中国食品安全报

中国食品安全报社出版
国内统一刊号:CN11-0177
邮发代号:1-3016

首都食品安全

2022年6月24日
星期五
第595期 本期20版

◎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
北京市食品安全企业联盟委员会
北京市消费者协会 北京烹饪协会 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

北京市市场监管局开展中考期间食安检查

详见03版

海淀区市场监管局全力保障中考期间食品安全

中考期间,为切实保障师生用餐安全,海淀区市场监管局结合餐饮“大检查”和“守底线、查隐患、保安全”专项行动,以学生餐配送企业及考点周边餐饮企业为重点,加大中考期间食品安全监督检查力度:

一是重点加强为中考供餐学校食堂及学生餐配送企业的检查力度;二是重点加强考点周边特定餐饮企业的检查力度;三是重点加强为特定区域考生供餐企业的督导检查力度。

截至目前,海淀区市场监管局出动执法人员212人次,监督检查学生餐配送企业38户次,校园周边餐饮企业289户次。

(海淀区市场监管局)

[食 话 时 说]

“网红食品”安全监管 务对症下药

□ 张健

北京消协公布6月上半月存在食品安全问题的门店,“网红”餐厅位列名单。近日,又有媒体曝光三米粥铺、曼玲粥店两家“网红”外卖后厨,其卫生问题之严重令人咋舌。

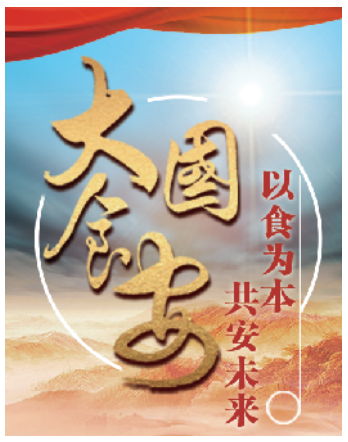
“网红食品”没有严格定义,只要有需求有流量有关注,任何一类食品或者任何一款食品都有可能成为“网红”。此类食品除能满足消费者尤其年轻人的口腹之欲和服务享受,更能迎合相对深层次的心理需求。与此同时,“网红食品”也不可避免地存在更为苛刻的时效性和逐利性,从而导致食品安全风险,引发公众健康问题。

从本质上讲,“网红食品”的风险隐患并非食品安全治理的新伤,而是被网络渠道放大的顽疾,并时刻对食品安全监管能力和执法能力的与时俱进提出挑战。要治理好“网红食品”安全,就必须在充分把握“网红食品”突出特点的基础上,牢固树立社会共治理念,科学运用综合管理工具,加强食品安全科普教育,通过系统治理、源头治理,实现未雨绸缪、标本兼治——

食品安全社会共治,是在承认政府监管能力有限的前提下倡导各方主体有序参与,是食品安全治理理念的重大转变,也是应对“网红食品”安全问题最广泛、最迅速、最有效的不二法门。“网红食品”的生产经营者要扮演好“食品安全第一责任人”的角色,严格遵守食品安全法律规定;食品线上线下销售方要积极履行平台责任;政府监管部门要严格执法、创新“网红”监管模式,切实履行监管职责;食品行业协会等社会组织要加强行业监督,自发共同保障食品安全;新闻媒体要发挥舆论监督和科普教育优势,让消费者理性认识“网红食品”安全问题;消费者要努力学习食品安全知识,提高安全意识,用科学理念和法律手段维护自身合法权益,形成良好生活方式。

“网红食品”只是个笼统的标签,要想分门别类管好管细,就要望闻问切、对症下药。如对在网络平台上以“网红”带货等方式销售预包装食品的行为,市场监管部门应当根据带货方式采取相应的管理方式;对借助网络声量将线下餐饮食品打造成“网红”的实体店面,监管部门和消费者要按照《食品安全法》等有关法律法规对其严格执法、监督举报;对监管难度最大的“微商食品”“自制食品”等,就更加需要消费者擦亮双眼,监管者创新监管方式、善用管理工具,从供给侧和需求侧双管齐下、合围治之。

“网红食品”能够迅速抓住消费者眼球,其宣传功夫可见一斑。为此,政府部门、专家和媒体的信息通报与科普宣教就更为紧要。针对“网红食品”中存在的安全问题,政府、企业和媒体应该正面输出科学认知,提升消费者的食品安全素养和法治观念,帮助广大消费者普遍掌握辨别食品的能力,养成理性消费的良好习惯,倒逼“网红食品”洁身自好,维护食品的纯净安全和消费者的健康营养。



■ 导读

市场监管总局:
11项措施助力纾困中小微企业和个体工商户
详见02版

北京市市场监管局通告
10批次食品抽检不合格
详见04版

北京支持建设超6万亩环京蔬菜基地
推进京津冀农业协同发展
详见10版

北京蔬菜供应稳定 水果价格开始回落
详见13版

新闻热线
010-68232904
投稿邮箱
tougao_cfs365@126.com