

·市场扫描·

夏日炎炎，食品安全如何保障

■ 本报记者 彭园园

打响夏季食品安全“保卫战”

民以食为天，食品安全关系到每一个人，尤其进入夏季，天气高温，细菌容易滋生，食品安全事件进入多发性期。6月以来，我省多地持续开展夏季食品安全专项检查，守护消费者“舌尖上的安全”。

“食品成品开口后要加膜存放。”“餐具清洗后，应及时消毒。”……7月5日，铜陵市市场监管局餐饮安全监管人员对铜陵一家餐饮公司开展监督检查。对该公司存在的餐具消毒不规范，原辅材料索证索票记录不完整等问题提出整改意见，责令限期整改到位。

铜陵市市场监管局局长王书春告诉记者，自夏季食品安全整治专项行动开展以来，铜陵采取分级分行业建立食品安全问题清单，对每项问题隐患实行交办制、台账制、销号制、通报制管理的“一单四制”制度治理食品安全隐患。

责任落实到位，不放过食品安全相关的每一个环节。7月23日，合肥市市场监管局在合肥市宁国路菜市场开展食品安全监督抽检“你点我检”开放日活动，对食用农产品现场抽样。

合肥市市场监管局抽检监测处副处长张冀炜告诉记者，夏季气温高，食品易变质，尤其是乳制品、肉制品等民生相关的产品，是此次活动重点检查对象。

据了解，针对餐饮服务环节安全，合肥市还持续开展学校食堂、学生集体用餐配送单位等高风险单位的监督检查。

全面压实食品安全主体责任

曾几何时，一张“厨房重地，闲人免进”告示将食客拒之门外，餐厅大厅干净整洁，后堂卫生如何却不得而知。7月21日晚，记者走访合肥市多个商场发现，越来越多餐厅后厨的外墙装上了玻璃窗，厨师们洗切烹饪的全过程，尽收眼底。

除了明厨亮灶，记者发现，不少商户还自觉进行网络订餐封签制，商户在出餐时进行统一的包装封签，骑手取餐送达用户手中，应确保封签完好无损，防范订餐在运送途中出现食品安全风险。

加强食品安全，生产及经营主体的责任重大。除了有关部门推动明厨亮灶、食安封签等工程倒逼企业落实主体责任，越来越多餐饮主体自身也在不断加强食品安全建设。

“餐饮这一行，食品安全是头等大事。”臧振好是合肥市包河万达广场一家连锁餐饮店的老板，他告诉记者，自己在合肥有多家分店，在菜品管理上实行统一的管理模式。

“我们有专门储存食材的冷库，通过冷链运输。从发货到进店，每个流程都责任到人，签字确认。总厨也会不定期的检查货品的新鲜度，产品过期，一律由公司记账销毁。”

“辖区中，像臧振好一样的小商户非常多，进入夏季以来，我们加大了检查频次，逐户入店进行食品安全检查，核对店面负责人信息、从业人员健康证、食品经营许可证、营业执照等证件，要求证照过期的经营者及时办理更新，提醒他们做到证照齐全、有效、亮证经营，杜绝出售‘三无’、过期食品。”

近日，省市场监管局召开落实食品生产企业食品安全主体责任推进会，合肥伊利、芜湖双汇、三只松鼠、安徽卫厨等68家食品生产企业集体签订《履行食品安全主体责任承诺书》，公开承诺守牢食品安全底线。

据了解，截至2020年底，我省纳入监管的食品小作坊共8780户，占全省食品生产主体的46.2%。

针对食品小作坊，日前我省出台了首个食品小作坊领域强制性食品安全地方标准，规范了食品小作坊生产加工场所、设施、卫生管理等，该标准将于9月16日开始施行。

增强消费者自我防范意识

消费者外出就餐时应该如何保护好自己？铜陵市市场监管局不久前针对夏季食品安全特点，发布了消费提示。

外出就餐时，应选择持有有效《食品经营许可证》(或《餐饮服务许可证》)、食品监督量化等级较高、环境卫生整洁、信誉度高的正规餐饮服务单位就餐，不去卫生状况差无证经营的餐饮单位及路边露天饮食小摊点就餐。

居家饮食时，要讲究食品卫生，合理膳食，提倡“现买、现做、现吃”。食物制作前确认食材新鲜，没有变质，食材要用流动的纯净水多次清洗，去除农药残留。

夏季要特别注意食物储存环境。需要冷藏或冷冻的食品，购买后尽快放入冰箱保存，避免在室温暴露过长时间导致腐败变质。

“消费者在外就餐或者食用购买的食品后出现不适，应尽快就医，除保留病历和化验报告等相关资料外，还应及时拨打食品药品监管部门投诉举报电话12315。”

张冀炜指出，餐饮单位如果发生食品安全事故，应在第一时间组织人员，立即将中毒者送到医疗机构抢救；即刻停止生产经营活动，封存可能导致食品安全事故的食品及其原料。



近日，当涂县市场监督管理局联合县公安局对辖区养老机构食堂开展安全检查。

·市场调查·

日前，我省上半年12315工作机构接收投诉举报咨询数据分析报告发布——

防疫物资价格趋稳 虚假宣传仍需防范

■ 本报记者 彭园园

今年3月，黟县市场监管局接到消费者刘某的投诉电话，反映其前期通过旅行社预订黟县宏村景区奇墅湖畔某酒店的一间湖景房，每晚1100元，但入住后发现酒店旁的湖水已经干涸，广告宣传的湖景并不存在，而该酒店无湖景的普通房间一晚只需600多元。

放心消费，离不开畅通的投诉维权渠道，这是一起典型的因情势变更导致产品宣传与实物存在差异的案件。日前，省市场监管局发布的《2021年上半年安徽省市场监管部门投诉举报咨询数据分析报告》显示，今年上半年受理的投诉中，服务类以餐饮和住宿相关投诉占比最大，共4747件。

报告显示，今年上半年我省各级12315工作机构共接收各类投诉举报咨询465087件，同比上升13.91%。其中：投诉107502件，占总量的23.12%，同比增长10.14%；举报48755件，占总量的10.5%，同比增长48.32%。

从举报问题来看，2021年上半年，举报量较大的问题主要是广告违法行为、食品问题、侵害消费者权益行为和产品质量违法行为，合计占比82.78%。

值得一提的是，去年上半年受疫情影响，口罩等防疫物资价格投诉举报共计7.9万件，而今年上半年，口罩等防疫物资价格违法举报件887件，价格违法行为举报逐渐回归常态化。

“从总体情况看，今年上半年我省虚假宣传、违法广告举报仍在高位徘徊，占举报总量的57.86%。主要来源于电商销售商品时涉嫌网页宣传不规范、涉嫌使用绝对化用语、涉嫌虚假宣传等。”

防晒季催热“防晒经济”

■ 本报见习记者 朱卓

三伏天到，大街小巷随处可见防晒套装“加持”的人。防晒服、遮阳伞、遮阳帽、墨镜……防晒产品常常是人手好几件。

近年来，国民的防晒意识整体增强。各种各样的“防晒新物种”层出不穷，能遮脸的防晒衣、防晒面罩、护眼角防晒口罩等“防晒神器”开始走入消费者的视野。

今年夏天，防晒服强势崛起，成为不少人的外出必备品。记者走访线上线下市场了解到，防晒衣和冰袖今年很火爆。在合肥市瑶海区一家服装店里，有的防晒衣连着防晒帽，有的防晒衣还可以遮住脸。

“全年防晒”的意识也愈发深入人心。一般来说，防晒霜等用品受季节性影响较大，但如今大众需求不仅局限于在夏天防晒黑、防晒伤，更在日常注重防晒。

随着消费者防晒观念的转变，防晒霜品牌展现出更多细分功能。“防晒+”开始流行，防晒霜增加了更多的美妆或护肤元素，增加卖点特性。

购买防晒产品，还需仔细甄别产品。专业人士提醒，选防晒服要认清标识。我国紫外线产品的评价标准规定：紫外线防护系数(UFP)大于40，紫外线透过率小于5%标识的织物产品，可称为“防紫外线产品”。

·市场漫话·

“首月1元”？营销莫玩套路

■ 韩小乔

近日有媒体调查发现，多名网友投诉以“首月1元购买600万医疗保险”为噱头的保险产品，网友投保后发现，首月付1元，第二个月起却在不知情的情况下被第三方支付平台自动扣费285.99元，而且要连扣11个月，一年实际保费高达3145元。

为了吸引眼球，片面宣传1元和600万，只写首月，不提后续。所谓的“600万医疗保险”也不是得了重疾就能一次性获赔，而是有着非常严格的限制条件。保险公司的

营销套路满满，甚至在广告投放中也“大做文章”：有人浏览广告误点链接被“自动投保”，有人扫二维码不幸“中招”，还有人用小程序投票时被投保……

在信息技术加持下，依靠一系列产品和服务创新，互联网保险的确提高了投保的便利性，一定程度上也唤醒了消费者的保险意识。

但是，一些保险公司为拓展市场，在产品、销售策略上愈发激进，尤其是互联网

保险销售时只强调“短平快”的消费体验，而忽略产品信息披露和条款提示说明义务，甚至故意利用老年人信息不对称、认知能力弱的特点，在销售中虚假宣传、设置陷阱，这样的行为无异于饮鸩止渴。

2020年6月，银保监会印发《关于规范互联网保险销售行为可回溯管理的通知》，

要求充分保障消费者的知情权、自主选择权和公平交易权。2020年12月，银保监会发布《互联网保险业务监管办法》，强化信息披露的要求，增加信息披露内容，保障消费者知情权。

互联网不是法外之地。今年上半年，银保监会对于机构停业、限业或者对于违规责任人撤职、禁入行业的“顶格罚单”频频出现，释放出加强监管、违者严惩的强烈信号。

“首月1元”的营销套路难长久。保险公司与其挖空心思玩套路、打擦边球，不如在产品设计的规范严谨和投保理赔的简单便捷等方面多下功夫，踏踏实实提供好的产品和服务，赢得越来越多的消费者信任。