

北京加快建设“食品安全数字化追溯平台”

本报讯 张楠 掏出手机,用微信小程序扫描肉摊上张贴的溯源二维码,所购鲜肉的肉品品质检验合格证和动物检疫合格证证明等详细信息即可一目了然。近日,通州区12家农贸市场的203家畜禽肉销售商户全部贴上了溯源二维码,小小二维码不光方便顾客“自助”扫码了解食品安全信息,也便于市场监管部门在线抽查。

据了解,在深入贯彻中央八项规定精神学习教育中,本市市场监管部门积极提升食品进货查验、产品来源信息化水平,着力净化农村食品市场环境。目前,本市正在加快推动全市食品安全数字化追溯平台建设,并在全市农贸市场猪肉销售商户中率先推广使用,实现猪肉“来源可追、群众可查、安全可控”。

顾客手机扫码查看鲜肉“身份”

“肉是从哪儿进的货?”7月15日上午10点多,家住通州梨园的居民李艳红来到聚元鸿市场,在销售鲜肉的摊位停住了脚步,她一边查看案板上的鲜肉质量,一边习惯性地询问肉摊老板。

“我们这儿都是二商的货,放心吧!”

肉摊老板还特意指指张贴在柜台上方的一张“扫码溯源”二维码,“您扫这个码,检验合格证和检疫证明都能显示出来。”

顾客打开手机微信,对着溯源二维码扫描后,肉品品质检验合格证和动物检疫合格证证明等详细信息一目了然。在商家上传的证明照片上,清晰地标明:该肉摊出售的猪肉,生产单位正是北京二商肉类食品集团有限公司。

通州农贸市场肉类二维码溯源全覆盖

在聚元鸿市场可以看到,11个猪肉摊、7个牛羊肉摊和4个鸡肉摊都已经贴上了溯源二维码。市场食品安全员徐兆远表示,目前所有肉摊均已可扫码溯源。

除了聚元鸿市场外,由通州区市场监管局自行探索开发的“食用农产品电子凭证管理小助手”微信小程序如今已经全面覆盖通州区共计12家农贸市场的203家畜禽肉销售商户,实现了农贸市场畜禽肉质量二维码溯源全覆盖。消费者通过手机扫描摊位上的二维码,即可轻松溯源,查询鲜肉质量相关资料信息。

“每天,我们都会把最新的肉品品质检验合格证和动物检疫合格证明等票据通过微信小程序上传更新,省时又省力。”聚元鸿市场176号猪肉摊摊主张海红表示,过去经常有顾客询问猪肉是从哪儿进的货,自己只好专门跑到打印店,把批发商通过微信发来的检验、检疫票据照片打印出来给顾客看。“一年攒下来一大本台账,用订书机订在一起,生怕丢一张、少一张,遇上市场监管部门来检查某一天的台账,只能一页一页找,特别麻烦。”而如今,所有票据可以直接上传小程序进行电子化归档,无论是执法人员来检查,还是顾客想要溯源,手机扫码不到半分钟就能完成查询。

扫码溯源将推广至全市农贸市场猪肉销售

通州区市场监管局食品市场安全监督管理科科长张国超表示,小程序的开发和推行,是用好数字化服务手段方便群众的生动实践,同时也是深化智慧监管、主动探索提升农贸市场进货查验标准化的有效路径。

他介绍,过去,市场里的食品经营者

落实索证索票制度,需要将食用农产品纸质凭证收集在一起,市场管理方和消费者很难及时掌握这些溯源信息,成为农贸市场领域影响食品安全共治的一个瓶颈问题。“食用农产品电子凭证管理小助手”微信小程序的落地,提升了食品安全监管效率。市场管理方可以通过管理端账号随时查看市场内所有商户的索证索票情况;市场监管部门则利用监管端账号进行线上抽查,通过非现场监管降低现场检查的频次,在持续强化食品安全监管的同时,实现了对经营者最大限度地“无事不扰”。

下一步,通州区将充分收集市场商户的使用反馈和消费者的意见需求,不断增加信息内容、完善服务功能,力争将微信小程序打造成能查询、能预警、能宣传、能互动的多功能信息服务平台,并在时机成熟的时候将应用范围推广至蔬菜、水果等更多农产品销售领域。

另外,市市场监管局表示,本市正在加快推动全市食品安全数字化追溯平台建设,并在全市农贸市场猪肉销售商户中率先推广使用,实现猪肉“来源可追、群众可查、安全可控”,让群众可感可及、得到实惠。

2025年北京消费帮扶系列活动启动

本报讯 陈琳 近日,“帮扶消费·鲜动京城”2025年北京消费帮扶系列活动在北京鲜活农产品流通中心启动,200余家优质企业携千余种特色农副产品参展推介,涵盖米面粮油、果蔬肉蛋、乳品茶叶等品类,方便首都市民一站式采购多地特色农产品。

本次活动由北京市商务局、北京市发展改革委、北京市农业农村局联合河北、内蒙古、新疆等十多个对口合作地区共同主办。现场设置地域特色展区,开展试吃试饮、品鉴体验和优惠促销活动。市民游客可一站式选购新疆红枣、薰衣草蜂蜜、青海牦牛肉、云南普洱茶、海南热带果蔬等地方名优产品,还可现场参与满减折扣。

活动以优质农产品采销对接和集中展卖为主要形式,搭建产销桥梁,助力乡村振兴。对口合作地区优选地区特色农

产品进京,与北京大型批发市场、连锁商超、电商平台,以及集中采购单位现场洽谈对接。首农食品集团、新发地、物美、京东等30余家采购方将与14个地区的200余家参展企业开展购销对接,现场达成采购意向。

北京市商务局相关负责人表示,本次活动是落实国家乡村振兴战略的重要举措,通过“政府搭台、企业唱戏、市场运作”模式,推动对口地区特色农产品进入北京市场,促进农民增收,丰富首都市民“菜篮子”。

活动主场北京鲜活农产品流通中心是北京“菜篮子”之一,货品种类涵盖蔬果、冻品、海鲜、猪肉、牛羊肉等十余种,主要承担城区东部、北京亦庄、城市副中心的农产品供应保障任务。本次帮扶消费活动在流通中心主体交易大厅二、三两层步行街开展,市民在日常采购的同

时,可开启“逛吃”模式,现场体验“产地直采”的乐趣。

此外,活动特别推出“消费帮扶在身边”计划,推动对口地区农产品直通社区便利店,形成长效产销机制。北京市商务局市场建设处相关负责人介绍,下半年,活动将围绕“帮扶消费·鲜动京城”主题走进北京重点商圈、社区、机关和企业事业单位,开展多场原产地促销、农副产品推介等线上线下相结合的专题活动,同时持续优化帮扶模式,通过订单农业、品牌共建等方式提升农产品市场竞争力,巩固拓展脱贫攻坚成果,也为首都市民提供更多优质农鲜产品。

启动仪式上,《2025年对口支援合作地区优质农副产品名录》首次发布,安徽的“云上好茶”岳西翠兰、阿克苏糖心苹果干、河南社旗的红薯粉条等原生态系列产品亮相展卖活动。

京津冀广告业高质量发展合作年会召开

本报讯 据北京市市场监管局消息,为推动京津冀广告业协同发展向纵深拓展,近日,京津冀广告业高质量发展合作年会在首批北京数字广告产业园区召开。京津冀三地市场监管部门分管负责同志,广告监测、监管部门负责同志、经开区商务金融局相关负责同志参加会议。

会议充分总结了京津冀三地促进广告业发展及监测监管工作成果,并协商谋划了“十五五”期间京津冀广告业发展目标任务及近期工作举措,调研了北京数字广告产业园区(经开区)建设情况和北京亦庄智能城市研究院无人驾驶前沿技术发展情况等。

过去一年,京津冀三地市场监管部门深化协同发展,在广告业发展与监管领域打出系列“组合拳”,通过政策联动、规制共建、活动搭台等工作举措,推动区域广告业实现高质量发展,为京津冀协同发展注入强劲动力。

一是跨区域合作机制实现新突破。三地市场监管部门迭代升级《京津冀广告业高质量发展合作协议》,构建起覆盖政策协同、执法联动、行业赋能的全方位合作框架。首次同步发布广告绝对化用语执法指南工作指引,统一执法标准与尺度,为广告经营单位营造公平透明的营商环境。

二是产业融合激活市场新动能。成功举办第九届京津冀广告节、产销对接大会,搭建起广告业与实体经济深度融合的桥梁,累计交易额13.6亿元,为区域经济增长注入新活力。

三是行业规范化建设迈出关键步伐。指导京津冀广告行业协会共同制定首个区域协同团体标准《广告企业信用评价规范》,填补了跨区域广告企业信用评价标准的空白,累计17家企业荣获5A级评价,树立起行业诚信经营标杆。

下一步,京津冀三地市场监管部门

将以促进广告业高质量发展为着力点,通过系列举措持续深化协同合作,为区域广告业高质量发展再添新动能。

一是共同谋划,锚定“十五五”协同目标。以推动数字广告业发展为牵引,推动传统广告媒体加速数字化改造与转型升级,全面提高广告领域人才的专业素养,着重提升广告服务的专业化水平。

二是统一标准,筑牢监管基石。推进广告发布指引和地方标准联合制定,进一步统一三地监管执法标准,为企业营造稳定、可预期的发展空间。

三是强化合规,规范市场秩序。深化合规提示、案例曝光等合作,指导行业协会制定实施京津冀行规行约和行业职业道德准则,维护公平有序的市场秩序。

四是普法宣传,营造良好氛围。以新《广告法》施行十周年为契机,共同开展“京彩广告”话题宣传活动,营造尊法守法的良好社会氛围。

本报讯 记者何妍君 近日,“保健食品科普深度行”

首次线下宣传活动在北京举办,标志着该系列活动正式启动。针对今年以来频发的私域直播“割老”骗局,本次线下宣传旨在增强老年人群防诈、防骗能力,提升公众对保健食品的科学认知水平。

线下宣传中,市场监管执法干部针对近期频频出现的保健食品“私域”直播“割老”现象,结合实际查办案例,揭露“私域”直播间推销陷阱,深度解读保健食品防骗指南和相关法律法规知识。中国农业大学食品领域教授现场科普保健食品的专属标志、保健功能等相关知识,建议老年人合理膳食、营养均衡,做到科学保健,健康保健。活动现场播放《保健食品是否可以代替药物治疗疾病》《老年人如何选购保健食品》科普短视频,设置咨询台,发放保健食品消费提示宣传册并解答消费者疑问。

据介绍,“保健食品科普深度行”系列活动以“科普深度行 健康护万家”为主题,旨在巩固保健食品行业专项清理整治5年行动成果,推动落实市场监管领域深化群众身边不正之风和腐败问题集中整治要求,深入推进老年人药品、保健品虚假宣传专项整治工作。

当前,“保健”市场虚假夸大宣传的花样随着新业态的迅猛发展不断翻新,亟须消费者不断增强风险隐患意识。市场监管部门在重点打击虚假夸大宣传、假冒保健食品欺诈销售等行为的同时,将联合各方力量,通过系统化的深度科普,开展多场景宣传、多渠道讲解、多方位指导,确保公众获取科学、真实、权威的保健食品知识,按需、理性消费保健食品,树立科学的营养观、健康观和消费观。

『保健食品科普深度行』首场活动在北京启动