

·市场扫描·

雷霆治患+长效治源 打造放心消费首选地

本报记者 汤超
本报通讯员 齐传俊 苗竹欣

雷霆行动

强化生产环节监管

11月19日,桐城市市场监管局双港市场监管所执法人员在排查进口冷链食品和流通环节食品安全隐患时,在某商店冷库中发现已拆封的进口冷冻猪耳片,经营者程先生现场不能提供该批次产品的检验报告等合格证明,经过现场称重,涉案冷冻食品10公斤,执法人员按照程序,对其现场封存。目前,双港市场监管所已立案调查,案件正在进一步审查中,这是桐城市开展食品安全“雷霆行动”首个案例。

安徽省市场监管局日前印发通知,部署自今年11月中旬至12月底,在全省范围内集中开展食品安全“雷霆行动”,强化食品安全全链条监管,全面排查各类危害食品安全的隐患漏洞,强力整治食品安全突出问题,确保全省2022年元旦春节期间食品安全。

桐城市市场监管局局长陈青告诉记者,在专项行动中,桐城市市场监管局按照“所队合一、上下联动、整体推动”的工作思路,迅速召开专题会议传达贯彻落实,结合工作实际,细化完善方案,明确任务分工,对全市食品生产经营单位采取“翻箱倒柜”式监督检查。坚决对食品安全事件“零容忍”查处,突出生产、销售、消费全链条监管。

“这些猪肉内没有检疫合格验讫章,涉嫌为未经检疫的猪肉,我们将依法进行扣押。”在来安县市场监管局水口市场监管所猪肉市场专项整治突击检查中,执法人员对涉嫌未经检疫的猪肉进行查处。为了强化辖区生鲜猪肉市场监管,入冬以来,来安县不间断地开展猪肉市场专项检查,保障猪肉供应安全。

在水口市场监管所的一次检查中,执法人员发现万某某所售卖的猪肉中,有一部分没有检疫合格验讫章,经查,万某某趁着年底猪肉市场需求旺盛的机会,先后购买十多头生猪,自行宰杀后,混入经过检疫的猪肉一并售卖,执法人员当场扣押了未经检疫的猪肉,并将案件移送至公安局进行进一步侦办。

今年以来,来安县市场监管局全面推行机关业务股室和基层监管所“全员办案”执法模式,紧抓时间节点,陆续开展农村假冒伪劣食品、民生领域案件查办铁拳行动、食品安全“雷霆行动”等专项执法行动,截至目前,来安县市场监管局共办理各类案件651件,案值220.5万元,罚没款达452.62万元。

省市场监管局有关负责人表示,此次“雷霆行动”采取各地自查、交叉互查、明查暗访等方式,全面排查食品生产企业和小作坊食品安全隐患,强化食品生产环节监管,解决食品生产企业主体责任不落实、质量管控不到位等问题,严惩一批违法犯罪分子,曝光一批典型案例,完善一批制度机制。

稳市场保供应

为应对寒潮影响,连日来,全省各地积极加大本地叶菜供应量,以满足市民购买平价蔬菜的需求,确保让市民吃上新鲜菜、安全菜、放心菜。



▲ 12月1日,在肥东县牌坊回族满族乡诺伊有机农业公司,当地农户正分拣包装蔬菜。
本报通讯员 许庆勇 摄



▲ 近日,在淮北市濉溪县四铺镇“芹菜基地”,农民将采收的芹菜装车外运。
本报通讯员 万善朝 摄

以专业监管震慑虚假营销

韩小乔

近日,一份由上海市黄浦区市场监督管理局对某国外羽绒服出具的行政处罚决定书在网上刷屏。除了罚金45万元备受关注外,行政处罚决定书因调查深入详尽、说理专业清楚,被网友称为“羽绒服购买指南”。

商家的种种套路在这份行政处罚决定书中暴露无遗:动辄上万元一件的羽绒服,但大部分产品并非使用了保暖性能更加出色的高蓬松度鹅绒,而是使用了蓬松度较低的鸭绒。

忌惮,一方面因为买卖双方地位不对等,商家店大欺客,消费者势单力薄、维权困难;另一方面,个别国外品牌看准了消费者对专业技术语不了解,利用信息不对称,引消费者“入坑”。以羽绒服为例,如果不是专业出身或有研究兴趣,大部分消费者很难清楚羽绒服的蓬松度、绒子含量以及国际标准。

宣传夸得天花乱坠,实际产品却相差甚远,因虚假宣传而“翻车”的商家不在少数。“双十一”期间,某国外品牌面膜因差价问题、涉嫌欺诈消费者成为众矢之的。一些商家之所以肆无

失是巨大的,当消费者的心凉了,也会有无人问津的凄凉。

行政处罚决定书走红网络,也给商家提了个醒,随着营商环境与世界接轨,监管水平日益提升,消费者权益意识逐渐觉醒,商家要花招、玩套路的空间越来越小。“处罚决定”成了“购物指南”,某种程度上消弭了信息鸿沟,引导了消费维权,以专业知识和权威力量为消费者撑腰、为市场发展保驾护航。当越来越多有指导性、建设性意义的“处罚决定”走入大众视野,就能倒逼品牌商遏制逐利冲动,规范经营行为,尊重消费者。

虚假宣传不能成为商家的惯用招数。只有从消费者角度出发,做到遵纪守法、质量为本、诚信为先,不断提升产品和服务质量,积极与消费者沟通交流,企业才能行稳致远。否则,哪怕是所谓的“行业翘楚”“网红品牌”也逃不过舆论谴责和法律惩处。

·市场调查·

共享经济

如何规范行远

■ 本报记者 何珂

“手机快没电了,得赶紧充电”,这是很多人常常遇到的问题。导航、支付、沟通……出门在外,越来越多人的生活离不开智能手机,而共享充电宝在一定程度上方便了大家的生活。

“上周,在外开会,手机电量不足,还好酒店门口就有共享充电宝,真是帮了大忙。”11月30日,合肥市民杨晓雅告诉记者,虽然充电很方便,归还却颇为头疼,“开完会之后,带着共享充电宝就打车回家了,没想到在家门口绕了几圈,都没找到归还点,没有归还的话,就算停止使用,也一直在收费。”

杨晓雅的经历并非个例。前不久,上海市消保委发布的《共享充电宝消费体察情况报告》显示,部分共享充电宝存在归还后未停止计费、租借容易归还难、价格标识不显著、收费不合理以及过度收集并传输个人信息等问题。在投诉中,有23%的消费者反映在使用完充电宝后,因附近网点少、机柜无空位、夜间关门或人为阻拦等原因难以找到空余机柜,导致无法及时归还而被持续收费,联系客服也无法解决。

研究机构数据显示,2020年全国在线共享充电宝设备量已超过440万台,用户规模超过2亿人。如今,街上大小店铺往往都会摆上各品牌的共享充电宝,用户规模与落地场景不断激增。

快速增长的不仅是共享充电宝。国家信息中心发布的《中国共享经济发展报告(2021)》显示,2020年我国共享经济市场交易规模约为33773亿元,同比增长约2.9%;共享经济领域直接融资规模为1185亿元,同比大幅增长66%;2020年共享经济参与者人数达8.3亿人。从上锁的自行车,到扫码即骑的共享单车;从在马路边挥手等待,到坐在办公室查看网约车距离;从单一的酒店,到多元的民宿;从没电的窘境,到如今满街都是充电宝的便捷……共享经济不知不觉已经融入人们日常生活的方方面面。

伴随共享经济的广泛应用,一些问题也逐渐暴露出来。平台垄断、个人隐私泄露、安全隐患、价格上涨等问题,频频引发舆论关注。为保障共享经济的健康可持续发展,政府部门也加强了对共享经济企业的监管。今年6月,针对共享单车、共享充电宝等涨价现象,国家市场监管总局要求8家共享消费品牌经营企业限期整改,明确定价规则,严格执行明码标价,规范市场价格行为和竞争行为。经过整改,相关企业进一步完善定价规则,通过直接降价或者降低计费单元等方式下调部分机柜价格。据悉,共享充电宝品牌中,街电逾8万台机柜降价,小电、搜电、怪兽、美团分别有数千台机柜降价。

对共享经济未来的发展趋势,《中国共享经济发展报告(2021)》持乐观态度,预计2021年共享经济增速将有较大回升,速度有望达到10%-15%,未来五年,年均增速将保持在10%以上。业内人士建议,共享经济企业应回归共享经济本源,在优化供给、产品服务迭代升级上下更大功夫,探索多元化的盈利模式,实现企业和消费者的双赢。

油茶迎来“丰产期”

■ 本报记者 汤超 本报通讯员 方荣刚

“今年收成好,我家的油茶籽产量有100多万吨!”六安市裕安区绿色农业科技有限公司负责人姚德武笑着说。今年秋冬季节天气晴好,六安市范围内油茶普遍丰收,目前正在加工。

姚德武的公司位于该市裕安区青山乡,总种植面积12000多亩,该乡属于江淮分水岭地区的丘陵地带,连片的荒岗土山适合种植油茶。七八年前姚德武自己做生意手头有了钱,回到青山乡老家流转农户山场开始种植油茶,带动了附近6个村200多户脱贫致富,姚德武除了每年支付农户租金,平时的油茶管养、采摘等用工也解决了附近村民的就业问题。

“从事林业不光要有经济实力,还要有情怀,否则很难坚持下去。”姚德武说。油茶10年后才进入丰产期,头几年他几乎没有收入,先后投入了数千万元,从今年起基本可以保持稳定收益,虽然过程漫长,但有些效益是显而易见的。种油茶修通了承包山场范围内各村组的水泥路,方便了群众出行;另外根据协议,承包期满后,这漫山遍野的油茶树将无偿交给当地农户。姚德武说,这就是情怀,一个人富了不算富,带动乡亲们致富才是有价值追求。

在霍山县但家庙镇,种植大户舒瞻的茶油生产线一片繁忙。他种植的7000多亩油茶今年收获茶籽70多万千斤,五六斤左右山茶籽可产1斤成品山茶油,作为纯绿色食品的高档食用油,每斤茶油最高可以卖到200多元,大大提高了油茶的附加值。“感谢各级政府多年来的扶持,才有了我现在的日子。”舒瞻说。

六安市林业局相关科室负责人介绍,目前该市油茶栽植面积达到93.81万亩,位居全省第一,是全省油茶产业发展样板区。为了发展油茶产业,该市利用各级政府主要负责人担任林长的职责,对种植大户和企业进行项目扶持,协调解决种植资金、技术、基础设施和销售等问题。

据了解,早在2007年,六安市就出台相关政策鼓励种植,今年市政府又出台《六安绿色农产品生产加工示范基地建设三年行动计划》,组织实施农业提质增效“6969”工程,提出高标准建设油茶等9个优势主导产业基地。龙头带动,突出示范建设。该市油茶产业发展采取政府规划布局、企业主导发展,按“基地+企业+农户”思路,培育了一批龙头企业。目前,六安市从事油茶产业的省级及以上林业产业化龙头企业达到27家,千亩以上相对集中连片种植基地40多个,培育出启航、野岭、东旭大别山等一批知名茶油品牌。