

守护“舌尖上的安全”，不能总靠卧底“捉妖”

本报评论员 吴迪

桶拿回食材继续上桌、缺斤短两、违规办理健康证等多种问题。据近日多家媒体报道,目前,涉事餐饮品牌负责人回应称,深表歉意,已暂时关停涉事门店。合肥市场监管局回应称,执法人员正在取证,并要求该品牌在合肥所有门店暂停营业接受检查。另据报道,此前,河南郑州、山东青岛的半天妖烤鱼门店,也出现过食品安全相关问题。

新闻一出,相关话题迅速冲上社交平台热搜榜,不少网友表示胃里“翻江倒海”。这体现了人们对食品安全一如既往的关注、对知名餐饮品牌“翻车”的失望,以及由此及彼对食品安全领域“前厅后厨表里不一”等痼疾的不满。

后厨“作妖”已不是第一次被媒体抓包了。使用过期食材、卫生不达标、违规办理或不办理健康证等,似乎已成不少餐企的“默契”。去年的“土坑酸菜”事件、今年央视“3·15”晚会上的“腐烂橄榄菜”“香精大米”等问题,同样触目惊心。时间在变,涉事商家及食品在变,而制作方的“眼不见为净”却还是“原来的配方”“熟悉的味道”,而发现这些猫

腻的依然多是媒体的卧底暗访。

近年来,新食安法回应了公众诉求,有关部门不断完善监管机制,很大程度上扭转了食品安全问题的整体局面,不少曾经的“老大难”问题得到明显改善。以“地沟油”为例,近年来,其案发量、曝光量、搜索量和讨论量都断崖式下降,这让公众看到了法律和执法力量的应有威慑力。

尽管如此,依然不时有个别地方爆出食品安全问题。这既因不法商家太狡猾,也因执法行动某些时候流于形式。比如,商家“打游击”的成本低,外部监督有时难以穿透后厨的“墙”;有些地方的执法多为抽查,只对卫生、台账等“扫几眼”,难以识破商家的障眼法。

为了让监管更敏锐、机智,形成强大的约束和倒逼力量,不少地方开展多种路径的探索。有的地方在外卖送餐行业聘任外卖小哥兼职食品安全“吹哨人”;有的地方出台规定,明确食品生产经营企业至少配备1名食品安全员;有的地方推进“明厨亮灶”工程,让监管部门和食客通过监控画面实时监

督后厨情况等。

总体看,各地食品安全的监管还需要多做加法,比如,日常检查应更加随机,不让商家摸着规律;让质检更多代替“视检”;多些远程联网监督应用;完善专业人员暗访工作机制;在惩处上既要有口头警告,更要依法在顶格处罚上“应罚尽罚”;加大对群众举报等外部监督力量的奖励,激发公众主动参与共治的积极性。日前中消协发布的一项调查显示,消费者对消费侵权行为选择“默默忍受”比例持续降低,愿意较真、敢于较真的消费者越来越多,这是一个可喜的趋势。

食品安全关系百姓健康,重要性不言而喻。在互联网时代,孕育网红品牌并迅速复制,已不是新鲜事。规范线上线下互联共生的餐饮品牌和门店,对监管手段提出了更高要求。魔鬼藏在细节中,法宝藏在实践中。把保障“舌尖上的安全”工作做得更加深入、全面、精细,形成严密的监管网络,考验着有关方面的决心和智慧。一句话,希望食品安全“捉妖记”不要频频上演。

社评

中国新闻名专栏

规范线上线下互联共生的餐饮品牌和门店,对监管手段提出了更高要求。魔鬼藏在细节中,法宝藏在实践中。把保障“舌尖上的安全”工作做得更加深入、全面、精细,形成严密的监管网络,考验着有关方面的决心和智慧。

今年2月下旬至3月上旬,新京报记者先后进入安徽合肥两家半天妖烤鱼门店卧底暗访,发现涉事门店存在使用过期食材、从垃圾

从规制电竞酒店看“跨界经营”如何监管

丁慎毅

3月17日,文化和旅游部官网发布《文化和旅游部 公安部 国务院未成年人保护工作领导小组办公室 关于加强电竞酒店未成年人保护工作的通知(征求意见稿)》,其中提到,严禁电竞酒店违规接待未成年人,专业电竞酒店和非专业电竞酒店的电竞房区域,容易产生未成年人沉迷网络等问题,属于不适宜未成年人活动的场所。

近年来,电竞酒店发展势头很猛,市场增速很快。其兼具上网和住宿两种功能,对应着不同的职能部门和监管规定,这容易导致监管出现“真空地带”。如酒店住宿业接待未成年人入住时有诸如留下监护人联系方式等条件限制、网吧等场所禁止未成年人进入,但电竞酒店的性质恰恰介于两者之间,这使得未成年人绕开现有规定轻松开房和上网成为可能。

此次文旅部等三部门的通知,拟明确电竞酒店不得违规接待未成年人,不仅极具现实针对性,而且有望遏制相关争议和乱象。这一做法,也为时下“跨界经营”等模式的监管提供了新思路。

近年来,不少“新消费”方式正成为经济发展的“加速器”,但在此过程中也不断产生新的问题。以文旅业为例,由于大众市场的文旅消费需求逐渐朝着高品质和多样化方向转变,文旅消费出现了诸如“旅游+剧本杀+露营”“观影+旅游”等“旅游+”新业态。又如,当下,私人影院、家庭浴室等跨界经营备受追捧。这些业态在监管上往往对应着多部法律,涉及不同行业和部门。一部法律的规制、一个部门的监管,已然跟不上这种现实变化和现实需求。

这就需要针对新业态、新消费的跨界特征,探索联合监管模式,共管共建,推动综合监管。比如,有地方旅游局分别与综合执法、住建、农业农村等部门,对接完成乡村旅游景区、文物保护单位、农家乐等“监管一件事”场景应用,并通过“互联网+监管”平台,实行部门组团检查,提高执法效能,送上改进建议。在这个过程中,还可以通过梳理相关法律,逐渐制定更专业、全面、更有针对性的新业态监管办法。这值得更多地方尝试。

市场和消费需求在不断变化,监管手段和方式也须与时俱进、守正创新,以变制变、以变治变。



图说

演

直播时帮人解决纠纷、调解家庭矛盾,并推荐粉丝购买号称有神奇疗效的产品——今年的央视“3·15”晚会曝光了一些主播在直播间上演有剧本的“苦情戏”,吸引老年人购买“神药”等问题。目前,被曝光的主播账号在直播平台已无法搜索到。

“低价卖货为孩子筹治疗费”“乡村老人卖山货维持生计”……近年来,类似桥段屡屡出现在直播带货中,但其真实性越来越值得怀疑。从媒体报道来看,其中很大一部分都是商家绞尽脑汁的虚构和设计——通过“卖惨”博取网友同情和关注,后续还会有以次充好、货不对板的情形,而消费者往往只当“花钱买教训”,不会较真维权。对这种充满迷惑性、诱导性的直播带货乱象,曝光只是第一步,打击、治理和预防工作,同样不能耽搁。不能让“卖惨”成为直播带货的致富密码,更不能放任“直播带货水深”成为一种普遍认知甚至成为直播带货的一个标签,那样,对谁都不好。

李法明/图 福超/文

导游因骂游客被顶格处罚带来的警示

张淳艺

据3月19日《三亚日报》报道,近日,网络上的一则“海南三亚一导游疑因游客未购物而大骂游客”的视频引发大量关注。视频中,涉事导游“白白伺候你们几天”“屁股像插火箭一样”等雷言雷语,让很多网友感到不适。随后,海口市相关部门介入调查,表示网友反映的情况属实,根据旅游法,对涉事旅行社罚款30万元,吊销涉事导游的导游证并对其顶格行政处罚5万元,三年内不得重新申请导游证或者从事旅行社业务。

近年来,有关部门陆续出台通知,对不合理低价游、导游强迫或变相强迫购物等违法违规现象加强监管。旅游法也明确规定:旅行社不得以不合理的低价组织旅游活动,诱骗旅游者,并通过安排购物或者另行付费旅

游项目获取回扣等不正当利益。《导游管理办法》则指出,导游在执业过程中不得以殴打、弃置、限制活动自由、恐吓、侮辱、咒骂等方式,强迫或者变相强迫旅游者参加购物活动、另行付费等消费项目。

尽管如此,不合理低价游乱象仍屡禁不止,导致导游和游客之间的矛盾冲突频发。比如,前不久,广西桂林一导游因未达购物标准不给游客房卡的视频引发关注。涉事旅行社、导游被当地立案调查。究其原因,主要还是违法成本过低,同时维权不易,“民不告,官不究”。

在不合理低价游频发及导游动辄“出口成脏”的现实背景下,涉事导游被顶格处罚,具有警示意义。疫情防控政策优化调整后,旅游业迎来复苏的黄金期,游客的出行和消费体验,关乎地方形象与口碑,遏制部分旅行社和导游唯利是图的“冲动”和行动,对发展全局而言,亦非小事。

有关部门应加强市场监管,通过明察暗访、系统监控、投诉举报等方式,全面收集涉嫌不合理低价游、强迫购物等问题线索。一经查实,依据相关法律和规定,该处罚的处罚,该停业的停业,该吊销资质的吊销资质,以儆效尤。同时,要引导旅行社规范经营,摒弃低价引流模式。在这起事件中,涉事旅行社工作人员坦言“导游是没有工资的,游客如果能买点东西,对导游来说是有提成的。如果没买,那么导游就一分钱没有。”这一畸形经营模式在旅游行业具有一定普遍性,很大程度上催生了强迫购物行为。所以,如何帮助有关行业建立完善导游增收机制,值得思考。

“顶格处罚”应给所有地方的旅游业敲响警钟。在旅游业逐渐成为一些城市经济发展重要推动力的背景下,什么样的行为会自毁前程,什么样的行为会收获发展,不该是一道难题。

期待国家标准将劣质头盔阻挡在市场之外

杨维立

据央视“3·15”晚会报道,当前,有不少不合格的电动自行车头盔充斥市场,厂家偷工减料导致多款头盔在碰撞、穿透、固定等测试中不合格,部分头盔成为戴在头上的“刀片”。另据媒体报道,由公安部、工业和信息化部共同组织制定的强制性国家标准《摩托车、电动自行车乘员头盔》(GB 811-2022),将于7月1日起实施。新标准对固定装置稳定性、佩戴装置强度、吸收碰撞能量、耐穿透、护目镜等进行了严格规定,是电动自行车乘员头盔领域的第一项强制性国家标准。

当前,我国电动自行车保有量已达3.5亿辆,骑行安全备受公众关注。2021年,公安部交管局有关负责人表示,交通事故伤害中最主要的就是颅脑损伤,正确佩戴安全头盔、规范使用安全带能够将交通事故死亡风险降低60%至70%。在此现实语境下,市场上热销的一些头盔如此不堪一击,着实令人忧心。

事实上,头盔劣质问题由来已久,屡屡被媒体曝光,也多次被监管部门整顿清理,但往往能够死灰复燃。究其原因,从市场看,随着“一盔一带”行动的展开,电动自行车头盔需求量大增,大量企业涌入头盔行业,有的为降低成本而牺牲质量。从规范和标准看,以往针对电动自行车头盔仅有团体

标准,不具有强制性,很难有效约束相关企业。从地方立法角度看,据报道,截至去年11月,关于电动自行车头盔标准的省、市级地方立法有65部,其中不少有明确罚则,但头盔标准缺失一定程度上影响了强制头盔的实际效果。

这些都表明,立规矩、定标准、强监管,有力守护骑行者的“头顶安全”,已迫在眉睫。去年12月1日,上述《摩托车、电动自行车乘员头盔》国家标准发布。这意味着,新国标实施后,头盔品质有了硬杠杠,公众的“头顶安全”有了更严格和高标准的保护。

安全之道,得之于严,失之于松。守护头盔质量安全,有关部门要以国家标准为抓手,

积极担当作为,寓监管于服务,帮助企业打造行业品牌,推动优胜劣汰,促进头盔行业转型升级。建立健全从产品生产到市场流通的全过程监管体系,推动检测能力建设,加大市场检查监管力度,开展劣质头盔排查整治行动,发现问题,决不姑息迁就,将劣质头盔阻挡在市场之外。

同时,有关部门应加强交通安全法律法规和国家标准的宣传解读工作,引导消费者选购合格产品。交警部门要深化“一盔一带”安全守护行动,将佩戴合格头盔列入检查事项,教育引导骑行者对劣质头盔说不。“标准”是质量底线,也丈量着企业良心。面对激烈的市场竞争,相关企业应清醒认识到,头盔市场正在走向规范化,严格遵守质量标准,切实保障头盔的安全性,才能占据主动,赢得更强竞争力。

头盔虽小,但关乎骑行者生命安全。各方力量要共同努力,以国家标准为基础,合力推动相关行业健康发展,让每一顶头盔都成为“保命盔”,最大程度地守护“头顶安全”。

下午 3:52 100% 工人日报

网评

“迷药”潜伏于电商平台，吓人一身冷汗

蔡先生

近日,河南电视台记者卧底调查发现,电商平台上不少药贩子在出售各类“迷药”,有些伪装成香烟、糖果、饮料,有的卖家还买家详细讲解下药后如何脱罪。

“迷药”不费什么力气就能买到,还会进行一些“教学”,让人不寒而栗。“迷药”网售的隐蔽性加大了监管和打击的难度。对此,电商平台、社交平台应承担起更大的管理责任。

“迷药”潜伏于网络,相当于在人们身边埋下一颗随时可能被引爆的炸弹。为电商平台“排雷”“排爆”,让公众免于恐慌,是法治社会的应有之义,也是建设更高水平的“平安中国”的必然要求。

网友跟帖——

@江江:闻所未闻,太吓人了!

@达莉:电商平台不能成为藏污纳垢的场所。

阅读全文请扫码“工人日报e网评”

“二维码”不能成“拦路码”

史洪举

据3月19日新华社报道,当下,扫码支付已成为一种日常,但也给消费者带来困扰。在停车缴费、点餐等消费场景中,消费者几乎都会被要求扫二维码或关注公众号,否则就不能实施下一步操作,而消费者被迫同意个人信息授权后还存在垃圾广告推送多、个人信息有泄露风险等问题。立足方便的“二维码”成了“拦路码”,令人无奈。

扫码消费为很多消费场景提供便利,本是好事,但经营者在扫码之前设置关注公众号、授权个人信息等环节,不仅涉嫌侵犯消费者的自主选择权,而且涉嫌违反民法典对“自然人的个人信息受法律保护”的规定。监管部门有必要对类似现象予以关注,防止其成为侵权的挡箭牌和盗窃隐私的黑洞。

自主选择权是消费者根据自己的消费需求,自主选择自己满意的商品或服务,决定是否购买或接受的权利。选择支付方式和消费方式也是自主选择权的重要内容。并且,经营者无权指定消费者使用某种支付方式——此前,便有商家因为拒收现金而被人民银行处以罚款。

其实,先扫码后消费本身只是有些繁琐,可怕的是,一些商家利用扫码消费的契机,变相强迫消费者关注其公众号、授权其读取消费者手机上的部分信息,如果消费者不同意就没办法进行下一步操作。而如此被“自愿”、“被”同意“后,消费者极有可能面临各种营销推送,个人信息也可能被泄露或滥用。

根据消费者权益保护法,经营者不得利用格式条款并借助技术手段强制交易;根据个人信息保护法,除一些特定情形,利用个人信息不得取得个人在充分自愿、知情前提下的同意,且不得以个人不同意处理其个人信息或者撤回同意为由,拒绝提供产品或者服务。

互联网时代,不论是精准推送营销广告还是过度索取获取消费者个人信息,都已涉嫌违法。扭转这种局面,需要消费者敢于向强制性扫码消费说不,需要消协等有关方面助力维权,也需要相关部门积极纠偏、作为。

让扫码消费变得简单轻松,让消费者享有更充分的“扫码自由”,必要且紧迫。

媒体声音

破解手机泄密难题亟待各方合力

在公众印象中,手机电脑格式化后就没有痕迹了。但测试表明,一键删除、快速格式化等操作都不能完全将数据删除。东方网评论说,刚干净意味着存在信息恢复并转卖给营销公司进而造成用户个人信息泄露的风险。防范手机“泄密”,个体要提升信息安全意识,处置旧手机、旧电脑时要遵从专业人员的提示,厂家也要从技术层面把好关,进一步改进技术手段防范泄密。破解手机“泄密”这道难题,亟待各方合力。对于“丢失”的手机可以“无门槛”卖出,这无异于纵容,理应依法严惩。

花钱刷票就能得奖,会毁了孩子价值观

近日,云南大理某幼儿园组织家长上传孩子照片参加网络评选活动,但家长发现,可通过购买虚拟礼物刷票。目前,当地教体局已叫停此次活动。

光明网微信公众号评论说,问题有待当地全面调查。目前来看,有些刷票评奖的操作已经被犯罪分子盯上,类似的诈骗方式在各地学校流行,很多家长被骗,亟需引起相关部门的重视。此外,刷票获奖的方式也可能对孩子产生误导,认为只要肯花钱就可以换取个人荣誉,这是对孩子价值观的荼毒。对于刷票评比,教育部门必须拿出鲜明态度,帮助孩子养成健康的价值观。

治理盲盒陷阱必须依法亮剑

最近,“39元抽手机”式的盲盒陷阱悄然流行,很多人忍不住碰运气,可最后只收到了货不对板低价货,且无法联系到商家退货退款。

央广网评论说,盲盒的“坑”精准拿捏了消费者心理,想要维权却很难。互联网销售的盲盒尚无全国通用的管理规则,不等于商家可以任性而为。比如,商家屏蔽买家评论功能或只对好评予以显示,属于向消费者提供的商品有关信息不全面,有误导和诱导之嫌;若展示评论内容不真实,还构成虚假宣传……因而,现有法治框架足以规范商家的行为,监管部门要反应更灵敏、处置更高效有力。(嘉潮整理)