位。主要是明确企业主要负责人、食品安全总监、食品安全员等关键岗位人员职责，通过建立健全日、周、月常态化工作机制，压实每个人的责任，形成食品安全统一负责、分层落实的责任体系，确保实现企业末端发力、市场终端见效的良好效果。包括以下五个方面内容：**一是**明确了制定目的、适用范围、总体要求、责任体系、设置原则等总体要求；**二是**明确细化了食品安全总监、食品安全员等食品安全管理人员的任职要求和具体职责任务等；**三是**明确了日管控、周排查、月调度等食品安全总监、食品安全员日常履职的工作机制和具体要求；**四是**明确企业和食品安全管理人员在履行责任方面的具体措施和培训、考核等方面的管理要求；**五是**明确了违法情形及处罚到人等相关法律责任。

五、行业资讯

下游需求较强 肉鸡行业持续回暖

近日，多家家禽上市公司披露的经营数据显示，7月销售数据同比大幅增长。业内人士表示，随着市场供求关系改善，家禽行业有望持续回暖。预计下半年家禽行业下游需求较强，全年业绩总体向好。

7月销售数据亮眼

温氏股份7月销售肉鸡9196.77万只，收入为29.34亿元，毛鸡销售均价为16.38元/公斤，同比变动分别为-3.91%、47.96%、51.81%，环比分别增长6.46%、13.72%、11.96%。

圣农发展7月实现销售收入16.61亿元，同比增长31.85%，环比增长12.86%。其中，家禽饲养加工板块鸡肉销售收入达12.04亿元，销售数量为10.52万吨，同比分别增长22.41%、12.81%，环比分别增长18.04%、9.95%；深加工肉制品板块销售收入为6.58亿元，销售数量为2.39万吨，同比分别增长36.19%、10.10%，环比分别增长13.22%、9.60%。

仙坛股份7月实现鸡肉产品销售收入4.62亿元，销售数量为4.50万吨，同比分别增长56.93%、38.36%，环比分别增长26.26%、25.80%。其中，家禽饲养加工行业实现鸡肉产品销售收入4.48亿元，销售数量为4.41万吨，同比分别增长57.49%、38.74%，环比分别增长26.82%、26.37%。

全年业绩料总体向好

肉鸡市场行情回暖、供需关系改善是导致多家公司肉鸡销售增幅明显的主要原因。

温氏股份表示，受国内肉鸡市场行情变化的影响，公司7月肉鸡销售均价同比上升，从而使肉鸡销售收入同比上升。仙坛股份表示，新建的子公司相继投产，屠宰产能逐步得到释放，商品鸡生产数量逐步增加，导致7月销售数量和销售收入增加。湘佳股份表示，7月公司活禽销售数量、收入、均价同比显著上升，主要是随着市场供求关系改善，家禽行业行情回暖所致。

东亚前海证券研究员汪玲在研报中表示，“2021年下半年在产父母代存栏量持续下降，前期产能去化兑现，同时叠加消费需求回暖，近期鸡价有所回升。今年二季度白羽鸡均价为每公斤9.20元，环比增长17.49%。此外，海外引种受阻，上半年引种量大幅下滑，后续鸡苗供应量相应减少。”

开源证券在研报中表示，近期白羽肉鸡鸡苗价格继续上涨，养户补栏积极性提高，终端消费预期逐渐提振，预计中秋节前毛鸡出栏情绪将延续积极。“三季度双节来临，对消费有所承托，四季度受冬天季节性影响，总体肉类消费量相对较高。预计下半年家禽产业下游需求有较强支撑，全年业绩预计总体向好。从我国的禽肉消费结构来看，白羽肉鸡占禽肉比例接近60%，将是未来禽肉消费增长的最大引擎。”

资料来源：中国证券报

2022 年度预制菜领军企业出炉

前言

“2022 年度预制菜领军企业”榜单出炉，入选的 50 家预制菜领军企业到底有哪些特性？万亿赛道上，谁在领跑行业？

2022 年 8 月 11 日，由央广网、红餐产业研究院和上海博华联合举办的“餐饮产业发展趋势探讨沙龙暨《2022 中国餐饮产业生态白皮书》发布活动”圆满落下帷幕。

值得注意的是，本次活动隆重揭晓了“第二届中国餐饮产业红牛奖”。

近两年，作为餐饮行业的大风口，预制菜备受市场瞩目，孕育出一批基本盘坚固、竞争优势显著的龙头企业。“中国餐饮产业红牛奖”评审委员会，秉持公开、公平与公正的原则，采用定量与定性相结合的方法，并邀请了诸多餐饮以及相关产业的专业人士，对预制菜企业进行科学和客观的评价，历经海选、初审、复审等多个环节，从众多预制菜企业中筛选出 50 家“第二届中国餐饮产业红牛奖——2022 年度预制菜领军企业”。

实至名归！50 家企业上榜“2022 年度预制菜领军企业”

“中国餐饮产业红牛奖”评审委员会，基于行业品牌大数据制定出客观公正的评选标准，该标准由基础实力指数、商誉传播指数、科创能力指数、商业价值指数等 4 大维度组成。

作为红牛奖的核心奖项之一，“2022 年度预制菜领军企业”旨在挖掘国内实力强劲、在预制菜领域内有代表性的企业，最终评选出预制菜综合实力最强的 50 家领军企业。

在本次上榜的 50 家预制菜领军企业中，上市公司占比达到 38%，共有 19 家上市企业上榜，分别是安井食品、春雪食品、得利斯、凤祥食品、华英农业、福成股份、盖世食品、国联水产、海欣食品、惠发食品、立高食品、龙大美食、千味央厨、三全食品、圣农发展、双汇发展、味知香、仙坛股份和獐子岛。

从上榜企业注册地的分布来看，68%的企业分布在沿海地区，其中广东省居首，共有 8 家企业上榜，其次是福建省和山东省，各有 6 家企业上榜，紧随其后的则是河南省，有 5 家企业上榜，上海 4 家，辽宁、江苏、四川均有 3 家企业上榜。

从企业体量来看，这 50 家预制菜领军企业，销售额最大的企业已经突破百亿元，最小的企业销售额也有两亿，其中美好食品一款小酥肉单品，在 2021 年销售额就突破 15 亿元。

总体来看，当前预制菜赛道“群雄逐鹿”，50 家“2022 年度预制菜领军企业”的品牌力都非常强，在企业基本面、品牌关注度、业内综合评价等维度的综合实力均达到了较高的水平。

产业链环节复杂，龙头企业具备综合实力

预制菜产业一头连着田间地头，一头连着消费者餐桌，整个产业链条涵盖种/养殖、采购、仓储、生产、配销、库存、营业、供应链等几大模块，整个链条相对较长。

在本次上榜的 50 家预制菜领军企业中，85%的企业都拥有完善的产业链体系，有成熟的自建工厂和预制菜品牌，也有相对完善的销售渠道，且产品品类丰富，研发和生产能力强，供应链整合能力强，综合实力强大。

除此之外，针对不同的消费群体，这些企业也可以抓住市场需求，挖掘细分市场，提供丰富的产品品类组合，满足消费者需求。

榜单中有 15%的企业是原料供应链企业。原料供应链企业抓住风口，延伸产业链，已成为预制菜赛道发展的重要力量。例如华英农业、国联水产、獐子岛、圣农发展、龙大美食、亚洲渔港、恒兴集团等老牌农林牧渔企业，拥有优质的肉禽生鲜水产原材料，都试水预制菜赛道。

赛道融资火热，成长潜力指数高的企业更受资本青睐

预制菜赛道火热，行业融资数量也呈爆发增长之势。

根据红餐大数据显示，2021 年至 2022 上半年，预制菜领域共计发生 40 余起融资项目，还诞生了首个上市公司味知香，其在 2021 年 4 月 A 股挂牌上市，成为“专业预制菜第一股”。

毋庸置疑，预制菜行业已经迎来了跟资本的“蜜月期”，红餐产业研究院经过统计后发现，成长潜力指数高的企业更受资本青睐。这一点在“2022 年度预制菜领军企业”的榜单中也体现得较为充分。

结语

自 2021 年以来，餐饮行业最大的风口莫过于预制菜，政策端推动、资本端青睐、产业端热捧、消费端逐步接受，中国的预制菜产业已经进入了产销两旺的节点。越来越多的企业品牌跨界加入进来，总体呈现出一片“混战”的格局。

根据数据显示，2021 年预制菜市场总体规模已超过 3400 亿元，如果以每年 20%的增速发展，未来 3-5 年，这一赛道有望突破万亿，其中 B 端占据 80%的市场份额，C 端占据 20%市场份额。

资料来源：红餐网

2022 中国鸭肉企业 50 强

总产值超千亿级，鸭产业蓬勃发展

2018-2019 年以来，在非洲猪瘟的影响下，在国际、国内市场上，部分猪肉消费需求转移至禽肉，使得禽肉消费量得以迅速增长。但是近两年，影响与替代效应逐渐减弱，市场增速放缓，行业由繁荣转向低迷，产能进入调整期。鸭肉作为禽肉的第二大品类，也呈现出“过山车”式的发展路径。但即使在这样的背景下，相关数据显示，2021 年我国肉鸭总产值约达 1354.09 亿元。

千亿级产值背后，蕴藏了消费者对鸭肉产品的喜爱。主要基于以下几个方面，首先，鸭肉具有较高的营养价值，据统计，鸭肉中的维生素 A 含量，是猪牛羊肉的 2.5-7 倍，铁含量显著高于猪肉；其次，鸭肉消费场景不断增多，消费区域不断扩大，在传统餐饮的基础上，休闲鸭肉产品比重不断增加，鸭肉卤制品、鸭肠类、地方特产类以及烤鸭类产品丰富，消费需求进一步得到释放。

口味改良，预制化鸭产品蓬勃发展

在传统消费者的认知中，鸭肉制品口感发柴，口味单一，除了烤鸭产品之外，其余鸭肉制品相对较少。实际上，鸭肉产品物美价廉、低脂高蛋白，作为鸡肉替代品，具有巨大的发展空间。且随着工艺水平的不断提升，企业在鸭肉生产与产品研发上也逐

渐摸索出一套成熟的体系，其中卤味鸭脖的蓬勃发展就是最好的佐证。

在众多鸭肉制品中，卤味不可不提，以周黑鸭、绝味、煌上煌为代表的卤味三巨头，均是以鸭脖为主打产品，产品类型相差无几，鸭脖、鸭锁骨、鸭舌、鸭肠、鸭翅等均有涉猎，产品类型之丰富，打开了消费者“食鸭”的新世界。随着消费需求的不断迭代，包装形式也从传统包装改变为气调包装、真空包装、液氮保鲜等多种包装形式，产品更加丰富。传统农牧企业，譬如华英、益客等头部品牌也推出许多卤制鸭肉产品，市场销量不俗。

随着预制菜产业的蓬勃发展，鸭肉头部品牌逐渐开始研发预制化的鸭肉产品。以华英为例，根据丰富的终端消费场景，研发出涵盖特色凉菜系列、经典菜式系列、滋补煲汤系列。其中**元气鸭汤煲、红焖姜母鸭、黄豆炖鸭掌、藤椒啤酒鸭**等在市场上反馈相当不错；益客食品旗下的预制鸭产品表现也十分吸睛，其中**烟熏鸭胸、孜然鸭腿**等产品，有大批拥趸者。

品牌众多，中国鸭企 50 强榜单出炉

我国鸭产业丰富，企业众多，从上游养殖到生产、深加工等产业链来看，我国知名度较高的鸭肉品牌分别是新希望六和、华英农业、山东益客等，他们具备产业链优势，在肉鸭养殖、屠宰、深加工等方面地位凸显。此外，广西桂柳集团、乐港食品、强英集团等企业均被媒体评选为鸭肉企业 50 强。

企业名称	鸭苗孵化 / 肉鸭饲养 / 出栏量 / 屠宰量	A股	新三板
新希望	2021年,肉鸭屠宰量3.5亿羽,销售鸡苗、鸭苗5.2亿羽,同比增长2.3% 销售商品鸡鸭4.3亿羽(+1.6%); 屠宰毛鸡、毛鸭7.2亿羽(-2.1%); 销售鸡肉、鸭肉180万吨(-3.0%)	✓	
桂柳牧业	存栏祖代种鸭13.6万套, 父母代种鸭存栏700多万羽, 年种蛋孵化量约12亿枚, 年产商品鸭苗约10亿羽, 年内肉鸭屠宰能力约2亿羽; 目前种禽存栏超1000万羽, 肉禽年出栏超3亿羽; 年产家禽商品苗逾1.5亿羽; 肉禽屠宰生产线年总产能2.4亿羽; 白条鸭1.35亿羽, 分割鸭4500万羽, 白条鸡6000万羽		
益客食品	2021年销售鸭苗1.8亿羽(+3.9%)、鸭产品78.3万吨(-5.5%); 同期销售调理品(包括鸭产品、鸡产品)2.1万吨(-20.0%)、熟食6700吨(+10.7%); 2020年, 销售鸭苗1.7亿羽、鸭产品83.5万吨、调理品2.6万吨、熟食6053吨	✓	
强英鸭业	年孵化鸭苗近3.5亿羽, 年屠宰加工能力达1.8亿羽; 2020年营收突破100亿元大关; 计划3年内再建4个屠宰厂8条鸭生产线, 2023年年底达20条生产线, 年屠宰量达到3.6亿羽; 2021年孵化“强英鸭”新品系父母代鸭苗800万羽, 商品代鸭苗3000万羽		
天惠食品	种鸭场10处, 孵化场1处, 年产鸭苗1亿羽, 年可加工肉鸭1.5亿羽		
忠意食品	父母代鸭苗常年存栏量50万羽, 年孵化量鸭苗6000余万羽, 商品鸭养殖模块含6个年出栏1620万羽的肉鸭示范养殖, 肉鸭年屠宰能力约1.2亿羽		
圣沣食品	基地肉鸭年总存栏量在1.7亿羽, 年出栏肉鸭9000万羽, 年屠宰肉鸭逾1亿羽, 年内肉鸭产品销量17万吨 2019年12月, 其出资设立内蒙古九牧合农牧科技有限公司建设年肉鸭屠宰量6000万羽产业项目; 2020年12月, 九牧合年屠宰加工2600万羽樱桃谷肉鸭项目第二批鸭苗投放完毕		
佳合食品	种鸭年存栏20万羽, 鸭苗孵化2000余万羽, 投建示范基地年出栏商品鸭400万羽, 肉鸭年屠宰加工能力逾6000万羽		
实隆农牧	鸭苗孵化年产能超过1.6亿羽, 肉鸭出栏年产能超过6000万羽		
温氏股份	2021年销售肉鸭5797.9万羽, 鲜品鸭销量987.86万羽(+313.3%); 2020年销售肉鸭5492.8万羽(含毛鸭、鲜品), 2019年肉鸭销售量4040.7万羽	✓	
华兴食品	年屠宰肉鸭5560万羽, 年加工肉鸭系列产品16.68万吨; 万吨肉鸭深加工项目于2021年5月开工; 总部位于广西柳州, 旗下山东华兴食品年孵化鸭苗2400万羽, 年销售鸭肉食品逾20万吨		
新绵樱农牧	年存栏种鸭55万羽, 提供鸭苗8000万羽, 商品鸭养殖1000万羽, 年屠宰鸭5000万羽	IPO 筹备中	
乐寿鸭业	拥有鸭坯生产线3条, 其中清真鸭坯生产线1条, 日屠宰制坯总量5.5万羽, 年生产冻鲜烤鸭坯能力1100万羽; 总养殖孵化能力8万套; 乐寿鸭业献县郭庄屠宰厂区项目于2021年3月正式投产, 分割鸭和鸭坯生产线各一条, 年屠宰肉鸭总产能4500万羽		
华英农业	重整程序于2022年4月底宣告结束。2021年销售冻鸭产品8.6万吨(约合4300万羽肉鸭), 销售熟食1.2万吨, 销售羽绒6644吨; 2020年鸭苗生产量8502万羽(鸡苗280万羽), 成鸭宰杀量6038万羽, 冻鸭生产量14.5万吨, 熟食生产量2.5万吨; 羽绒1.8万吨	✓	
寿光天成食品	樱桃谷父母代种鸭存栏量为27万羽, 年生产雏鸭苗8612万羽, 肉鸭年屠宰加工樱桃谷肉鸭超4000万羽(约20万吨), 年产冻鸭产品约15万吨		
永惠食品	与美国枫叶集团合作, 年存栏枫叶祖代鸭10万羽、父母代种鸭60万羽, 年出售商品鸭苗8000万羽, 年屠宰肉鸭4000万羽		
乐港食品	存养樱桃谷父母代种鸭150万套, 年可产商品代雏鸭1亿羽, 年内肉鸭饲养加工能力4000万羽, 年可加工各类肉鸭产品15万吨		
华康食品	自2018年10月, 山东华康食品有限公司进入破产清算程序, 目前仍在处理各种债权债务; 此前, 年产鸭苗6000万羽, 加工肉鸭3500万羽		
塞飞亚	年产父母代种鸭场22000单元, 年产商品代鸭苗5000万羽, 年出栏商品鸭2400万羽; 年推广父母代种鸭600万羽, 由此繁育的商品代肉鸭年出栏量逾8亿羽; 年内肉鸭屠宰加工能力3000万羽, 鸭肉生产能力8.7万吨, 熟食加工能力1万吨	IPO 辅导中	已退出
煌上煌	拥有年3000万羽肉鸭屠宰加工及其副产品深加工能力, 在江西省培育了27个肉鸭养殖专业合作社; 截止2021年12月底, 公司肉制品加工业拥有4281家专卖店, 其中直营门店307家、加盟店3974家, 销售网络覆盖了中国27个省或直辖市、243个地级; 2020年, 煌上煌占全国卤制品市场份额比重达3.32%	✓	
天信农牧	年存栏樱桃谷鸭父母代种鸭15万羽, 年孵化销售鸭雏4000万羽, 年出栏商品肉鸭3000万羽		

数据来源: 国际畜牧网

精准匹配场景，鸭类产品更加聚焦

随着预制菜与卤制品的蓬勃发展，鸭肉产业未来将实现可持续性增长，但是目前依旧有很多问题值得关注。比如，从产品角度而言，产品的形象推广力度不够，消费者能够记住的品牌主要聚焦在北京烤鸭、南京桂花鸭以及精武鸭系列，产品品牌化和知名度较低，以区域品牌为主。

市场定位更加清晰。现阶段，我国鸭产品市场定位并不清晰，针对的消费人群也不明朗。产品主要聚焦在白条鸭分割产品等初级加工方式，与现代生活需求休闲食品、方便食品方向相悖，消费市场时尚型深加工产品市场份额较少。因此，企业应该在推广新品之前，建立清晰的市场定位，精确消费人群，强势出击。

产品更加丰富多元。现阶段，我国鸭肉产品相对单一，因而，未来企业需要推出更多丰富的产品，除了传统调理品，还要推动熟食类、休闲类以及地方特产类等各式各样的产品的研发与推广，并以此推动鸭肉市场的进一步发展。譬如，针对家庭消费人群，鸭肉企业应该精准划分为正餐、小食、户外、聚餐等多种类型分析，精准匹配产品类型。

品牌集中度逐渐提升。此外，我国鸭产业品牌集中度较低，市场格局分散，并未形成类似超级品牌，因而，未来伴随着经济的快速发展，鸭肉信息化能力的不断提升，未来，将会有更多的

企业从中脱颖而出，也将在竞争中形成“一超多强”的局面，品牌集中度进一步提升。

资料来源：新食材

中国肉类协会

中国肉类协会（禽）蛋业分会

电话：010-68028235

地址：北京市朝阳区东土城路 12 号怡和阳光大厦 C 座 704 室