

热点聚焦

增强“免疫力” 用好“安全锁”

农贸市场精细化管理加速跑

■ 本报记者 曲晓丽

新冠疫情在武汉华南海鲜市场、北京新发地市场的暴发,让农贸市场的防疫安全工作上升到了前所未有的高度。8月12日,国务院联防联控机制综合组发布了《农贸市场(集贸市场)新冠肺炎疫情防控技术指南》,从日常卫生管理制度、环境卫生设施要求等六方面对农贸市场提出了要求。

中国市场学会副会长朱勇毅对国际商报记者表示,在疫情常态化的当下,《指南》中的防疫要求对各大农贸市场来说已经驾轻就熟。消防、卫生、安全、追溯、检疫都已成为农贸市场规范化管理、精细化管理的一部分,疫情也促使各农贸市场对精细化管理有着更加深入的思考。

绸缪 软硬齐抓见规范

走进郑州市经开区民乐集贸市场,消费者需要在入口处经过扫码和测温两道防控程序后才能进入。除了肉眼可见的防控举措,郑州市市场发展中心还对全市所有标准化农贸市场实现高清摄像头全覆盖,通过实时视频监控掌握各农贸市场的卫生环境、市场交易秩序等信息。

“《指南》发布之前,郑州市的农贸市场防疫工作也一直是这样执行的,有的方面甚至更加严格。”郑州市市场发展中心主任房广明对国际商报记者介绍。

早在2016年,一场以政府为主导的农贸市场“大手术”就在郑州市铺开。根据当年7月郑州市政府出台的《关于加快推进农贸市场规划建设和提升改造工作的实施意见》以及《郑州市农贸市场设

置与管理规范》,郑州市进入农贸市场规范化、智能化、精细化管理的加速度时代。

在农贸市场改造上,郑州市坚持硬件、软件“两手都要抓、两手都要硬”的原则。在硬件上,针对传统农贸市场大棚式、交易环境差的现状进行标准化改造,制定了改造标准并出台了相关的奖补政策。

“对郑州市136家农贸市场,我们采取分批次、分层次改造的模式,目前已经改造了近90家,在这一动态调整的过程中不断有新建的批发市场。”房广明表示。

智慧化监管、智慧化交易……软件上的改造则令郑州市的农贸市场科技味十足。在房广明看来,智慧化是农贸市场未来的发展趋势,也是适应老百姓消费习惯转变的必然选择。

轻点手机下单、菜场接单、小哥配送到家,逛菜场也能像点外卖一样轻松搞定——这便是当下智慧型农贸市场的模样。“我们正在与阿里巴巴合作推进智慧化农贸市场建设,方案已经完成,项目正在有序推进,预计年底将有多家市场上线。”房广明介绍。

可以说,过去几年,对规范化管理、精细化管理的重视极大地增强了郑州市农贸市场对疫情的“免疫力”。但面对疫情,以房广明为代表的农贸市场从业者也对精细化管理有着更深的思考。

“我国很多城市在规划时没有按照人口规模从空间、规模上规划相适应的大型批发市场,造成农产品供应渠道单一,缺少‘备份’。当疫情这种突发事件发生后,一个市场出现问题会使整个城市的供应出现大问题,从而引起居民消费恐慌。”他表示,

未来应从城市规划、应急储备方面发力,提升城市供应渠道的多样性。

坚持 追溯建设不停歇

北京新发地疫情的发生使全国农贸市场防控趋紧,食品安全排查和溯源建设工作也再次展开。《指南》在日常卫生管理制度中也要求,农贸市场应建立产品溯源制度。

“扫一下二维码,不仅能看到摊主信息,还能了解菜从哪儿进的,菜品合不合格,到农贸市场买菜越来越放心了。”在郑州市科学大道农贸市场买完菜的李女士对农贸市场的菜品追溯体系赞不绝口。

房广明介绍说,农贸市场改造提升后,每家摊位都装有追溯屏,显示商家工商信息、菜品产地、菜价等信息。“郑州市大多数农贸市场都有一套肉类可追溯系统,对产品从种植基地到销售终端进行全程追溯管理,等于说产品有了身份证。”

“肉类追溯体系在我国主要的农贸市场已经基本形成。”商务部原市场秩序司副司长、全国双打办公室副主任李振中向国际商报记者介绍,早在2010年,按照党中央、国务院的部署,商务部、财政部率先在上海、大连等10个大中城市开展肉类流通追溯体系建设试点。在第一阶段试点工作的五年时间内,追溯体系覆盖了全国的省会城市、直辖市以及上百个重点地级市。

2016年,国务院办公厅发布《关于加快推进重要产品追溯体系建设的意见》,商务部在前期示范工作的基础上围绕七大类产品着力开展追溯工作。

“十多年来,相关追溯服务企业从最初的上百家发展到上千家、上万家,追溯业也成为在统计局立项的一个独立行业。”李振中表示,食品安全整体治理水平已取得了长足进步,瘦肉精、注水肉、健美猪等在人民生活中逐渐消失。而在本次疫情中,追溯体系更为农贸市场疫情防控加了一把“安全锁”。

人们对食品安全的持续关注推动了产品追溯、质量检测、环境消杀、责任保障等食品安全保障机制的不断进步。北京农学院首都农产品安全产业技术研究院副院长赵春雷对国际商报记者表示,农贸市场不应仅停留在提供商品流通空间服务的初级阶段,更应围绕商品流通开展空间、交易、信用、金融、物流等全流通要素经营,以及产品、环境、秩序、人员、场地等全方位的安全保障管理。

为保障农贸市场的农产品质量安全,北京农学院首都农产品安全产业技术研究院推出了“农安云”平台。“农安云”平台以自主研发的多维码技术为基础,集成码上合格证、码上追溯、码上保险、码上监督以及光谱快检、环境消杀等服务,为农贸市场提供了以产品安全保障为核心的综合解决方案。值得注意的是,其码上保险系统联合人保、平安、阳光三大保险公司推出产品责任险,共同为农贸市场的产品质量和产品责任保障保驾护航。



特斯拉“砍单”, 刀锋所向谁更伤

■ 本报记者 李子晨

8月14日,特斯拉拒绝向一位湖北消费者交付Model 3新车的新闻引发舆论关注。

据悉,这位消费者是在特斯拉官网上下单,购车合同上也是交易双方的名字,但在支付环节上的弯弯绕绕让特斯拉“绕不出来了”,认定这位车主“涉嫌违反了特斯拉禁止转卖条款”,因此决定“砍单”不交车。

而事件的起因还要追溯到更早。7月22日拼多多上线了一个特斯拉秒杀万人团活动,活动页面显示,拼多多与平台商家宜买车合作,为消费者提供了2万元的现金补贴。而这位湖北消费者成了活动的五名幸运儿之一,其买车的动力也是因拼多多的补贴,原价27.115万元的Model 3只需25.115万元即可入手。而对特斯拉支付的27万元车款由拼多多代付。

如果互联网时代的记忆足够长,相信有人会记得这个团购一上线,特斯拉官微就发声急于撇清关系,称“未与拼多多就该团购活动有任何合作或任何形式的委托销售服务,亦未就此次团购活动向拼多多销售过任何本公司生产车辆”。

按照老美“钢铁直男”的思维,这一公开表态,依据商业原则,这个“师出无名”的团购活动就得叫停了,消费者也会“擦亮眼”。但中国市场的多元化和中国企业的“新玩法”,让特斯拉开了眼。

不拥有车源,也能激起消费者的购买欲;没被授权,也能既保证正品交易又赚得眼球……这让价格体系透明、只做直营直销的特斯拉感觉“受了伤”,为了捍卫调性,不为第三方左右,只得作出“砍单”的选择。

但显然这是一个下下策的选择,品牌商对渠道商的不满,对平台营销的气愤,没有公对公,却让消费者裹挟其间。此事一出,“凭什么直接向消费者开刀”“不妨对消费者多些善意”……舆论似乎有一边倒的态势。而法律界人士也都在为这一交易的“正当性”站台。

北京市法学会电子商务法研究会会长邱宝昌认为,拼多多及宜买车和消费者之间的关系不是特斯拉车辆的买卖关系,双方是委托支付的关系,受消费者委托,代为支付了汽车价款。特斯拉的条款中并未禁止消费者在购车时找第三方代付,因此车主的行为并不违反“禁止转卖”条款,特斯拉单方面拒绝交付才是违约。

知识产权律师游云庭则表示,特斯拉订购条款中有“对于其他任何我司认为有其他非善意的订单,我司有权单方面解除本协议”的约定,虽然特斯拉可以给出很多非善意的说法,如未经授权销售、未经授权进行市场活动、代下单违反销售政策等。但为维护交易安全,我国法院对于已经缔结的合同的解除向来持非常慎重的态度:如果一方要解除合同,必须给出非常有力的依据,要证明拼多多代下的订单是构成非善意目的的订单,应当证明这个非善意目的订单给特斯拉利益造成了重大损害。而就目前的事实来看,这个证明的难度是相当高的。

当然,拼多多更在理直气壮地撑消费者:“消费者在与特斯拉交易前已主动告知了特斯拉,自己接受了拼多多的补贴,会由拼多多代付完成付款。消费者确系是本人在特斯拉官网下单,独立签署订购合同,并且不会转卖,只会自用情况下被特斯拉明确拒绝交付的。因此,我们支持消费者依法维权,并将积极落实车辆交付工作。消费者理应被善待。”

但也有人认为拼多多组织的这一万人团本身提出了质疑。中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江撰文指出,万人团购特斯拉活动,拼多多并没有准备好团购车辆,也无法保证团购活动得到有效落实,很可能从一开始就是一个炒作噱头。最终其只是提供5台车的补贴指标,并用这些消费者的信息替其下单。如果活动方事先没有将这些信息真实、全面地告知消费者,很可能对消费者造成误导,涉嫌侵犯消费者知情权,甚至可能构成欺诈。

而事件最新的进展是,8月16日,一位来自上海的秦先生表示已经成功提到特斯拉Model 3。据悉,秦先生也是拼多多“限时秒杀”团购特斯拉的幸运儿之一,在抢到团购资格后,他授权宜买车以自己的邮箱与个人身份信息,在特斯拉官网下单。“我可以随时登录账号看到订单明细,付款金额是27.155万元,的确补贴了2万元。之后对接特斯拉官方销售人员,他们服务态度都挺好的,约定提车时间后,也提前办理了保险。”

而一位接近拼多多的人士称,这位上海车主秦先生与武汉车主的购车流程一模一样。“宜买车用一个账户给特斯拉打了三笔订单,在‘砍单’武汉车主后,也锁定了上海车主,但销售告知武汉车主‘公司已经开始在全国查封付款账户,只能让朋友(宜买车)退款给你了’,但上海车主就提车了,这似乎是对消费者存在双标。”

目前,还有三台“前途未卜”的Model 3等待交付。不过,此事说来说去,被标的、被架住、被吐槽有“走量”红利都不领情,甚至或许官司怎么打都赢不了的是特斯拉,而拼多多则再次展现了它的精明灵光,只花了2万元就做到了上调性、出话题,及消费者之所及,以至为消费者代言如此多事。两个完全不合拍、看似八竿子打不着的对立面,却由此捆绑,这估计是特斯拉最介怀的,就算“硬刚”都想摆脱的。

反对浪费,餐饮业合力出击

■ 本报记者 李子晨

“鼓励消费,并不是鼓励浪费。乱点一气,并不是真的阔气。”年近60的景女士退休前在一家饭店上班,对于餐饮浪费现象,她看在眼里,急在心里,“对于点餐吃不完也不打包,一大桌子菜白白被倒掉的行为早该管管了。只能要求自己和家人多注意”。

但几天前,景女士和家人在外就餐时却发现不少餐厅门口都新添了“厉行节约、反对浪费”“光盘行动”等宣传海报,点餐时也被提醒可以点半份菜、小份菜。“听旁边收拾桌子翻台的服务员说,这两天大多是光盘,好收多了,垃圾也少多了。”

“餐饮浪费现象,触目惊心、令人痛心!”习近平总书记近日针对餐饮浪费现象作出的重要指示,也在餐饮业掀起一股杜绝浪费、倡导节约的新风。社会团体、相关行业协会和餐饮企业纷纷行动起来,发布倡议书、引导合理消费,以在全链条节约、反浪费。

团体、协会齐倡导

据报道,中国餐饮业人均食物浪费量为每人每餐93克,浪费率为11.7%,大型聚会浪费达38%,学生盒饭有1/3被扔掉。初步测算,2015年中国城市餐饮业仅餐桌食物浪费量就在1700万至1800万吨,相当于3000万至5000万人一年的食物量。杜绝餐饮浪费,不仅关系到改变消费陋习,更指向粮食安全这个事关国运的重大命题。

制止餐饮浪费行为,培养节约习惯,8月12日,中国商业联合会、中国连锁经营协会、中国烹饪协会、中国饭店协会联合美团点评向全国餐饮行业发出倡议,提出要弘扬节俭美德,倡导文明风尚;转变经营方式,推动健康消费;加快创新步伐,满足餐饮需求;建立惩戒机制,制止浪费行为;倡导信息透明,方便顾客选择。

中国烹饪协会相关负责人表示,自2013年以来,在各级政府部门和行业协会的共同推动下,众多餐饮企业积极响应,通过张贴宣传标语、放置提示牌等形式,营造了避免餐饮浪费的良好氛围。当下,要进一步创新宣传手段,利用企业宣传屏幕、公众号、小程序、直播等方式,将倡导文明风尚,厉行节约的行动推向深入。同时,餐饮企业要总结“光盘行动”的经验和成果,在开发小份菜和套餐、提供公筷公勺、分餐制服务上不断推陈出新,将转变经营方式与满足消费者需要相结合,将提升经济效益与推动健康消费相结合,回应和满足社会期待。

8月14日,全国工商联餐饮业委员会也向所有委员单位发出倡议,要加强行业自律,将制止餐饮浪费纳入到餐饮生产、加工、服务的全过程。要营造理性消费环境,在餐厅摆放“节约食物、杜绝浪费”“适量点餐、剩餐打包”提示牌或宣传画,引导消费者适量

点餐,剩餐打包,不误导消费者超量点餐。

而针对餐饮浪费现象,中国演出行业协会网络表演(直播)分会也于日前发文,提示各会员企业进一步加强直播内容管理,坚决禁止在直播中出现假吃、催吐、猎奇、宣扬量大多吃、暴饮暴食,以及其他铺张浪费的直播行为。同时也提醒广大美食类主播,追求刺激、过度娱乐、博取眼球、“舌尖浪费”等行为不可取;推荐美食、分享快乐、适度适量方能行稳致远。

企业、平台共响应

餐饮浪费的根治,引导、提示很重要。“我们从8月12日起,要求各门店要重点执行这几项工作:在门口设置醒目的‘半份菜 吃饱饱’等海报招贴,在点餐时要温馨提醒消费者适量点餐,用餐后要提醒消费者打包等。”眉州东坡相关负责人对国际商报记者说,“我们还特制了光盘奖励,对于点餐吃光的消费者,给予6元小饭票,可以下次消费抵用。”

据记者观察,眉州东坡新推出的半份菜多是消费者最常点的菜品,包括尖椒土豆丝、麻婆豆腐、东坡扣肉、干煸豆角、辣子鸡丁等,价格在9.9元到24.9元不等。

百胜中国旗下肯德基则在官方微博上作出了“拒绝浪费”的响应。其以漫画的形式介绍了一颗生菜和一只白羽鸡的生长过程,落脚于营养来之不易,不能轻易浪费,倡导“每‘食’每刻,节约护粮”,并邀请网友在评论区打卡接力“我承诺拒绝餐饮浪费”。

“倡导‘光盘行动’是企业近年来一直在做的事。”北京华天饮食集团相关负责人表示,旗下门店均在醒目位置设置了文明餐桌公约、倡导节约等宣传品,鼓楼马凯餐厅、华天二友居肉饼、庆丰包子铺等门店也通过倡导适量点餐、

剩餐打包等举措来倡导节约、避免浪费。在宴请、聚会比较多的节假日,不少门店还通过给光盘的消费者发红包、提供优惠菜品等措施鼓励消费者节约不浪费。

厉行节约不止在点餐环节,在餐饮后厨,不少企业也通过提高食材出成率和利用率来减少厨余垃圾。无独有偶,同和居饭店也有不少提高食材利用率的高招。该店每日接待消费者数千人,食材使用量很大,为了减少浪费,店里发动厨师不断进行菜品创新,提高食材利用率,如常见的食材笋,将笋身做成干烧冬笋,将笋尖作为糟溜三白的辅料;又如将雪梨挖出来的球做成醉雪梨,将其余部分熬成雪梨银耳汤等。

作为餐饮行业不容忽视的一部分,外卖平台也是减少餐饮浪费的主要阵地。日前,饿了么表示,今年以来,已有近60万餐厅响应号召,主动推出半份菜、半份饭。8月,饿了么还与星展银行合作,推出“半份计划”,消费者购买商家推出的“公益半份”餐品,即可捐出相应款项用于贫困儿童营养餐公益捐赠。

美团点评相关负责人表示,美团积极推动餐品信息标准化,平台合作商家也通过实践、创新参与到“食物保卫战”中。有的商户会通过优化菜单为消费者提供更清晰的信息和更多样的选择,辅助消费者做出准确决定,避免食物浪费。