

**俗**话说得好,“民以食为天,食以安为先”。依靠消费者高频次和重复的使用与消耗,快消品在我们日常消费中的占比具有相当规模,与我们的生活息息相关。而其中的食品安全,更是事关广大消费者的生命健康。

■采写:新快报记者 杨澍 ■图片:廖木兴

食品安全隐患依然是快消痛点,大品牌并非“绝缘体”

# 织密食品安全法网 守护“舌尖上的安全”

行业痛  
点

## 质量不合格首当其冲

随着行业的快速发展,快消品质量问题、尤其是食品安全问题层出不穷。2021年5月,雅培生产的1段900克婴幼儿配方奶粉被国家市场监督管理总局检出极微量香兰素(一种可食用香料,编者注),违反了食品安全标准规定,被上海市市场监督管理局开出909万元罚单,并没收违法所得343万余元。我国明确规定,对0至6个月(1段,编者注)的婴幼儿配方食品,不得添加任何食品用香料。今年2月,因牵涉4起婴幼儿感染病菌事件的投诉,美国雅培公司主动召回部分产品,美国食品药品监督管理局(FDA)对相关投诉进行了调查。据报告,这4名婴儿均食用了美国雅培公司在密歇根州斯特吉斯工厂生产的奶粉。雅培中国官网随后发布公告主动召回相关产品,海关总署更是发布公告,提醒消费者“暂不通过任何渠道购买”以及“立即暂停食用”美国雅培旗下相关婴幼儿产品。

无独有偶,不久前申请境外上市的餐饮品牌杨国福麻辣烫也在食品安全环节上频频爆雷。2021年7月,广东省市场监管部门根据汤料污秽不洁等食品安全线索,对深圳市杨国福麻辣烫店进行现场检查并予以查封,罚款5万元;去年12月,北京消协曝光存在食品安全问题的企业名单,杨国福麻辣烫又因多次被投诉却屡教不改、被曝“汤料污秽不洁”“汤汁里漂浮着苍蝇”等问题而“榜上有名”。

## 售卖变质过期食品不鲜见

使用或者售卖过期食材、食品直接威胁到消费者身体健康,是触及消费底线的行为,可仍有经营者在利益驱使下铤而走险。

去年11月,网友爆料称,吉野家使用过期的白菜、菠菜,油类没有检测标准,旧油添加新油继续使用,油质严重发黑。随后吉野家收到市场监督主管部门约谈指导,吉野家(中国)投资有限公司在官网发布致歉声明,称对涉事门店已停业整顿,并且成立了紧急品质管理专项组进行调查。

作为咖啡行业头部品牌的星巴克去年12月也翻车,无锡两门店存在更改食品原料内控期限标识、使用超过内控期限原料的行为。

新式茶饮也是食品安全问题高发地带,奈雪的茶上海长治路店因抽样茶饮菌落总数项目不合格,被上海市市场监督管理局罚款5000元。时隔不久,上海南京西路分公司又因销售已超过标签上的保质期蛋糕,被罚款5万元。

去年8月,有着十多年品牌历史的连锁餐饮品牌“胖哥俩肉蟹煲”被曝存在严重食品安全问题。有媒体卧底其北京合生汇店、凯德mall大峡谷店后厨,发现存在死蟹

监管发  
力

## “两高”发布司法解释,守护“舌尖上的安全”

企业被曝光食品安全问题后,道歉+承诺似乎已经成为了标准流程,但等风头一过,依旧我行我素。2021年1至9月,全国检察机关共起诉危害食品安全犯罪9442人,同比上升21.7%。当前食品安全犯罪呈现三方面新特点:一是非食用物质在食品中被非法使用或滥用;二是通过网络直播、微商等方式层层销售;三是犯罪产业化、链条化趋势明显。

要解决食品安全所面临的问题,不仅要在食品生产制造方面下功夫,还要强化政府在监督与管理方面的作用,完善相关的政策,建立健全的法律法规,同时提高食品行业经营者以及广大消费者对于食品安全的重视程度和法律意识。

2021年12月31日,最高人民法院和最高人民检察院联合发布新修订的《关于办理危害食品安全刑事案件适



当活蟹卖、变质土豆加工后继续上桌、鸡爪等熟制品即使变味儿依旧售卖等现象。

## 营销擦边球误导大众认知

随着大家对健康越来越重视,食品的成分表也越来越被消费者重视。配料表应该清清楚楚,添加了什么,没添加什么,经营者不应该利用信息不对称玩概念误导消费者,更不应该利用人们对营养健康的渴求进行炒作,从而达到营销目的。

去年4月,饮料品牌元气森林称在乳茶产品的标示和宣传中,没有说明“0糖”和“0蔗糖”的区别,容易引发误解。近年来,像“0蔗糖”“零添加”之类的概念被泛滥炒作,宣称“零添加”甚至成为不少品牌的营销法宝。商家利用消费者对健康的向往,玩起文字游戏,而消费者却因为搞不清概念,被误导消费,花了钱却没有买来健康。公开资料显示,“0蔗糖”只能说在加工过程中未添加蔗糖作为甜味剂,但并不代表该类饮品内不含有葡萄糖、麦芽糖、果糖等其他糖类。而“0糖”则要求每100克或100毫升糖含量不能超过0.5克,但也不是完全没有糖。2020年7月,市场监管总局发布修改后的《食品标识监督管理办法(征求意见稿)》中规定,对于食品中不含有或未使用的物质,食品标识不得标注“不添加”“零添加”“不含有”或类似字样予以强调。

**行业大数据**  
中国消费者协会公布的数据显示,在2021年商品大类投诉数据中,食品类以77301件投诉居于第三。在具体商品投诉中,食品投诉量排名第一,为59592件,较2020年同比上升23.33%。

## 行家支招

### 减糖需理性看待

在2021年食品安全与健康热点科学解读媒体沟通会上,中国食品科学技术学会副理事长、国家食品安全风险评估中心主任李宁对“营养标签的真假是非”进行了解读。李宁表示,预包装食品营养标签是消费者获取产品营养信息的最重要的途径,有利于消费者科学选择食品。真实、客观、规范地进行标示,保护消费者知情权和选择权,引导消费者合理选择预包装食品是食品生产企业应尽的义务,更是对消费者负责任的体现。食品企业应当依据我国《国家标准 预包装食品营养标签通则》(GB28050—2011),正确标示预包装食品营养标签。

中国工程院院士、国家食品安全风险评估中心总顾问陈君石则指出,“减糖”有益于健康,食品工业有责任提供减少或不含添加糖的新产品,同时,“减糖”产品配方设计不当,可导致不良反应,“0糖”不该成为商家宣传的噱头,减糖需理性看待。

用法律若干问题的解释》(下称《解释》),进一步织密依法惩治危害食品安全犯罪的刑事法网,为打击相关犯罪提供明确的法律依据。

针对“一老一小”食品安全保护的薄弱环节,《解释》从多方面作出规定。专供婴幼儿的主辅食品营养成分严重不符合食品安全标准的,应按照生产、销售不符合安全标准的食品罪定罪处罚;生产、销售不符合食品安全标准的婴幼儿主辅食品,将作为相关危害食品安全犯罪的加重处罚情节。此外,一些不良商家通过花样繁多的手段,虚构保健食品具有包治百病的神奇疗效,欺骗老年人高价购买。为惩治“保健品坑老”案件,《解释》明确规定,实施此类犯罪,符合诈骗罪规定的,依照诈骗罪定罪处罚。如果销售的食品不合格,同时构成生产、销售伪劣产品罪等犯罪的,依照处罚较重的犯罪定罪处罚。