
中食联盟（北京）认证中心 2016 年度社会责任报告

目 录

一、报告说明

1. 编写依据
2. 时效范围
3. 发布周期
4. 覆盖范围
5. 可靠性保证
6. 社会责任战略、方针、目标和/或价值理念
7. 称谓说明

二、机构概况

1. 设立情况
2. 业务范围
3. 中心定位
4. 业务发展

三、社会责任评价

1. 认真对待利益方
 1. 1 政府机构
 1. 2 与行业共发展
 1. 3 为客户提供增值服务
 1. 4 遵纪守法
 1. 5 规范运作
2. 员工权益
 2. 1 依法维护
 2. 2 健全制度
 2. 3 健康保障
 2. 4 员工福利
 2. 5 技能发展
3. 回报股东
 3. 1 评估掌控风险
 3. 2 股东大会
 3. 3 创新服务
4. 对公众的责任
 4. 1 社会责任
 4. 2 环保与节能减排
 4. 3 残疾人保障金

四、未来展望

一、报告说明

1. 编写依据

本报告按照国家认证认可监督管理委员会《认证机构履行社会责任指导意见》等相关规定，结合中心实际和特点编制。

2. 时效范围

2016 年 1 月 1 日——2016 年 12 月 31 日

3. 发布周期

本报告为年度报告，每年一次。

4. 可靠性保证

本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

5. 覆盖范围

中心酒类产品质量等级认证领域所涉及的人力资源、财务统计、运营管理、证书统计、专业培训、社会增值服务等内容。

6. 社会责任战略、方针、目标和/或价值理念

中食联盟（北京）认证中心始终秉承为政府分忧，让社会放心放心消费，为企业发展增值服务的社会责任，将“顾客为本、公正权威、科学规范、追求品质、关注安全”作为中心的质量方针和发展战略，打造名优产品和名优企业的价值理念贯穿于认证活动过程中，真诚地为酒类企业提供合规、专业、权威的第三方和第二方认证和增值服务，最终的目标就是与企业一起，诚心地为消费者打造符合安全、优质、健康的高品质酒类放心产品

7. 称谓说明

为便于表述，报告中“中食联盟（北京）认证中心”以“中心”表示。

二、机构概况

1. 设立情况

中心由中国酒业协会（原中国酿酒工业协会）、中国食品工业（集团）公司和中国食品发酵工业研究院共同发起设立，2004 年 12 月经国家认证认可监督管理委员会批准成立，是我国第一家率先开展酒类产品质量等级认证的第三方专业机构。

中心成立的目的是为了推动中国食品质量认证制度发展，与国际接轨，推动行业技术进步，促进产业升级，保证产品的质量和安全，维护消费者利益。

为了更好的配合政府职能部门开展食品质量安全品质认证，将中心积累的认证实践经验和具有的技术资源平台应用于全食品领域，2007 年经批准，更名为中食联盟（北京）认证中心。

2. 业务范围

目前已开展的认证业务是中国食品质量认证制度中率先开展的示范工程——酒类产品质量等级认证（优级、一级）。

主要包括：白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒、果酒、露酒、威士忌、白兰地、俄德克、食用酒精等十大类。

今后中心将依据国家相关认证标准，开展其他食品类别的产品认证服务。

3. 中心定位

作为唯一一家专门从事中国食品质量等级认证的产品认证机构，中心发展定位于食品质量安全的综合品质认证，最终的目标是打造符合健康、安全、优质理念的高端酒类名优产品和其他名优食品产品。

4. 业务发展

自 2005 年至今，经过十余年的发展，中心在产品认证方面，不仅

积累了丰富的认证实践经验,还拥有一批长期从事酒类专业工作的高中级检查员、行业专家、中国酿酒大师、中国酿酒工艺大师、中国首席品酒师、酒类非物质文化遗产人和一批认证注册的国家级品酒师组成的专业团队;拥有一批国家级实验室认可的检验权威机构;一批由酒类行业知名品牌企业和知名品牌认证产品组成的认证规范化群体板块。

目前参加过酒类产品质量等级认证的企业基本上是行业龙头企业和知名品牌企业;通过认证的产品覆盖了全行业大部分国家名优酒获奖产品,名酒企业和名优产品两个板块代表了行业的主流和发展方向,形成了一个行业集中度比较高,影响力比较大,质量安全保证体系比较健全的规范化产业集群。

长期以来,中心努力致力于酒类产品质量综合管理水平的规范化提升与安全控制的认证示范工作,为酒类产品严把质量关,推动产品升级,为消费者提供可信赖的优质产品品质信息。

中心始终坚持专业的机构做专业的事原则,坚持“超越认证,传递信任,专业运作,服务发展”的认证理念,以客观、公正、公平、科学的精神开展合规、专业的第三方认证检查,评定申请认证的酒类产品及其他食品品质的优劣和安全,对市场准入食品的品质等级定位作出客观公正的评判,提高我国酒类产品信誉,增强公众对酒品的消费信任度,推动和促进我国酒类产品质量认证与国际接轨。

三、社会责任评价

认证是向社会提供产品、过程和服务满足认证标准和技术规范等特定要求的一种信用证明,其核心是“传递信任、超越认证,服务发展”,同时也是认证机构的使命。因此,中心将遵守法律、规范运作、专业检查、诚实守信作为对中心和酒类认证从业人员及相关机构履行社会

责任的基本要求和提高认证公信力的重要保障。

中心自成立以来，就把“以履行社会责任为己任，开展责任认证、诚信认证，规范认证，专业认证，严把认证质量安全关，真正向社会推荐放心好酒”作为中心的工作重点。中心根据所开展的认证活动的特点和实际，制定中心的质量管理手册和相关程序文件，建立了符合自身实际的社会责任管理体系，制订了社会责任方案，主要通过以下保证来体现。

1. 认真对待利益方

1.1 政府机构

成立伊始，中心就把合法、合规开展认证活动作为中心处理与政府关系的立足点。中心设立专门人员每天收集政府相关部门(如全国人大、国务院、商务部、工信部、卫生计生委、食药监总局、质检总局、工商总局、安监总局、认监委)和行业组织（如认可委、认证认可协会、中国酒业协会、中国食品工业协会、地方酒业协会）等单位发布的与产品质量、食品安全、认证认可和安全生产等有关法律、法规、政策、标准、通知、公告等，及时评审、更新并转化应用，保证认证活动的合法性、合规性及有效性，同时也设立专门的中心信息发布平台，将相关信息通报企业关注执行。

对于政府部门有关的问询、协查和发布的与认证有关的各类信息，中心都高度重视，及时、完整、准确地进行回复。

对于政府部门提出要求配合的工作，中心都尽全力去做到让政府满意。

对于在日常工作中出现的对有关政策、法规不理解、不清楚的情况，中心都会及时与有关政府部门、协会等进行沟通和咨询，弄清楚，以便更好服务企业。

1. 2 与行业共发展

中心始终致力于与酿酒行业各类、各级组织及其他组织加强合作，一起共同促进行业健康发展与产业升级。

2016 年，中心和有关行业协会及研究院所配合，充分利用和发挥中心在食品安全、质量管理、酒类企业安全生产等方面的认证经验实践和中心积累的资源及优势，为企业提供更多的增值服务，开展各项业务合作。

积极主动参加地方行业协会组织的各种论坛、研讨会等，与行业组织和企业，共同研讨实施酒类质量认证，推动技术进步，促进产业升级，探讨新时期下酒业结构性调整的的未来，确定产业升级的定位。

1. 3 为客户提供增值服务

中心自成立就制订了“顾客为本、公正权威、科学规范、追求品质、关注安全”的质量方针，“将传递信任，让社会放心消费，超越认证，服务行业发展，为政府解忧”作为中心长久以来一直秉承的一项社会责任，中心始终把对顾客的责任放在第一位，不仅在文件中加以明确，在实际认证检查过程中也是这样要求和执行的，自始至终贯穿于中心认证活动的始末。

中心长久以来一直与获证企业保持着相互信任、长期协作、风险共担的客户关系，中心以能够为顾客提供最佳的认证服务为宗旨，不

断地提高自己的服务水平、服务意识。

中心积极为企业各项增值服务：

1) 设置专门岗位及时获取行业内最新的相关动态和信息及技术，第一时间与顾客共享，及时将收集、评审的最新的国家法律法规和相关标准传递到企业，帮助企业开展合规专业生产，严控质量安全关，不断提升质量管理水平，推动技术进步产品升级，为社会提供更多优质放心酒。并对有需要的顾客提供专项服务，义务为企业收集、评审相关标准、要求并转化为企业实际应用标准；

2) 舆情监控：针对当前网络时代舆论开放、信息传递迅速的现状，中心先后建立了 QQ 群、微信企业群、企业领导群和微信公众平台，充分发挥 QQ 群和微信及微信公众平台的作用，及时、快捷地在企业间传递正能量，信息交流，通过对多网络媒体舆情和法规及新的食品安全国家标准进行收集和评审，为企业进行风险预警，严防一些对行业产生负面影响的事件扩大，波及影响到认证企业；

3) 开展各类专项培训，宣传推广优秀企业经验

中心自开展酒类质量等级认证以来，每年都针对酒类认证企业和中心检查员，举办不同形式内容的专项培训，邀请行业知名专家和法律法规、国家标准起草人主讲，每年度培训的内容涉及食品质量与安全控制、安全生产控制、新技术应用等方面，包括法律法规标准的收集和评审、食品安全国家标准和标签标识的应用、HACCP 原理在酿酒行业的应用、产品质量安全追溯机制建立、酒类企业重大食品安全事件预防与应对、酒类企业安全生产标准化及安全生产事件预防控制、企

业采购与成本控制、新产品研发、检测应用与在线监控、品酒技能、中国主要香型白酒工艺特点及质量安全控制、物联网在酿酒技术上的应用、白酒机械化等。培训形式采用到优秀企业现场培训，实际案例讲解，专家与学员现场互动、优秀企业现场参观与经验交流。

中心对愿意接受并持续主动接受酒类产品质量等级认证的优秀企业，适当减免培训费用，以鼓励更多企业加入到认证队伍中来。对地处偏远地方的优秀认证企业，免收一切培训费用。

2016年4月，中心在北京举办了生产许可证QS转换SC、《食品安全法》最新法规解读、流通环节食品安全监管执法、食品标签标识应用及案例讲解和酒类企业安全生产等内容的专题培训。中心邀请食药监总局、标准委和安监总局等有关部门的法律、标准的起草人，流通大省食药监局负责食品流通监管人员，结合行业实际和案例开展培训，得到了各参会企业的一致好评，收到了良好的培训效果和社会效益。

4) 组织认证企业、非认证企业和相关行业到优秀认证企业和全国知名白酒企业参观考察、学习交流，参与企业一致表示通过活动开拓了视野、增长了见识，感谢中心为企业搭建了一座交流的平台和桥梁。

5) 组织酒类国家评委义务为认证企业产品品评，提出质量与风格改进建议。

6) 在现场检查时，中心为企业选派优秀专业人员，严格遵守国家认证认可规定，按照酒类产品质量等级认证标准和认证认可要求，规范化检查。这既体现了中心的合规专业，又能让企业在检查中得到真正、有效的帮助和提高。在人员和出行方面，尽量合理安排，合并企

业进行现场检查，为企业降低成本。

为加强获证企业监控管理，中心及时收集获证企业信息，及时将国家的法律法规和认证认可要求，通过各种形式传输给企业贯彻执行，避免获证企业意外违规事件发生。

7) 严格按照酒类认证规则要求，审查新申请企业文件，收集相关信息，在不违背歧视性原则条件下，对不符合认证规定的企业，坚决不降低认证准入门槛要求。

8) 中心开展的酒类活动认证收费项目和标准，严格按照国家《产品质量认证收费管理办法和收费标准》和相关规定执行。

1. 4 遵纪守法

中心在进行认证活动时，坚持遵循《中华人民共和国认证认可条例》、《认证机构管理办法》、CNAS-CC02: 2013 《产品、过程和服务认证机构要求》 idt ISO/IEC 17065: 2012 《合格评定 产品、过程和服务认证机构要求》、《食品质量认证实施规则——酒类》、《食品安全法》、《安全生产法》等法律法规，建立健全行业自律和社会监督相结合的认证管理模式，完善认证制度和程序，提升认证服务能力，认真履行法人和公民的道德准则，自觉接受政府、客户和社会的监督，促进政府、消费者和社会采信认证结果。

正是由于中心严格执行认证认可的各项规定，遵守法律法规，自2005 年开展酒类认证工作以来，中心开展认证活动的每一个环节没有发生一起认证责任事故，没有一名认证人员、品酒师和一家检测机构被点名和处罚，没有一家参与认证的企业及其认证产品因出现问题被

媒体曝光，参与认证的企业和认证的产品也没有发生质量安全责任事故。

1. 5 规范运作

中心运作所遵循的方针、程序及其管理过程都是非歧视性的，并严格按照质量管理体系文件实施。中心依据质量手册、方针政策建立制订了一系列严密的管理文件，以确保认证活动全过程的运作规范、权威公正。

中心依据认证法规和规范，制订了从申请到注册各个环节的文件，从《公开文件》、《认证申请控制程序》、《认证申请的评审和受理程序》、《检查方案管理程序》、《检查准备与实施控制程序》、《监测和感官品评控制程序》、《注册和发证控制程序》、《公正性风险识别及控制程序》、《证书标志使用管理控制程序》等文件规范认证活动，满足公平、公正、公开的认证原则要求。

2. 员工权益

员工是机构的齿轮，无论大小，都是不可或缺的一部分。因此，每位员工的个人成长以及专业素养就成为影响机构发展的重要因素之一。所以，机构对每位员工都本着唯才是用、用人是道、坚持可持续发展的原则，对每一位员工的社会保障、专业培养做到不尅不扣，从员工利益出发，让员工享受到最大的权益。

当全球金融危机波及影响到一个实体经济，造成到处裁减人员、到处竞聘上岗的时候，中心没有让一个员工下岗，员工的月工资，不降反升，平均月工资增长 1000 多元。

2. 1 依法保障

中心严格执行《劳动合同法》、《社会保险法》、《住房公积金管理条例》、《工资支付管理规定》等法律法规，并结合公司实际制定了相应的公司内部管理规定，如《认证管理与实施人员任职能力要求》、《检查员检查劳务费发放管理办法》、《中心非坐班专职检查员工资发放管理办法》、《日常工作管理办法》等文件来保障员工的权益。

2. 2 健全制度

中心严格执行法律法规，维护员工的基本权益。保障员工权益就是要遵守《劳动法》、《劳动合同法》等人力资源和社会保障方面的法律法规，中心依法与员工签订并履行劳动合同及社会保险，建立保障员工合法权益和身心健康的制度，为员工建立五险一金制度并实施。

中心重视人才培养，为员工提供职业发展机会，提高员工职业技能水平。

建立、健全的员工休假权利制度，公司建立《考勤管理办法》等各项规章制度，保障员工享有带薪年假、婚嫁、产假、丧假等各项权利。

2. 3 健康保障

中心每年定期组织员工进行一次全面的健康体检活动，鼓励员工参与各项健身运动。

中心每年组织内部检查人员办理健康证，对中心外部检查员和专家也提出相应要求，以保证到食品企业现场检查的认证人员满足《食品安全法》和企业的相关要求。

2. 4 员工福利

切实提高员工福利和待遇。中心按照国家规定为员工缴纳社会保险和住房公积金，为每位员工办理补充医疗保险、交通意外险、人身

意外险等商业保险，给经常外出人员上双份的人身意外保险。按时、足额发放工资，从未出现拖欠员工工资的情况。

2. 5 技能发展

为提高员工专业技能，中心定期为员工进行专业知识技能内部培训，不定期聘请行业专家对员工进行专业技能和法律法规培训，并对培训效果进行评价。同时，中心还提供参加外培机会，为员工创造更多地提升渠道。2016 年，中心邀请国家食药监总局、国家安监总局、中国食品发酵工业研究院、全国食品发酵标准化中心等单位的专家为中心员工进行《食品安全法》、酒类企业安全生产控制、产品标准变化、标签标准应用等方面的培训。

3. 回报股东

3. 1 评估掌控风险

认证就会存在风险。对于中心来讲，风险主要来自于所认证的行业和产品及大环境。中心的客户主要是酒类生产企业，属于典型的传统食品行业，食品行业本身就是一个高风险行业，而酒类行业又是整个食品行业中风险最高的之一。我国酒类行业目前的状况是酒类企业众多，规模以上企业少，小企业多；有许可证企业少（7000 余家），无证或作坊式企业多；不少企业的设备设施简陋、管理不规范、人员文化水平相对较低、食品质量安全控制不能很好地满足要求。同时近年来，酒类企业食品安全问题频发，在国家和各地监督检查中不合格情况时有发生，食品质量安全管理水平有待于进一步加强，这些现实都决定了酒类认证具有更高的风险性。作为提供第三方认证服务的中介组织，为保证认证的公信力和保持持续为客户提供增值服务的能力，

认证机构自身的风险管理尤为重要。根据相关制度的要求，认证机构一般都设立了风险基金或采取商业投保的方式从资金上做出抵御风险的安排，并对可能影响公正性的各类因素进行分析。通过设立管委会，引入各相关方的监督等形式降低决策风险和运营风险。但仅仅这些还是不够的，中心还应根据自身的定位、发展目标、业务成熟度、人员能力，参照风险管理原则，构建风险管理系统，使风险管理渗入到中心的各业务环节，行成结构化的框架，并动态地完善，以适应市场环境的变化，促进机构能力的提升和持续改进。

本着对股东权益的负责，中心制定了《产品认证风险控制管理办法》及在各类程序文件中做出相关规定，以确保风险评估及控制，认证申请准入满足，现场检查，感官评定，产品检测，证后监督，市场监控，舆情监控等每一个可能出现的风险进行识别评估判定，确保股东权益不发生认证风险。

3. 2 股东利益

中心对股东投资做到保值增值和有利润。在实际运作中，中心认真遵守法律法规，创造新型服务类型，推进中心持续改进和风险控制，为股东创造回报。

中心本着质量第一，宁缺毋滥的态度开展酒类认证活动，不以追求利益最大化为目标，确保完成年度认证工作，为股东以及社会将风险降低到最低。2016 年，在酒类行业继续低迷的情况下，中心保质保量的完成了年初董事会下达的收入任务，保证了股东的利益。

中心全年共发放有效证书 77 张。截至 2016 年年底，累计参与酒

类认证的企业或企业集团有 138 家，累计发放认证证书 282 张。

3. 3 创新发展

中心围绕国家经济和社会发 展重点、国家监管重点、消费者关注焦点，积极探索扩展认证领域，创新认证业务模式，为企业提供更多的服务，以满足政府、行业、企业和社会发展的需要，发挥认证对经济持续发展和社会和谐进步的促进作用。

2016 年 4 月，中心在举办食品安全专项培训期间，组织参会人员到北京卷烟厂参观，跨界交流，学习烟草行业在食品安全控制方面和现场管理方面的先进经验和做法。

2016 年 4 月和 9 月，中心两次组织酿酒企业和相关行业到山东、河北、河南、陕西和湖北的八家知名白酒企业参观考察和学习交流。参观前，中心根据参加企业提出的想法，要求被参观企业制作 PPT 来介绍本企业在食品安全、产品质量、产品研发、采购控制等方面的做法，并在参观过程中组织企业进行充分地交流。

以上三次活动得到了参与企业的一致好评，他们认为中心组织的参观、交流活动内容充实，企业学到了真东西，对自己企业今后的发展提供了有力的帮助。

2016 年 7 月，为帮助企业提高产品质量、改进产品口味，更好地满足消费者的需求，中心组织了一次产品质量评活动，有全国部分省市的 10 余家企业的包括 6 名国家评委在内的 20 多名各级品酒师参与，对各家企业参评的产品进行品评，对其优点和不足进行点评，并针对不足之处提出改进的建议。中心将各位品酒师的评语汇总后反馈给各

企业作为改进和提高了参考。此次活动得到了参会企业的一致好评，认为多年来，没有一家单位组织过这样对企业有真正实效的活动，通过品评和交流，对自己的产品存在的不足有了认识，对同行的产品有了更深的了解。

2016 年，为进一步扩大中心的认证范围，为企业提供更加广泛的认证服务，中心向认监委申报了自愿性产品认证扩项。到年底，中心有 6 名认证人员通过了自愿性认证人员资格考试。

4. 对公众的责任

4. 1 社会责任

严格遵守国家法律法规和认证认可规定，规范化、专业化认证，履行认证机构社会责任是中心一贯的要求。

①加强中心内部制度建设和人员管理，认真组织学习国家相关法律法规和专业知识，提高认证管理水平和综合素质。

②加强中心外部兼职认证人员管理，坚持组织兼职人员参加协会组织的年度继续再教育，在 2016 年 4 月组织兼职人员参加了中心举办的食品安全、安全生产专项培训，以进一步提升兼职人员的专业技术知识和水平；

③及时收集获证企业信息，加强获证企业监控管理

2016 年国家先后修订、发布、实施了多项法律法规和食品安全国家标准，中心及时将国家的法律法规要求，通过各种形式传递给企业贯彻执行。2016 年中心还收集国家食药监总局及各地食药监局食品质量监督抽查的结果，及时将其中不合格的情况向各获证企业通报，

提示其关注，避免同样问题在企业中发生，提前预警；

④严格按照认证规则要求审查新申请企业相关信息，开展合规认证，对不符合认证规定的企业坚决不降低认证条件要求；

⑤2016年，中心顺利通过了中国合格评定国家认可委员会的监督评审。

4. 2 环保与节能减排

中心倡导推行无纸化办公，更多地使用电子版文件；废物利用，培养员工树立环保意识，为国家环保节能减排做出自己最大的努力。如打印纸使用时尽量双面打印，用过一面的不能扔掉，要重复利用；与客户之间的文件交流等都推行低碳方式。中心办理了公用的公交卡，要求员工外出尽量乘坐公交或地铁，做到绿色出行。在认证活动开展中，尽可能做火车和汽车。

4. 3 残疾人保障金

公司每年按国家相关规定，积极缴纳残疾人保障金，关爱残疾人，关爱社会。在单位在职人数较少的情况下，向国家缴纳近万元的残疾人保障金。

四、未来展望

中食联盟（北京）认证中心以“为政府分忧，让社会放心消费，为企业增值服务”为己任，以“安全健康饮酒，饮安全健康酒，饮国优认证酒”为愿景，将履行社会责任更好地融入到中心的发展战略中，发挥机构专业技术特长，将企业发展与人的价值需求和健康要求进行有机的结合、统一，不断开拓新的食品认证领域，满足人民对食品在

质量、安全方面的需求，推动酒类产品 and 食品类产品在国内及国际间的认证示范工作，促进我国酒类产品品质认证和食品类产品认证与国际接轨，满足人们对符合健康、安全、优质理念的高品质食品的需求。

自愿产品认证是经济活动的重要元素，是体现生产者诚心并服务于贸易、消费者，保障市场经济健康发展的手段之一。中心会一如既往地将社会需要作为自己的使命，结合政府部门的改革，配合政府加强对企业的间接监督，充分利用和发挥认证制度红利的作用，合法合规开展认证活动，开拓认证市场，开发自愿性产品认证和认定。

在今后认证活动中，严格法规与标准要求，严控源头到终产品过程和每一个环节的质量等级与安全控制，让企业感受认证增值，让消费者放心享受，让社会增加认证公信力，为社会、企业和消费者提供更多、更好地服务和优质产品，是中心发展的方向。

中心会不断地整合平台中的各类有用资源，发挥这些资源的作用，为行业发展保驾护航服务，推动企业技术进步和产业升级，促进我国酒类产品品牌的国际影响力和市场核心竞争力提升，为中国食品质量认证制度的推广发展做出机构的贡献。