

市场监管总局：

举报食药领域重大违法最高奖200万元

鼓励社会公众积极举报市场监管领域重大违法行为，近日，国家市场监管总局就《市场监管领域重大违法行为举报奖励暂行办法》（下称《办法》）公开征求意见。《办法》拟规定，举报食品药品领域重大违法行为为最高奖励200万元。

获得奖励应同时符合三个条件

根据《办法》，举报人可实名或匿名举报。举报人可以通过书面材料、12315平台、电子邮件或其他形式，向各级市场监督管理部门举报市场监管领域重大违法行为。

举报哪些重大违法行为属于奖励范围？根据《办法》，举报奖励范围包括违反市场监管领域食品、药品、特种设备、工业产品质量安全相关法律法规规定的重大违法行为；违反竞争法、知识产权、打击传销等相关法律法规规定的重大违法行为；具有区域性、系统性风险的重大违法行为。

此外，还包括市场监管其他领域具有较大社会影响，严重危害人民群众人身、财产安全的重大违法行为，经市场监管部门认

定需要予以奖励的；涉嫌犯罪移送司法机关立案的违法行为。

何为重大违法行为？《办法》明确，重大违法行为是指：涉嫌犯罪或者涉嫌被责令停产停业、吊销（撤销）许可证或者营业执照、较大数额罚款等行政处罚的违法行为。

《办法》拟规定，获得举报奖励应当同时符合三个条件：有明确的被举报对象和具体违法事实或者违法犯罪线索，并提供关键证据的；举报内容事先未被市场监管部门掌握；举报内容经市场监管部门查处结案并被行政处罚，或者依法移送司法机关被追究刑事责任。

大幅提高奖励标准和奖励上限

记者注意到，与现行《举报制售假冒伪劣产品违法犯罪活动有功人员奖励办法》（下称《举报奖励办法》）相比，办法大幅提高了奖励标准和奖励上限。

按照举报内容与违法事实相符程度，以及举报事项重要性，举报奖励拟分为一级举报、二级举报和三级举报三个奖励等级。

针对不同举报级别，办法明

确了具体奖励标准。其中，属于一级举报奖励的，按罚没款金额的5%给予奖励。按此计算不足5000元的，给予5000元奖励。属于二级举报奖励的，按罚没款金额的3%给予奖励。按此计算不足3000元的，给予3000元奖励。属于三级举报奖励的，按罚没款金额的1%给予奖励。按此计算不足1000元的，给予1000元奖励。

此外，无罚没款的案件，各级举报奖励金额分别不低于2000元、1000元、500元。

现行办法规定，每起案件的举报奖励原则上不超过30万元。而新奖励办法则拟将每起案件的举报奖励金额上限提高至100万元，同时拟规定，举报涉及系统性、区域性风险，已经或可能造成重大社会危害的违法行为，奖励金额可以超过本办法规定的上限，最高不超过200万元。

追访：举报一般违法行为不奖励

据了解，现行《举报奖励办法》为2001年10月由财政部、原工商总局和原质检总局联合制定。在此基础上，市场监管总局

会同财政部对现行奖励办法进行全面修订。

记者注意到，现行奖励办法并未限定奖励范围，而新修订的奖励办法则只针对重大违法行为。国家市场监督管理总局有关负责人解释说，此次修订，拟将奖励范围进行一定的限制，即对“重大违法行为”的举报予以奖励，一般违法行为的举报不予以奖励。这既是党中央国务院关于防范化解重大风险要求的具体措施，也可以提高行政效率，降低行政成本。

此外，奖励计算的“参照物”也从商品货值变为罚没款数额。该负责人说，原来按照商品货值计算奖励金额，在具体执行中发现许多案件的商品货值不便计算，也有的举报人员认定的商品货值和执法部门认定的商品货值数额差距较大而导致诉讼案件的发生。而在具体实践中改为以罚没款数额为基数计算奖励金额，以罚没款为基数更有效更科学更便于执行。

法律人士：食品安全监管需要更多吹哨人

新修订的《食品安全法实施条例》，将于12月1日施

行。《条例》按照最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责“四个最严”要求，强化食品生产经营企业主体责任。

对于《条例》中有关建立内部举报人奖励制度且要解决举报人后顾之忧的规定，笔者十分赞赏。内部人爆料制度，专业名词称为吹哨人制度，在英、美等国家已经发挥了非常重要的作用，我国建立并完善此制度大有裨益。

吹哨人制度有利于拓展企业内部信息的供给主体。任何行业都可能存在一些不为人知的潜规则，食品行业同样如此，这就成了监管工作中的难点和盲点。长期以来，我们强调社会监督而忽视了内部监督，但最熟悉企业内部运营情况的正是企业员工。鼓励知情人士举报，有利于提高监管效能、降低监管成本，让达摩克利斯之剑高悬，企业管理者不敢铤而走险。

当然，要实施吹哨人制度，必须加强对于吹哨人的人身保护和就业保护。笔者建议出台专门的司法解释，对被举报人的报复行为进行从重处理，解除吹哨人的后顾之忧。

（综合报道）

抢抓中国消费升级，新产品、新服务层出不穷

国家统计局近日公布的数据显示，1-10月份，社会消费品零售总额334778亿元，同比增长8.1%。市场销售稳步扩大，消费升级类商品较快增长。

具体来看，10月份，限额以上单位通讯器材类和体育娱乐用品类商品分别增长22.9%和11.5%，快于当月社会消费品零售总额增速15.7和4.3个百分点。

“随着5G、AI、8K等技术和设备的使用，将会给我们带来巨大的商机。”佳能集团股份有限公司副总裁执行董事小泽秀树说，我们发现中国用户对基于移动支付方式的自助打印有越来越多的呼声，因此针对中国本地化市场需求开发了新业务“超级云佳印”，如今市场反馈很好，也让更多人了解佳能不止于相机。

“我来中国15年了，待得越久心态越年轻，因为周围的人都非常热情、积极。中国市场充满魅力，不仅是我，包括佳能总部都会提到‘中国优先’。”小泽秀树说。

中国消费市场表现出来的巨大潜力和活力，让越来越多的企业加快调整步伐。

体育用品零售集团迪卡侬2018年以参观者的身份来到首

届中国国际进口博览会。正是在这里，迪卡侬中国副总裁、零售运营总监慕百德和他的团队结识了一家人工智能与机器人公司，三周后双方确定合作开发一台新零售机器人。如今，这个可实时盘点全品类产品库存、可预测分析商业销售的机器人“迪宝”，在第二届进博会上完成“首秀”后，开始服务上海23家商场，预计明年将进驻中国200多家商场。

迪卡侬中国副总裁王亭亭表示，消费升级不仅体现在商品满足消费者的多元需求，还体现在服务，即新零售体验的快速、有趣。中国的消费结构、消费习惯都在变化，比如“90后”“95后”的消费受互联网平台、社交媒体等影响较大。

国家统计局数据显示，1-10月份，全国网上零售额82307亿元，同比增长16.4%。其中，实物商品网上零售额65172亿元，增长19.8%，占社会消费品零售总额的比重为19.5%，比上年同期提高2.0个百分点。

拥有奥利奥、培朗等品牌的亿滋大中华区总裁范睿思表示，目前线上业务是亿滋中国销售增长最快的渠道。中国是一个充满活力、快速变化的市

场，公司将加快把其他受欢迎的海外品牌引入中国，服务更多消费者。

联合利华则通过布局直播渠道、利用数据赋能，开拓新客流、刺激新消费，令线上成交额频频创新高。

除了吃好、玩好，居民在健康上的消费升级也表现得较为突出。马泮齿科（中国）首席执行官杨志宇说：“以前人们总是在牙齿坏了、疼了以后才来找医生，现在则注重提前预防和保健。从消费人群看，儿童占了大约30%，一款0-5岁的儿童口腔健康套餐成为当前热销产品。公司自2013年在北京开设第一家门店，如今数量已扩容到全国16个城市24家。”

无独有偶，今年“双十一”期间，阿里健康联合支付宝首次在全国22个城市上线了口腔夜诊所预约服务，受到很多白天没有时间看牙的年轻白领的好评。

中国贸促会研究院国家贸易研究部主任赵萍表示，当前刚需消费和发展型消费齐头并进，一方面要鼓励创新，比如技术创新、模式创新等，另一方面也要尽快完善相关法规监管，打造一个放心的消费环境。

市场监管总局通报5批次不合格食品

本报讯 据市场监管总局网站消息，近期，市场监管总局组织食品安全监督抽检，抽取肉制品、方便食品、食用农产品、糕点、罐头、酒类、水产制品、糖果制品、调味品和食用油、油脂及其制品等10大类食品329批次样品，发现肉制品、方便食品、食用农产品3大类食品5批次样品不合格，检出微生物污染、农兽药残留等问题。

对抽检中发现的不合格食品，市场监管总局已责成江苏、浙江、湖北、陕西等省级市场监管部门立即组织开展处置工作，查清产品流向，采取下架召回不合格产品等措施控制风险；对违法违规行为，依法从严处理；及时将企业采取的风险防控措施和核查处置情况向社会公开，并向总局报告。

淘宝南京江宁区张王食品商行（经营者为江苏省南京市江宁区张王食品商行）在淘宝网（网店）销售的、标称江苏省南京美食佳肉制品有限公司第一分公司生产的

水晶肴肉，菌落总数不符合食品安全国家标准规定。检验机构为南京市产品质量监督检验院。

苏宁易购百福加食品专营店（经营者为湖北省武汉百福加食品有限公司）在苏宁易购（网店）销售的、标称湖北省洪湖市老曹家水产食品股份有限公司生产的洪湖藕粉（原味），霉菌不符合食品安全国家标准规定。检验机构为中国食品发酵工业研究院有限公司。

陕西省渭南市富平县老实人商业发展有限公司销售的鸡蛋，氟苯尼考不符合食品安全国家标准规定。检验机构为河北省食品检验研究院。

陕西省咸阳市信誉蔬菜批发零售商销售的韭菜，腐霉利不符合食品安全国家标准规定。检验机构为河北省食品检验研究院。

陕西全都实业有限公司三原池阳街店销售的西芹，毒死蜱不符合食品安全国家标准规定。检验机构为河北省食品检验研究院。