

政商共享大数据保障“舌尖上的安全”

□ 江水工

食品安全问题是近年来两会的热点话题。有数据显示,在食品安全方面,外卖安全、餐桌安全和食品添加剂问题公众尤为关注。

人有一张嘴,一日三餐饭,食品安全问题涉及面广,生产、销售和消费链条长,其中每个环节都可能出问题,且一个环节出问题,往往会扩展成食品生产、销售和消费的整体性问题。所以,监督、管理起来确实难度很大。但是,问题难治,却并非不能治。正如全国人大代表马建苹在谈到食品外卖时所说,外卖牵涉的环节比较多,其中一个不可忽略的问题,就是当多部门共同介入时,到底谁来牵头,谁来配合,如果这个职责理不清楚,法规制度就会形同虚设,现在就是要把

这个机制理顺。

谈到理顺机制,媒体近日报道的上海市长宁区市场监督管理局与美团点评集团共享大数据,在食品安全监管上推进社会共治的做法,确实颇具创意。这个做法,既可为其他地方的食品安全监督和治理提供范例,也可为其他行业的监管和治理提供参考。

食品安全监管和治理的难点首先在于发现食品安全的隐患和问题。对于监管机构而言,难以在所有需要进行监管的地方进行布点,只能以抽查的形式进行“点到为止”式的监管,而这也正是造成难以彻底消除食品安全隐患、查处所有违法者的原因。这两个“难以”,更多的是监管和治理的技术障碍,而非监管机构的履责意愿和工作方法问题。上海市长宁区市场监督管理局正是在利用新技术推进社

会治理方式转变上进行了创新。该局独辟蹊径,充分共享互联网大数据的丰富信息,从以往的单向管理转向双向互动的社会共治模式,在企业责任和监管责任之间建立共治联系,实现了保证食品安全的共同目标。

2016年,美团点评集团设立了首席食品安全官,这是网络餐饮业和网络餐饮第三方平台首次设立这个职位。在长宁区,美团对入驻餐饮商户建立电子档案,跟踪餐饮商户入网、经营、退出情况,并将平台数据与监管部门信息对接。政府监管部门则从网络平台或零散或集中的点评中发现蛛丝马迹,快速反应,及时处理,将企业的线上实时信息,转化为政府部门的线下实际监管,在线上线下融合的基础上,实现企业内部管理和政府外部监管的共治。

在这个案例中,第三方平台与政府监

管机构的职责和目标高度一致,而政府与企业共享信息、实现共治的基础也正基于此。从治理效果来看,政府监管从某种程度上分担了企业管理成本,而企业通过建立技术平台实现数据全覆盖,则为政府监管提供了更为全面的监管信息以及精准的查处目标。

2016年1月,习近平总书记就食品安全工作作出重要指示,强调要牢固树立以人民为中心的发展理念,坚持党政同责、标本兼治,加强统筹协调,加快完善统一权威的监管体制和制度,落实“四个最严”的要求,切实保障人民群众“舌尖上的安全”。现阶段,有相当多的企业建有网络平台,也有许多政府监管部门希望实现食品安全治理方式的转型,在这方面,上海市长宁区政商共享大数据的实践,不失为一个有益的借鉴。

如何化解『今年种什么』的焦虑

□ 张建

一年之计在于春,又到了播种希望的时候。在东北很多地方,经历了玉米收储政策调整带来的阵痛之后,一些农民长期存在的“今年种什么”焦虑更加明显。如何加快纾解这种焦虑,为农民们“指点迷津”,是有关各方必须面对的问题。

在去年基础上,国家发改委近日宣布,今年我国将坚持市场定价、价补分离、主体多元的改革方向,在东北三省和内蒙古自治区继续实施和完善玉米市场化收购加补贴机制;同时,调整大豆目标价格政策,实行市场化收购加补贴机制。这意味着,如果不好好研究国家政策并提出应对方案,不加快调整种植结构,农民增收的压力就可能会加剧。

面对压力,有一些地方政府已经行动起来。比如,一些领导干部带头下基层,走到田间地头,指导农民调整种植结构、发展特色经济作物、加快土地流转、发展劳务经济和畜牧经济等,受到农民欢迎和积极响应。然而,政府代替不了市场,市场有自身的规律,盲目地调整种植结构也不可取。比如,有些地方选择引导农民发展木耳等特色种植,或大面积建设蔬菜大棚,这些工作可能会有所成效,但如果一哄而上地“押宝”木耳和蔬菜,极可能出现和“谷贱伤农”一样的“菜贱伤农”。

出现这样的问题,一方面有我国农业发展规模化不够、小农生产与大市场不接轨的原因,另一方面也因为目前我国农业市场的信息严重不对称,政府有关部门习惯行政化指导,为农民提供的市场信息和预警不够权威和精准。过去,农民每年种什么,大都不是根据市场信息来判断的,而是根据自己经验“撞大运”。不仅是在种植业,畜牧业领域近几年出现的“猪周期”“蛋周期”等现象,也击中了农产品市场信息不对称的痛点。

移动互联时代,为破解农业信息不对称提供了可能。当前,如果政府能搭建区域性或全国性的农产品市场分类信息平台,如果政府提供的政策和市场信息等公共产品足够可靠,如果基于互联网的全国性粮食交易平台能够搭建起来,农民种什么的焦虑就可能实现大大缓解甚至化解。

给“保胃战”注入更多民意成色

□ 谢仕亮

“点单”,对于经常下馆子的“吃货”们来说,是件再寻常不过的事,因为一上桌就得先点菜下单。近日,深圳市食品药品监督管理局也给市民赋予了一项“点单”权利,其于3月15日正式推出“星期三‘查’”餐厅餐饮服务提升工程执法行动”,将在每周三对深圳的大中小餐饮店后厨进行突击检查,市民“点”哪里,执法部门就“查”哪里,好评如潮。

食品安全,关乎每个人的健康和生命。能否保障食品安全,让人吃得健康、吃得安全,对老百姓来说是“天大的事”。在以往的餐饮服务行业执法检查工作中,鲜有市民这一角色的参与,突击检查对象的确定,要么需经过复杂的线索搜集,要么就是撒网

式地随机选取。这样一来,一方面影响了效率,另一方面因缺乏针对性而显得盲目,有时候还会造成执法资源的浪费。

餐馆、食肆的食品质量和服务水平如何,相比执法部门而言,食客们因有切身体会而对此更清楚、也更有发言权。所以,在食品安全督察和执法行动前,多听听这些市民的声音,不仅可以提高执法效率,还可以提升检查准确性。星期三“查”餐厅行动,创新之处恰在于把“指挥权”交给了市民,由市民“点单”,执法部门依单“行事”。这种开放式的督查行动,提高了民众的参与度,是对市民知情权、选择权的充分保障,无疑是一种公平、透明的监管的模式,可说给食品监管注入了更多的民意成色,值得点赞。

当然,要开展好星期三“查”餐厅

行动,还需继续提高民众对该行动参与方式的知晓率,进而积极投身到这场“保胃战”中。同时,作为执法部门,须做好行动前的保密工作,以免走漏风声让被筛选出来的检查对象提前知悉,否则容易消耗民意。此外,在行动过程中更要严格执法,并及时公布执法检查结果,积极回应民意关切。

民以食为天,食以安为先。今年是深圳创建食品安全示范城市的关键时刻,要提升食品安全水平和市民对深圳食安的信心,就得多谋良策,多给市民一些参与空间,多从市民的角度思考,多听听市民的声音。只有出发点、着力点以及落脚点都在群众身上,才能以市民的需求为导向,提供安全、优质的食品供给,让食品安全示范城市更可期。

要严厉惩处骗老型保健品营销行为

□ 黄齐超

陈正林花掉毕生9万多元钱的养老积蓄购买保健品,健康状况并没有明显起色,承诺的旅游迟迟不能兑现。3月11日,老人跳河自尽。记者调查发现,涉事的青岛向尚健康实业股份有限公司去年就曾因虚假宣传被监管部门处罚。部分受访老人和家属反映,这家公司长期以相似的套路诱导老人购买保健品。目前,青岛市食品药品监督管理局等部门正在对此事展开调查。(3月28日 澎湃新闻网)

陈正林老人购买保健品后跳河自尽,这只是老人上当受骗的一个缩影。有资料显示,我国每年保健品的销售额约为2000亿元人民币,其中老年人消费占了50%以上。据悉,70%以上的保健食品存在夸大功效,误导消费者的现象。新闻中,涉事的向尚健康公司就曾因虚假宣传被监管部

门处罚过。

保健品销售针对性很强,就是对身体健康异常关注的老年人群体。老年人购买保健品屡屡上当受骗,这并非骗子有多狡猾,而是违规的成本太低,丰厚的利润足以让他们铤而走险。就拿向尚健康公司去年的虚假宣传来说吧,青岛执法部门对此的处罚是3000元。

或许,青岛执法部门的从轻处罚也有自己的依据。如果法律法规对老年人保健品市场的欺诈行为没有严惩的条款,那么,我们就应当修改相应的法律,让法律确实起到高压线的作用。比如,保健品生产、销售企业一旦存在夸大宣传或欺诈行为,就应按销售额的数倍处罚;第二次再违反同样的法律条款,就列入行业“黑名单”,甚至永远不得从事保健品销售行业。总之,目前的处罚还柔软,不足以起到威慑的作用,所以才频频有老人购买保健品上当受骗的事件

发生,甚至会出现悲剧。

其实,严格规范保健品销售市场,打击专门针对老年人的欺诈行为,不仅要把处罚的条款修改得更严厉,而且要扩大打击的范畴。保健品推销人员人面兽心,表面上对老人关怀备至,但他们的目光还是在盯住了老人口袋里的钱。夸大宣传,误导消费者,这当然要打击处罚;而对于保健品销售的讲座、电话推销、贴心的上门服务等,也应视为违规,要列入打击惩戒的范畴。另外,对于提供宣传帮助的媒体、电台、宾馆等,也要做出相应的处罚,不能任由他们助纣为虐。

老年人是个容易受伤的群体,关注老年人当然需要子女的精神关怀,可是,被保健品销售方洗脑后的老人,连自己家人孩子的话也听不进去。没有严惩就没有规范的市场,不痛不痒的处罚难以遏制销售商家的滔滔欲望。所以,我们希望法律法规更加严厉,执法部门更加勤于履职。