

出重拳、下猛药 整治食品安全问题看变化

食品安全连着民心。近日,按照中央“不忘初心、牢记使命”主题教育领导小组部署要求、中央纪委国家监委机关统筹协调,国家市场监督管理总局、公安部牵头,会同教育部、农业农村部等 12 个部门,开展整治食品安全问题联合行动。联合行动出重拳、下猛药,真正让群众看到变化、感到温暖、得到实惠。

推动企业落实主体责任

10 月 16 日,“提升乳品质量企业公开承诺”活动在北京举行。伊利、蒙牛、光明等 12 家大型乳企负责人分别向全国消费者做出郑重承诺,严格落实企业主体责任,确保产品质量安全,接受社会监督。

中国乳制品工业协会联合来自全国各地的 77 家参会乳品企业共同发出了“提升乳品质量我们共同行动”的倡议宣言,在国内乳品业界引起强烈反响,各地乳品企业积极响应。

国家市场监督管理总局有关负责人表示,近十年来乳制品质量有很大提升,已经成为抽检合格率最高的食品之一。选择乳品行业进行承诺,是要对其他产品、行业起到带动作用。

企业食品安全主体责任有哪些重点?在食品安全管理制度落实中存在哪些不足?企业在原料进厂查验、生产过程质量控制、成品出厂检验、食品安全自查各环节中可能存在什么样的问题和隐患?乃至职工食品安全培训、食品安全岗位职责、考核机制等,不仅事关食品

企业自身发展,也是备受社会和群众监督的问题所在。

以湖北省为例,近期全面开展了网络订餐平台自查整改行动,全覆盖开展网上自查,全面下线不合规网络订餐经营者。截至目前,已线上审查商家 6.3 万家,实地核查 716 家,集中清理下线违规商家 350 家。湖北省市场监管局已责令订餐平台对 98 家标示虚假信息和 128 家无证、假证、套证、证照过期的违规商家立即下线。

以问题为导向措施更实

国家市场监督管理总局有关负责人表示,要把专项整治工作提高到主题教育能否见实效、漠视侵害群众利益的问题能否切实解决的高度,用最坚决的态度、最有力的行动、最严格的执法,全面组织实施联合整治行动。

专项整治聚焦“五个一批”,全面梳理在监督检查、抽检监测、案件查办、投诉举报、媒体曝光等环节发现的问题线索。对发现的重大违法违规行为,落实“最严厉的处罚”,一查到底,绝不姑息。

对于食品生产经营环节违法违规行为,“黑工厂”“黑作坊”“黑窝点”问题,突出重点区域、重点场所、重点环节、重点品种、重点企业,全面排查线索,坚持“查源头、破网络、擒主犯”的办案要求,对违法犯罪行为一查到底。

在保健食品行业专项清理整治中,对检查发现的违法违规行为,及时立案查处,杜绝不符合要求的保健食品流入市场、继续销售。

关于校园食品安全问题,进一步强化学校食品安全主体责任落实,严肃查处违法违规行为,积极构建“互联网+明厨亮灶”智慧管理新格局,大力推进校园食品安全社会共治。

对于农产品质量安全问题,强化源头治理和部门协作,集中查办一批农产品质量安全违法案件及生产经营假劣农药、兽药违法案件,惩处一批违法犯罪分子。

公安部有关负责人表示,要坚持“什么犯罪突出就坚决打击什么犯罪,哪里问题严重就重点整治哪里”,深入分析本地食品安全犯罪的突出问

题和规律特点,通过广泛走访摸排,发动群众举报等方式,及时发现掌握犯罪线索,细化明确整治打击任务。专项行动全面梳理案件查办、投诉举报、媒体曝光等线索,将 4 项整治重点细化为 19 类突出问题,逐项制定整改措施,以问题为导向,一抓到底,措施更实。

整治行动可检验、可评判、可感知

这次专项整治,各级前后衔接、上下联动、左右协同、整体推进,集中整治食品安全突出问题。各地按照四部门《关于在“不忘初心、牢记使命”主题教育中开展整治食品安全问题联合行动的通知》提出的要求,排查风险隐患,严打违法犯罪行为,完善制度机制,真刀真枪解决问题,坚决捍卫食品安全,切实维护群众利益。“守初心、担使命,找差距、抓落实”,这些部门联合推进食品安全治理,充分体现党中央维护人民群众食品安全的坚强决心和有力举措。

公安部有关负责人表示,要在已有基础上再鼓干劲、再

接再厉,以更大决心、更硬措施,全力推动联合行动深入开展。进一步强化组织领导,特别是涉及行业“潜规则”、黑恶势力及其“保护伞”的重点案件,要加强立案侦办,确保打击力度和实效;进一步强化破案攻坚,着力提升问题线索发现和打击能力;进一步强化协同整治,加强警政协作、警企协作、警民协作、健全完善行刑衔接等工作机制。

国家市场监督管理总局有关负责人表示,将按照党中央决策部署,围绕人民群众关心的操心事、烦心事、揪心事,具体在三方面下功夫。聚焦“可检验”,紧盯标志性成果,量化目标、分级认领、限期见效;聚焦“可评判”,动员全社会参与,加强食品抽检,及时公布抽检结果,并将联合行动纳入对各省级人民政府食品安全工作考核;聚焦“可感知”,重点销毁一批假冒伪劣产品,取缔一批违法违规主体,查处一批违法犯罪分子,曝光一批典型案例,完善一批长效机制,宣传典型经验和好的做法。

/ 新华社

“双11”过后 快递纸箱去了哪儿?



刚刚经历了“双11”,快递这两天陆陆续续送到了家。满心欢喜拆开层层包裹的商品时,很多人也忧心,这些快递包装垃圾最后都去了哪里?快递行业“绿”到什么程度了?

快递包装垃圾处理仍是难题

菜鸟网络科技有限公司最新数据显示,“双11”当天,仅天猫的订单就达12.92亿件。事实上,从2012年的56.9亿件,到2018年的超500亿件,近些年我国快递单量快速增长。业内人士预测,2019年快递单量更将突破600亿件。快速增长的快递单量背后,是快递包装垃圾的爆发性增加。

快递包装主要以瓦楞纸箱和塑料袋为主。根据中华环保联合会等机构近日联合发布的关于中国快递包装废弃物产生特征与管理现状的报告,通过从业者估算以及抽样称重,纸

箱类包装废弃物只有不到5%被重复使用,更多的纸箱是被回收,约占80%。

然而从环境角度,业内人士更建议纸箱重复利用,而非回收。回收的话,纸箱粉碎成纸浆重新生产的过程中,仍然会带来大量的碳排放。

快递的塑料包装垃圾,目前来看,主要是塑料薄膜、填充料和透明胶带。根据上述报告,分别约占塑料包装的60%、18%和9%。这些塑料包装价值低、回收难度大,更多是作为生活垃圾被焚烧或者填埋。然而无论是消费者,还是各类电商平台卖家,都存在过度包装的倾向。

此外,中华环保联合会国际合作部副部长倪焱认为,一些快递包装中使用的塑料薄膜质量堪忧。“这些薄膜约70%是由再生料直接再生,呈现灰色或黑色;约25%由再生料和少

量原料混合生产,一般呈现黄绿色。由于包装材料多由商家自主进货,他们倾向于选购价格较低的包材,再生料来源不明,生产过程中可能造成环境污染,也可能对接触该类材料的消费者和快递员的健康产生影响。”

快递行业全面“变绿”不容易

事实上,随着快递物流行业的“绿色化”引起社会关注,目前包装、配送、回收各环节都已经有了一些举措。

如“四通一达”等快递企业在快递收发点设置了回收箱,鼓励居民将完好的纸箱送回,促进循环使用;两联电子面单正在替代原有的四联手写单,中国快递协会副秘书长杨骏介绍,目前行业内电子面单普及率超过90%,用纸比原来节省至少40%;给胶带“瘦身”,缩减胶带宽度;以大颗粒气体填充物代替

小颗粒填充物;推出“可降解”包装袋等。

但在具体实施过程中,却仍存在一定难度,还需要快递企业、电商平台与商家、消费者等多方共同参与。

——用户配合意愿低。以纸箱的循环使用为例,深圳大学在快递的收存点设置了回收箱,鼓励学生现场拆快递,但出于方便或隐私等方面考虑,高峰期一小时内取件人数约170人,仅有7个现场拆解。

——快递网点回收存储不便。有快递公司表示,快递站点空间窄小,没办法储存大量回收再利用的纸箱;此外,电商平台及快递公司对纸箱回收再利用尚无明确的激励政策,站点缺乏回收动力。

塑料类的快递包装,则面临更大的循环使用难题。据菜鸟介绍,目前“一些末端网点也对填充物进行回收”,但这些填充物更占空间,无疑增加了存储难度。此外,由于塑料的回收价值低,绝大多数包装塑料无法进入回收渠道,与其他生活垃圾一起,被焚烧或者填埋。

——过度包装常见。商家和消费者多有“多层包装才能保证产品的安全无损”的心理。目前来看,快递公司、电商平台对商家的包装方式均无特定的要求。

——可降解塑料袋成本高,降解效果待验证。菜鸟绿色行动负责人牛智敬表示,环保快递袋的市场价格,约为普通快递袋价格的1.5倍到2倍。上海市绿化市容局环卫处处长徐志平则认为,市面上的可降解塑料质量参差不齐,工艺颇多,能否完全降解存疑。

盼“强制性标准”“新业态探索”双管齐下

针对这些快递行业“变绿”的瓶颈,业内人士建议细化行业标准的同时,利用市场化手段探索快递的新业态。

倪焱认为,目前国内针对减少过度包装、提高回收和再利用率等政策法规,“均以倡导为主,缺乏相应强制或激励性政策,造成电商平台、快递公司包装绿色化革新动力不足。”

快递公司也认为推广绿色包装,需要在全行业同时强制推进,“目前国内快递行业竞争激烈,利润摊薄,使用绿色包装意味着企业成本增加。除非整个行业统一推进,单独某家企业难以承受市场压力。”牛智敬说。

倪焱认为,“当前阶段我们暂无快递行业包装环保标准,不少快递袋来源不明,生产过程污染严重。”没有无用的垃圾,只有放错地方的资源,清华大学循环经济产业研究中心主任温宗国认为,“包装材料明确行业标准,将有效降低收集整理的难度和成本。”

有业内人士建议,将绿色包装作为快递企业从事快递经营的准入条件之一,推动绿色信息披露和消费端绿色选择。

此外,清华美院社会创新与可持续设计实验室协调人钟芳建议,建立包装材料回收机制和循环使用体系,鼓励探索新的快递业态。钟芳介绍,国外一些企业已经有了一些尝试,如宝洁、雀巢、百事等快消品牌与循环电子商务平台Loop合作,除了上门送货,Loop还上门回收用完的包装瓶,经专门的清洁后实现容器循环。

/ 新华社