

◎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
北京市食品药品安全企业联盟
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

主 编:李 涛 副主编:李 标

北京市场监管首次全链路共治餐饮违规

详见 03 版

石景山区举办「食安哨兵」社会共治启动仪式



近日,石景山区市场监管局举办石景山区“食安哨兵”社会共治启动仪式暨“随手拍”多维监督员聘任大会。此次活动以“科技赋能、制度创新、社会参与”为核心,通过“启航—集结—护航—暖心”四大篇章,邀请区人大代表、区政协委员、区人民检察院,联合区人保局及社会企业代表,共

同构建“企业自治+社会监督+司法护盾+多元共治”四维共治体系,强化智慧监管,依托“线下+线上”双线协同,筑牢民生食品安全防线。

活动最后,区人保局解读新就业群体职业伤害保障政策,为骑手“跑单”织密职业保障“安全网”。区市场监管局向全体外

卖骑手监督员发放慰问品和暖心驿站宣传页,传递对一线监督员的关怀与支持。通过对外卖骑手、平台巡检员以及连锁企业内部员工授队旗,标志着石景山区“移动哨兵团”正式成立并发挥社会监督作用。

(石景山区市场监管局 史浩川)
>> 详见 04 版

【食话时说】

优思益翻车,带货主播道歉不是终点

4月1日,央视曝光“澳洲优思益”虚构海外产地、伪造品牌背景,所谓墨尔本工厂实为汽车维修站,产品实为国内代工生产。“与辉同行”、陈妍希工作室等多位明星主播曾带货相关产品,近日纷纷发文道歉。

明明是国内生产,却打着国外进口的旗号,披上“洋马甲”忽悠消费者,还涉嫌打“健康营养品”的擦边球,进行虚假宣传。优思益的这一波操作,无疑是对法律法规的践踏,更是对消费者权益的公然侵犯。

此事引发广泛关注,一方面是因为优思益是一款销量较高的产品,市场影响力不容小觑,很多消费者被其虚假宣传误导;另一方面,该品牌的销售,涉及大量的知名明星艺人、带货主播,如董宇辉、陈妍希、李若彤、明道等,牵涉面相当广。

也正因为这些影响力大的带货主播加持,在无形中为产品背书,放大了其可信度,让更多消费者掉入了精心设计的陷阱。如据报道,仅“与辉同行”直播间的销售额,就高达1000万至2500万元,销量达

7.5万至10万单。

目前,多家知名电商平台已被约谈,涉事主播也纷纷道歉,并启动退款程序,但这不是事件的终点。

从法律层面看,根据《广告法》等法律法规,主播在带货商品时,有严格的把关义务,应该对商品的质量、产地进行严格审查,确保所推荐商品的真实性和合法性。这是对粉丝和消费者负责,也是对个人声誉负责。如果因为商品虚假宣传造成消费者权益受损,带货主播也应承担相应的连带责任。

在此事中,涉事主播是否尽到了审查义务?是否需要承担行政处罚,乃至民事赔偿?这些问题需要进一步调查与厘清。只有让违法违规者付出相应代价,才能起到震慑效应。

此次优思益产地造假,不只是一次虚假宣传的品牌风波,更是直播带货行业乱象的投射。在直播带货流行的今天,带货主播已成为重要的销售端口,尤其是那些头部

主播,拥有庞大的粉丝基数和强大的带货能力,在推销商品时,他们的一言一行,都可能对粉丝的购买决策产生重大影响。

正所谓“能力越大,责任越大”。头部主播享受着粉丝信任带来的红利,更应该恪守法律底线,谨小慎微,依托专业的选品和风控体系,对所推荐的商品和服务严格把关。总之,绝不能为了追求商业利益最大化,而忽视了自身的社会责任,成为品牌商家“割韭菜”的共谋。

如今,优思益的“洋马甲”已经被彻底揭下来了,它也是对整个直播带货行业的一次警醒。

面对此类市场乱象,接下来,市场监管部门要加强监督力度,严查虚假宣传、伪造产地等违法违规行为,电商平台也要压实主体责任。而那些靠粉丝信任变现的带货主播,不能仅仅是道歉、退赔了之。反思选品风控的漏洞,真正当好产品质量的把关人,对粉丝负责,对产品质量负责,才能真正赢得消费者的持久信赖。

■ 导读

2025年市场监管部门食品安全监督抽检情况发布

详见 02 版

“北京优农”特色农产品市集活动启动

详见 08 版

北京:京津冀国际科创中心加速成为创新高地

详见 10 版

我国特色食品产区达450余个
特色农产品变身优势产业

详见 13 版

新茶饮行业迈入“质价比”时代

详见 15 版

新闻热线
010-68232904

投稿邮箱
tougao_cfs365@126.com