

“有个煤气灶,就能开餐饮店吗?”

——网络订餐平台乱象追踪

3月16日,针对被媒体曝光的“饿了么”网络订餐平台,各地纷纷开展调查和处罚。“有个煤气灶,就能开餐饮店吗?”上海市食药监局局长阎祖强认为:“网络订餐平台掌控食品安全的能力,与其扩张速度不匹配,导致问题一再暴发。”

记者调查发现,在网络订餐平台上,套证、借证等现象屡见不鲜,激增的客源令“黑餐馆”的卫生隐患放大,有关部门正加紧监管防控。

新食安法实施半年,违法案例屡见不鲜

2015年10月1日正式实施新修订的食品安全法中明确规定,网络食品交易第三方平台提供者应当对人网食品经营者进行实名登记,依法应当取得许可证的,还应当审查其许可证。然而,半年过去了,违法案例仍屡见不鲜。

2016年3月15日晚,北京市食品药品监督管理局会同通州区食品药品监督管理局,对位于通州区、朝阳区的5家通过网络订餐第三方平台线下无证订餐商户予以取缔。执法人员查封了违法生产经营场所,扣押了食品加工工具、食品原辅材料,调取了相关证据资料。对位于通州区三元村的无名商户等其他无证无证、利用“饿了么”等网络平台订餐的商户进行了查处。

上海市食品药品监督管理局16日通报,对“饿了么”去年11月末对人网食品经营者审查许可证、违反食品安全法的行为处以罚款12万元,对今年“3·15”期间被曝光的涉嫌违反食安法的行为约谈其主要负责人,并正式立案调查。

近年来,监管部门已经对网络订餐平台进行多次约谈,并出台送餐标准指南等一系列监管意见,开放了政府监管数据的接口。仅2015年10月至今,上海市食药监局已对“饿了么”“大众点评”“外卖超人”等订餐平台处以罚款共计36万元,并向外地移送了美团外卖、百度外卖2家外埠平台的违法线索。

线上餐厅乱象:“阴阳地址”“多店一证”“僵尸复活”

记者调查发现,一边是监管力度不断加强,一边是网络订餐平台上的“黑餐馆”伪装手法不断翻新。

记者设置了上海某地为送餐地址并登录网络订餐APP,点击快餐类美食并按照距离排序后,查询了排名前十的饭店,发现至少有7家出现证照不符或“阴阳地址”的现象:

“证照不符”。例如,曼玲餐厅用的是衡园酒家证件;徽州特色菜饭馆使用的是洞天酒家证件;南京汤包馆麻辣烫使用的是杂货店的执照。

“阴阳地址”。一些标称地址与实际地址严重不符合。实际位于高安路的精品牛肉面证照标称地址为长乐路;位于乌鲁木齐南路193号的Pizza Togo使用的是3公里之外黄浦区某地址证件;丰谷餐厅电话核实位置位于龙华中路510号,而证照标称地址却是浦东新区合庆镇;位于上海医学院路的永义家常菜,在“饿了么”有至少两个店名:一个是上海阿婆医学分店,证照标称地址为徐汇区龙华西路。另一个永义家常菜,证照标称地址则为平江路49弄。

此外还有“多店一证”。上海市宝山区方正路是一条有多个无证证照餐饮店的小路。这里的餐饮店大多只有几平方米,一个公共厕所夹在数家饭店中间,卫生条件恶劣。但不少小店门口都贴着已经加盟了“饿了么”和美团外卖的海报。一家名为四川麻辣烫的



有无证经营者两月违法所得21万元,线上线下监管应一视同仁

2015年12月,上海市食药监局曾委托第三方机构对美团外卖、百度外卖、饿了么等十大外卖平台上2000余家餐馆的许可资质进行网上监测,要求外卖平台对发现存在疑似无证、套证、假证、过期证等问题的餐馆,经核实后立即作下线处理。十大外卖平台根据要求,共下线问题餐馆760余家。

记者从有关部门获取的投诉情况显示,外送订单曾出现食物发臭变质、吃出图钉钢丝等异物等情况。这种“一人一灶”式的违规餐厅利润可观。例如,2015年7月至9月,上海泽杰投资管理有限公司就曾经在无证情况下,在上海经营了20家餐饮门店外送订单,不到两个月违法从事餐饮服务所得近21万元。

张旭豪在约谈中表示,公司将下线所有涉事违规餐厅,并开通24小时投诉热线。同时,将进一步升级入网餐饮审核流程,并且将继续排查存量餐馆的证照真实性,对“一店多开”、市场人员私自篡改商户地址等问题将加大核查和查处力度。

业内人士称,同时需要承认的是,第三方的网络订餐市场作为一个相对较新的业态,早期发展粗放,政策法规中也缺乏对网络交易平台的明确规定和具体要求,平台在早期对线上商户运营资质的审核、证照采集等工作没有一步到位。

“监管部门目前的思路就是,无论是线上还是线下,监管的原则应一视同仁。”阎祖强说,目前上海已经制定了《网络订餐食品安全监督管理办法》并公开征求意见,明确第三方平台应当对人网餐饮服务经营者进行实名登记。北京市食药监局也开始试行《北京市网络食品经营监督管理办法》,对全市网络食品交易提供者推行规范化管理。

据新华社

去年苹果大量上市时,每斤3.2元,紧接着价格一路下滑,现在降到每斤1.6元,且有价无市……今年,苹果生产大省山东多地面临“价低卖难”困境,仅淄博市沂源县就有5亿斤苹果储存在冷库待售。

“已开始亏钱了……没有那么多要果子的。”果农一筹莫展。为啥不好卖?记者调查发现,这是供需关系所致,专家建议果农充分利用互联网资源销售,长期来看,应对果品品质进行升级,满足不同消费群体的需求。

苹果丰收年遭遇“价低卖难”

走进沂源县中庄镇胡家庄村石虔岭果品冷库,成箱的苹果将四层仓库堆得满满当当。“我这个冷库容量600万斤,去年这时已销售一半了,而现在还有500多万斤。”冷库老板高明宝说。

沂源县是山东苹果种植大县。沂源县农业局提供的数据显示,2015年沂源县种植苹果30万亩,年产量8亿斤左右。去年10月苹果收获期后,全县实际储存苹果6.5亿斤,较往年储存量增加10.8%。但截至今年3月14日,共出库销售苹果约1.4亿斤,比往年同期偏少20%。

高明宝说,去年苹果大量上

市时,每斤3.2元,紧接着价格一路下滑,现在降到每斤1.6元,且有价无市。据中庄镇政府工作人员介绍,中庄镇一共有65座冷库,去年全部满负荷或超负荷库存,库存总量达到1.63亿斤,目前仅销售3700万斤。

“低价卖难”对果农收入产生较大影响。中庄镇青草裕村村民朱贵太的5亩山地共产出苹果4万多斤,目前全部存在冷库。朱贵太算了一笔账说,一斤苹果成本是1.3元。“目前价格是1.6元,但要剔除30%的因果,所以已开始亏钱了。关键是,这个价也很难卖出去,没有那么多要果子的。”

在终端市场,苹果的销售价格也有了较大幅度的下降。在济南市银座圣洋物流农副产品市场,一名杜姓苹果零售商告诉记者,目前济南市场烟台红富士80#以上标准苹果零售价2元-2.5元/斤,批发价1.8元/斤。“前两年的零售价格到了五六元钱一斤,现在价格越低反而越不好卖了。”

然而,在不少大中城市,苹果

苹果价格腰斩每斤1.6元

——山东多地苹果产区遭遇“价低卖难”

价格却居高不下。记者在北京等地超市发现,产地为山东的苹果售价多为5元-6元/斤。

供求失衡、惜售心理等因素为滞销主因

专家表示,部分农产品“价低卖难”是受“供给侧”和“消费侧”共同影响的:由于气候条件较好,不少农产品产量有所增加;与此同时,受国内经济下行压力加大、出口减少等不利因素影响,部分农产品消费较为低迷,这反映了市场经济供需关系造成的价格波动。

记者了解到,供应增多消费偏少导致苹果市场供求失衡。我国苹果产业近几年发展迅速,加上去年气候好,苹果产量增加明显。沂源县农业局局长耿益民表示,去年适逢苹果生产“大年”,就沂源来说,苹果总量比上一年度增产20%至30%。

“苹果不是生活必需品,社会低收入群体为节省开支,必然会减少消费。”苏桂林说,从消费情

况来看,目前全国大宗水果销售普遍不旺,与经济疲弱消费力下降、果品出口减少都有关系。

此外,农产品销售渠道单一、品牌化营销弱、产业化程度低,高端果品的数量较少,苹果不分级“论堆卖”现象较严重,部分合作社“有名无实”,无法给果农销售提供帮助。“我们的合作社确实更多注重在生产环节,在市场销售方面给果农没有大的帮助。”沂源县汇蒙合作社理事长朱贵义说。

专家建议利用电商销售,升级果品满足不同需求

部分果农担忧,一方面,苹果还有两个多月的销售黄金期,等5月中旬西瓜、樱桃等水果大量上市后,将大大挤压苹果的销售空间。另一方面,由于库存量较大,短期很难有价格反弹的空间。如果不能抓住这一时间加大力度采取有效措施,苹果卖难趋势可能进一步加剧,最终导致“果贱伤农”。

记者了解到,淄博市、沂源县

目前正通过加大宣传力度、着力开拓目标市场、发展直营直销和电商营销、组织营销座谈会等多种方式帮助果农销售苹果。

苏桂林等人建议,从短期来看,面对“低价卖难”困境,可通过推进爱心帮扶、拓展临时销售渠道、加大推介宣传力度等措施,组织企业、超市、批发市场等去产地市场进行收购。同时引导农民正确看待市场风险适时销售,以免形成更大损失。

此外,多位专家建议果农充分利用互联网销售。“互联网进入农业,会对农产品流通模式产生颠覆性影响,虽然目前所占比例低,但其成长性很快。”农业部农村经济体制与经营管理司负责人说。

山东省委农工办原副主任刘同理说,长期来看,要加大农民的“抱团”意识和水平,发展紧密型合作社,对抗市场风险;注重农业供给侧结构性改革,对果品品质进行升级,满足不同消费群体的需求。

据新华社