

北京:一批次梭子蟹重金属污染物超标

近日,北京市市场监督管理局组织对食用油、油脂及其制品,蔬菜制品等11类食品879批次样品进行抽检。根据食品安全国家标准及国家有关规定检验和判定,其中合格样品869批次,不合格样品10批次。

不合格样品情况

1.标称吉林市佳宜食品有限公司生产,北京京福莹百货有限公司经营的冰沙绿豆糕,防腐剂混合使用时各自用量占其最大使用量的比例之和不符合食品安全国家标准。

2.北京红达通顺商贸有限公司经营的韭菜,腐霉利不符合食品安全国家标准。腐霉利属于低毒性杀菌剂,主要用于果树、蔬菜作物的灰霉病、菌核病、褐腐病防治。《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》(GB 2763)规定,韭菜中腐霉利的最大残留限量为0.2

mg/kg。

3.北京中仓苑双友小吃店经营的嘎鱼,恩诺沙星不符合食品安全国家标准。恩诺沙星,又名恩氟奎林羧酸,属于氟喹诺酮类药物,是一种化学合成的广谱抑菌剂,用于治疗动物的皮肤感染、呼吸道感染等,是动物专用药。《食品安全国家标准 食品中兽药最大残留限量》(GB 31650)规定,鱼中恩诺沙星(以恩诺沙星与环丙沙星之和计)应不超过100 $\mu\text{g}/\text{kg}$ 。

4.北京苏宁便利店有限公司朝阳青年路店经营的蜀鲜星选豇豆,克百威不符合食品安全国家标准。克百威,又名咪喃丹,是一种广谱性杀虫、杀螨、杀线虫剂,属于高毒农药。农业部第199号公告明确规定克百威不得用于蔬菜、果树、茶叶、中草药材上。《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》(GB 2763)规定,豆类蔬

菜中克百威的最大残留限量为0.02 mg/kg。

5.标称徐州市食地食品有限公司生产,北京华联综合超市股份有限公司平谷分公司经营的姜汤,霉菌不符合食品安全国家标准。

6.郭阿春(北京)水产商贸有限公司经营的鳊鱼(桂鱼),孔雀石绿不符合国家相关规定。孔雀石绿别名碱性绿、盐基块绿、孔雀绿,是一种三苯甲烷结构的工业染料。孔雀石绿可在鱼体内长时间残留,通过食物链可能对人体产生致畸、致癌和致突变等危害。《食品动物中禁止使用的药品及其他化合物清单》(农业农村部公告第250号),明确规定食品动物中禁止使用孔雀石绿。

7.北京同禾道乐餐饮管理有限公司经营的羊肉,氧氟沙星、磺胺类(总量)不符合国家相关规定。磺胺类药物是合成的抑菌类兽药,除了治疗敏感菌

所致传染病外,通常情况下还用于治疗传染性脑膜炎、痢疾、弓形体病。《动物性食品中兽药最高残留限量》(农业部公告第235号)规定所有食品动物的肌肉中磺胺类(总量)应不超过100 $\mu\text{g}/\text{kg}$ 。

8.北京盛鑫金年丰超市有限公司经营的芹菜,甲拌磷不符合食品安全国家标准。甲拌磷是一种有机磷类内吸杀虫、杀螨剂。原农业部规定蔬菜中禁止使用农药甲拌磷。《食品安全国家标准 食品中农药最大残留限量》(GB 2763)规定,叶菜类蔬菜中甲拌磷的最大残留限量为0.01 mg/kg。

9.南京拍拍蓝天信息技术有限公司北京分公司经营的梭子蟹,镉不符合食品安全国家标准。镉属于重金属污染物指标,联合国环境规划署(DNFP)和国际职业卫生重金属委员会将镉列入重点研究的环境污染物,世界卫生组织(WHO)则将

其作为优先研究的食品污染物。《食品安全国家标准 食品中污染物限量》(GB 2762)规定,鲜、冻水产动物甲壳类中镉应不超过0.5 mg/kg。

10.标称北京圣祥乳制品有限公司生产,北京吉庆佳商贸有限公司经营的无糖酸牛奶(风味发酵乳),酵母、霉菌不符合食品安全国家标准。酵母对糖类、脂类等有较强的“糖酵解”能力,能以分解有机质的形式危害食品,造成食品的腐败变质。酵母虽然本身并非有害菌,酵母超标会引起食物变质,食用酵母超标的食物可能会引起腹泻,危害人体健康。《食品安全国家标准 发酵乳》(GB 19302)规定,发酵乳中酵母应不超过100 CFU/g。

针对在食品安全监督抽检中发现的不合格食品,已要求食品生产经营者所在地市场监管部门依法调查处理,涉及外埠的已通报当地市场监管部门。

电视购物维权,电视台为何失声

说起“电视购物”您会想到什么呢?还记得当年如火如荼的“只要998,马上带回家”这句经典的电视购物促销语吗?

很多人可能会纳闷,都什么年代了,怎么还会有人相信电视购物这些套路?在直播电商发展如火如荼的时候,“电视购物”这个词听起来已经有点老套,但是老套并不意味着落伍,毕竟这个产业每年也有几百亿的销售规模,在十多年前也是作为新的销售方式和商业模式得到各方认可。

还有人说,电视购物是老年人的专属。某种意义上可以这么说,总在消费并且总在上当受气的,的确以老年消费者居多。中老年人一般网购的不多,平时在家休闲娱乐接触到的主要信息源就是电视,面对极具诱惑力的电视购物节目时,抱着试一试的心态就会打电话订购相关产品。但话又不能完全这么说,电视购物也不完全是老年人在消费。根据有关统计,在一些农村地区,在科技产品、保健食品类别上,也有不少年轻人在消费选购。

电视购物常见套路

近来,直播电商带货的热潮一浪高过一浪,有关主播和销量的话题引发社会热议。有人说,直播电商带货,不过是互联网版本的电视购物,现在直播电商暴露出来的问题和套路,早在十年前的电视购物中早已上演过。接下来,咱们就来盘点一下电视购物商家常见的套路:

套路一

低价折扣、限时抢购,还有各种赠品好礼相送,吸引消费者冲动消费。老年人在家看电视,一不小心就到了广告时间。如果只是电视剧前后间隔的广告也就罢了,要是到了专业电视购物栏目,那

真是不得了。只要要是打进电话就能赠送好礼,预付少量的预付款就能选购所谓优质商品,而且还会赠送价值不菲的系列礼品,层层加码吸引消费者关注。买洗衣机送洗衣粉洗衣液的活动可能很普通,但是买洗衣粉送洗衣机的优惠活动,却让消费者很多消费者心动。

套路二

涉嫌虚假宣传,时常货不对板。电视广告中呈现的商品往往功能特别全、性能特别好、价格特别实惠,具有很强的吸引力,但消费者实际接收到的货品往往与电视广告中存在不一致,如有的食品缺斤短两、品相不佳,有的服装材质与标称不符、规格不符,有的电子产品以旧充新、以次充好等。在被曝光的一些电视购物广告中,假冒专家学者和权威人士推销“带货”的情况也比较普遍,均涉及虚假宣传。

套路三

经营者信息真真假假,消费者难以查证。电视广告受众覆盖地域广,黑龙江的消费者可能是通过北京电视台看到的广告进行下单,发货可能是在天津,售后可能在广东福建。类似情况十分普遍,各种信息真真假假,只有收款信息和付款码最真,消费者既不知情,也难以查询对应用到经营者的对应信息,这也为后续处理消费纠纷和维权增加难度。

套路四

商品送货到家,快递代收货款。快递代收货款看似方便,实际上是销售方将责任推卸给了快递公司,当消费者遇到售后问题想要退货特别是退款时,却不知道自己的钱最终究竟是付到了谁的账户,通常销售方预留的订单信息也比较模糊,难以追溯到具体的方位。

套路五

一打就通的订购电话和总也打不通的售后热线。在电视购物节目中,总能营造出产品特别受欢迎、热线快要被打爆的感觉。大多数时候,电视购物广告中的热线电话为回拨联系方式,消费者不管是下单还是维权,多数时候都只能被动地等待销售方的联系,一旦沟通不成功,消费者往往陷入被动或不得已接受的结果。

套路六

售后服务好听不好用,承诺总是不兑现。广告中大多以“不满意可退货”、“无效可退货”、“免费试用无效可退货”等承诺来换取消费者的信任,然而消费者一旦要求退货时便遭到各种拖延推诿。有些经营者还会要求消费者额外消费或缴纳相应费用,行为十分恶劣。

电视购物,怎么电视台就不管管呢?一位老爷子在购买了某地方电视台购物频道播出的某款冰丝凉席后,发现货不对版,查询消费者信息发现无从下手,咨询电视台被告知与电视台无关。消费者不禁发出这样的问话,“就没人管管他们了吗?”在各地消协接待投诉咨询热线中,爷爷奶奶们感慨最多的就是,这么大的一个电视台也挺权威的,怎么还能欺骗消费者呢?在他们这儿买东西出了问题,电视台就一点责任没有吗?面对消费者的吐槽,电视台好像纷纷失声了。是何缘故?

很有意思的是,在电视台的各种调解、帮帮忙、维权热线栏目中,关于线上线下销售问题的帮忙节目很多,有很多维权成功、提振信心的案例,也有一些看似荒诞、悬而未决的顽疾。但是电视台有一种节目是很少掺和的,相信许多人

也能猜到,那就是电视购物维权。

其实,无论是专业的电视购物频道,还是只负责广宣的电视台,无论是自营也好,非自营也罢,电视台本应做好把关工作,发挥公共教育和舆论监督引导的作用,将各路虚假信息和不良商家拒之门外。但是许多电视台,其中不乏省级卫视频道,广宣时段都是市场化运作,只要外包公司招标经费达标,均可以来者不拒,从严格把关到睁一只眼闭一只眼,从实质性审查责任放松到形式审查,导致虚假广告层出不穷,置消费者投诉和舆情于不顾。

根据《广告法》第38条规定:“违反本法规定,发布虚假广告,欺骗和误导消费者,使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的,由广告主依法承担民事责任;广告经营者,广告发布者明知或者应知广告虚假仍设计、制作、发布的,应当依法承担连带责任。广告经营者,广告发布者不能提供广告主的真实姓名、地址的,应当承担全部民事责任。”这也意味着,电视台不能仅仅标注上小小的“广告”二字,就算是做了提醒。也不要想着购物广告都是外包的,就能事不关己高高挂起,能够轻松撇清关系。

在此,我们要郑重提醒各有关电视台和电视购物经营者,严格按照相关法律法规规定,认真履行经营者责任义务,为消费者提供真实可靠的销售信息,优质合规的产品和服务。特别是作为电视台,应当主动承担社会责任,不辜负消费者的信任和期待。别让虚假宣传毁了电视购物的品牌,也毁了电视台的公信力。

正所谓:电视购物套路多,为何就是不停播?消费者们很无奈,遇到烦心无处说。卫视闭眼把钱赚,横竖不接这个锅。品牌品质要珍惜,公道公信别蹉跎。

(中消协)