

# 勿当“质量月”的看客

□ 赵文斌

又到一年一度“质量月”，这项始于1978年的活动，已经走过40个年头。今年“质量月”活动联合主办单位增至47家，涵盖党政军群等各方面，涉及产品、服务、工程、环境等多领域，追求卓越、崇尚质量正成为全社会、全民族的价值导向和时代精神。近日，中国质量(上海)大会召开，再次掀起质量发展的新高潮。在此期间，检验检疫系统干部职工为质量发展成就欢欣鼓舞，为质检系统倍感自豪。

质量提升同样是检验检疫

系统的神圣职责。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》在战略层面上对检验检疫系统提出要求，指出：“实施优进优出战略，推动外贸向优质优价、优进优出转变，加快建设贸易强国。”《质量品牌提升“十三五”规划》在操作层面上对检验检疫系统作出要求，强调：“创新检验检疫监管，提升外贸质量水平。”在与质量的相关文件中，都兼顾国内质量和外贸质量两个方面，都或多或少对检验检疫系统提出了要求。

在迈进“质量时代”征程中，作为质检系统的一支重要队伍，检验检疫人必须站在更高视角上看待质量，全面树立质量第一的强烈意识，深刻认识到供给侧结构性改革的主攻方向在于提高质量供给，积极主动地参与质量提升活动，找准“发力点”，牵住“牛鼻子”，打好“组合拳”，多出实招硬招。同时也要认识到，质量强国战略的定位不仅是和过去纵向比，更要和全球强国横向比。只有中国质量达到或超越发达国家质量，中国品牌只有

享誉世界，成为世界品牌，才能真正算是实现了质量强国。而眼睛向外、面向全球，正是检验检疫部门优势所在，对标国际最高标准、填补质量落差正是检验检疫人职责所在。

“质量月”同样为检验检疫系统提供了舞台。当前，全国各地“质量月”活动正如火如荼地进行，丰富多彩的活动营造着政府重视质量、企业追求质量、人人关注质量的浓厚氛围，点燃了人民群众心中的质量之火。“质量月”是一篇大文章，只有鼓舞

全社会更多力量参与，才能做成一篇好文章。检验检疫部门要主动作为，该当主角的时候毫不推辞，该当配角的时候毫不懈怠。不仅仅为“质量月”活动跑龙套、打酱油，更不可沦为看客，甚至缺席，而是要大力弘扬“大质检文化”，凝聚最大共识、汇聚更多力量，推动质量提升。

质量发展是历史赋予我们的光荣使命，众人划桨才能行稳致远，众人拾柴才能火焰高，只有心往一处想、劲往一处使，才能共圆质量梦。

## 对“私房月饼”不能止于提醒

□ 王琦

中秋节快到了，月饼渐入销售高峰。记者发现，除实体店的传统月饼外，朋友圈里私房个性化月饼也卖得火热。工商部门建议，消费者最好不要通过微商购买手工自制月饼，如果购买，也要确认月饼的保质期、寄送时间，以防过期。此外，还应要求商家出具相关有效票据，便于日后维权。

(9月14日《北京晨报》)

“互联网+”模式下，每年一度的“月饼大战”从线下战到了线上，朋友圈里刷屏的“私房月饼”就是例证。虽然私房月饼屡屡被质疑质量无保障，但是它们确实在朋友圈卖得挺火，也是客观事实。为何

在监管真空的情况下，还有那么多人愿意买这些质量无法保障的私房月饼呢？

私房月饼往往以纯手工、无添加、优质食材、更新鲜等吸引顾客，经营者会经常发布一些食材采买、手工制作等相关图片，让顾客在“亲眼所见”下认证食品的安全性。但是，阳光之下也有阴影，更何况是无监管的微商，去年就曾曝光过“私房月饼不私房”，流水线加工并检出甜蜜素等新闻。有专业人士建议监管部门应规定限制私人制售月饼。但在互联网时代，一味禁绝此类交易很难做到，也不符合鼓励大众创业万众创新的宗旨。只是没有合理的监管，势必会让这个市场良莠不齐，黑心商家趁

乱涌入。面对私房月饼的火爆，食药监部门不能止于提醒，与其建议民众“慎买”，不如尽快消除这块监管真空地带，让人放心敢买。

传统月饼也曾陷入食品安全危机，比如曾经的“饼坚强”“古董饼”等。2015年12月，国家质检等多部门联合颁布了月饼新标准后，市场上销售月饼的质量普遍得到了提高，食品安全事件有所减少。私房月饼也不能游离在法律之外，应尽快督促卖家办理各种资格证件，和实体店一样，在食材、卫生、价格等多方面接受监管，并对虚假宣传、违规违法等现象依法惩处。同时，建立投诉举报机制，消费者也要擦亮眼睛，不能随意听信卖家的花言巧语。

## 外卖的环保账单谁买单？

□ 张丽

过去，老北京人的一个经典问候语是“吃了吗，您呐？”然后，就此问句可以发展出吃的啥，哪儿吃，进的香不香等一大篇对谈来。如今，时代飞速发展，上述问题基本上都可以在手机端的外卖平台上解决。同事朋友彼此之间也没啥好问，微信直接连红包链接一起共享给你。

方便吗？真方便，但也出现了很多新问题。最近一篇探讨外卖行业带来的各种环境问题的文章在朋友圈中流传，虽然题目“外卖，正在毁灭我们的下一代”有点标题党，但问题的确是实打实存在的。文中强调，中国现在的外卖市场很大，交易额很高。但基本上外卖都是用塑料袋、塑料饭盒进行包装，因此也就带来了无法降解的塑料制品对环境的污染问题。这个问题并不新鲜，甚至在限塑令十年后，显得有点老生常谈。这篇热传的文章对于数据采取了推算的方式：按照“饿了么”统计的2016年的数据，推算出每周至少有4亿份外卖，然后推论“至少产生4亿个一次性打包盒和4亿个塑料袋，以及4亿份一次性餐具的废弃”。文中称，“每一个塑料袋的降解至少需要470年”，每年约有800万吨的塑料倾倒入海洋，中国的倾倒入海量约占1/3。按照这个发展速度，到2025年，海洋里每一条海鱼(按一条1千克来计算)，就有330克塑料萦绕在它生活的海域。到2050年，塑料的重量将会超过这些海鱼自身的重量。这些塑料会带来各种化学物质的污染，或者成为塑料微粒，积累在鱼类体内的、有致癌致畸风险的这些污染物会沿着食物链重新回到人类体内，最终带来各种疾病。这篇文章并没有明确披露自己使用的数字和案例的来源，推算也略显潦草，但这样的不严谨并不能抹杀不可降解塑料制品对危害环境这一问题的严峻程度。

那么，外卖的环保账单谁来买单？这不是一句话可以回答清楚或者某一方面单独努力就可以解决的。诚然，轻飘飘地说一句，那就把外卖包装都换成可降解、可再生的环保材料吧。说来容易做起来难，不少做外卖的都是小本经营，能赚一毛是一毛，很难只通过道德宣讲就让他们转而使用更昂贵的环保包装材料。在这方面，只有国家、地方政府等出面，从政策上给予引导，从具体的生产、流通、税收等环节上予以支持，才可以加速其改变的步伐。

另外还是要大力推广垃圾分类。比如日本对于外卖塑料餐盒的前端处理，是由点餐人承担的。这些餐盒被使用后，点餐人必须承担清理工作并送往指定的回收点。在此基础上，严格的垃圾分类和回收就可以大显身手。而目前我们粗放化的一个垃圾桶装一切，显然是不行的。

具体到每个消费者，既然纷纷转发这篇刷屏文，那就应该拿出实际行动来，不要把支持环保停留在“大拇指一点”的层面。每天少吃点外卖，既能少油盐保健康，也可以减少塑料袋等的使用；主动选择那些使用可降解环保材料的店家，用真金白银表态。如此，几方合力，也许我们的下一代可以少受一些环境污染的侵害。



为进一步推进丰台区创建北京市食品安全示范区工作，营造健康安全食品消费环境，9月21日，丰台区新村举办“丰台区新村街道创建北京市食品安全示范区”宣传活动。新村街道司法所、城管分队、食药所和新村辖区32个社区的各界代表参与活动。图为活动现场。

刘志刚 摄

图片新闻