
中食联盟（北京）认证中心 2014 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. 成立背景
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 行业
 1. 3 以客户为关注点
 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，结合中心的实际与特点所编制。

2. 时效范围

2014 年 1 月 1 日——2014 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, 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”的质量方针贯穿于认证活动过程中，真诚地为酒类企业提供优质的第三方和第二方认证服务。与企业一起，诚心地为消费者打造符合安全、优质、健康的高品质酒类诚信、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. 认证规则发布和机构成立的背景

民以食为天，食以安为先。食品质量和安全的好坏直接关系到人

民群众的切实利益。随着人们生活水平的提高，人们对食品的消费需求已不仅仅是停留在简单的吃饱喝好，而是有了更高的消费需求，如食品的口感、风味、营养全面，特别是在食品安全方面有了更加严格的要求。

我国是酒类生产大国，也是一个消费大国。酿酒行业在我国国民经济发展中，占有重要的地位。酒类在食品行业中占比重超过 10%，年平均增长率呈现两位数以上速度发展。

酒类已经从嗜好品向生活必需品转化，有着广泛的社会基础，社会关注度高，影响大。作为一种特殊形式的商品，酒类的质量要求和安全要求相对比较高，政府需要对其生产和流通实行特殊管理。通过世界通行的第三方认证，对酒类开展食品质量认证，从源头和过程上进行质量和安全控制，规范引导生产秩序，确保产品质量，推动提升技术进步和产业升级，促进产业整合。同时，也可转变政府监管模式，由直接监管变为间接监管，减轻政府的压力。

实施酒类认证可以帮助化解酿酒行业问题、满足社会需要、带动三农问题解决。相比其他食品类产品，酒类历史悠久，是典型的传统行业，准入的门槛比较低，从古至今一直延续发展，从未间断。酿酒行业在原料、工艺、技术、检测、标准、法规、管理等各方面，与其他行业相比，相对比较成熟。酒类行业中各类从业管理人员、酿酒师、品酒师等资格评定体系完善，技术上具备认证必备的要素。如果能有效通过第三方专业机构认证，解决酒类产品的质量和食品安全问题，满足社会对物质和精神享受的需求，将对其他食品领域开展具有示范

和推进作用，同时对经济发展和三农问题解决有着积极的现实意义。

开展酒类认证反映出政府对酒类行业的高度重视，也是在落实人大、政协两会代表和委员的提案、建议以及贯彻国务院关于加强食品质量安全监管的精神。

制定国际通行的产品质量认证，规范行业秩序，引导消费，打造名优产品，解决行政许可不允许评“优”，但社会有需要，认证可以满足社会对“优”级产品需要。酒类产品认证制度代表的是一种方向，更是一种大趋势，世界各国都在推行。

在世界上，酒类产品认证体系已被发达国家和地区如美国、加拿大、法国和其他欧盟国家等接受，韩国、马来西亚、新加坡等亚洲国家也已经开始着手建立自己的酒类产品认证体系。我国已经在体系认证和部分产品认证方面取得国际双边互认，但是在酒类产品认证却没有一部可以遵循的规则，这对企业走入国际市场非常不利。如果我们有自己的酒类产品认证规则，并且取得国际双边互认，这对已经通过酒类产品认证的企业发展有着深远的意义，它将成为国内企业踏入国际市场的通行证。

基于以上，国家认监委和国家商务部，经过大量的调查研究，共同组织启动了行业开展生产“安全、健康、优质”酒类产品认证活动，明确坚持“政府主导，行业推动，企业自愿”的原则，于2005年9月13日联合发布中国食品质量认证实施规则《酒类》，正式向社会推出建国以来第一部食品行业产品认证法规。目的旨在通过认证，促进行业规范发展，打造一批能够在质量持续生产满足国家标准、品质满足消

费者更高消费需求的名牌企业和名优产品。

中国食品质量认证实施规则《酒类》的发布标志着中国第一个食品质量类产品认证制度的诞生。

为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。2004年由中国酒业协会（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了我国第一家酒类产品质量等级认证专业机构——中酒联合（北京）质量认证中心。中心于2004年12月经国家认证认可监督管理委员会批准成立。为了更好地配合政府职能部门开展食品质量安全品质认证，将中心积累的认证经验实践和具有的技术资源平台应用于全食品领域，2007年经批准，中心更名为中食联盟（北京）认证中心，是目前国内唯一一家可以开展酒类质量等级认证的第三方专业机构。

2. 业务范围

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。

3. 中心定位

作为唯一一家专门从事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。目前已开展的认证业务是中国食品质量认证系列中率先开展的示范工程——酒类产品质量等级认证（优级、一级、二级）。

4. 业务发展

经过十年的发展，中心自身已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、中国首席品酒师，一批认证注册的国家级品酒师，一批国家级实验室认可的检验机构，一批由酒类行业龙头企业和知名品牌组成的认证规范酒类企业群体。

目前参加过酒类产品国优认证的企业基本上是行业龙头企业和知名品牌企业；获得认证通过的产品覆盖了全行业大部分国家名优酒获奖产品，代表了行业的主流。

中心长期以来，努力致力于酒类产品质量管理水平提升与安全控制及其他食品产品质量管理水平提升与安全控制认证示范工作，为酒类产品严把质量关，推动质量升级，为消费者提供可信赖的产品品质信息。中心始终坚持“超越认证，传递信任，服务发展，规范运作，诚实守信”的原则，以客观、公正、公平、科学的精神开展合规、专业的第三方检查，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、服务发展”，同时也是认证机构的使命。因此，遵守法律、规范运作、诚实守信、履行社会责任是对每个认证机构以及每位认证从业人员的基本要求，也是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，严把认证质量安全关，真正向社会推荐放心酒”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，结合中心的

质量手册，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

中心一向重视合规性，合法开展认证活动，作为中心处理与政府关系的立足点。中心有专门人员每天负责收集国家质检总局、国家食药监总局、国家卫生计生委、国家认监委、认可委、认可协会、酒业协会、食品工业协会、轻工业联合会等单位发布的与认证和食品质量、安全有关的政策、通知、公告等，及时评审更新转化应用，保证认证活动的合法性别与合规性及有效性。

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。

1. 2 与行业共发展

中心始终致力于与政府相关机构及酿酒行业各类组织合作，一起共同促进行业健康发展与产业升级。

2014 年中心分别与中国白酒主产区(贵州\四川等)和酒业协会及检测机构开展合作,就推动规范酒类生产，促进产业技术进步，全面提升酿酒企业质量与安全控制管理水平，防控食品质量安全风险等,在酿酒行业食品质量安全领域开展全面合作达成意向。合作开展酿酒企业食品质量与安全控制各类专项培训和技术服务，共同编制各类香型白酒纯粮固态发酵白酒原酒认证标准，合作创建示范区等，提升白酒产区以“品牌、安全、品质、环境、工艺、文化”为主的核心竞争力，

提高产区纯粮固态发酵白酒知名度和影响力，引导社会消费，增加公众消费信心。

为保护生产者、经营者、消费者的合法权益，与有关组织一起合作，起草编制上报《进口葡萄酒产区等级认证实施规则》，以此规范进口酒类产品加工、流通环节，加强进口酒类产品品质和信誉，帮助消费者识别质量等级与真伪，引导消费者理性、知性消费，维护国家、合法经营者和合法生产企业的利益，保护消费者权益。

积极参与国家认监委组织食品安全保障体系系列丛书编写活动，与相关机构合作，共同编制《农产品食品认证实施指南》，该书已经出版发行。

2014年，中心积极参与了国家认监委组织的“中国食品质量认证制度评估”活动。为此，中心投入大量人力、物力，认真准备评估材料。在评估工作中，酒类认证得到了与会领导、专家和各认证机构的好评。

中心与有关认证机构就各自发挥优势，探讨利用中心在食品安全方面的资源和优势，为企业提供增值服务，开展食品安全专项培训合作。

1.3 以客户为关注焦点

首先，中心成立伊始就制订了“顾客为本，公正权威，关注安全，追求品质”的方针政策，“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。中心不仅关注新客户的需求，更关注老客户的服务质量，将关注点转移至客户的全生命周期。

其次，方针中“公正权威、关注安全、追求品质”无一不体现了中心对客户责任的重视。中心自成立以来始终秉持对客户负责的态度，以此作为中心的行为指导来进行相关活动。

对认证客户的社会责任按照认证相关规定提出要求，及时将收集评审的最新的国家法律法规和相关标准传送到企业，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，为社会提供更多优级放心酒。

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。中心与客户之间建立了QQ群、微信群、专家群等互动平台，为能够及时、快速地传递服务信息及企业间交流提供了便捷。中心设置专门岗位获取行业内最新的相关动态信息，第一时间与顾客共享，并对有需要的顾客提供专项服务。中心义务为企业收集、评审相关标准、要求并转化为企业实际应用标准。中心义务为企业培训、义务宣传认证企业。针对网络时代，舆论比较开放，中心设立专人对舆情进行监控，遇到相关问题及时反馈给企业以引起其关注，严防事态扩大或波及影响到认证企业。

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》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，自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，参与认证的企业和认证的产品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。

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。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

中心每年分别定期组织员工进行一次健康证体检和一次全面的健康体检活动，鼓励员工参与各项健身运动。中心每年分别定期组织中

心内部认证检查人员进行一次健康证体检，对中心外部检查员和专家也提出相应要求，保证到食品企业的认证人员满足健康要求。

2. 4 员工福利

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，自认证活动开展以来，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。2014 年，中心邀请国家食品安全风险评估中心、国家食品质量监督检验中心、国家标准化管理委员会等单位的专家和标准起草人为中心员工进行食品安全国家标准和风险评估专业培训。中心还派出人员参加中国合格评定国家认可委员会和中国认证认可协会组织的 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》、产品认证机构系列国家标准宣贯会等培训，使员工能够及时了解认可标准的最新要求。

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其中之一。它的风险高就高在酒是人要喝进身体的，人命关天。而我国酒类行业目前的状况是酒类企业众多（3万多家），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，潜规则不断，信誉度较低，食品质量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。2014 年在酒类行业受大环境影响、企业收入普遍下滑的前提下，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 113 张，并发展了 2 家新的认证企业，其中 1 家已发证。截至 2014 年年底，累计参与酒类认证的企业或企业集团有 137 家，累计发放认证证书 232 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，以认监委组织的中国食品质量认证制度评估为契机，正在研究将十年来开展酒类认证的经验移植到其它食品领域，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。

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

法律法规和专业知识，提高认证管理水平和综合素质。2013 年 10 月认可委发布 CNAS-CC02: 2013《产品、过程和服务认证机构要求》及实施安排的通知，中心组织全体员工认真学习新要求，并对照要求修订了中心的质量手册和程序文件，参加集团组织专业律师举办的法律培训讲座；

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 2014 年 2 月、5 月先后两次组织兼职人员参加中心举办的食品安全专项培训；

③及时收集获证企业信息，加强获证企业监控管理

2014 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，如《环境保护法》、《商标法实施条例》、《食品药品行政处罚程序规定》、《组织机构代码管理办法》、GB2763-2014《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》、GB2760-2014《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》等，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。2014 年中心还收集国家及各地食药、质监、工商等部门对食品进行质量安全监督抽查的结果，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；

⑤2014 年，中心通过了中国合格评定国家认可委员会的认可准则换版审核。

4. 2 环保与节能减排

公司倡导推行无纸化办公，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。用过一面的废纸，签字笔等不能扔掉，要重复利用。打印纸使用时尽量双面打印。与客户之间的文件交流等都推行低碳方式，使用电子文件。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。

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“安全健康饮酒，饮安全健康酒，饮国优认证酒”为愿景，以“让社会放心消费，为企业增值服务，为政府分担责任”为己任，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，借助“中国食品质量认证制度评估”的动力，开拓新的食品认证领域，满足人对质量食品，风味食品，特殊食品的质量需求，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、优级理念的高品质食品的需求。因此，中心会一如既往地将此作为自己的使命，合法合规开展认证活动，增加认证公信力，增大认证价值，为社会、企业和消费者提供更多、更好地服务和产品。