

最高检将重点监督 网络销售新业态涉食品安全领域

据新华社消息 最高人民检察院2月20日发布消息称,检察机关将在“网红代言”“直播带货”涉及食品安全、野生动植物保护、文物和文化遗产保护等领域充分发挥公益诉讼职能作用,充分彰显公益司法保护“中国方案”的制度优势和蓬勃活力。

最高检自2020年7月至2023年6月开展为期三年的“公益诉讼守护美好生活”专项监督活动,规定了将外卖包装材料安全、“网红代言”“直播带

货”等网络销售新业态涉及食品安全及监管漏洞作为重点监督领域。

最高检第八检察厅厅长胡卫列表示,“网红代言”“直播带货”等线上经济持续火爆,但行业良莠不齐、缺乏监管等多种乱象引起不少消费者吐槽,外卖包装材料影响食品安全问题社会各界也广泛关注,这些伴随新业态发展产生的食品安全问题,对广大消费者的生命健康权构成了潜在侵害风险。对此进行重点监督,旨在引导各

级检察院全面依法履行公益诉讼检察职责,督促行政机关加强监管,对相关违法行为依法严肃查处,切实保护消费者合法权益。

据胡卫列介绍,为积极回应人民群众加强野生动物保护呼声,最高检多次对野生动物保护公益诉讼工作作出部署,创新野生动物保护办案理念,加强对重点领域和地区的指导。下一步,最高检还将持续聚焦野生动植物保护领域突出问题,加强与有关行政

机关、法院、公益组织等单位沟通协作,凝聚共治合力。

在文物和文化遗产保护方面,检察机关通过公益诉讼办案,不仅使一批文物和文化遗产保护得到切实加强,提升了社会公众的文物保护意识,还有效激活了政府对文物保护的主体责任。胡卫列表示,当前该领域仍面临公益诉讼缺乏有效的实体和程序法律依据、调查取证难等问题,需要运用更多智慧开展探索。

多家生鲜平台争夺“行业第一股”

本报讯 杜希萌 据中央广播电视总台中国之声《新闻纵横》报道,自2月中旬以来,多家生鲜电商平台被传启动了IPO进程,即首次公开募股。与此同时,有业内分析认为,加速抢占“国内生鲜电商第一股”将成为未来一段时间的行业内热词。各大电商平台抢占C位的战火是否会就此燃起?生鲜电商平台开启IPO进程的背后又有着怎样的经济意义呢?

去年因为疫情影响,不少原本只在家门口的菜市场、小区内的商超等传统生鲜渠道购物的常客们转向了生鲜电商。未经开垦的消费市场让互联网巨头们接连入局,做起了线上的生鲜生意。为了争夺市场,生鲜电商市场内,不管是从2012年后就开始布局的老玩家还是刚刚杀入竞争的新巨头,都以社区团购的模式开启了买菜补贴大战。国家创新与发展战略研究会副会长、网络经济专家吕本富认为,对于头部企业来说,生鲜电商不仅仅意味着一个单独的市场,更是可以预见的大流量。

而今年,平台电商抢夺C位的战火从社区团购补贴大战蔓延至资本市场。数据显示,2020年生鲜电商交易规模约为3641.3亿元,同比增长42.54%。市场回暖也让生鲜电商市场成为资本竞相追逐的对象,有公开数据显示,去年生鲜电商领域共有14家平台获得融资,融资总额超过136.5亿元。近期,叮咚买菜、美菜网、每日优鲜等电商平台纷纷传出布局上市的消息。争夺行业第一股有何意义?在互联网专家刘星亮看来,拿到第一个上市的机会,对生鲜电商企业未来的发展有着非常重要的战略意义。“因为IPO本身就是一次较大规模的融资行为,除了融资,它也是一个关于品牌各方面的综合考量,也是对品牌的一个极大的促进行为,因为只有第一个才会获得最好的集聚效应,所以大家都在抢第一。”

不过,由于产品容错率低、资产模式重,疫情虽然让生鲜电商从用户线上化中得到了逆势发展的机会和急速扩张的底气,但实际覆盖率

其实远不及其热闹营销所展现的态势。有业内人士表示,随着生鲜电商行业的不断成熟,生鲜电商平台未来要解决的问题更多。比如,是否要从布局产业链发展到布局线下仓储,后者意味着更“重”的资产模式,这也带来更大的发展压力。有业内人士认为,从目前发展趋势来看,生鲜电商平台在产业链不断前移的情况下,需要不断将配送中心从价格更优的城市远郊迁至距离消费者更近的城市中心,在没有补贴后能否留住用户还值得打一个问号。未来想要迅速实现盈利绝非易事,这也意味着,其上市的故事可能并不美妙。

北京邮电大学经济管理学院、信息经济与竞争力研究中心主任曾剑秋认为,未来生鲜电商平台找准差异化竞争的思路,才是实现自身造血的关键:“在未来发展过程当中,生鲜电商如何定位好自己是关键。我们不是说要去当‘老大’,有时候想当老大不一定能够成为老大,所以未来生鲜电商的发展可能会是更加多样化的。一方面表现在专业性上,要有一些专业公司来形成某一项生鲜产品的产业链。另一方面是大众的,比如普通老百姓每天餐桌上要消耗的生鲜蔬菜水果,这也是一个很大的市场。”



鼓励骑手做外卖 食品安全“吹哨人”

□ 殷呈悦

市场监管总局近日表示,为加强外卖餐饮食品安全监管工作,鼓励消费者举报线上公示信息不实、线下实体店经营不规范等问题,鼓励外卖骑手举报配送过程中发现的无证、实际取餐地址与公示地址不一致的餐饮店铺。对社会公众举报网络餐饮违法行为或违法线索,经查证属实并立案查处的,按照《食品药品违法行为举报奖励办法》相关规定予以奖励。

在刚刚过去的春节假日,外卖活跃度同比大增。但近年来,外卖行业屡屡曝出食品安全问题也不容忽视:一些色香味俱全的外卖食品,竟来自无证经营的苍蝇馆、环境恶劣的黑作坊;平台介绍中光鲜一新的后厨照片,也与实际烹饪环境不尽相同……这些猫腻与黑幕,不仅刺痛了公众神经,也消磨着用户对行业的信任。尽快规范网络餐饮卫生操作标准,填补外卖食品安全监管漏洞,关系的既是百姓的生命健康,也是外卖行业自身的稳健发展。

每天高频进出各类餐厅的骑手,是除商家以外最清楚外卖卫生情况的群体。他们最容易发现违规操作的线索,也最可能圈点出外卖监管的盲点。此前,陕西西安两个销量不错的外卖商家,就因环境恶劣被外卖小哥举报;广东汕头一家麻辣烫店,也因有人赤脚踩在食品上,被外卖小哥拍照取证并予以曝光。这些骑手的正义之举,实实在在地保护了消费者的正当权益,并对外卖商家严守安全底线起到督促作用。如今,市场监管总局专门出台奖励政策,鼓励外卖骑手举报违规餐饮店铺,正是在嘉奖这份业界良心,调动更多骑手监督餐饮卫生状况的积极性;通过探索社会共治的合力效应,让更多的黑心商铺无所遁形。

邀请骑手做外卖食品安全的“吹哨人”,可以说是找对了法子、请对了人,必将提高问题的发现率和监管的靶向性。需要提醒的是,在政策的执行过程中,也要注重为举报者的信息加密。同时,对于被举报的经营者,应该迅速调查,依法惩处,及时公示。毕竟,保证举报者的安全和举报本身的有效性,才能展现对骑手正义感的应有尊重,并使这项鼓励政策发挥长效。

(据《北京晚报》)