

预制菜要吃得安全明白

近日,随着“315”晚上槽头肉梅菜扣肉的曝光,预制菜再次被推上了风口浪尖。这不是预制菜第一次登上热搜。过去一年里,围绕预制菜的争议一直没有中断过。

只需简单加热即可食用,省时省心省力,这是预制菜俘获年轻消费群体最重要的一个原因。然而伴随其“野蛮”生长,各种质疑也纷至沓来。江苏省消保委发布的2023年消费投诉和消费维权舆情分析报告显示,预制菜已成为2023年投诉的热门问题。一半是海水一半是火焰,消费端口碑两极分化表明,站上餐饮新风口预制菜还有诸多消费痛点亟待解决。

对于预制菜,消费者最担忧的莫过于食品安全问题。预制菜从原材料到加工再到售出,时空跨度较长,涉及环节众多。在此过程中,选材是

否新鲜、加工环境是否洁净、冷链运输是否有保障等,任何一个环节出现问题都会直接影响食品的安全性。为此,既需要整个产业链条的从业者齐心协力,共同筑牢预制菜安全底线,也需要尽快健全预制菜食品行业质量追溯体系,确保预制菜从生产到消费的每一个环节都安全可控。

在确保食品安全的同时,如何平衡高效便捷与健康美味是预制菜产业面临的另一只“拦路虎”。相比即时烹饪,由于加工和储存方式的特殊性,预制菜不可避免地牺牲一部分食材的新鲜度和口感,并造成一定的营养流失。不仅如此,为了特殊的味道和更长的保质期,一些低质预制菜高油高盐高糖,甚至不惜加入大量防腐剂、添加剂等“科技与狠活”,更让消费者顾虑重重。对此,预制菜企业要

努力精进冷冻锁鲜、贮藏、灭菌等技术,从根本上保障预制菜还原度、保鲜度的同时,不断改进口味,将“方便菜”做成健康菜、美味菜。

有网友表示,不是不能接受预制菜,只是不能接受在不知情的情况下吃预制菜,“有种被欺骗的感觉”。许多受访者之所以抵触餐厅和外卖渠道的预制菜,主要原因在于商家没有尊重消费者的知情权与选择权。如果商家使用预制菜,不妨大大方方明示提醒,这既是对消费者知情权和选择权的尊重,也是消解抵触情绪、化解信任危机的必要举措。

无规矩不成方圆。当前预制菜行业乱象频生的另一个重要原因,是相关标准的缺失,导致预制菜生产过程缺乏统一规范,产品质量难以有效保障,从而制约了产业健康有序发

展。守护“舌尖上的安全”,呼唤细致可控的预制菜产业国家标准早日出台,对预制菜生产、加工、运输、微生物指标、添加剂指标等关键环节以及技术要素形成有力规制。

日前,市场监管总局等六部门联合印发《关于加强预制菜食品安全监管促进产业高质量发展的通知》,聚焦预制菜标准体系建设、食品安全监管等4个方面,首次在监管层面对预制菜原料辅料、预加工工艺等进行了界定。我们期待相关企业严格落实食品安全主体责任,切实保障预制菜产品食品安全,也期待相关部门合力推进预制菜国家标准体系建设,加大监管和违法处罚力度,护航预制菜产业行稳致远。

沈慧



严打农资“忽悠团”

网上销售的种子、化肥等农资产品,是否让人放心? 购买明显低于市场价的农资产品,是否存在风险? 对此,农业农村部、市场监管总局、公安部等七部门将围绕“忽悠团”进村兜售化肥、网络超区违规销售等突出问题,启动专项整治行动。当前正值春耕备耕关键时期,是种子、肥料、农药等农资购买使用的高峰期,开展专项整治行动对维护农民利益、保障国家粮食安全、提升农产品质量、促进农业可持续发展以及加强动物疫病防控等方面都具有重要意义,也为春耕生产和粮食丰收保驾护航。接下来,有关部门要发挥好部际协调机制的作用,及时开展形势分析、信息通报、会商研判、联合督办,切实净化农资市场,维护农民权益,为抓好粮食和重要农产品生产提供保障。

(文/时锋 图/朱慧卿)

餐饮业“减塑”需形成合力

伴随各大城市咖啡店和新茶饮店的快速扩张,一次性塑料杯消耗量持续增加。近日,北京、深圳等地纷纷开展“自带杯行动”。但就目前而言,参与的消费者仍然偏少,还需进一步鼓励倡导“减塑”行为,助力塑料垃圾源头减量。

一次性塑料杯的危害不容忽视。报告显示,仅去年新茶饮行业至少使用72.5亿个塑料杯等塑料制品。这些

塑料因价值低等原因难以进入回收体系,自然降解也十分困难,只能采用焚烧或填埋方式,这会给土壤带来长期损害。塑料微粒进入海洋后,也会给海洋生物及自然岸带来伤害。

要加强源头减量。部分商家为降低成本,杯托、杯托、勺子等餐饮用具仍选择不可降解塑料制品。因此,要按照国家发改委等部门2020年发布的《关于进一步加强塑料污染治理

的意见》和北京等地“限塑令”的要求,在建成区、景区景点的餐饮堂食服务禁止使用不可降解一次性塑料餐具。应进一步明确饮品店如何禁用和替代使用不可降解一次性塑料杯,从源头减少用量。

要做好末端回收。塑料制品企业需念好“回字诀”,可更多生产加工透明度高、少色彩包装的易回收、易再生产品,并鼓励现有销售网点开展

回收工作。同时,加大技术创新力度,降低可降解材料的生产成本,让可降解塑料得到广泛应用。

要营造“减塑”氛围。这需要商家、消费者、媒体共同努力,广泛宣传“减塑”的环保意义,推出多种形式的“减塑”活动,推动全社会形成绿色环保新风尚。

刘瑾

平价自助餐崛起,消费理性回归

近年来,在餐饮市场的风起云涌中,行业的风向标悄然发生了显著的转向,引发了业界乃至消费者的深度关注。随着消费观念的转变和市场竞争的加剧,曾经备受追捧的高端自助餐正逐渐失宠,而平价自助餐以其亲民的价格和优质的服务悄然崛起,成为新的市场宠儿。(3月16日 南方周末)

这一变化并非偶然。数据显示,过去几年内,一些知名高端自助餐出现了顾客量显著下滑的现象,甚至在节假日也时常会出现空桌的情况。可见,在经济增长逐步放缓和消费者日益理性的情况下,人们不再满

足于单一的奢华体验,而是开始追求性价比和服务质量的双重保障。

高端自助餐虽然能够提供高品质的用餐体验,但其高昂的价格往往让普通消费者望而却步。与此同时,平价自助餐以其合理的价格、丰富的菜品选择和温馨的就餐环境,赢得了广大消费者的青睐。平价自助餐以自助的形式打破了昂贵标签,成为都市快节奏生活中的一股清流。

除了“同行”的衬托,平价自助餐的崛起还得益于餐饮行业的创新和变革。传统的餐饮企业纷纷转型升级,通过优化供应链管理,提高运营效率等方式降低成本,从而为消费者提供

更加实惠的价格。同时,一些新兴的餐饮品牌也凭借独特的经营理念和创新的运营模式,在平价自助餐市场中脱颖而出,吸引了大量消费者的关注。

当然,高端自助餐并不会完全退出市场。对于追求高品质生活的消费者来说,高端自助餐仍然具有独特的吸引力。然而,随着平价自助餐的普及和市场竞争的加剧,高端自助餐企业需要更加注重提升服务质量和创新菜品,以应对市场的变化和挑

战。同时,整个餐饮业也需要重新审视定位,提供更多元化的消费选项,以满足不同层次的需求。

未来,随着市场的不断变化和消

费者需求的不断升级,平价自助餐有望继续保持其强劲的发展势头,成为餐饮市场的重要力量。它不仅满足了广大消费者的日常需求,也推动了餐饮行业的创新和发展。但我们需要明白的是,无论是高端还是低端,餐饮的本质始终在于满足需求,所以,无论何种形式,只要真正抓住人心,都能在市场的浪潮中找到自己的位置。这场由消费者决定的餐饮革命,无疑是对社会变迁的一种生动反映,也预示着餐饮业将持续向着更公平、更贴近生活的方向演进。

程彩奕

螺蛳粉岂能“人工”增臭?

近日,成都市市监局的工作人员巡查了一家评分为4.7分、月销四五千份的外卖螺蛳粉店。工作人员不仅发现该店的容器均许久未清洗,还发现了“螺蛳粉加臭剂”、食品添加剂香精等。目前,属地市场监管部门已对涉事企业涉嫌违法行为立案调查。

螺蛳粉以“臭”闻名,但这臭到底从何而来?从制作上来看,正宗的螺

蛳粉需要用螺蛳、酸笋等食材经过长时间熬制,其臭味是原材料发酵产生的挥发性物质。而所谓的增臭剂,有的是酸笋、海鲜酱以及香辛料调配加工而成的调味料,符合固态或半固态调味料生产标准;有的却是人工合成的化合物,存在一定的食品安全隐患。

那螺蛳粉中能否添加增臭剂?答案显然是否定的。一者,如果是

按正宗制作工艺,螺蛳粉本身就具有独特味道,根本没有必要加入任何增臭剂。二者,如果一些商家为了谋利而不顾道德,违规使用添加剂,那就有一定的安全风险。现实中,由于螺蛳粉制作过程较为繁琐,一些商家为了省工省料,会使用增臭剂来以次充好、以假乱真。这种

行为,不仅违反了法律法规,也误导了消费者对螺蛳粉的认知。长此以

往,劣币驱逐良币,又会危及行业本身。

食品安全无小事。不论是监管方还是消费者,都应对此类现象保持警惕。而当务之急,则是要全面排查相关市场,“挖出”不良商家,依法打击鱼目混珠的不法行为,才能防止隐患“爆发”。

虎亚男

《经济日报》

做好农业社会化服务

农业社会化服务是解决“谁来种地”“怎么种好地”的有效途径。在春耕备耕的关键时期,习近平总书记近日在湖南省常德市鼎城区谢家铺镇粮食生产万亩综合示范片区考察时,强调要强化农业社会化服务。进一步推动农业社会化服务加速发展,为小农户提供更加专业化、科学化、高效化的服务,不仅会助力春耕生产,还将为粮食增产和农民增收提供源源不断的动力和坚实保障。

当前,我国处于传统农业向现代农业转型过程中,农业生产仍然以一户一亩小农生产为主。一方面,随着工业化城镇化的快速发展,农村青壮年劳动力大量外出务工,农村劳动力严重短缺,很多村庄变成了空心村、老人村,种粮职业化、老龄化、兼业化现象突出,“谁来种地”成为亟待解决的难题。另一方面,小农户生产面临土地细碎化、管理粗放、生产经营成本高、质量差、效益低等问题,防控生产风险、自然风险、经营风险能力较弱,成为制约现代农业发展、农民增收的最大障碍,“怎么种好地”也须予以足够重视。

强化农业社会化服务,重构小农生产方式,把小农户引入现代农业发展轨道,“谁来种地”“怎么种好地”等问题就会迎刃而解。

农业社会化服务能有效解决“谁来种地”问题。从已有的实践看,农业社会化服务组织可以为农户提供全程托管或者半托管服务。所谓全程托管服务,就是为小农户提供“耕、种、管、防、收、金融、保险”全产业链服务。所谓半托管服务,就是在充分保障农民经营自主权的前提下,为农户提供代耕代种、喷药灌溉施肥、机械收割等单环节托管、多环节托管、关键环节综合托管等多种模式服务。与土地规模化经营不同,农业社会化服务是在不改变土地经营权的前提下,广大农户实践探索出的一种农业规模化经营形式,既解决了农村劳动力不足的问题,还能让广大农户“离乡不丢地、不种保收益”,符合当前我国农业农村发展的实际。

农业社会化服务能有效解决“怎么种好地”问题。小农户基本都

会种地,其中不乏种地“老把式”,但生产管理粗放,生产效率较低,组织化程度低,难以跟上现代农业发展的步伐。与小农户相比,农业社会化服务组织的经营者分工精细,懂经营、懂管理、懂合作、懂产业、懂技术、懂市场、懂金融,还是新品种、新技术、新农机、新模式的推动者和实践者,能为小农户提供更加科学、专业、精细的服务,帮助小农户提升生产经营水平、增强抗风险能力,多种地、种好地。

农业社会化服务能有效解决土地细碎化问题。在广大农村,每家每户的耕地被分割在不同的地块中,东一块、西一块,无法集中连片生产,无法大规模机械化作业,无法大面积推广新品种、新技术、新模式,无法集中进行病虫害统一防治,无法集约化经营、标准化生产,导致农产品标准化程度低,难以保持农产品质量稳定性,难以打造农产品统一品牌。农业社会化服务可以在不改变农民土地承包权的前提下,把土地集中起来统一耕种、管理、收获、销售,实行标准化生产,打造农产品品牌,提高农业质量、效益和竞争力。

农业社会化服务可以有效帮助小农户降本增效。小农户生产规模小、分散经营,难以形成规模优势,不易通过大规模机械化作业降低机械作业成本。小农户对接“大市场”的交易成本较高,无法形成价格优势,在购买种子、农药、化肥等农资和销售农产品时议价能力不高,买啥啥贵、卖啥啥贱,导致种植成本上涨、收益下降。农业社会化服务组织有比较强的资源整合能力,产前通过集中采购农资提高议价能力,降低农资采购价格;产中通过提供规模化、集约化、机械化服务,减少种子、农药、化肥使用量,降低机械作业成本,实现降本增效;产后通过提供专业化的清理、烘干、储存、销售等服务,减少产后损失,适时适价售粮,助农减损增收。

农时不等人,春日胜黄金。各地要不断提高农业社会化服务水平,用服务助农促春耕,用技术强农助春耕,有序推进春耕备耕,为全年粮食丰收奠定坚实基础。

坊间杂议

以品质优势塑造品牌优势

□杨开新

今年中央一号文件提出,鼓励各地因地制宜大力发展特色产业,支持打造乡土特色品牌。数据显示,近年来各地已建成180个优势特色乡村产业集群,全产业链产值超过4.6万亿元,辐射带动1000多万户农民。其中,特色农产品越来越受欢迎,满足了不同地域、不同群体的多元化消费需求,在巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接上发挥着积极作用。

不过,对标高质量发展要求,一些特色农产品在快速发展的同时还有不少短板需要补齐,难点是如何确保优质优价。例如,宁夏枸杞特色鲜明、声名远播,最新数据显示,宁夏枸杞保有面积32.5万亩,全产业链综合产值达290亿元;但品质良莠不齐、低质高价等现象仍然存在,这既扰乱了市场秩序,又影响到声誉形象。因此要擦亮本地“金字招牌”,除了做好宣传推介外,还需聚焦“土”“特”“产”等特点,闯新路,将品质优势转化为品牌优势。

一是在确保品质上下功夫,成为“严选”“优选”。农产品质量既是“产出来”的,也是“管出来”的,仅2023年我国就新认证登记绿色、有机和名特优新农产品1.5万个。离开品质谈产品发展,无异于缘木求鱼。在食品安全备受关注的当下,要从土壤、灌溉、化肥、农

药等诸多环节从严把控,确保农残等数据符合标准、高于期待。还要从加工工艺等环节加强行业自律,在应用现代技术的同时保持原汁原味、“土香土色”,不能让硫磺熏蒸等不良做法影响行业整体形象。

二是在扩大场景上下功夫,做到“常见”“常态”。同一产品,在不同场景的售价可能不同。仍以枸杞为例,多年来,“保温杯里泡枸杞”是人们对枸杞的固有印象,需不断扩大产品的覆盖面,提高产品的到达率和受欢迎程度。如今,宁夏枸杞正结合药食同源、国货潮品等趋势努力拓宽发展边界,枸杞原浆、锁鲜枸杞等新产品让枸杞有了更多新形态,受到更多人喜爱,也提升了品牌价值。

三是在提升档次上下功夫,实现产得优、卖得好。一方面,从区域层面实现整体跃升。聚焦提高农产品质量,提高农业竞争力,大力发展绿色、有机、地理标志和承诺达标合格农产品,加大区域公共品牌推广力度,降低运输、营销成本,确保优秀、道地的特色农产品优质优价。另一方面,提高经营主体

的发展能力。发挥龙头企业、规上企业等示范带动作用,加大科技创新和产品开发力度,向精深加工、高附加值方向转型,带动特色农产品产业链加速形成,支持特色农产品产业高质量发展。

(本版稿件仅代表作者个人观点)

征稿启事:

本版关注的是乳业界的热点话题,常有业内知名专家、学者参与话题的讨论。如果您有见解独到,论点鲜明,论据充足的稿件,欢迎您投稿。稿件请以电子版的形式发送。

邮箱:rysb2007@163.com