

11 部门联合印发通知

规范食品药品重大违法犯罪案件信息通报与发布工作

本报讯 近日,国务院食品安全委员会中宣部、公安部、农业部、国家卫生计生委、海关总署、质检总局、国家食药监管总局、国家网信办、最高法、最高检等 11 个部门印发通知,就做好食品和药品重大违法犯罪案件信息的通报及发布工作提出

要求。通知称,对于涉及婴幼儿、孕产妇等特定群体,以及疫苗、血液制品、注射剂、乳制品等高敏感性产品的重大违法犯罪案件,要规范信息通报和发布的程序,及时发布权威信息,主动回应社会

关切。农业、质监、食药等食品和药品监管部门与公安机关、检察机关、海关缉私部门要建立案件查办信息互通机制,及时采取责令下架、封存、召回、销毁等措施,有效控制涉案产品的安全风险,保护公众利益。监管部门要支持新

闻媒体舆论监督。新闻媒体关于食品和药品违法犯罪案件的报道应实事求是、表述严谨、措辞准确。未经核实,不得使用“毒”、“致命”、“致癌”等字样。对捏造事实、制造谣言,造成严重社会影响的,要依法追究有关人员法律责任。

国家食药监管总局通告 9 批次食品不合格

黄金果、谷绿农品、御果农庄上黑榜

本报讯 据国家食药监管总局网站消息,近期,国家食药监管总局组织抽检食用油、油脂及其制品、酒类、蜂产品、食糖和饮料等 11 类食品 1632 批次样品,抽样检验项目合格样品 1623 批次,不合格样品 9 批次。根据食品安全国家标准,个别项目不合格,其产品即判定为不合格产品。具体情况通告如下:

总体情况:食用油、油脂及其制品 356 批次,不合格样品 2 批次;酒类 248 批次,不合格样品 1 批次;蜂产品 136 批次,不合格样品 2 批次;食糖 95 批次,不合格样品 4 批次。炒货食品及坚果制品 9 批次,豆制品 14 批次,方便食品 44 批次,肉制品 262 批次,乳制品 207 批次,蔬菜制品 21 批次,饮料 240 批次,未检出不合格样品。

不合格产品情况如下:黄金果食品旗舰店在天猫(网站)销售的标称新余市岳洲油脂有限公司生产的 2 批次野生茶油,过氧化值检出值分别为 11mmol/kg 和 10mmol/kg,比标准规定(不超过 6mmol/kg)分别高出 83.3%和 66.7%。检验机构为国家食品质量监督检验中心。

王一实业集团精彩生活超市有限公司销售的标称长沙市浏阳河酒业有限公司生产的浏阳河红色经典(七年陈酿),氰化物检出值为 69mg/L。比标准规定(不超过 2mg/L)高出 33.5 倍。检验机构为宁波出入境检验检疫局检验检疫技术中心。

武汉市葆春蜂王浆有限责任公司田园小区专卖店销售的标称武汉市葆春蜂王浆有限责任公司生产的西西果蜂蜜,嗜渗

酵母计数检出值为 1.6×10^3 CFU/g。比标准规定(不超过 200CFU/g)高出 7 倍。检验机构为武汉食品化妆品检验所。

江山蜂产品旗舰店在京东(网站)销售的标称浙江江山健康蜂业有限公司生产的雪蜜(苕子蜜),氯霉素检出值为 0.83 μ g/kg。标准规定为不得检出。检验机构为哈尔滨市产品质量监督检验院。

购美食品专营店在天猫(网站)商城销售的标称河北古松农副产品有限公司生产的白砂糖,色值检出值为 41 IU。比标准规定(不超过 25 IU)高出 64%。检验机构为国家糖业质量监督检验中心(广东省制糖产品质量监督检验站)。

老字号·方家铺子官方旗舰店在 1 号店(网站)销售的标称方家铺子(莆田)绿色食品有

限公司生产的单晶冰糖,蔗糖分检出值为 99.4%,比标准规定(不低于 99.6%)低了 0.2%;还原糖分检出值为 0.16%,比标准规定(不超过 0.12%)高出 33.3%;二氧化硫检出值为 31 mg/kg,比标准规定(不超过 20mg/kg)高出 55%。检验机构为深圳市计量质量检测研究院。

谷绿农品旗舰店在 1 号店(网站)销售的标称义乌市荣思食品厂生产的红糖粉,不溶于水杂质检出值为 367 mg/kg。比标准规定(不超过 150 mg/kg)高出 1.4 倍。检验机构为国家糖业质量监督检验中心(广东省制糖产品质量监督检验站)。

御果农庄旗舰店在天猫(网站)商城销售的标称漳州山峰食品有限公司生产的御果农庄多晶体黄冰糖(老冰糖),色值

检出值为 522 IU。比标准规定(不超过 270IU)高出 93.3%。检验机构为国家糖业质量监督检验中心(广东省制糖产品质量监督检验站)。

对上述抽检中发现的不合格产品,生产企业所在地河北、浙江、湖北、湖南、江西和福建等省食药监管部门已责令企业查清产品流向,召回不合格产品,并分析原因进行整改;经营单位所在地北京、浙江、湖北、湖南等省(市)食药监管部门已要求有关单位立即采取下架等措施,控制风险,并依法予以查处。涉及非法添加等严重违法行为,属地食药监管部门务必追根溯源,一查到底;涉嫌犯罪的,要按程序移送有关部门追究刑事责任。查处情况于 2017 年 6 月 30 日报国家食药监管总局并向社会公布。

食品安全不能成网络谣言重灾区

食品安全领域正成为网络谣言的重灾区。“有数据显示,网络谣言中食品安全信息占 45%。”国家食药监管总局新闻发言人颜江瑛 4 月 17 日在该局召开的食品谣言治理研讨会上说,食品谣言不仅扰乱了百姓的消费判断,损害了行业发展,甚至已影响到我国的国际声誉。

为何食品谣言如此猖獗?如何有效治理?当天的研讨会试图给出答案。

食品谣言从哪来

颜江瑛分析,食品谣言大致有四个特征:罔顾事实,凭空捏造所谓真相;偷换概念,频繁使用“有毒”“致癌”“致死”等刺激性语言,愚弄公众认知;旧闻翻炒,将过去发生的事情掐头掐尾、改头换面;戏谑嘲讽,以打趣调侃方式改变事实描述,在潜移默化中形成消极负面的认知惯性。

“谣言传播者利益诉求明显,包括经济敲诈、舆论商战、眼球博弈、借势营销等诸多动机。”清华大学健康传播研究所副所长苏婧说,过去几年发生的几次

大型食品安全事故,确实对公众信心产生了很大的负面影响。“面对谣言时,很多人容易产生‘宁可信其有’的心理。”

颜江瑛指出,对公众“食品焦虑”的利用,成了一些企业开展不当市场竞争的主要手段。他们捏造和发布竞争对手在食品安全方面的谣言,诱导消费者对其产生不信任感,借此打击竞争对手品牌,影响其正常经营和市场销售。例如一条“塑料制紫菜”的谣言,对福建晋江等地紫菜产业造成近亿元的损失。

“在国际舆论和某些媒体的持续炒作下,食品安全问题还对我国的国家形象造成了严重损害。”颜江瑛说,例如英国媒体曾炒作中国“塑料大米”事件。在 2016 年年底,尼日利亚官方公布的事件调查结果显示,这些大米并非塑料所制,因为生产塑料颗粒的成本比大米高,商家不会做赔本的买卖。尽管进行了澄清,但这则谣言对我国的国际形象还是产生了负面影响。

怎样科普更有效

“要让科普跑在谣言前面。”

颜江瑛强调。

为了降低食品谣言对社会公众带来的恐慌,必须增强公众的食品安全科学素养,提升公众辨别谣言的能力。这是一条众所周知的应对策略。但关键是,怎样科普更有效率?

“很多人都会有这样的体会,为什么我们的科普文章没有造谣文章那么好读、那么有吸引力?”农业部农产品质量安全监管局应急处主任科员赵华军道出了一个困惑。他认为,食品安全除了是“产”出来和“管”出来的,还是“讲”出来的,要重视科普和辟谣的方式和策略。

“谣言在传播技巧上确实有其优势,它深知如何蹭热点、做标题、贴近受众阅读习惯以及灵活运用各种新媒体等,比如最近很火的直播。”科信食品营养与信息交流中心副主任钟凯说,“就这些方面而言,科普也要向谣言‘学习’。”

钟凯自己开了一个食品安全科普的微信公众号,闲暇时间经常写各类食品知识科普文章。这些年来的写作经历告诉他,科普远比想象中的要复杂,传播方式是一门大学问。“我现

在写科普也要蹭热点,还适当做做‘标题党’,不然没人看。”他告诉记者。

不过,钟凯认为,完全靠科普消灭谣言也是不可能的,“随着不断科普,谣言也会进化。关键是要在谣言出现后的第一时间,要有一个科学、权威信息去跟它抗衡,实现及时、精准辟谣”。

据颜江瑛介绍,国家食药监管总局准备与有关部门合作建立“食品药品安全辟谣绿色通道”,发现谣言,第一时间对谣言传播进行管控;联合主要新闻单位、互联网新媒体及知名科普组织,成立“食品药品安全科普传播联盟”,及时辟谣,及时发布权威信息。

此外,国家食药监管总局已经开发设计食品药品谣言数据库,现已收录谣言数据 2 万多条,为及时发现谣言、澄清谣言、探索打造理性的食品信息空间提供了技术路径。

如何让法律更有震慑力

一手科学,一手法律。在进行科普和辟谣的同时,对造谣者

实施惩戒,必不可少。

据国家食药监管总局介绍,过去一年来,我国对数十条食品谣言的造谣者实施了法律制裁。比如今年 4 月,对利用微信公众号制造并传播“牛奶又出事了”谣言,抹黑蒙牛集团的造谣者,由当地检察院批准逮捕。此外,还有一些造谣者被行政拘留,或者禁言删帖、承担经济赔偿。

不过,中国社科院法学研究所主任李忠认为,现有法律法规对食品安全谣言的处罚力度还不够大,违法成本比较低,而维权成本很高。他曾碰到过一个案例,某一个食品谣言给相关行业企业造成了上亿元的损失,但造谣者只被罚款 20 万元。

钟凯也认为,对造谣者的打击力度还要加强。“许多造谣者仅仅道个歉或者关了微博就了事,震慑力不够。”他说,还要通报和树立典型案例,让公众知道造谣的法律后果。

“要针对造谣者下猛药。”颜江瑛表示,要在法律层面上加大对食品谣言制造、传播者的处罚、追责力度。

(来源:光明日报)