

首都食品安全

◎联合主办

北京市食品药品安全委员会办公室
北京市市场监督管理局

◎支持单位

国家食物与营养咨询委员会
北京市消费者协会

北京烹饪协会

北京市食品安全企业联盟委员会
北京农业产业化龙头企业协会

顾问:陈秀华 监 制:刘天威

主编:李 涛 副主编:李 标

北京构建进口冷链食品进京全流程查验机制

详见 03 版

石景山区市场监管局排查进口水果安全风险

近日,石景山区市场监管局执法人员以销售进口水果的超市、水果店等经营主体为主要检查对象,对辖区进口水果贸易及零售企业进行检查。检查中,执法人员要求各进口水果销售单位切实履行主体责任,不得采购销售无“入境检验检疫证明”“消毒证明”“核酸检测证明”的进口水果,同时做好从业人员定期核酸检测及进口水果销售环境的消毒工作。

(石景山区市场监管局 马岩)



■ 导读

四项“进口冷链食品追溯”国标启动制定

详见 02 版

北京市市场监管局通告

6批次食品抽检不合格

详见 04 版

北京农田观光季活动启动

推出5类56个农田观光点

详见 08 版

京津冀三地消协向外卖餐饮企业赠送500万枚“食安封签”

详见 10 版

【食话时说】

生鲜电商应追求“鲜”字至上

□ 张健

继快递、外卖之后,尤其在新冠肺炎疫情发生以来,互联网买菜愈发深入到老百姓的生活当中,扮演着不可小觑的角色。

生鲜电商是社会节奏和人民生活需要共同作用的创新产物。对种植养殖农户、农业合作社、农产品生产加工企业来说,经常受到怎样把好东西卖出好销路、好价格的困扰,互联网生鲜电商一定程度上解决了这个问题;对普通消费者,尤其没有时间逛菜场的人们来说,又逃不开怎么买到新鲜美味、安全实惠、品类丰富食物食材的现实,互联网生鲜电商通常也能够给这个问题找到优质答案。减少中间商盘剥利润,让利于消费者,让利于生产者,让更多的季节性、地域性农副产品直达消费者餐桌,利用“互联网+”技术,搭建消费者与生产者之间的平台,实现生产与消费信息对等,解决传统农产品的流通问题和消费者的购买需求,生鲜电

商功不可没。

然而,生鲜电商的底层逻辑终究还是“商”。伴随生鲜新零售近年来在我国迅速发展,消费者数量激增,营销手段激变,生鲜电商市场也出现了数据造假、虚假宣传、服务欠缺、资金链断裂、质量安全问题等不少经营缺陷,引发社会各界的高度重视。据电子商务消费纠纷调解平台收到的用户维权案例显示,仅2019年上半年,共收到近百起对生鲜电商平台的用户投诉,问题主要聚焦在商品质量、以次充好、久未发货、物流延迟、下单容易取消难、退款难且款项未及时退回、虚假宣传、售后服务差等7个方面。

消费者的投诉,是生鲜电商经营的痛点,也是发展的重点。生鲜电商平台销售的商品大部分为食物食材等新鲜农副产品,在商品质量的管理以及审核上应该设置“零容忍”关卡,在对消费者食品安全充分保障的同时维护住平台声誉。一般来

讲,对于符合“7天无理由退换货”的商品,电商平台商家都应满足消费者的购买选择权,不能强制消费;及时配送是保证消费者收到新鲜食材的原则,配送时效既影响购物体验 and 消费需求,也违背商家契约精神;客户服务是互联网企业产品升级创新的重要“参照物”,电商平台应认识到客服的重要性,加大对产品售后服务的投资力度。

生鲜电商平台应追求“鲜”字至上,快速扩张固然重要,但企业想要“长生不老”,就必须格外重视消费者需求,严把食品安全关,提高用户体验。生鲜电商平台应当把经营重心收回到确保食品安全与品质新鲜上来,落实源头管理、高标核验、全程客服,通过信息高效流通实现全程可追溯,运用“互联网+大数据+物联网”实现精准触达,从而确保消费者权益得到保障,取得市场信任,营造良好的发展氛围和更大的成长空间。