

把儿童食品安全置于优先保障地位

□ 韩大元

食品安全关乎人民健康和生命,关乎国家经济发展和社会稳定,关乎执政党地位和国家形象。党的十八大以来,习近平总书记多次强调食品安全问题的重要性。他指出,食品安全既是重大的民生问题,也是重大的政治问题。党的十九大报告更是将食品安全提升到国家战略高度,提出“实施食品安全战略,让人民吃得放心”。而在食品安全战略中,儿童食品安全应享有特殊的保障地位。

儿童时期是人一生中最为重要的时期。这个时期的食品安全及营养等各方面状况对一个人一生的身体格和智力都有非常重要的影响。同时,儿童抵抗力弱,对食品营养及安全卫生方面的要求比成人更要严格。一旦儿童食品存在危害因素,产生的持续伤害可能会更久更强。从长远来讲,儿童食品安全关系着国家未来的国民身体素质,关系国家竞争力,关系民族兴旺。因此,儿童食品安全应当受到社会各界的加倍重视,基于食品安

全的儿童生命健康权、发展权应在国家保障体系中享有特殊保护地位。

当前,许多国家都把儿童食品安全置于优先保障地位。以美国为例,除1938年实施的《联邦食品、药品和化妆品法》对于食品的规定外,美国联邦法规还有多处涉及婴幼儿食品,如美国联邦法规第21卷下第106部分就对婴儿配方食品质量控制程序,从总则、质量控制程序、记录报告、通告要求四个方面做了规定;第107部分则

对婴儿配方食品的总则、标签要求、豁免条款、营养素要求、问题产品召回五方面作了规定。欧盟则对婴幼儿配方食品、谷基加工食品、罐装食品标准进行了详细规定。法国甚至把生产假冒伪劣儿童食品的罪行与贩毒、军火走私一起并列为“危害安全罪”。

我国近年来也针对婴幼儿配方食品出台了一系列标准和监管措施,新修订《食品安全法》对婴幼儿食品生产企业责任和违法行为处罚进行了详细规

定。但是,对儿童食品的定义、标准、企业责任等还缺乏明确的法律规定。因此,如何将儿童食品安全置于全面保障、优先保障、特殊保障的地位,还需要在立法和法律实施方面进一步探讨明确。

将儿童食品安全置于食品安全战略的特殊保障地位,应以预防为主,注重家庭教育。相比事中监管和事后弥补,儿童食品安全更应重视风险预防。食品安全风险,一方面与食品自身的成分相关,即由食品成分本身的

生物特性和化学特性引起的安全风险,属于客观存在;另一方面,食品安全风险也具有一定的社会性,其不仅仅包含食物成分所具有的相应物质性危害,还反映社会公众对这一问题的感受、认识,以及间接产生的其他危害。对于儿童食品安全而言,后者的意义更为明显,建议将这部分列入儿童食品安全守护关注的重点。

(作者系中国人民大学食品安全治理协同创新中心执行主任)

保健品营销人员准入门槛要提高

在很多关于营养保健食品销售欺诈的案例中,都存在销售人员虚假宣传的情节。以至于业内存在着“不说假话卖不出货”的传言。事实上,一些违法企业的销售人员还真的不是想有意说假话,而是他们根本就认为那些不正当的宣传是合理合法的,他们笃信食品能够治疗疾病这样的荒谬观念,他们执着地认为自己传播的就是科学知识。这种“自己给自己洗了脑”的现象在营销圈里并不少见,而造成这种现象的原因就是,这些营销人员对于产品的生产工艺和消费知识没有也不愿意深入了解,他们的心思用在琢磨以取悦消费者为目的营销模式。

其实,作为营销人员研究怎样卖产品本是正路,然而这条路延伸的基础是产品。如果对所卖产品的知识一窍不通,那这条路就等于失去了路基,就有可能塌陷或者变歪。比如燕麦,本来可以好好地说它的营养,却非要说其治疗糖尿病(燕麦适合糖尿病患者食用不等于燕麦治疗糖尿病),比如纳豆食品,本来可以好好地说它的健康价值,却非要说纳豆激酶可以治疗心脑血管疾病(纳豆食品不等于纳豆激酶)。产品价值决定价格,价格决定商家收益,这个叫做价值规律的道理很简单,可是由于企业逐利心态的刺激和管理方式的粗放,造成了营销人员对这个简单的道理不屑一顾,而且执着地认为,只要模式好。卖什么都可以赚钱。这种错误的认知导致营销人员把对产品不当宣传也当成了营销模式的一部分。最终把营销之路走成了违法之路。

必须承认,营养保健食品行业,

产品技术含量很高但是行业准入门槛却很低,对于基础素质不高的营销人员来说,掌握所谓“一招鲜”的营销技巧,比学习系统的产品知识要轻松得多,而且在市场上,那些“快销”的招数对于消费者的蛊惑力更加巨大。这样的诱惑让销售人员要么脑洞关闭无知无畏,要么面对诱惑铤而走险。结果是营养保健食品的营销过程中,充满了建立在依靠话术打天下基础之上的“套路”,这些缺乏诚信的行为违背了公平交易的基本原则,毁了企业、坑了消费者、伤了健康产业。

随着各项产业政策的推进,随着健康中国理念的深入人心,随着对于违法行为打击力度的增强,在营养保健食品营销当中,产品品质企业品牌的权重会越来越来,投机取巧的空间会越来越小。而在行业发展的过程中,营销服务的亮点,也将会从对消费心理的控制和关注,转向对产品品质属性和消费方式的推广。那些涉及违法行为的营销手段和模式将被淘汰,那些缺乏基础知识和基本素养的营销人员也将会逐渐退出市场。由此,对于整个行业营销人员的素质提升,已成为规范行业的重要手段。

做到这点并不难,一是发挥行业协会作用,组织营销人员的业务培训,二是发挥监管部门的职能,建立营养保健食品营销人员入职规范和标准,三是发挥龙头企业的影响力,树立起规范营销的标杆,这三条做到了,再加上专家助力、媒体监督,营养保健食品营销队伍的门槛就能树起来,而一旦有了门槛,也就建立了规范,行业违法欺诈行为的减少,国人健康水平的提升,也会成为指日可待的事情了。(中国网)

不必担心“游戏成瘾被列入精神疾病”

□ 邓辉林

将游戏成瘾列入疾病,意味着将来条件成熟之后患者能够得到医保基金的保障,得到正规医疗机构的治疗,这无疑游戏成瘾患者及其家人的福音。

这两天,电子游戏玩家们在网上吵开了锅。为啥?因为游戏障碍即通常所说的“游戏成瘾”,在6月18日世界卫生组织发布的新版《国际疾病分类》中被列为一种精神疾病。据报道,新版《国际疾病分类》相关规定自6月19日起生效,世界卫生组织将通知各国政府将游戏成瘾纳入医疗体系。

一些游戏玩家没想到,一觉醒来自己竟成了精神疾病患者。对此,一些家长也有异议。这些年,不少家长对孩子玩电子游戏上瘾的问题忧心如焚,一些家长甚至在网上发帖控诉游戏公司和游戏开发商,还有一些家长在网上讨教让孩子戒掉游戏瘾的方法。但面对世界卫生组织将游戏成瘾列入精神疾病的结论,有的家长却表示并不认可。

有些游戏玩家和家长的不同意见,并不令人觉得意外,反而让人有似曾相识之感。2009年,国内较早开展网络成瘾研究的北京军区总医院专家陶然在电视上提出“网络成瘾是一种精神病”的

观点后,同样受到许多人质疑。质疑者不是没有领教过网络成瘾对孩子身心的危害,但因为直观的感受与科学的说法之间存在不小的距离,所以他们不愿接受孩子是精神疾病患者的说法。其情虽可悯,但其成见却不能不变。

有的家长谈“精神疾病”色变,殊不知它是一类范围很广的疾病的总称,对此家长没有必要过度联想,也不该讳疾忌医,更不能抱有歧视心态。世界卫生组织的结论具有科学性和权威性,家长应该做的是听从忠言。

从医学上确认一种疾病,其实是一件好事。正如以前许多人不知道什么是抑郁症,把这种疾病的患者视为“内向”或“忧郁”,这种错误认知不利于患者发现病情、就诊和康复。世界卫生组织在新版《国际疾病分类》中,提出了明知会产生负面后果却仍沉溺于游戏、如果症状不严重的话持续至少12个月等“游戏障碍”诊断标准。与此相应,各国政府会组织开展诊疗方法研究,

从而让游戏成瘾者摆脱对游戏的迷恋,回归正常生活。

将游戏成瘾列入疾病,才能堵住非法诊疗的乱象。现在,国内一些戒网瘾机构,自身就“病”得不轻,名为“学校”却没有办学标准,聘用的教员不懂文化教育和心理沟通,对学生采取的手段常有粗暴、过激之处,放大了社会对游戏成瘾的焦虑。将游戏成瘾列入疾病,意味着将来条件成熟之后患者能够得到医保基金的保障,得到正规医疗机构的治疗,这无疑游戏成瘾患者及其家人的福音。

对游戏公司和游戏开发商来说,世界卫生组织将游戏成瘾列入精神疾病是一种警醒。游戏公司和游戏开发商,不能再“菜刀伤人怨菜刀”的论调去回应公众的质疑。游戏公司和游戏开发商将“游戏成瘾是病”的观念深植于心,将更有动力去研发网络游戏防沉迷系统,防止人们过度沉浸在网络游戏的虚拟世界中,让更多人拥有阳光心态和健康生活。