

食安制度增设“处罚到人”击中了要害

近年来,我国食品安全形势总体稳定向好。国务院食安办数据显示,2018年食品安全总体合格率达97.6%。“97.6%”不等于“99%”,也不等于“100%”,但“97.6%”还有提升空间。这就需要不断完善制度规范,强化监管执法,把包括“处罚到人”在内的“四个最严”措施真正落到实处。

国务院发布新修订的《中华人民共和国食品安全法实施条例》,于2019年12月1日起正式实施。国家市场监督管理总局副局长孙梅君在国新办举行的筑牢制度基础提高食品安全治理水平吹风会上介绍,《条例》按照“最严格监管”要求,在《食品安全法》的基础上进一步补充和完善了相关制度规定,其中严格“处罚到人”成为最大亮点之一。

据介绍,此次修订后的《条例》共10章86条,是中国食品安全领

域又一项重大制度建设成果。新修订的《食品安全法》被誉为“史上最严”,而上述《条例》又进行了多处完善:严控源头风险,严查掺杂掺假,严格“处罚到人”,严惩失信失德,严打恶意违法,五个“严”是对《食品安全法》的进一步升华。

这正应了人们常说的一句话——“没有最严只有更严”。上述五个“严”中,严格“处罚到人”尤其值得解读。虽然,2018年1月国家食药监总局、公安部联合制定出台了《关于加大食品药品安全执法力度严格落实食品药品违法行为处罚到人的规定》,明确要求“处罚到人”,但《规定》属于部门规章,而上述《条例》中增设“处罚到人”,则上升到国家法规层面。

根据《条例》第七十五条,对故意违法、性质恶劣、后果严重的行为,除了对企业进行处罚

外,还要对企业法定代表人、主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处以罚款,最高可处其上年度从企业所获收入的10倍。显而易见,这条规定明确释放出四种信息——

其一,明确了“处罚到人”的行为范围;其二,明确了“处罚到人”与处罚企业并行;其三,明确了“处罚到人”的具体对象;其四,明确了最高罚款标准。这不仅便于各级执法部门严格执行,也对涉及食品安全的相关人员发出了严厉警示:一旦违法,责任人将难逃惩罚。

《条例》增设“处罚到人”,击中了食品安全领域部分违法行为的要害。这是因为,一些企业为了获取利益,就会故意违法而造成严重后果。企业之所以如此,既是因为受利益驱使,也是因为此前制度不够完善,一旦

“出事”,可由企业“替罪”,个人可以逃避罚款及相应处罚。

很显然,企业的违法行为都是由具体人干出来的,如果具体违法责任人没有受到严厉处罚,执法的效果就会打折扣。如今,《条例》增设“处罚到人”,属于直击要害的精准处罚,将让违法责任人付出更大的代价,如此才能减少故意违法,保障好消费者“舌尖上的安全”。

可能有人会认为,虽然“处罚到人”罚款力度可高达10倍,但只是罚款,震慑力有限。其实,“处罚到人”是一种补充性的处罚措施,除此之外,如果责任人的行为触犯《刑法》相关条款,则难逃刑事惩罚。而且,违法责任人还可能面临行业禁入、失信惩戒等方面的惩罚。

也就是说,我国食品安全保障的制度笼子正越扎越密,“处

罚到人”进一步提升了依法治理的精准度,进一步提高了违法者的违法成本。同时,“处罚到人”彰显出我国对于食品安全领域违法行为的治理态度——“没有最严只有更严”,违法者将付出更多种、更高昂的代价。

在中央关于食品安全领域建立最严谨的标准、实施最严格的监管、实行最严厉的处罚、坚持最严肃的问责“四个最严”要求推动下,近年来,我国食品安全形势总体稳定向好。国务院食安办数据显示,2018年食品安全总体合格率达97.6%。“97.6%”不等于“99%”,也不等于“100%”——尽管“100%”不现实,但“97.6%”还有提升空间。这就需要不断完善制度规范,强化监管执法,把包括“处罚到人”在内的“四个最严”措施真正落到实处。

(北青报)

电商成“限塑令”空白地带亟须治理升级

□ 于平

2007年发布的“限塑令”要求,所有超市、商场、集贸市场等商品零售场所一律不得免费提供塑料购物袋。十多年后,“限塑令”总体的效果仍不容乐观,尤其在线上,“限塑令”几乎成了空白地带。中国青年报记者调查发现:同一家超市,人们线下购物时自己带环保袋或为塑料袋付费,线上购物时电商平台却免费提供塑料袋,且打包时毫无节制。外卖时,“打包盒+塑料袋”是标配,部分中小商家所使用的塑料袋质量低下。

电商、快递、外卖等新业态的异军突起,给人们带来更多便利,这一点不可否认。但是,线上消费由于货物流转的环节更多,对于包装材料的消耗也更大。数据显示,2018年全国快递业共消耗编织袋约53亿条、塑料袋约245亿个、封套约57亿个、包装箱约143亿个、胶带约430亿米,国内使用的包装胶带一年可以缠绕地球1077圈。

毫无疑问,随着线上消费持续增长和线下消费占比的不断降低,外卖和电商所用塑料袋等包装材料的消耗增长,正在把超市、商场等线下渠道远远甩在后面。如此情势之下,“限塑”的战场,需要从线下延伸到线上,做到一碗水端平。就此而言,十多年前制定的“限塑令”,许多条款已不适应时代的发展,应当着手进行修订,将电商、外卖等线上消费,纳入到规制范畴。

线上消费的“限塑”,收费当然是一个有效手段,通过经济杠杆的调节,改善塑料袋等包装材料的无度消耗。在执行

机制上,不仅要明确商家的义务,相关电商和外卖平台,也必须承担起监督责任。

但也必须看到,线上消费是一个点对点过程,要像对超市、商场那样进行执法监督,并非易事。这就需要,除了收费之外,拿出更多综合性举措来推动线上“减塑”。

比如,许多线上消费使用的塑料袋等包装,不仅很少被污染,质量也较好,具有良好的回收利用价值。因而,不妨建立一个完善的回收体系,实现循环利用。对此,国外其实有不少尝试,比如有的国家实行回收押金制度,消费者在购物时,付出押金得到塑料包装袋,事后可以交于企业回收,拿回押金。这种押金模式,更能激发消费者的环保意识和参与热情,比起单纯的塑料袋收费,更能实现限塑减塑的初衷。

还要看到,类似塑料袋等辅助包装材料,在线上消费中过度使用,与当下快递、外卖等包装质量普遍较低,包装废弃物处置不规范有很大关系。因

而,需要改进包装质量标准体系,提高包装的耐用、密封等性能,从而减少塑料袋等辅助包装材料的浪费。对于包装废弃物回收利用,设立硬性比例,以减少劣质一次性包装的使用。

线上消费的“限塑”,在严管之外,也要辅之以相应的激励措施。例如,现在许多快递和电商企业,正在摸索一些减塑举措,从瘦身胶带,到可降解防撕包装袋,到共享快递盒等等,对于类似创新,不妨给予更多政策支持。而对于塑料袋等包装生产企业,不妨通过差别化的税收政策,把不环保的塑料袋价格大幅度提上来,将可降解塑料袋或再生纸包装的价格,降到更多人能够接受的水平。

电商成“限塑令”空白地带,亟须治理升级。而所谓的升级,绝不是将目前的“限塑令”简单复制到线上,而是总结十多年来,限塑令执行的经验和教训,针对线上消费的特点,拿出更有力的放矢,更系统化的解决方案,如此才能让“限塑”得到彻底贯彻。

在近日召开的全国市场监管工作会议上,市场监管总局提出了一个食品安全“小目标”——2020年食品安全抽检合格率达到98%。

98%的抽检合格率并非遥不可及。每一周,市场监管总局都会组织食品安全监督抽检,并向全社会公布抽检结果。2019年12月27日公布的抽检结果中,共抽取特殊膳食食品、食用农产品、水产制品、饮料等12大类食品451批次样品,发现特殊膳食食品、肉制品、食用农产品、水产制品4大类食品10批次样品不合格。算下来,抽检合格率约为97.8%,不合格率约为2.2%。从目前抽检结果来看,已经很接近98%的合格率目标。

那么,剩下2%左右的不合格食品怎么解决?

从抽检结果来看,大多数不合格食品都是因为被检出微生物污染、农兽药残留、食品添加剂、生物毒素和其他化学污染物超标等问题。这需要生产企业和流通企业进一步完善流程管理,引入大数据、可追溯体系等技术,推动农兽药使用减量和产地环境净化,从源头加强食品安全监管。比如,霉菌超标可能是因为原料或包装材料受到霉菌污染,也可能是因为产品在生产加工过程中卫生条件控制不严格,还可能与产品储运条件控制不当等有关。活鱼中检出氧氟沙星、安定、孔雀石绿等兽药超标,可能是养殖户在养殖过程中违规使用相关兽药。

换句话说,“不合格的2%”主要来自生产和流通环节,需要全社会共同参与才能遏止。

同时,还有一大趋势值得警惕,就是电商平台销售食品发生问题的概率比较大。以2019年12月12日公布的不合格批次食品为例,除了不方便在电商平台销售的活乌鱼、活牛蛙、韭菜,剩下的问题食品全部来自电商平台。而且,几乎在每次抽检中,电商平台问题食品出现频率都非常高。

电商平台方便中小商家创业,方便商品流通,但这种便利性有时也会成为监管的漏洞,让一些可能根本无法进入线下超市的食品堂而皇之地出现在网店里,有些“三无”食品还打着“手工自制”“家庭厨房”的旗号,卖成了网红爆款。消费者享受了网购的便利,但因为见不到实物,购买时就容易上当受骗。一旦买到不合格商品,退换货也不如直接去找小区门口的便利店老板方便。

因此,电商平台应当进一步完善对商户的资质审查和商品抽检。有条件的企业应该向社会,特别是消费者公开承诺,坚持自查报告、“黑名单”制度,切实承担起主体责任。同时,市场监管部门也需要加强新技术手段的应用,与平台企业形成合力,并且鼓励消费者投诉、举报,用社会共治的力量织牢织密食品安全网络。

食品安全无小事,98%的合格率绝不是终点。在现实生活中,消费者对食品安全的诸多吐槽,以及时常冒出来的食品安全谣言,在很大程度上也反映出消费者对食品安全的担忧。什么时候能把那2%的不合格食品降到只有0.2%、0.1%,甚至0.01%、0.001%了,老百姓才能更加安心。

98% 食安合格率不是终点

□ 余颖