

七成持证餐饮企业尚未实施明厨亮灶

亮出“后厨”难在哪儿?

北京市食药监局8月下旬责任约谈餐饮企业海底捞，限其一个月内完成后厨可视化、信息化等全面整改，明厨亮灶话题再次引起社会关注。记者近日了解到，国家食品药品监督管理总局拟研究出台明厨亮灶工作指导意见，进一步加强对各地食品药品监管部门相关工作的指导。

据了解，2014年，国家食品药品监督管理总局已部署开展明厨亮灶工作，截至去年底，全国已实施明厨亮灶的餐饮服务单位占持证总数的27.52%。为何多数餐饮企业不愿意实施明厨亮灶？

推行3年多 只有近三成餐饮单位落实

在成都市大蓉和餐饮店，店门口的一块电子显示屏非常醒目。显示屏24小时实时直播该店后厨情况，厨师炒菜、服务员端菜等过程一清二楚。显示屏上还可以查询营业执照、服务人员健康资质、食材溯源等信息。

“顾客可以很直观地看到员工的操作是否规范，后厨卫生是否合格，是否有一些不应该出现的物品。”该店工作人员赵萍说，明厨亮灶对员工是一种监督，消费者的时刻关注

有餐馆称“没必要为了应付检查花钱改造厨房”

记者调查发现，虽然不少餐馆均在推进明厨亮灶，但部分餐饮单位有自己的“小算盘”，落实的主动性不够。

后厨因不规范不敢公开。成都市高新区桂溪食药监所监管员卢明说，很多餐饮单位后厨很简陋，卫生不达标，所以积极性不高。

一位负责安装监控探头的工程师介绍了一个细节：当大厨得知所有的市民都能随时随地看到后厨情况后，要求工程师“马上关掉”，得知无法关掉之后，大厨又提出，“就关半小时！我立即组织搞卫生，这样让老百姓看，我们的饭店

亮出后厨、加强管理 让消费者吃得放心

近期，一则山东网友跨省举报一家江苏餐馆的消息引发关注。这位网友通过“淮安透明食药监”网络平台发现，位于江苏淮安的一家全聚德加盟店后厨，画面中3个身穿厨师服的人疑似有不戴口罩、用手拿东西吃、配餐期间玩手机等不符合《餐饮服务食品安全操作规范》的行为。

科信食品与营养信息交流中心副主任钟凯表示，虽然明厨亮灶不是解决一切问题的



等多种形式，对餐饮食品加工过程进行公示，将餐饮服务关键部位与环节置于社会监督之下。

截至2016年底，全国各地已实施明厨亮灶的餐饮服务单位达90.26万户，较2015年同期增长115%，占持证餐饮服务单位总数的27.52%。

食药监总局食监二司有关负责人表示，通过推进明厨亮灶，消费者的知情权得到进一步保障，公众的社会监督热情得到提升。

让员工更自律。

在北京西单一家商场的餐饮区，记者看到，西贝莜面村、鼎泰丰的后厨完全开放，消费者可以清楚看到厨师、服务员的操作。

据记者了解，2014年2月，食药监总局部署各地在餐饮业开展明厨亮灶工作；从2015年起，正式在全国推广，推动餐饮服务提供者通过采用透视明档（透明玻璃窗或玻璃幕墙）、视频显示、隔断矮墙、开放式厨房或设置窗口

就来几次，没有必要为了应付检查花钱改造厨房。

——不愿增加投入。实施明厨亮灶需要投入资金购置、安装和维护视频传输设备等，需要时间进行厨房改造，部分餐饮服务单位不愿意增加投入。

——缺乏强制措施。《中华人民共和国食品安全法》第五十五条的规定，倡导餐饮服务提供者公开加工过程，公示食品原料及其来源等信息。公开加工过程不属于强制性规定。

食药监总局食监二司有关负责人表示，食药监总局出台的规章和规范性文件中均将餐饮服务提供者公开加工过程作为倡导性行为，不具有强制约束力。餐饮服务提供者有一个适应接受的过程，通过已实施企业的示范引领作用，覆盖面有望进一步扩大。

成都一家餐饮店负责人坦言，日常监管都是抽查，一年

“海淀阳光餐饮”手机APP平台，在申请办理食品经营许可的同时，需达到明厨亮灶硬件要求。

“再过几年，这些措施和设备可能会成为北京餐饮业的标配，没有这些标配，消费者就认为你不敢晒，可能就不去你的餐厅就餐，不敢晒的企业就可能被淘汰。”北京市食药监局餐饮服务监管处负责人段志永表示。

据新华社

无人超市，这一次中国为何又走在前面

几个月来，“淘咖啡”“缤果盒子”“F5未来商店”等各类“无人超市”在中国近10座城市迅速铺开。英国《金融时报》、美国《华尔街日报》等多家外国媒体日前纷纷报道这一“新气象”，认为中国将在又一个创新领域占得先机。

从微信的“国际化”到共享单车进入欧美，近年来中国的科技创新应用屡屡吸引世界目光。这背后，是中国不断提升的创新活力、巨大的市场体量和人才储备等优势。

超市“无人化” 科技“有门道”

店内没有服务人员，自助选取、自动结账，“拿了就走”。这种听起来有些科幻的购物场景，如今已经走进现实。

对于消费者来说，这种新式购物的好处在于方便快捷、优化体验。对于商家，则可节约成本。据测算，无人超市每个月的运营成本不到传统门店的15%。

这样一家小店，科技含量可不低。物联网、人工智能等，多种热门技术在其中各显神通。

去年年底，美国技术巨头亚马逊高调推出智能无人超市项目“亚马逊 Go”，可谓把各种“黑科技”用到了极致：货架上安装有红外传感器、压力感应装置、荷载传感器，智能摄像头进行人脸、图像和手势识别，计算机系统高速运转，处理海量信息……

但因为相关技术尚未完全成熟、店面改造成本过高等原因，亚马逊无人超市目前仍处于内部测试阶段。

中国目前推广开来的无人超市则更加“务实”，大多以已经成熟的射频识别技术(RFID)电子标签为基础，辅以人工智能图像识别和一定的深度学习技术，更容易落地和形成商业规模。

缤果盒子创始人陈子林对记者介绍说：“我们的模式就是，融合一部分人工智能技术和成熟的物联网技术，打造可规模化复制的无人便利店，进行市场创新与开拓。”在他看来，这种模式的优势在于可以快速开拓增量、占据市场，积累无人业态的运营经验。

在此基础上进行后续的技术升级，同时优化操作系统。陈子林说，坚持这一模式，“我们非常有信心在这一领域做出全球领先的产品”。

互联网研究机构艾瑞咨询发布的一份报告显示，2017年中国无人零售商店交易额预计达389.4亿元人民币，未来5年无人零售商店将会迎来发展红利期，预计增长率非常可观。

领先世界 赢在创新

技术本身并非源于中国，但与创新应用、商业模式结合后，率先在中国取得成功，这样的例子近年来屡见不鲜。

这一现象绝非偶然。中国人工智能科技公司地平线机器人技术创始人余凯认为，“中国强在与场景结合的应用层创新上”，巨大的人口红利可以转变为海量数据红利和消费市场红利。就拿人工智能来说，尽管基础研究仍是美国占优，但中国在行业应用和解决方案层面领先世界。

在技术创新领域的优异表现，还得益于通过体制机制改革激发的创新活力，以及不断优化的、利于创新的“生态环境”。

中国科学技术发展战略研究院日前发布的《中国企业创新能力评价报告2016》显示，中国企业在开展创新活动的活跃度逐步提高，超过40%的受访企业有创新活动。

世界知识产权组织等机构发布的“2017年全球创新指数”也显示，中国在创新质量上再进一步，连续5年成为中等收入国家创新排行的“领头羊”。单项指标排名则更加凸显了中国创新的优势：国内市场体量、知识型员工、原创专利等方面，中国都排名第一。

向来以创新见长的欧美国家，也逐渐将目光投向东方。英国《经济学人》、美国《纽约时报》等知名媒体就曾刊文，专门讨论西方“借鉴”中国互联网企业的成功的现象。美国《连线》杂志更是直接指出，未来的机遇属于中国，我们唯一要做的就是改变对中国创新的成见。

据新华社

上海集中整治共享单车发现新投放将予以曝光

新华社电 记者7日从上海市交通委获悉，针对社会和市民反映强烈的共享单车无序投放、乱停乱放、车辆损坏、车辆积压挤占道路等问题，上海将开展近1个月的集中整治清理行动。此前，上海监管部门已要求单车企业暂停在沪投放新车。

此次整治活动针对的是共享单车存在的“扎堆停放、乱停乱放、妨碍通行、处置迟缓”等突出问题，将进一步落实属地管理职责，督促运营企业履行主体责任，治理共享单车无序发展，确保城市文明有序。

期间，各区主管部门将根据有关暂停共享单车新增投放的要求，坚持多方联手，加强对企业新增投放车辆的监管，一旦发现新增投放车辆，通过查询车辆使用记录等方式核查确认，立即予以制止，并对相关企业予以曝光、作为企业违规行为记录在案。

同时，各区（街镇）将利用

网格化巡视、道路巡查等机制，加强巡视巡查，积极探索实践与运营企业建立“共管共治”的管理机制。排摸常态违规停放和车辆潮汐现象严重区域，加强现场处置与运营调度，清运违停和积压车辆。

对于交通枢纽、轨交与公交站点、医院、行政与商务办公区、主要街道等一些重点区域，交通部门将督促各企业及时对现场乱停乱放、超容量停放、破损故障车辆进行整理、调运和回收。对于企业未及时响应的，属地管理部门组织力量代为清理，对无牌共享电动（包括电助力）自行车一律予以清理。

交通部门将在全面梳理排摸中心城区非机动车停放设施的基础上，指导各区根据区域人口数量和出行特征需求，分析车辆停放需求，并结合现场实际条件，因地制宜、因需增设非机动车停放点。