# 最新食品安全计划或方案(优秀9篇)

为了确定工作或事情顺利开展，常常需要预先制定方案，方案是为某一行动所制定的具体行动实施办法细则、步骤和安排等。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的方案吗？以下是小编给大家介绍的方案范文的相关内容，希望对大家有所帮助。

## 食品安全计划或方案篇一

学校食品安全直接关系到全体师生的身体健康，也是我校重点抓办的工作。，为确保学校师生安全，学校进一步落实食品药品监管责任，杜绝假冒伪劣食品在校内的存在，保障广大师生身体健康和生命安全，特拟定我校食品安全检查计划。

一、建立和完善学校突发性食品安全事故的应急处理机制，制订食品药品安全工作预案。要配合有关部门做好学校食堂食品卫生监督量化分级管理工作。

二、健全食品药品安全信息报告制度。学校一旦出现食品药品安全群体性突发事件，要在规定的时间内准确、及时向相关部门报送情况，决不允许迟报、漏报和瞒报。

三、学校要成立食品安全工作领导小组，由校长任组长，并设立工作办公室。建立健全校内食品安全工作机构。

四、建立各项食品安全工作规章制度。学校经常性地开展监督检查，减少或及时消除食品药品安全隐患，防范校内重大食品安全事故的发生。

五、积极开展学校食品安全宣传教育工作。学校要制定安全工作计划中食品药品工作的教育，大力开展食品安全的专题宣传教育活动，倡计划导健康消费。

六、加强校内食品安全管理工作。完善各项监督管理制度，落实专人履行监督管理职责，要与供货人员签订食品安全责任状，提出明确的食品药品卫生安全要求。禁止非工作人员进出食堂的加工操作间及食品原料存放间。

在今后的工作中，学校的食品安全工作一定不能放松，学校的食品安全工作稳步提高，这是一个渐进的过程，但是我们不会有时刻不能放松的，一旦放松，学生的健康问题出现了，我校一定我在今后的工作中坚持安全第一，为我校师生创造一个健康绿色的就餐环境。

## 食品安全计划或方案篇二

新兴社区按照猛追湾街道办事处的文件要求，结合本社区的实际情况，更好地开展本社区的食品安全监查工作，特制定本工作计划。

一、成立文化社区食品安全工作室。由社区主任任组长，社区工作人员任成员。

二、食品安全工作室组织名单、食品安全监管工作岗位职责、食品安全信息报告制度、食品安全投诉举报电话上墙率为１００％。

三、组织社区工作人员、辖区居民进行食品安全知识的学习。

五、加大宣传力度，促进食品产业健康发展。通过悬挂条幅、发放宣传单，走访辖区食品生产经营单位，开展多层次、多渠道的宣传活动。不断寻求宣传上的突破。

六、我们将借助20xx年全国经济普查的契机，更为准确地摸清社区辖区内食品生产经营企业、单位的基本情况。

七、我们将结合社区物价监督站工作，搞好“十一”节日期

间的食品安全监查工作，在稳定物价的同时，保障公众的食品安全。协助工商、卫生等职能部门，对辖区内的食品生产经营单位进行检查。

八、做好随机抽查调查工作，发现违法违规行为，及时指出，做好登记、上报等工作。

九、１１月份，我们社区将开展责任区的自查，及时发现问题，及时进行整改，以便更好的完成工作任务，实现保障公众食品安全、促进食品产业健康发展的工作目标。

## 食品安全计划或方案篇三

中华人民共和国进出口食品安全风险监控工作（以下简称监控工作）遵循风险分析和预防原则，通过抽取能反映进出口食品风险因素及其变化趋势的样品，对风险项目按规定的方法进行检测，系统和持续地收集监测数据及相关信息，为全面评价进出口食品安全水平和变化趋势，做好进出口食品风险评估提供科学依据；通过对监测数据及相关信息进行综合分析，及时发现进出口食品安全隐患，制定并实施相应的控制措施，为提高进出口食品检验监管工作提供科学依据，以确保进出口食品贸易顺利开展。

《中华人民共和国进出口食品安全风险监控工作指南》（以下简称《监控指南》）是监控工作的指导性文件，旨在规范我国进出口食品安全风险监控工作，适用于年度进出口食品安全风险监控计划（以下简称年度监控计划）的制订、实施及监控结果的应用。

3.1 风险项目：食品中可能存在的物理的、化学的或生物的危害因子。

3.2 年度监控计划：为执行进出口食品安全风险监控工作所制订的年度抽样、检测等具体实施安排和要求，分为《总局

监控计划》和《直属局监控计划》。

3.3 监控产品：列入监控计划中的进出口食品。

3.4 监控项目：列入监控计划中规定判定标准的风险项目。

3.5 监控样品：检验检疫机构按照监控计划抽取的官方样品。

3.6 监测项目：监控计划中未规定判定标准的风险项目，用于收集监测数据，评估食品中存在的风险因素。

3.7 检出结果：监控样品中监控/监测项目含量超过检测方法测定低限（loq）的检测结果。

3.8 判定标准：监控计划中对检测结果进行判定的指标（如mrls, mrpls等）。

3.9不合格结果：不符合监控计划判定标准的检测结果。

4.1中国与输出/入国（地区）政府签订的与食品相关的双边协议、议定书或备忘录。

4.2 我国现行的法律、法规、部门规章和国家强制性技术规范的要求，包括强制性标准以及具有强制执行力的规范性文件。

4.3 进口国（地区）的法律、法规及相关标准。

4.4 参考国际标准。

组织机构包括五个部分：主管部门、监控秘书处、监控工作专家组、基准实验室、执行机构。组织机构图见附件1-1。

5.1 主管部门：国家质检总局进出口食品安全局统一管理全

国进出口食品安全风险监控工作。

5.1.1 组织制订并发布年度《总局监控计划》。

5.1.2 组织完成年度中国进出口食品安全风险监控报告，并通报相关部门。

5.1.3 组织对基准实验室进行认定、考核和动态管理。

5.1.4 对监控秘书处、监控工作专家组、基准实验室和执行机构的工作进行督促、检查和指导。

5.1.5 收集和发布国内外有关食品安全风险信息，制定和采取有关重大的控制措施。

5.1.6 组织对国外食品安全风险监控体系的考察评估；接受国外对我国食品安全风险监控体系的考察评估。

5.2 监控秘书处：主管部门指定设立的，协助主管部门处理日常监控工作的办事机构。

5.2.1 协助主管部门制修订年度《总局监控计划》。

5.2.2 负责监控结果的.收集、汇总和统计分析，及时反馈检出或不合格结果。

5.2.3 起草年度监控报告并提出相关建议。

5.2.4 协调监控工作专家组和执行机构完成监控工作任务。

5.2.5 协助主管部门开展技术交流与培训。

5.2.6 收集相关法律、法规和限量标准。

5.3 监控工作专家组：主管部门指定成立的，为年度《总局

监控计划》的制订、实施和总结提供技术支撑的专家组。

5.3.1协助主管部门制订、审议、修改年度《总局监控计划》。

5.3.2 协助主管部门完成年度监控报告，评估年度监控计划的实施效果。

5.3.3 对监控工作提供技术支持，对监控工作中出现的重大问题提出处理建议。

5.4 基准实验室：经主管部门考核认定的，对监控工作提供总体技术支持，并对特定风险项目进行确认检验的实验室，分为兽药类、农药类、元素类、致病微生物、转基因成分、生物毒素类、添加剂及非法添加物类、持久性环境污染物类共八大类。基准实验室申报表见附件1-2。

5.4.1 承担年度监控计划中指定的检测任务。

5.4.2 收集国内外法律、法规、限量标准和检测方法等有关食品安全信息，并完成承担项目的国内外年度综述。

5.4.3 负责对承担项目检测方法的研发、选择和验证。

5.4.4 通过组织培训、开展比对试验等方式，指导各执行机构检测实验室提高检测能力、纠正偏差。

5.4.5 对有争议的检测结果进行仲裁。

5.4.6 参加或承办国内外技术交流和技术谈判。

5.5 执行机构：各直属出入境检验检疫局及其下设分支机构、检测实验室，负责制订年度《直属局监控计划》并组织实施。

5.5.1 按要求完成年度《总局监控计划》规定的监控任务。

5.5.2 制订年度《直属局监控计划》并组织实施。

5.5.3 及时按要求向主管部门、监控秘书处及有关单位传递辖区内检出或不合格结果以及有关进出口食品安全风险信息。

5.5.4 对辖区内监控工作进行督促、检查和指导。

5.5.5 对监控秘书处反馈的相关信息及时做出处理。

6.1 监控计划的制订原则

应遵循系统和科学原则，全面考虑监控工作所涉及的各个环节的要求，制定系统、完善、科学的年度监控计划。

6.1.1 监控产品的选定原则

优先选取年度进出口食品安全风险评估报告中风险较高的产品或原料，以及对我国国民经济有较大影响或进出口量较大的产品作为监控或监测的对象。

6.1.2 监控项目的选定原则

出口监控优先考虑进口国（地区）限量严于我国的风险项目，进口监控优先考虑我国限量严于出口国（地区）的风险项目。

日常重点检测项目和实施期内的警示通报项目原则上不列入监控计划。

6.1.3 抽样数量的确定原则

应加强基础研究，提出适用于统计分析的最低年度取样量。对于上年度检出不合格结果较为集中的且风险较大的产品和项目，应适当增加监控地区及抽样数量；对于连续三年未检出且风险较小的产品和项目，可适当减少或取消抽样数量。

6.1.4 判定标准的确定原则

出口监控应选取主要进口国（地区）最严格或较严格的限量规定；进口监控应按照我国食品安全国家标准确定。

6.1.5 检测方法的选用原则

满足年度《总局监控计划》检测需求，同时满足《进出口食品安全风险监测实验室质量控制指南》要求的检测方法。

6.2 年度《总局监控计划》的制订

6.2.1 年度《总局监控计划》制订的主要依据

6.2.1.1 上年度监控报告及风险评估报告。

6.2.1.2 我国进出口食品种类、数量、地区分布及变化情况。

6.2.1.3 国内外有关食品安全风险信息。

6.2.1.4 各直属局拟承担下年度《总局监控计划》任务的建议。应于每年10月底前报秘书处。

6.2.1.5 各执行机构检测实验室检测能力及变化情况。

6.2.1.6 国外考察提出的合理化建议。

6.2.2 年度《总局监控计划》的内容，应包括但不限于以下内容：

6.2.2.1 实施周期：一年为一个监控周期。

6.2.2.2 监控内容：年度需要实施监控的进出口食品及其监控/监测项目。

6.2.2.3 抽样和检测任务分配：制订年度各监控产品抽样和检测任务分配计划。

6.2.2.4 检测方法、测定低限和判定标准。

6.2.2.5 年度《总局监控计划》的调整说明，包括：年度《总局监控计划》实施的新要求，监控产品和监控/监测项目调整的说明，以及对检测方法、测定低限和判定标准调整的说明等。

6.2.2.6 基准实验室名单及其承担的检测项目类别。

6.2.2.7 各单位监控工作负责人、联系人和样品接收人。

6.3 年度《直属局监控计划》的制订

6.3.1 年度《直属局监控计划》制订的主要依据各直属局应根据《监控指南》和年度《总局监控计划》，综合考虑辖区内进出口食品的质量安全状况和贸易情况，制订年度《直属局监控计划》。

6.3.2 年度《直属局监控计划》的内容，应包括但不限于以下内容：

6.3.2.1 监控内容：辖区内年度需要监控的产品及其监控/监测项目，包括年度《总局监控计划》分配的任务和根据本辖区进出口食品特点制订的自主监控部分。

6.3.2.2抽样和检测任务安排：辖区内年度各监控产品抽样和检测任务的具体安排，包括抽样时间、地域分布、企业分布、检测方法、测定低限和判定标准等。

进出口食品安全风险监控工作有关单据见附件1-3。

7.1 实施方案

执行机构应按要求制订本辖区年度监控计划实施方案，按时书面报主管部门并抄送监控秘书处。实施方案应将年度监控计划任务落实到具体单位和月份。

7.2 取送样

7.2.1 执行机构应确保取样的随机性、代表性、真实性、可追溯性；样品量应满足检验、留样需要。具体《抽样工作规范》由各产品协作组负责制定并报主管部门批准。

7.2.2 对于有国家标准或进口国（地区）标准的监控项目，可将监控与日常检验同时进行，不再单独取样。

7.2.3样品应及时送达检测单位，样品传递过程中应保证监控目标物含量不发生显著变化，避免样品受到污染。

7.3 实验室工作及检测要求

7.3.1 检测实验室应通过iso/iec17025认可，具有食品检验机构资格认定证书。

7.3.2 检测实验室收到监控样品后，应按《进出口食品安全风险监测实验室质量控制指南》要求实施检测，出具检测报告。对需要确证的“检出结果”应予确证。

7.3.3 检测实验室应主动与基准实验室联系，派员学习，提高检测能力。基准实验室在开展有效培训前，应接受不具备检测能力的实验室送样，并及时出具检测报告。

7.3.4 检测周期一般不超过10个工作日；如有特殊情况，应与送样单位协商并报监控秘书处，但不得超过20个工作日。

7.4 监控结果的判定和处置

7.4.1执行机构在收到监控检测报告后，应按年度监控计划规定的判定标准进行判定，超过判定标准的判为监控不合格结果。

7.4.2 执行机构应在接到检测报告24小时内将监控不合格结果报主管部门，抄送监控秘书处。

7.4.3 执行机构可对监控不合格结果进行追踪取样检测，实验室应在10个工作日内出具检测报告。

7.4.4 执行机构应对监控不合格结果调查原因，分析存在的风险，建立不合格结果追溯档案，记录调查过程、处理结论及纠正措施，并将追踪调查结果报主管部门，抄送监控秘书处。

7.4.5 执行机构应对监控/监测检出结果开展风险分析，必要时可就特定产品/项目专门起草风险分析报告报主管部门，抄送监控秘书处。

7.4.6 监控结果超过国家标准或进口国（地区）标准的，判为进/出口不合格结果，不允许相应产品进/出口。

7.5 监控结果报送

7.5.1 各直属局应按月按统一格式将监控结果汇总报监控秘书处，监控秘书处进行数据统计、分析和处理。

7.5.2 各直属局自主监控结果应与年度《总局监控计划》监控结果分别报送。

7.5.3 执行机构应按要求将有关监控不合格结果及追踪调查情况通报地方政府和有关部门。

8.1 各直属局、监控秘书处应按要求提交年度、半年或其他

时间段监控工作总结。

8.2 年度直属局监控工作总结

各直属局应按时对年度监控工作进行总结，形成年度直属局监控工作报告，报主管部门并抄送监控秘书处。年度直属局监控工作报告应包括但不限于以下内容：

8.2.1 年度《总局监控计划》执行情况。

8.2.2 年度直属局自主监控情况。

8.2.3 监控结果的统计分析。

8.2.4 不合格结果的追溯、原因分析及处理情况。

8.2.5 监控工作中存在的问题及改进措施。

8.3 年度全国监控工作总结

监控秘书处应按要求对各直属局上报的数据和年度直属局监控工作报告进行汇总分析，对年度全国监控工作进行总结，起草年度国家监控报告，经监控工作专家组审核修改后报主管部门。年度国家监控报告应包括但不限于以下内容：

8.3.1 年度《总局监控计划》执行及调整情况。

8.3.2 年度《总局监控计划》结果统计分析。

8.3.3 综合风险分析。

8.3.4 监控工作取得的进展、存在的问题及工作改进建议。

9.1 执行机构应建立并完善监控结果应用管理制度、不合格结果追溯制度以及风险分析制度。

9.2 执行机构应通过对监控/监测检出结果开展风险分析，对监控不合格结果开展追溯调查，研究并采取相应控制措施，应用于日常检验监管工作中。

9.3 主管部门收到执行机构上报的监控不合格结果和监测检出结果后，应根据食品安全风险级别采取相应处置措施，如信息通报、风险预警等。

9.4 主管部门可根据年度国家监控报告、我国进出口食品贸易情况以及进出口食品安全状况组织产品协作组开展专题研究，制定相应管理措施，如调整日常重点检测项目、制定分类管理措施、调整监控计划、开展对外交涉交流等。

应建立各级年度、半年、季度或不定期监控工作督查和自查制度，确保监控计划有效实施。监督管理工作包括：

10.1 各执行机构是否加强进出口食品安全风险监控方面的人员配置，是否开展业务培训，提升一线人员的业务能力。

10.2 各执行机构是否合理使用和落实进出口食品安全风险监控经费。

10.3 各执行机构是否落实年度监控计划的各项要求，按监控计划要求实施抽样和检测，是否存在集中抽样、集中检测现象，是否及时通报监控数据和有关风险信息，对监控结果是否有效应用。

10.4 各基准实验室、执行机构检测实验室的检测能力是否满足监控工作要求，是否按要求进行检测，按时出具报告。各基准实验室是否对不具备检测能力的实验室开展有效培训。

10.5 基准实验室是否按要求收集有关信息，完成项目年度综述，开展项目研发，组织比对试验。

10.6 监控秘书处是否按要求及时汇总、统计和分析监控结果，协调监控工作专家组和执行机构完成监控工作任务。

## 食品安全计划或方案篇四

各乡镇人民政府，县食品安全委员会各成员单位：

元旦、春节临近，为了保障节日期间的食品安全工作，防止重大食品安全事故和突发事件的.发生，现就做好“两节”期间食品安全保障工作的有关事项通知如下：

全工作，事关社会和谐稳定，任务艰巨，责任重大。各乡镇政府、各有关部门要切实加强“两节”期间食品安全工作的领导，强化“地方政府负总责，监管部门各负其责，企业是第一责任人”的责任体系，认真落实监管责任制和责任追究制，确保公众饮食安全。各有关部门要切实履行职责，加强协调，密切配合，形成食品安全监管合力，落实各项食品安全工作措施。

各乡镇政府、各有关部门要结合“两节”期间食品消费量大的特点，组织开展本辖区的食品安全联合执法专项检查，重点检查果蔬、肉及肉制品、奶及奶制品、水产品、食用油、豆制品、大米、饮料、酒类、散装食品、米线、面条、卷粉和儿童食品等品种，以及农贸市场、超市、食品批发市场、中小食品生产加工单位、学校食堂、建筑工地食堂、承办“年夜饭”宴席的大中型餐饮单位等行业。特别要加大对农村、城乡结合部、学校及周边地区、旅游景区小作坊、小食品摊点、小餐馆、小商店等食品生产经营单位的检查，严防三无食品、过期食品和不合格食品流向市场，及时消除食品安全隐患。

各乡镇政府、各有关部门按照食品生产、加工、经营和消费环节，采取按环节分段监督，联合行动与各职能部门专项监管相结合的方式进行，大力强化监督检查和整治，依法查处

和严厉打击制售假冒伪劣、有毒有害食品及其他不符合标准的违法犯罪行为。

1、县农业局：

负责农产品源头的治理，加强对农药、肥料市场的监督管理，深入开展农资打假，推进放心农资下乡；对主要生产基地蔬菜农药残留进行重点监测，并及时发布有关信息。

2、县商务局：

负责对生猪定点屠宰的监督管理，严厉打击私屠滥宰的违法行为。加大对城乡结合部和农村私屠滥宰高发区域的巡查打击力度，进一步规范和整顿屠宰市场秩序。

3、县质量技术监督局：负责整治食品生产加工领域制售假冒伪劣食品行为。坚决取缔无生产许可证、无卫生许可证，无营业执照的生产加工企业。严格实施食品质量安全市场准入、对28类食品的市场准入和区域性、行业性食品质量安全问题进行整治。

4、县工商局：

负责在食品流通环节进一步整顿和规范经营秩序，围绕重点品种等与广大人民群众密切相关、消费者投诉多的食品开展执法检查，强化食品包装管理，集中力量整治假包装、假标识、假商标印制品，把农村市场整治作为重中之重，督促企业普遍建立和落实进货检查验收、收购台帐和质量承诺制度。

5、县卫生局：

负责在食品消费领域的监督检查，加大对学校、建筑工地、厂矿及风景区食堂、餐馆的卫生监督检查力度，防止食物中毒事件发生，并做好突了食物中毒事故的应急救援准备。

6、县食品药品监督管理局负责综合监督、组织协调和依法查处重大食品安全事故。

7、各乡镇政府做好辖区内的食品安全保障工作，重点是加强对农村自办宴席的管理，杜绝群体性食品安全事故的发生。

各乡镇政府、各有关部门在加强监督检查的同时，要利用好“两节”期间这个宣传食品安全教育的良好时机，积极行动，组织开展形式多样的食品安全宣传教育活动，让食品安全知识进学校、进社区、进农村、进企业，广泛宣传食品安全常识，普及科学饮食知识，引导公众正确选购食品，养成科学饮食习惯，进一步增强广大群众的食品安全自我防范和依法维权意识，强化食品生产经营企业的责任意识和诚信意识。充分发挥新闻媒体的宣传和监督作用，营造人人关注食品安全、广泛参与食品安全良好社会氛围。

各乡镇政府、各部门要进一步强化食品安全保障责任意识，加强协作，做好食品安全事故的预防、预警和应对突发事件的准备工作，防控重大食品安全事帮的发生，做到防患于未然。要严格执行节日期间24小时值班制度及领导带班制度，保证通讯畅通，确保群众举报和发生食品安全问题得到及时处理。一旦发生重大食品安全事故，要按照□xx县重大食品安全事故应急预案》和应急预案操作手册规定及时报告和处置。

请各乡镇政府、县食品安全委员会各成员单位按通知要求，切实发挥职能作用，做好各项工作，并于20xx年2月5日前将“两节”期间食品安全保障工作总结报县食品安全委员会办公室。

联系电话：　（传真）

电子邮箱：

# 食品安全计划或方案篇五

为认真贯彻省、市食安委和县委县政府关于食品安全工作的部署要求，进一步加强辖区xxxx年食品安全监管工作，切实解决食品安全存在的难题，努力创造一个安全、放心的’食品消费环境，进一步提升我镇食品安全保障水平，现结合xx镇食品安全工作实际，制定本工作计划。

将食品安全工作纳入党政班子议事日程研究，把食品安全工作经费列入本级财政指标和发展规划，作为重点工作来抓。召开食品安全工作专题部署会，明确村级责任，完善食品安全管理责任体系。

（一）全力巩固完善我镇食安委成员及办公室建设，调整充实食品安全管理工作队伍，完善食品安全工作站制度建设，充分发挥该有的功能，加大部署，形成长效工作机制。

（二）充分发挥食安办统筹协调、监督指导作用，健全与市场监督、公安、农业、卫计、综合行政执法等监管派出机构的协作衔接机制，以及加强信息通报和工作会商。继续组织各成员单位开展食品安全专项整治行动，积极协调各职能部门，实行资源共享。通过多种形式适时发布食品安全预警信息。

（三）进一步加强食品安全管理考评办法。实行每季一考评，细化考评细则，随机抽查登记检查记录，督促开展食品安全巡查。

进货索证、验收制度建设，加强食品卫生监督量化分级管理制度建设餐饮消费安全责任追究体系，餐饮卫生监督监管网络建设。在餐饮业实行责任管理制度，落实食品卫生管理员职责，发挥企业自身管理作用，树立企业合法经营意识。

（二）继续做好集体聚餐备案登记工作。严格按照文件要求，

加强食品安全风险防控，落实申报备案制度、健康体检和培训管理制度、分类指导制度。

（三）加强食品安全社会监督力量建设。进一步加强现有食品安全协管员、信息员队伍建设，配足配强村级协管员，充分发挥社会力量的监督作用。开展网格员、协管员的业务培训工作，提高日常监管能力。

积极开展《食品安全法》等食品相关法律法规的宣传工作，通过宣传栏、发放宣传册、挂横幅、张贴公告海报、专场咨询等宣传方式，进一步提升食品生产经营企业食品安全责任意识，提高群众食品安全防范和监督意识。

开展食安办规范化建设，按照相关文件要求，配齐办公用品和场所，各类制度成文上墙，亮相办公，进一步构建食品安全工作格局。

## 食品安全计划或方案篇六

为营造学校良好教学环境，稳定学校教学工作，保障师生员工生命安全和身体健康，拟定2016年学校食品卫生安全工作计划。

一、指导思想

以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，树立“学校教育健康第一”的指导思想，坚持以人为本，遵循预防为主、常抓不懈、标本兼治、着力治本的方针，紧紧抓住关系教职员工身体健康的突出问题，深入开展学校食品卫生安全和学校传染预防工作，为促进学校教学稳定工作提供有利保障。

二、加强领导，明确职责

切实加强对学校食品卫生安全工作的领导。学校成立食品卫

生领导小组，明确监督员职责，责任细化，层层抓落实，有关部门参与，聚为合力，形成上下联动的工作格局，有效预防、控制和消除食品卫生安全事故的危害，组织、协调指导应急处置工作，把危害后果控制在最小范围，并降到最低程度。

三、突出重点、很抓

学校将坚持把学校食堂、食品卫生安全和传染病防治工作作为大事来抓，紧紧围绕确定的工作目标，很抓落实，力争取得明显效果。重点抓好四个方面的工作。

(一)、加强学校食堂安全监管，提高餐饮质量

学校食堂监管从源头抓起，建立经营者采购食品时索取产品合格证制度，严把进货渠道关，加强食品卫生日常管，并有专人负责，积极配合卫生监督部门落实卫生防病和食品卫生管理措施，规范食品烹饪方法选择的科学性，禁止向学生出售变质的食品和“三无”产品，依法强化学校食品卫生后勤管理，让学生吃上放心的饭菜，坚决控制学生食物中毒事故的发生。

(二)、加强事前预防工作，提高突发事件的处置能力

为进一步落实预防为主，常抓不懈的工作方针，学校逐步完善对学校食品卫生安全和急性传染病在学校爆发流行的管理措施，学校制定食品卫生安全和传染病防治预案，同时制定突发事件应急预案，同时制定突发事件的应对和处理能力。

(三)、加强校内外门前摊点治理，营造安全卫生的学习环境

（四）、加强服务意识，提高服务质量，“民以食为天，食以安为先”，故学校的食堂工作要始终把食品安全放在第一位，确保食品安全，尤其是六月份的高考，更是不能出任何

意外，要确保高考的顺利进行！

学校门前、周边普遍存在大量食品经营、摆摊设点叫卖的现象，多数卫生状况较差，制售伪劣食品，只图营利，不顾学生健康，是隐患的源头，必须堵住。学校门前和周边环境卫生治理涉及到很多单位和部门，教育部门和学校主动与有关执法部门联系，密切配合开展专项治理，坚决取缔学校门前、周边无证非法经营的食品销售摊贩，杜绝以各种方式侵犯学生健康权益行为，在突击检查的基础上，建立长效机制，巩固治理成果，防止反弹。学校保安人员维护校门前安全的积极性调动起来，委以重任，要求保安人员要担负每日校门前流动摊点、小贩的驱赶清理工作，对不听劝阻者，及时通知市食品安全协调办协助执法，使教学环境得到净化。

四、加强业务培训工作、提高监管水平

加强校医、专职管理干部业务知识培训，提高他们的业务能力和依法管理的水平。同时对经营食品的从业人员进行业务培训，让其弄懂危害学生身体健康的食品以及如何提高自己的烹饪方法，以免造成食物中毒事件的发生。坚持培训上岗、执证上岗制度，增强责任感、使命感，确保食品卫生安全。

五、加大督查督办力度，推动工作开展

加大督查督办工作，对学生反映比较集中的问题重点督查。对学校门前摊点、商贩反弹快、成效甚微的现象，重点抓、反复抓、抓反复，将学校自治和协同有关职能部门综合治理有机结合起来，把突击检查和长期管理结合起来，造成一定声势，营造专项治理氛围，督查中对工作出现推委扯皮、拖拉疲沓、整改不办，造成后果的学校及个人，依法追究学校负责人的责任。强化人们的安全意识和职责，推动工作开展。

2016.2.26

# 食品安全计划或方案篇七

为进一步加大食品安全监管工作力度，强化食品安全意识，切实保障xx人民群众的饮食安全，根据区食品安全有关要求，结合实际，制定本计划。

落实属地管理责任，对本行政区域内食品安全负总责，实行食品安全监管行政首长负责制。因人事调整，乡政府及时调整食品安全委员会组成人员，明确了安委会的主要工作职责和组成部门职责。加强食品安全“四员”队伍网络建设，由分管负责人任食品安全管理员；卫生院公共卫生人员任食品安全宣传员；村民委员会主任任食品安全协管员；村卫生室医生任食品安全信息员。

在相关法律、政策和业务知识培训和业务操作指导方面，不断加强“四员”业务能力建设，强化食品生产经营单位基本信息采集统计基础工作。鼓励组建各类农副产品生产经营、旅游餐饮服务业等经营协会，通过协会自律章程加强企业自身安全责任意识，落实自我主动管理责任。

加大日常监督检查的频次和力度，提倡对本辖区食品生产经营业主进行分类指导和管理，及时解决消除群众身边存在的食品安全隐患问题。重点对大米、食用油、蔬菜果蔬、肉制品、乳制品等零售流通市场，对食用农产品生产和食品加工作坊；对餐饮服务单位等旅游接待服务单位重点加强日常监督检查。开展对学校、社会养老机构、工厂食堂等单位的定期不定期检查。各村要落实农村集体聚餐指导申报备案工作。乡食安办要积极参与重大活动和重要节假日期间的联合安全检查。

同步发挥村两委成员、党员、代表、农村社区网格员和乡村食品安全监管“四员”作用，及时汇总日常监督、临时抽检、投诉举报、医疗机构等各方反馈信息，主动排查问题，或及时报送主管部门科学分析研判风险，制定应急预案，落实防

控措施。加强应急工作的督查和指导，建立食品生产企业风险问题报告制度，加强政府值班工作和信息报告制度，不断提升应急管理水平。

增加调整公安、司法部门为食品安全成员单位。食安委各成员单位要按照职责分工，严格落实主管责任和监管责任。落实生产经营主体责任意识，督促企业建立质量安全控制主体责任体系、严格规范操作程序，加强生产经营全过程监管。重视信息公开工作，选取典型反面事例进行曝光。完善投诉举报机制，发挥12331举报平台作用，强化舆论监督和社会监督。积极开展食品药品安全知识宣传，形成政府、企业、社会“三位一体”保障食品药品安全的工作格局。

食品药品安全问题是基本的民生问题，也是重大的社会问题，关系到社会的稳定、和谐与发展。我们要在乡党委、政府的坚强领导和市食药监局、市农委等业务主管部门的有效指导下，脚踏实地、勤廉工作，不断提高监管工作效能，为保障辖区饮食用药安全尽最有力的本职责任和社会公民责任。

## 食品安全计划或方案篇八

世界食品安全计划如下，快随小编来了解。

世界食品安全的社会品牌计划一个营销计划应先确定一个目标，而后着手处理七因素理论提出的问题：

1、谁是生产者?信息来源是什么?

2、我们将与之联系的潜在的购买者市场是由哪些人组成的?

3、我们能设计什么特殊产品来满足这些要求呢?

4、要购买我们的产品，消费者必须付出什么样的代价?

5、我们怎样才能推动我们的市场向前发展?他们有哪些需求呢?

6、对购买者而言，在最合适的时间和地点，哪些组织的参与将使产品变得更为有用?

7、需要做哪些的调查工作，才能从我们的研究对象那里获得反馈信息呢?

在这里的其他部分，这七个问题因特定的目的说成了一种战略;提高食品安全性的战略中心目标是最大可能改善发展中国家食物污染造成的惨重损失。当务之急是使各地人们对食物污染带来的危害提高警惕，并告诉他们如何去预防。

谁将起草实现目标的宏伟蓝图并付诸实施?有人认为世界卫生组织是最合适的选择，因为它具有悠久的历史。

这个角色必须由中立的、可信的、大规模的组织来担任。其他组织可能另有所图。例如，教育工作者可能会倡议学校是健康组织进行讨论的最好场所，广告代理人将主持支持大量的媒介，统计家会强调经验主义的研究，文化方面的人类学者将强调深入研究的价值，社会学家将强调团体组织，所有这些都是很重要的，但其中没有一个是能够集中和协调整个过程的。

因此，没有一个特殊的利益组织在对待食品安全生产方面能像世界卫生组织一样，有资格服务于营销者，过分注意自己利益的个人，不能有效地领导全面的运动。世界卫生组织被指定做预算和为一个营销计划配备职员。

通常，除了少数几个以外，这里没有单个市常所以，以不同类别的消费者为对象的全面调查通常没有多大影响，而且浪费了宝贵的资源。人们必须把市场划分为不同群体，然后按惯例设计一项活动来适应每个群体的特征，这就是市场分割

的内涵。正确地进行分割是营销过程中最重要的一步，因为它带给计划更多的效益：分割原则的选择是相当关键的，必须提前制定好。人们可以根据地理环境、社会经济水平，对食品安全的熟悉程度或任何一种人口统计标准或易变化的心理因素来进行分割。

食品安全市场是很贫乏的，特别是在第三世界国家。因为对贫困人们的食物供应不足。他们中的大多数人吃的是吃腐烂变质的食物;乍看起来，对这些人来说好像教育计划应该首先得到发展。但是，创造性的分割计划应该加以区别对待，或许首先引起中等阶层的注意是聪明的做法，因为他们的习惯和习俗要多于大多数贫穷的人，每一个有关的目标分割都必须认真考虑。

旅游市场是一个例子。为了食品安全的需要，把当地有损健康的食物展示出来，不仅是为了自己的利益，而且是刺激到各地旅游的一种做法。在墨西哥。参观者经常被告诫不要喝生水或吃叶状蔬菜。

分割要进行详细地说明和列表编目。例如，农村的农场主们、城市的穷人、学生和工厂工人三种或四种分割就足够了，经验表明，如果包含许多种分割，这计划将不易管理而且耗资巨大的，因为一个独立的策略必须是为适应每个分割的需要而设计的。

第三世界国家的购买者最终的一些看法是：带来某些变化的一种策略应改变销售途径。例如，所有人都希望健康，但是，我们如何传播有关食品安全和健康之间的联系的知识，并通过这一途径使人们懂得食品安全的必要性呢?组织者必须通晓地方符号的隐喻，地方语言、标示物，并且必须用地方语言来整理信息。我们需要知道对谁说话。

此外消费者必须拥有：1、变革所需的知识和能力;2、改变旧习惯的愿望(变化必须发生在可接受的社会标准和习惯范围之

内);3、官方允许做的改变。

社会营销需要以介绍资料开始，这些资料描述了问题的严重性，但必须简洁地去做，太长的介绍只会分散人们对信息的注意力。

人们应当采取措施避免吃污染过的食物，什么措施呢?社会营销商准备了一览表，一种"产品配制".然后指定一个品牌及运动口号，例如"安全食物意味着健康".如果一种产品的名字叫起来比较容易的话，那人们就会很快地记住这种产品。

有关产品制作的另一点是关于附属产品。营销者可以将附属产品同主要产品一块包装。如同在商业营销中，一个人可能被鼓励去买一个手提包同时附带买一双鞋。

营销战略计划必须考虑"社会代价"——消费者所付的除去货币外的其它的费用，这主要包括时间、精力和生活方式的改变。当一个人购买食品安全这个"产品"时，必须付出什么代价?他们付出时间和精力，使他们学会如何辨认有害的食物，如何去采取预防措施，不再仿效以前的吃法，例如用手来吃饭;必须经常放弃在感受熟悉食物时的许多喜悦;有些食物不得不用别的食物代替。

其他的社会代价应当用由熟悉当地多种情况的社会营销者来确定。人们必须知道，在生活方式和风俗习惯方面，什么样的变化将会欺骗具有食品安全意识的购买者。为符合一个倡议而改变由来已久的生活习惯是一个高昂的社会代价，特别是使人满意的预期结果不会立刻看到时，社会营销者应当试图在促销活动中，通过熟练地编排这些信息来减少这些代价。考虑到社会代价的回报、变化越清楚也就越可行。 营销计划的核心是它的信息要素。这项活动应当以一个多种媒介、多种方法、多种策略的系统为基矗信息设计是一种艺术。尽管"一幅画值一千句话"可能是正确的，但是传递语言比传递图画要困难得多。下面要说明的将作为一个指导——列了三个标

准，通过这些标准来评价信息：

1、简洁一条信息必须简洁。根据经验，人的短期记忆只能吸收五条信息。

2、感染力一条信息应当能激起积极的情感，像高兴、快乐、健康，而不是病痛或担心可怕的结果。

3、真实如果为了延长食品的保存时间，在包装食品时附加一些化学药剂，是应当积极应当提倡的。相反，许多西方生产商都说所有的添加剂是有害的。他们正在散布恐惧，将会给人们带来不良的影响、对于媒介、社会营销者必须熟悉可靠的印刷品，广告媒介、宣传画、图画故事书、摄影、皮影戏、木偶表演、街头驯鹰者、告示、展览、奖券、电话、水电清单等;这项运动应该得到全国范围的支持，食物的安全性应成为家庭、工作场所、街头巷尾的一句俗语。这项运动必须深入到系统的每一部分。

运动的组织者制作了在一年内里所有媒介预算费用的一览表，以便于从总体上不超过规定的预算而保持良好的状态。这样就避免了超支的危险并有剩余。资金应集中于最有可能实现又能承担得起的策略上。例如当地的居民应当学会在自己的地区用自己的语言。他们自己来设计印刷材料。为自己的文化服务。许多年前，有一幅宣传画是由非洲的一个政府创造的，作为宣传灭蝇活动的一部分。宣传画特写了一只苍蝇的图像，具有适当的临摹和标题。这次活动并没有获得成功，人们不理解，因为家里的苍蝇并没有那样大。

经验表明，没有任何一个组织单独能妥善处理污染食物造成的疾病问题。因此，一个联合的行动是必要的，在行动中，由世界卫生组织作领导，许多专家和实验资源被贡献出来，并形成一个整体，这样紧密地联合在一起的一个结构体系，营销者称为一种既定产品的"销售渠道".对于食品安全产品这种渠道，应当包括参与营销过程的组织和个人，尤其是在整

个传播链条中的每一环节。

作为该系统领导者或"渠道首领"的世界卫生组织分派各个网络成员的角色和职责，调查和控制他们的行动。渠道中的每个成员都应强烈地意识到自己的责任并积极作出贡献。在任何特殊情况下，一个世界卫生组织的代表或一个地方卫生组织的官员可以认定渠道的成员并指定他们的职责。他应当执行这些任务并承担责任。因而便于控制和跟踪操作。

渠道中的私人公司，参与对任何国家或大的跨国公司的公共教育事业是很好的交易，尤其是那些计划涉及到公司产品的生产线。在某种程度中，食物是最好的对象。对于美国工业来说，社会营销几乎是一个新的尝试。多年来，由于社会原因，许多公司都介入了教育计划。

比较大的生产者，为保护大的品牌形象，尽量保持工厂的卫生标准。在全体职员中有质量检控专家，有在食品的处理过程中为了清洁卫生操作而开展的训练活动。例如，在一个食品厂，上厕所和洗手是关键的一点，然而在一些缺乏正规教育的本地工厂中，这一训练无疑被忽略了。传播食物安全信息的一个主要媒介是有主见的领导，人们向他请示某些问题而且信任他，在委内瑞拉的一个多民族食品厂，发现许多工人把他们在食品卫生方面得到的知识带回到自己的家乡。"如果在工厂中这样做是有益健康的，那为什么不在家乡这样做呢?"

食品生产者已特别意识到，多数食物是卖给健康的人而不是生病的或将要死的人们。教育活动必须面向食品生产者自身，他们会把这个信息推向家乡。因此，积极地参与食品安全传播计划是他们长期的任务。当杜克基金会的创始人詹姆斯。布什南。杜克说明他对健康卫生设备的观点时，曾受到广泛赞赏。"人们应该都很健康。如果他们不健康，他们就不能工作。如果他们不工作，也就不会健康。如果他们不能工作，对他们没有任何好处。"

零售食品的开展为传播营养信息设立了一个引入注目的场所来传播全面营养的说法，他们处于理想的位置，归根结底。这是有利于自己的'。对于受过教育的消费者而言，必须比较健康才会成为忠实的顾客。当然。他们不仅是快餐食品的顾客，还应是更多有益健康的食品例如蔬菜、水果、鱼和其它食品的顾客。信息在职员和消费者之间，通过宣传画、扬声器和大量媒介来传递。如果促进全面营养学说的发展。那零售商一定会失去快餐业的利润，这个损失将通过增加人们对卫生食品的兴趣得到弥补。在比较高级的食品销售渠道中，生产者和批发商通过介绍更多的营养产品对这一转变作出了响应。

在美国社会营销渠道通常包括广告委员会。它是一个包括有创造力的广告和代理人的组织。他们贡献了他们的时间和才能并且多数不会因社会因素而发生改变。政府及其所包括的非盈利机构负担的唯一代价是生产费用。当他们能自己参与少量宣传时，是验证私人公司利他主义的经典例子。这个想法正在成为全球性的观点。与美国广告委员会相似的委员会正在西方其他国家兴起。

很明显，公共卫生组织的官员在渠道中是关键因素。美国食品和药物机构帮助第三世界国家在提高食品安全方面进行试验训练。它的国际事务部的全体职员监督着世界各地的数百个政府机构对美国食品和药物机构的访问。

对世界卫生组织最大的挑战是如何处理最有价值的资源。渠道中的每个成员都准备为这项改革运动作出贡献，从政府那里获得财政支持，从工业部门得到技术和专长，从地方法律实施部门得到制度的保障，从其他的团体为基础的组织得到传播帮助。

来自美国的一个报道，考虑到黄曲毒素的控制情况。在美国农业部和美国食物药品机构间，在某些食物制造商和工业分析试验室之间，卫生组织进行了很大的努力，这个问题已得

到了很好的控制。

尽管政府从私有者那儿得到了科学技术和其他专长，但是商业毫无疑问地将有助

于这些免费服务，尤其是当它确认这样做是为了它得到最高的利益时。

态度和行为改变的速度很慢，而且很难衡量。在社会研究和社会调查等形式中，可利用的手段中许多是有误差的，当变化发生时，描绘任何一个特殊计划的变化经常是困难的，与过程无关的因事有可能促进尝试的过程，也有可能破坏这个尝试。因此，仔细地设计和过分注意细节的实施过程与估价研究相比，对稀有资源的投资是最合适的。

计划不需要以一个宏大的规模来开始，随着营销概念的出现，传播计划在全面开展之前可以先在一个国家或地区进行试验。在调配大量的物质资源和能量之前，人们应当在限定的部分内，进行一种尝试，使其结果具有广泛的适用性，如果这一尝试能够获得积极的效果，就会得到进一步的支持。最后，营销试验提供了一种参加各种团体组织的机会，通过这种渠道以便于参与这个计划过程。

为了完成食品安全方面的社会营销，人们需要一个具有相当丰富经验的领导者指导下的特别工作组，这一领导者必须与世界卫生组织中主抓食品安全问题的官员保持联系。特别工作组织的领导评估着国际或地方性的计划项目。在地方水平上，特别工作组监督着在食物安全问题上其它类似的实体的发展，在这里，可适用的计划将会付诸实施。特别工作组织传递给各个地区一个"典型计划"的轮廓，就如同他们都在场一样。

各地区的人们可以参照典型计划并结合当地的具体情况来指导自己的计划。而后这些区域性计划宜当提交给特别工作组，

以便复查，有必要的话要重新制定，才能最终实施。特别工作组的一个最重要的任务是为地方性的食品安全计划控制和筹措资金。

问题

1、请你根据上述材料及要求制订一个较详细的计划。

2、实现这个方案还需要调查研定哪些方面?

3、请你根据你的计划再制订一个方案，使有可能对这个计划造成影响的因素尽量向推动计划发展的方向发挥作用。

4、你是怎样对待及评价世界食品安全社会品牌营销计划的?

## 食品安全计划或方案篇九

世界食品安全的社会品牌计划一个营销计划应先确定一个目标，而后着手处理七因素理论提出的问题：

1、谁是生产者?信息来源是什么?

2、我们将与之联系的潜在的购买者市场是由哪些人组成的?

3、我们能设计什么特殊产品来满足这些要求呢?

4、要购买我们的产品，消费者必须付出什么样的代价?

5、我们怎样才能推动我们的市场向前发展?他们有哪些需求呢?

6、对购买者而言，在最合适的时间和地点，哪些组织的参与将使产品变得更为有用?

7、需要做哪些的调查工作，才能从我们的研究对象那里获得

反馈信息呢?

在这里的其他部分，这七个问题因特定的目的说成了一种战略;提高食品安全性的战略中心目标是最大可能改善发展中国家食物污染造成的惨重损失。当务之急是使各地人们对食物污染带来的危害提高警惕，并告诉他们如何去预防。

谁将起草实现目标的宏伟蓝图并付诸实施?有人认为世界卫生组织是最合适的选择，因为它具有悠久的历史。

这个角色必须由中立的、可信的、大规模的组织来担任。其他组织可能另有所图。例如，教育工作者可能会倡议学校是健康组织进行讨论的最好场所，广告代理人将主持支持大量的媒介，统计家会强调经验主义的研究，文化方面的人类学者将强调深入研究的价值，社会学家将强调团体组织，所有这些都是很重要的，但其中没有一个是能够集中和协调整个过程的。

因此，没有一个特殊的利益组织在对待食品安全生产方面能像世界卫生组织一样，有资格服务于营销者，过分注意自己利益的个人，不能有效地领导全面的运动。世界卫生组织被指定做预算和为一个营销计划配备职员。

通常，除了少数几个以外，这里没有单个市常所以，以不同类别的消费者为对象的全面调查通常没有多大影响，而且浪费了宝贵的资源。人们必须把市场划分为不同群体，然后按惯例设计一项活动来适应每个群体的特征，这就是市场分割的内涵。正确地进行分割是营销过程中最重要的一步，因为它带给计划更多的效益：分割原则的选择是相当关键的，必须提前制定好。人们可以根据地理环境、社会经济水平，对食品安全的熟悉程度或任何一种人口统计标准或易变化的心理因素来进行分割。

食品安全市场是很贫乏的，特别是在第三世界国家。因为对

贫困人们的食物供应不足。他们中的大多数人吃的是吃腐烂变质的食物;乍看起来，对这些人来说好像教育计划应该首先得到发展。但是，创造性的分割计划应该加以区别对待，或许首先引起中等阶层的注意是聪明的做法，因为他们的习惯和习俗要多于大多数贫穷的人，每一个有关的目标分割都必须认真考虑。

旅游市场是一个例子。为了食品安全的需要，把当地有损健康的食物展示出来，不仅是为了自己的利益，而且是刺激到各地旅游的一种做法。在墨西哥。参观者经常被告诫不要喝生水或吃叶状蔬菜。

分割要进行详细地说明和列表编目。例如，农村的农场主们、城市的穷人、学生和工厂工人三种或四种分割就足够了，经验表明，如果包含许多种分割，这计划将不易管理而且耗资巨大的，因为一个独立的策略必须是为适应每个分割的需要而设计的。

第三世界国家的购买者最终的一些看法是：带来某些变化的一种策略应改变销售途径。例如，所有人都希望健康，但是，我们如何传播有关食品安全和健康之间的联系的知识，并通过这一途径使人们懂得食品安全的必要性呢?组织者必须通晓地方符号的隐喻，地方语言、标示物，并且必须用地方语言来整理信息。我们需要知道对谁说话。

此外消费者必须拥有：1、变革所需的知识和能力;2、改变旧习惯的愿望(变化必须发生在可接受的社会标准和习惯范围之内);3、官方允许做的改变。

社会营销需要以介绍资料开始，这些资料描述了问题的严重性，但必须简洁地去做，太长的介绍只会分散人们对信息的注意力。

人们应当采取措施避免吃污染过的食物，什么措施呢?社会营

销商准备了一览表，一种"产品配制".然后指定一个品牌及运动口号，例如"安全食物意味着健康".如果一种产品的名字叫起来比较容易的话，那人们就会很快地记住这种产品。

有关产品制作的另一点是关于附属产品。营销者可以将附属产品同主要产品一块包装。如同在商业营销中，一个人可能被鼓励去买一个手提包同时附带买一双鞋。

营销战略计划必须考虑"社会代价"——消费者所付的除去货币外的其它的费用，这主要包括时间、精力和生活方式的改变。当一个人购买食品安全这个"产品"时，必须付出什么代价?他们付出时间和精力，使他们学会如何辨认有害的食物，如何去采取预防措施，不再仿效以前的吃法，例如用手来吃饭;必须经常放弃在感受熟悉食物时的许多喜悦;有些食物不得不用别的食物代替。

其他的社会代价应当用由熟悉当地多种情况的社会营销者来确定。人们必须知道，在生活方式和风俗习惯方面，什么样的变化将会欺骗具有食品安全意识的购买者。为符合一个倡议而改变由来已久的生活习惯是一个高昂的社会代价，特别是使人满意的预期结果不会立刻看到时，社会营销者应当试图在促销活动中，通过熟练地编排这些信息来减少这些代价。考虑到社会代价的回报、变化越清楚也就越可行。 营销计划的核心是它的信息要素。这项活动应当以一个多种媒介、多种方法、多种策略的系统为基矗信息设计是一种艺术。尽管"一幅画值一千句话"可能是正确的，但是传递语言比传递图画要困难得多。下面要说明的将作为一个指导——列了三个标准，通过这些标准来评价信息：

1、简洁一条信息必须简洁。根据经验，人的短期记忆只能吸收五条信息。

2、感染力一条信息应当能激起积极的情感，像高兴、快乐、健康，而不是病痛或担心可怕的结果。

3、真实如果为了延长食品的保存时间，在包装食品时附加一些化学药剂，是应当积极应当提倡的。相反，许多西方生产商都说所有的添加剂是有害的。他们正在散布恐惧，将会给人们带来不良的影响、对于媒介、社会营销者必须熟悉可靠的印刷品，广告媒介、宣传画、图画故事书、摄影、皮影戏、木偶表演、街头驯鹰者、告示、展览、奖券、电话、水电清单等;这项运动应该得到全国范围的支持，食物的安全性应成为家庭、工作场所、街头巷尾的一句俗语。这项运动必须深入到系统的每一部分。

运动的组织者制作了在一年内里所有媒介预算费用的一览表，以便于从总体上不超过规定的预算而保持良好的状态。这样就避免了超支的危险并有剩余。资金应集中于最有可能实现又能承担得起的策略上。例如当地的居民应当学会在自己的地区用自己的语言。他们自己来设计印刷材料。为自己的文化服务。许多年前，有一幅宣传画是由非洲的一个政府创造的，作为宣传灭蝇活动的一部分。宣传画特写了一只苍蝇的图像，具有适当的临摹和标题。这次活动并没有获得成功，人们不理解，因为家里的苍蝇并没有那样大。

经验表明，没有任何一个组织单独能妥善处理污染食物造成的疾病问题。因此，一个联合的行动是必要的，在行动中，由世界卫生组织作领导，许多专家和实验资源被贡献出来，并形成一个整体，这样紧密地联合在一起的一个结构体系，营销者称为一种既定产品的"销售渠道".对于食品安全产品这种渠道，应当包括参与营销过程的组织和个人，尤其是在整个传播链条中的每一环节。

作为该系统领导者或"渠道首领"的世界卫生组织分派各个网络成员的角色和职责，调查和控制他们的行动。渠道中的每个成员都应强烈地意识到自己的责任并积极作出贡献。在任何特殊情况下，一个世界卫生组织的代表或一个地方卫生组织的官员可以认定渠道的成员并指定他们的职责。他应当执行这些任务并承担责任。因而便于控制和跟踪操作。

渠道中的私人公司，参与对任何国家或大的跨国公司的公共教育事业是很好的交易，尤其是那些计划涉及到公司产品的生产线。在某种程度中，食物是最好的对象。对于美国工业来说，社会营销几乎是一个新的尝试。多年来，由于社会原因，许多公司都介入了教育计划。

比较大的生产者，为保护大的品牌形象，尽量保持工厂的卫生标准。在全体职员中有质量检控专家，有在食品的处理过程中为了清洁卫生操作而开展的训练活动。例如，在一个食品厂，上厕所和洗手是关键的一点，然而在一些缺乏正规教育的本地工厂中，这一训练无疑被忽略了。传播食物安全信息的一个主要媒介是有主见的领导，人们向他请示某些问题而且信任他，在委内瑞拉的一个多民族食品厂，发现许多工人把他们在食品卫生方面得到的知识带回到自己的家乡。"如果在工厂中这样做是有益健康的，那为什么不在家乡这样做呢?"

食品生产者已特别意识到，多数食物是卖给健康的人而不是生病的或将要死的人们。教育活动必须面向食品生产者自身，他们会把这个信息推向家乡。因此，积极地参与食品安全传播计划是他们长期的任务。当杜克基金会的创始人詹姆斯。布什南。杜克说明他对健康卫生设备的观点时，曾受到广泛赞赏。"人们应该都很健康。如果他们不健康，他们就不能工作。如果他们不工作，也就不会健康。如果他们不能工作，对他们没有任何好处。"

零售食品的开展为传播营养信息设立了一个引入注目的场所来传播全面营养的说法，他们处于理想的位置，归根结底。这是有利于自己的。对于受过教育的消费者而言，必须比较健康才会成为忠实的顾客。当然。他们不仅是快餐食品的顾客，还应是更多有益健康的食品例如蔬菜、水果、鱼和其它食品的顾客。信息在职员和消费者之间，通过宣传画、扬声器和大量媒介来传递。如果促进全面营养学说的发展。那零售商一定会失去快餐业的利润，这个损失将通过增加人们对

卫生食品的兴趣得到弥补。在比较高级的食品销售渠道中，生产者和批发商通过介绍更多的营养产品对这一转变作出了响应。

在美国社会营销渠道通常包括广告委员会。它是一个包括有创造力的广告和代理人的组织。他们贡献了他们的时间和才能并且多数不会因社会因素而发生改变。政府及其所包括的非盈利机构负担的唯一代价是生产费用。当他们能自己参与少量宣传时，是验证私人公司利他主义的经典例子。这个想法正在成为全球性的观点。与美国广告委员会相似的委员会正在西方其他国家兴起。

很明显，公共卫生组织的官员在渠道中是关键因素。美国食品和药物机构帮助第三世界国家在提高食品安全方面进行试验训练。它的国际事务部的全体职员监督着世界各地的数百个政府机构对美国食品和药物机构的访问。

对世界卫生组织最大的挑战是如何处理最有价值的资源。渠道中的每个成员都准备为这项改革运动作出贡献，从政府那里获得财政支持，从工业部门得到技术和专长，从地方法律实施部门得到制度的保障，从其他的团体为基础的组织得到传播帮助。

来自美国的一个报道，考虑到黄曲毒素的控制情况。在美国农业部和美国食物药品机构间，在某些食物制造商和工业分析试验室之间，卫生组织进行了很大的努力，这个问题已得到了很好的控制。

尽管政府从私有者那儿得到了科学技术和其他专长，但是商业毫无疑问地将有助

于这些免费服务，尤其是当它确认这样做是为了它得到最高的利益时。

态度和行为改变的速度很慢，而且很难衡量。在社会研究和社会调查等形式中，可利用的手段中许多是有误差的，当变化发生时，描绘任何一个特殊计划的变化经常是困难的，与过程无关的因事有可能促进尝试的过程，也有可能破坏这个尝试。因此，仔细地设计和过分注意细节的实施过程与估价研究相比，对稀有资源的投资是最合适的。

计划不需要以一个宏大的规模来开始，随着营销概念的出现，传播计划在全面开展之前可以先在一个国家或地区进行试验。在调配大量的物质资源和能量之前，人们应当在限定的部分内，进行一种尝试，使其结果具有广泛的适用性，如果这一尝试能够获得积极的效果，就会得到进一步的支持。最后，营销试验提供了一种参加各种团体组织的机会，通过这种渠道以便于参与这个计划过程。

为了完成食品安全方面的社会营销，人们需要一个具有相当丰富经验的领导者指导下的特别工作组，这一领导者必须与世界卫生组织中主抓食品安全问题的官员保持联系。特别工作组织的领导评估着国际或地方性的计划项目。在地方水平上，特别工作组监督着在食物安全问题上其它类似的实体的发展，在这里，可适用的计划将会付诸实施。特别工作组织传递给各个地区一个"典型计划"的轮廓，就如同他们都在场一样。

各地区的人们可以参照典型计划并结合当地的具体情况来指导自己的计划。而后这些区域性计划宜当提交给特别工作组，以便复查，有必要的话要重新制定，才能最终实施。特别工作组的一个最重要的任务是为地方性的食品安全计划控制和筹措资金。

问题

1、请你根据上述材料及要求制订一个较详细的计划。

2、实现这个方案还需要调查研定哪些方面?

3、请你根据你的计划再制订一个方案，使有可能对这个计划造成影响的因素尽量向推动计划发展的方向发挥作用。

4、你是怎样对待及评价世界食品安全社会品牌营销计划的?