

北京市市场监管局:这些餐饮企业没过关

本报讯 北京市市场监管局最近发布了关于2020年食品安全监督抽检信息的公告。公告显示,在抽检的食用油、油脂及其制品、粮食加工品、餐饮食品、糕点13类食品887批次样品中,合格样品875批次,不合格样品12批次。其中渝信小厨、益旺居、海福湾大酒楼等餐企“上榜”。

不合格样品中,涉及多家餐饮企业。根据公告显示,渝信小厨(北京)餐饮管理有限公司经营的姜,噻虫嗪不符合食品安全

国家标准;北京海福湾大酒楼有限公司经营的鸡蛋,氟苯尼考不符合食品安全国家标准;北京益旺居餐饮服务有限公司经营的草鱼,孔雀石绿、五氯酚酸钠(以五氯酚计)均不符合国家相关规定。北京市老郭餐馆经营的豆芽,6-苄基腺嘌呤(6-BA)不符合国家相关规定;北京中仓苑双友小吃店经营的清江鱼,氧氟沙星不符合国家相关规定。

上述部分不合格项目对人体可能产生危害。北京市市场监管局表示,孔雀石绿是

一种三苯甲烷结构的工业染料,可在鱼体内长时间残留,通过食物链可能对人体产生致癌、致畸和致突变等危害。6-苄基腺嘌呤(6-BA)是植物生长调节剂,主要用于防止落花落果、抑制豆类生根,并能调节植物体内激素的平衡,但对人体有一定积累毒性。

客用餐具也发现了不合格。北京箸珍匙香餐饮有限公司使用、消毒的杯子,大肠菌群超标。此外,统杰法宝(北京)超市有限公司金宝街店经营的

小白菜,发现杀虫剂氟虫腈不符合食品安全国家标准。标称北京香盛斋食品有限公司生产、北京众望鑫成贸易有限公司经营的肘花,以及标称北京佳欣源食品有限公司生产、北京景浩龙翔超市经营的紫米面包,菌落总数不符合食品安全国家标准。北京健渝隆达商贸中心经营的饅头馒头、北京智程发商贸有限公司经营的花盖螃蟹、北京华丽非凡科技有限公司经营的芹菜,也均不符合食品安全国家标准。

对此,记者联系到北京益旺居餐饮服务有限公司、渝信小厨等餐饮企业,北京益旺居餐饮服务有限公司表示,对于不合格产品已处理。另外,渝信小厨为渝信川菜旗下品牌,根据渝信川菜相关负责人表示,渝信小厨品牌已暂停运营。

据了解,针对在食品安全监督抽检中发现的不合格食品,北京市市场监管局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。

生活指南



河豚鱼消费提示

河豚鱼,又称“河鲀”“龟鱼”“鸡抱”“气泡鱼”“气鼓鱼”等,一旦采购、加工不当则食用安全风险极大,严重者危及生命。为切实防范河豚鱼及其产品食物中毒事件的发生,保障人民群众的饮食健康和生命安全,特发布消费提示如下:

一、河豚鱼:看似安全美味,实则危险有毒!

河豚鱼大部分生活在海洋中,但在淡水河流及海洋、河流汇合处也可发现,其体背、侧面的斑纹随种类不同而各异。

河豚鱼含有的河豚毒素,是目前自然界中所发现的毒性最大的神经毒素之一,不仅存在于河豚鱼中,还有可能存在于织纹螺、麦螺、圆尾鲎等其他生物体内。食用后易导致神经麻痹,进而发生头晕、呕吐、口唇及手指麻木、全身无力等症状,严重者可能会因心跳、呼吸停止而危及生命。普通的加工、

烹调方法难以破坏河豚毒素,其潜伏期一般为0.5~3小时,目前尚无特效的解毒药和治疗方法。

二、采购河豚鱼产品有没有合法途径?

2016年,原农业部和国家食品药品监督管理总局联合印发了《关于有条件放开养殖红鳍东方鲀和养殖暗纹东方鲀加工经营的通知》(农办渔[2016]53号),决定有条件放开养殖红鳍东方鲀和养殖暗纹东方鲀加工经营。

文件规定,禁止任何食品生产经营单位经营养殖的河豚活鱼和未经加工的河豚整鱼;禁止加工经营所有品种的野生河豚鱼。合法采购河豚鱼产品,要同时满足两项要求:第一,河豚鱼来源于经农业部备案并公布的河豚鱼源基地;第二,河豚鱼产品应由经中国水产流通与加工协会、中国渔业协会河豚鱼分会审核通过的加工企业加工并包装。产品包装上标明

产品名称、执行标准、原料基地及加工企业名称和备案号、加工日期、保质期、保存条件、检验合格信息等内容,同时应提供同批次产品检验合格证明。

三、发生食物中毒或发现其他食品安全问题,请投诉举报!

(一)广大消费者应珍爱生命、提高防范意识,切不可心存侥幸心理,应自觉做到不购买、不食用未经批准生产(加工)的河豚鱼及其产品。若因食用河豚鱼及其产品而出现头晕、呕吐、口唇及手指麻木、全身无力等中毒症状,应立即停止食用可疑食品,及时到医院就医。餐饮服务单位若发生食用河豚鱼中毒情况,应及时向当地卫生行政部门、食品安全监管部门报告,留存食品以备检验。

(二)如在市场上发现有非法生产经营河豚鱼及其产品的,可拨打12345热线进行投诉举报。

新消费,有力促进消费回补

按语:随着国内疫情防控形势持续向好,生产生活秩序加快恢复,消费市场持续稳步回升,新业态新模式不断涌现,有力促进了消费回补,释放了消费潜力,为经济稳定恢复创造了条件。与此同时,当前全球疫情持续蔓延,国际经济形势严峻复杂,外需受到明显抑制。推动经济运行稳致远,需要持续扩大国内需求,扩大最终消费,为居民消费升级创造条件。为此,本报推出“增强消费对经济发展的基础性作用”系列评论,敬请关注!

直播带货、线上问诊、无接触配送……今年以来,受新冠肺炎疫情影响,一些线下传统消费受阻,但以互联网、大数据、人工智能等技术为支撑的新消费则提质扩容,消费新场景、新模式不断涌现。1月份至6月份,全国网上零售额同比增速达7.3%,成为上半年消费市场一大亮点。新消费正有效促进消费回补,释放消费潜力,激活消费市场“一池春水”。

新消费“新”在消费方式。新业态、新模式加速涌现,线上线下同频共振,重新定义了消费习惯和消费内容。直播带货火爆,让美妆、服饰、食品甚至汽车、房子等产品变得更容易触达。“云逛街”“云购物”“云展览”“云旅游”等在线经济,拓展了消费场景。生鲜电商、社群电商、门店到家、无接触配送等新业态迅猛发展,让全国各地优质商品飞入寻常百姓家,消费不仅意味着“买买买”,更兼具了社交、娱乐等功能。

新消费“新”在消费结构。当前消费升级表现明显,消费品质更上一个台阶。量身定制的产品和服务赢得了市场关注,尤其是依托电商平台数据反向定制产品表现亮眼。新的消费热点不断出现,

“智能”成为消费新趋势,服务类消费快速增长,医美、口腔、体检等健康服务受到欢迎。消费者从满足温饱转向追求健康,从传统消费转向新兴消费,从商品消费转向服务消费,同质化、单一化需求逐步转向差异化、多元化。

新消费让新业态、新模式有了更大试验场。以大健康、线上办公、数字娱乐等为代表的新业态,获得了空前的发展机遇,推动消费新需求不断迭代升级,加速了数字经济时代的到来。直播带货、“云购物”等消费新模式,深刻改变了传统商业模式,是新经济赋能传统行业的生动体现,推动了产业转型升级,形成了发展新动能。线上线下深度融合,基于大数据的精准营销提高了效率和效益,促进供需良性循环,拓展出新空间,激发出新活力。

新消费助力消费下沉。随着直播带货等消费新模式兴起,不同地域和城乡之间的信息鸿沟正在被填平,更多三四线城市和乡村的消费者也有机会参与到线上购物促销中来。物流等基础设施的完善,也让下沉市场消费者能够获得和大城市消费者一样的消费体验,接触到更丰富、更多元、更个性的商品和服务。下沉市场这片广阔蓝海的消费潜力,正在被充分挖掘和释放。

不断涌现的新业态新模式,使更多优质产品和服务得以辐射更多消费群体,在一定程度上弥补了线下消费的不足,起到了扩内需、促消费的作用,托起了疫情期间经济新增量,也翻开了消费迭代升级新的一页。未来,要把新型消费、升级消费培育壮大起来,可持续发展下去,还需在财政、税收等政策上给予支持,从金融、监管等方面加以帮扶引导,从而助力新消费蓬勃发展,为经济增长带来持续动力。

(人民网)