



创意摄影 / 王远征

上周,知名作家六六的一篇《我要的只是公平》的长微博引发全民关注。 微博称,其在京东商城天天果园买到一箱腐烂的山竹,与客服反复沟通后,最终得到回复“不予退货”。随后,她将整个扯皮过程发布到实名认证的微博上,5分钟后即接到了致歉电话。为此六六撰文感慨作为一个普通消费者本应享有的权利被侵犯,却因自己是名人“大V”才得到重视,“做一个草根好难”。

当日,不少网友也纷纷吐槽称曾遭遇类似经历,却因不是“大V”而投诉无果。围绕食品电商的售后服务以及网购食品的风险与保障话题,引爆了公众热议。

那么,发现网上买的食品腐烂变质或出现其他质量问题怎么办,售后响应是否及时,客服态度如何?记者选择了顺丰优选、京东、天猫商城、美团团购、中粮我买网、1号店、天猫超市、生鲜、天天果园、淘宝等多家电商及团购平台进行探访,发现售后服务普遍被“差评”,而售后政策各家规定也不一。

专家指出,目前我国《电子商务法》尚未出台,网购食品,特别是生鲜食品的售后服务尚缺乏针对性的法律。网购食品的售后服务仍然主要靠网购平台和商家的自觉。由于电商平台如何认定食品腐烂变质,缺乏具体的规则及法律依据,监管难度大。

## 上海乳业借力“无人工厂”提振市场信心

为提振消费者对国产奶质量的信心,上海乳业行业正以前所未有的决心进行技术改造,他们借力“无人工厂”“智能生产”“制药级管理”等新手段,努力打消人们对国内乳制品的安全疑虑。

位于闵行区的一座乳业工厂可能是观察这一变化的最佳窗口之一。这家投产不久的新厂是目前世界上最大的乳品工厂,自动化程度也代表了全球顶尖水平。正值全国食品安全宣传周,走进工厂,在高处的参观廊道隔着玻璃望去,只见相当于数片足球场大小的车间里,密布着几层楼高的庞大容器和密如蛛网的管道,但要找到一个人却非常之难。

上海市经信委相关负责人表示,这是光明乳业的华东中心工厂,正式投产还不到一年。车间里之所以看不到人,是因为一滴奶在灌装前要经历的那些核心加工步骤——收奶、配料、杀菌、发酵等,没有一步需要手工干预,每班只要安排十几位技术人员常驻中控室,通过屏幕、鼠标监控。假如要按之前的生产模式安排,这些环节大约需要300多名工人。

对于被多年前“三鹿事件”拖累至今的国内乳品行业来说,自动化生产的价值绝不仅是节约人力,更要紧的是,此举向零差错的“绝对安全理想”又迈进了一步。据介绍,“无人工厂”日均产量1400吨乳品,能满足500万人的需求,在1万个阀门的控制下,乳品通过纷繁的管道流动在各类容器之间。目前,这1万个阀门全都由计算机调配,杜绝了误操作,更彻底规避了手工操作的污染风险。而且,物料的流动与企业运营信息流融合,食品安全管理制度由此更原汁原味地“渗入”制造环节。

上海市食安办提供的信息表明,近年来,上海乳品行业的“产业素质”持续上升。而上海市经信委表示,在技术改造方面,上海乳品企业自主投入力度较往年有显著增强。

据企业介绍,为建成这套最顶尖的全自动生产线,新厂的技术和设备投入超过3亿元。但舍得为食品安全掏钱的绝不止龙头企业,据经信委汇总的情况,上海其余几家实力相对较弱的乳品企业,也都在过去一年拿出大量资金,提升生产自动化水平。为建成自动化生产线和全过程质量追溯系统,纽贝滋公司投入4000万元;花冠公司去年不但引进了国际水平的自动化线,还与数家高校、科研机构合作研究配方的安全性和营养性;晨冠乳业则率先与制药厂要求对标,建成了符合GMP标准的工厂。

质量是乳品产业的基石和生命。但遭遇重创的公众信心仍需要时间重建。据相关统计披露,中国奶粉进口量去年创下历史纪录,国内产量却有所下降。在光明乳业华东工厂,目前其产能利用率大约只有一半。

但无论如何,通过技术升级提振市场信心的策略仍要推进。上海市经信委表示,上海乳品企业下一步的技术改造方向将瞄准全面的智能化生产,也就是从目前的产品加工开始,向原料、消费两端延伸。同时,政府也希望本地制造业加大研发力度,使乳品行业装备能实现自主创新。(张懿)

## 调查 生鲜电商售后“差评”偏多

记者查看各家电商生鲜产品的评论栏发现,不少消费者对售后服务表示不满。京东自营水果评论数最多的一款苹果的交易页面,全部4119条评论中有197条为差评,其中5条评论已退货退款成功,9条反映售后不能很好地解决问题。而天天果园某款“热卖”葡萄柚,虽好评率高达98%,但在全部80条差评中仍有9条反映售后问题。“本来不想差评的,但是客服答应了的退款始终没有到账,这不是钱的问题,是诚信!之后又多次打过客服电话,始终无法接通!”消费者“现世宝”在差评中表达了对售后的强烈不满。

记者统计1号店(第三方)、顺丰优选、天天果园、京东(自营)、京东(第三方)、1号店(自营)等电商平台中评论数最多的水果商品消费记录发现,截至7月20日20时,最新发布的各50个“差评”中反映售后问题的“差评”分别有10条、6条、5条、2条、2条和2条。

评论功能可以帮助消费者参考差评描述的问题规避购物风险。但记者发现,天猫平台的商品评论并未按“好、中、差”评进行

## 生鲜电商售后“差评”偏多 记者探访售后政策差异大

划分,而是分为“追评”“图片”两栏,并对评论内容进行标签化处理。一些有参考价值的消费“差评”被淹没在海量的评论中,如喵鲜生上综合排名第一的一款奇异果,总计26209条评论中首页就有4条反映售后问题,但由于没有划分出差评栏,如需了解该商品的差评信息,消费者需要逐页翻阅搜寻。

### 探访 售后政策差异大

记者上周选择顺丰优选、京东、天猫商城、中粮我买网、1号店、天猫超市、喵鲜生、天天果园及淘宝等多家电商及团购平台,对其客服响应时间和态度、退货政策、退货流程、退款承诺等进行体验。

记者发现,对于发现质量问题的生鲜食品,不同的电商平台的售后政策存在很大差异。

以最关键的退换货政策为例,新京报记者研究的5家主要食品电商,其中5家都不接受7天无理由退货;而顺丰优选规定“生鲜类食品一经签收不予以办理退换货”;而1号店规定的则是生鲜食品24小时内可退换货。

在退换货响应时间上,差别也比较大,比如京东要求48小时回复,中粮我买网则规定一周内处理。

### 对策 “保障网购不能只靠商家自觉”

生鲜电商解决了食材的地域性问题,打破了原产地销售的模式,但也对电商平台、物流渠道、售后保障提出了更高的要求。

电子商务观察家、万擎咨询CEO鲁振旺认为,生鲜食品是网购食品中的“高危产品”,更容易出现腐败变质,但通常这并非商家“故意”或“明知”的行为,大多是在快递物流运输中出现的问题,现有法律尚难对其进行认定。“食品一旦腐烂,最终只能舍弃。所以关键是看售后服务如何处理,如何对消费者收到腐烂变质的食品进行取证,以及如何退款及赔偿。”

专家指出,目前我国《电子商务法》尚未出台,网购食品,特别是生鲜食品的售后服务尚缺乏针对性的法律。网购食品的售后服务仍然主要靠网购平台和商家的自觉。由于电商平台如何认定食品腐烂变质,缺乏具体的规则及法律依据,监管难度大。

按照最新的《食品安全法》,消费者通过网络食品交易第三方平台购买食品,可向网食品经营者或食品生产者要求赔偿。第三方平台不能提供网食品经营者的真实名称、地址和有效联系方式的,由平台赔偿。但对于消费者购买“出仓时并未变质、经过物流流抵达消费者手中时腐败变质”的生鲜食品如何证明食品变质,如何赔偿,商家及第三方应承担怎样的责任,由谁监管,并未给出明确规定。

鲁振旺认为,由于尚无针对性法律条款,目前对网购生鲜食品的消费者仅有两方面“保障”:一方面是第三方平台制定规则,对用户商家监管,要求进行相关售后服务与赔偿;另一方面是靠商家自觉,自觉为消费者提供售后服务及赔偿。“长远看,没有责任认定和处罚规则,监管难以真正执行,消费者的权益就难以得到真正的保障”。

因此,生鲜电商需要更加细化的规则,比如售后食品发生质量问题如何认定,确认质量问题后如何赔偿等,均需有细化的监管,第三方平台或商家得承担相应责任。

(王叔坤 徐劲驰)

## 福建省安溪全力打好铁观音“地理标志”保卫战

日前,一条由福建电视台“说茶”栏目及新华网全程跟拍的《谁动了安溪铁观音的蛋糕》新闻视频在网上、微信上热传。网友们纷纷感叹,福建省安溪铁观音市场上的“李鬼”还真不少。

5月开始,安溪县在全国范围内开展专项打假行动。目前,打假小组成员已分赴北京、上海、山东和贵州等地开展“安溪铁观音”打假维权行动,有效维护安溪铁观音市场秩序,提升证明商标权威性。

### 开展打假维权行动

7月1日,安溪铁观音打假维权小组一行悄悄入驻贵阳市世纪金源大酒店。此前,他们接到举报称,这家五星酒店客房部出售的安溪铁观音为假冒伪劣产品。

“一进客房,我们就发现房间内摆放的安溪铁观音假得离谱。”此次打假维权行动小组的负责人、县食药监局副局长王振水说,从包装上看,这盒铁观音的营销地址写的是“福建省南安市安溪县东大街135号”,事实上南安市是县级市,与安溪县行政平级,都是隶属于泉州市管辖。

王振水说,客房内假冒的安溪铁观音除了地址错误外,外包装上也没有注明“QS”标志认证号。更让人难以接受的是,外包装标明质量等级为“特级”,可喝起来口感极差,像是大路货。

第二天,打假小组向贵阳市观山湖区市场监督管理局进行投诉举报。随后,该局派执法人员对某酒店涉嫌销售假冒“安溪铁观音”违法行为进行查处。在当天上午的联合执法行动中,执法人员在该饭店仓库现场查扣了标示为“安溪铁观音”的茶叶236罐(2泡罐)。

“只有在安溪境内生产的铁观音茶才能称为安溪铁观音,其余都是假冒的。”打假初战告捷,但王振水却无法高兴起来。他说,大树招风,安溪铁观音名气大了,市场上的李鬼比李逵多得多,现在查处的只是冰山一角。仅5月11日至17日,安溪铁观音打假维权行动小组在北京、上海、

济南、青岛等地开展为期一周的维权行动,共发现侵权及其他违规行为35家(次)。

### 引导“认标”消费

“正宗安溪铁观音,原价150元/斤,现价只要50元/斤……”在各地的茶叶市场和各茶叶网站上,“大甩卖”“厂家直销”“白菜价”等误导性词语吸引了不少消费者的眼球。事实上这些企业销售的茶叶并非正宗的安溪铁观音,绝大多数为外地企业冒充,对产品进行虚假宣传。

今年4月,北京市食药监局通报的不合格食品、保健食品名单中,有4批次铁观音茶叶被检出稀土含量超标。然而,经确认,这些被检出稀土超标的铁观音的供应商都不是安溪“本土的”。安溪铁观音被“误伤”的事常有,经常躺着中枪。对此,业内人士表示,先认准“安溪铁观音地理标志”再购买。

目前安溪县共有“安溪铁观音”地理标志证明商标准用企业91家,另有98家企业正准备接受受理期6个月辅导考核,排队等候受理、审核、发证。

“如今的准用企业还不一定知道地理标志证明商标的意义在哪里,作用在哪里。”县茶管委办公室相关负责人介绍,将通过加大宣传、培训,使安溪铁观音地标保护深入人心,同时,我县还将通过加大“用标”企业扶持力度,建设安溪铁观音信息平台、安溪铁观音地理标志证明商标官方网站和安溪铁观音地理标志证明商标品牌广场等平台,宣传推介“地标”,引导消费者认标购买,逐步形成“生产按标准、消费认标识”导向。“用‘认标’消费倒逼‘用标’管理,强化终端管控,构筑产业‘防火墙’,推动安溪茶业进入‘用标’新阶段。”

### 强化“用标”管理

在很多人眼里,“安溪铁观音”地理标志证明商标,是安溪的金字招牌,也是安



溪打假维权的一大法律武器。如何用好、用活这块“金字招牌”,用“土特产”换来更多“真金白银”,仍是当前必须用功做好的功课。

不久前,安溪县专门开会研究讨论了关于《强化安溪铁观音地理标志证明商标使用管理工作方案》(以下简称“《方案》”)有关事宜。以后,安溪县将推出更有力的措施强化“地标”使用管理。

根据《方案》初步规划,在加强地理标志证明商标使用管理方面,安溪县将对证明商标准用企业实行分级管理,把准用企业分为A级和B级,A级准用企业采取“印标”管理方式,B级采用“贴标”管理方式。对核准企业有三个刚性要求:一是注册地在安溪县境内且依法纳税,申请为A级准用企业的年纳税额需在2万元以上。二是在安溪境内建有茶叶基地,申请为A级准用企业的基地不少于200亩,茶叶种植、处置、精制、产品品质特征等按国家标准执行。三是申请人基地内的茶青,终端产品经注册人抽检,符合国家有关卫生质量标准。

方案还要求,要按照“证明商标”和“地理标志”两标合一,确保消费者购买到正宗“安溪铁观音”;要将标志贴在茶园上,根据企业管控茶园数量来贴标,确保贴标数量与茶园数量相匹配;要在监督使用标志,加强指导,动态管理,采用能进能出原则。要将用标宣传与打击不法行为同步开展,同步跟上,形成配套,做到宣传开路,打击造势,正确引导企业规范经营。茶叶协会要充分发挥作用,制定相关行规,促进茶产业健康发展。

(新安)

## \*ST云网实控人股份遭多机构冻结 餐饮业务持续亏损

\*ST云网7月21日披露收到北京证监局问询函,要求补充说明年报、下一步发展规划、实际控制人等多项情况。公告透露,公司实际控制人孟凯先生于2014年“十一”长假后至今在境外未归,目前尚无明确的回国意向,而孟凯直接持有的公司股份已被多家机构申请冻结并将拍卖,公司可能存在实际控制人变更的风险。

因实际控制人未及时履行承诺致“ST湘鄂债”违约,经受托管理人广发证券申请,北京市第一中级人民法院已对孟凯所持的公司全部股份、八处物业予以查封,

该案件将于10月13日开庭。此外,由于孟凯直接持有的股份均已质押给中信证券股份有限公司,中信证券也已向深圳福田区法院申请冻结并依法拍卖、变卖上述股份。目前,证监会对孟凯的立案调查尚未结束,\*ST云网表示公司可能存在实际控制人变更的风险。

据悉,自6月3日起,\*ST云网因筹划借款以解决公司债违约问题已持续停牌,而公司的经营仍不见起色,21日该公司宣布旗下定慧寺门店于19日起已停止营业。公告显示,定慧寺店是ST云网前身湘鄂情进入北京市场的第一家门店,目前

陷入持续亏损,2014年度及2015年第一季度,该店分别亏损1355.65万元及214.79万元。根据年报数据估算,定慧寺店在湘鄂情名下各门店中表现较好,其经营收入占到去年\*ST云网餐饮业务的6%。

\*ST云网表示,目前公司餐饮业务处于持续亏损的状态没有得到根本扭转,酒楼业务、快餐业务仍然处于持续亏损中,团餐业务盈利有限。与此同时,原材料、房租、劳动力等生产要素价格持续增长,使得公司餐饮业务扭亏困难增大,公司存在餐饮业务持续亏损的风险。(张毓)

### 新闻集装箱

●从2014年7月1日起,国家卫生计生委等五部门对含铝食品添加剂的使用做出调整,这被外界称为“禁铝令”。“禁令”发布后,多地食药监部门便进行了整治,取得了一定成效。但问题并没有得到彻底解决。据媒体报道,自今年上半年以来,江苏、湖北、河北等多地食药监部门频频检出铝超标的产品,主要集中在馒头、花卷、包子、粉条等食品。河北省食药监局今年6月初公布,抽检82家餐饮单位的145批次食品,有16批次都检出了不得添加的铝。而街边摊点作坊容易成为监管的“死角”,给执法造成困难。

●为了使安徽省全椒县广大食品生产加工企业及时了解国家的法律法规,进一步落实食品安全主体责任,7月15日上午,全椒县举办了新《食品安全法》培训班,全县27家食品生产加工企业负责人参加了培训。据了解,新修订的《食品安全法》将于2015年10月1日正式实施。在培训班上,专家们重点围绕新修订的《食品安全法》、《国家食药总局发布食品召回管理办法》等方面的知识对参训企业做了详细讲解;同时对照新修订的《食品安全法》,认真梳理了食品生产许可证的办理、年审以及对食品生产加工企业进行监督检查的程序。下一步,该县将继续加大监管力度,依据新的《食品安全法》开展专项整治工作,严格查处不合格产品,确保全县人民“舌尖上的安全”。

●日前,内蒙古赤峰市市场监督管理局执法人员对个别餐饮单位为消费者提供自酿啤酒专项行动。啤酒酿造属于生产环节,出现在餐饮单位在赤峰地区属于新兴业态,目前国家无相应的监管法律依据和食品安全标准。检查中,执法人员严格按照《食品安全监督抽检和风险监测工作规范》要求,现场填写抽样检验工作记录,采集样品当场封样。同时检查了所使用原料的索证索票情况、加工工艺、储存条件等情况。对检查中发现问题,要求食品生产经营经营者及时整改,并强化食品安全意识,防范食品安全风险,确保我市自酿啤酒的食品安全。本次抽检5家经营自酿啤酒的餐饮单位共计9个批次。

检验项目包括酒精度、原麦汁度、铅、二氧化硫、蔗糖转化酶活性、双乙酰、甲醛、沙门氏菌、金黄色葡萄球菌。经检验3家餐饮单位4个批次自酿啤酒检验结果不合格。不合格项目包括酒精度、原麦汁度、双乙酰。不合格率44.4%。针对问题产品,执法人员下达了风险隐患告知书,立即停止销售问题产品,排查问题发生的原因并进行整改。对这种新兴业态,执法稽查局将进一步加大对自酿啤酒的监督与管理。

●7月20日,拱北海关对外发布,该关在7月1日查获一起“水客”团伙走私高档红酒案,打掉6个走私团伙,总案值约1.08亿元,涉嫌偷逃税款3600万元。据介绍,拱北海关在广州海关、深圳海关以及地方公安的大力协助下,当日下午共出动缉私警察130人,在广州、深圳、珠海、中山同时抓捕。抓获嫌犯16名,查扣拉菲、拉图等高档红酒4544支。经查,周某受国内客户委托,在香港购买大量的拉菲、拉图等红酒,交由李某为首的走私团伙,通过“水客”采取人身藏匿“蚂蚁搬家”走私入境,再发送至广州、中山、深圳等地国内客户。李某团伙根据所偷带的红酒价值收取每支50元至230元的带工费。

●日前,河南省民权县首届冷谷红暑假大学生葡萄酒品鉴会,在冷谷红葡萄酒文化商务中心正式启动。来自郑州大学、华中师范大学、武汉大学等省内外民权籍大学生20人参加了品鉴会。冷谷红葡萄酒股份有限公司电子商务公司经理崔娜主持了品鉴会。崔娜首先向大学生们介绍了冷谷红葡萄酒的传承、研发及创立“中国最佳100食品”、“河南名牌产品”及“商丘市非物质文化遗产”的基本情况。冷谷红公司品酒师陈宜君讲解了葡萄酒品鉴知识,并进行了品酒、鉴别、微商城抽奖互动等系列活动。大学生们尤其对葡萄酒的品鉴活动兴趣浓厚,积极提问对答,兴趣高涨。“能参加这样的活动,亲身体验家乡葡萄酒的高贵品质与无穷魅力,充分领略葡萄酒的健康功能与时尚风范,深感荣幸。”与会大学生表示,回归校园后会积极向同学介绍家乡的冷谷红葡萄酒。

●为严厉打击违法违规生产经营调味品等“五毛食品”的行为,海南省食药监局开展了历时2个多月的“五毛食品”专项整治活动,成效显著。据了解,整治行动之前,省食药监局指示五指山、三亚、海口龙华区食药监局先后从市场上共收集423种“五毛食品”样品,用于专项整治活动的前期研究工作。省食药监局还成立专题研究小组,对收集回来的“五毛食品”样品从标签标识、包装材质、印刷质量和封口、食品色泽、价格等方面进行认真研究,发现约有20.1%的食品存在问题,其中虚假标注和夸大宣传问题最为突出。根据研究结果,省食药监局向国家食药总局请示,获准以标签标识不合格为由直接查处“五毛食品”。目前,省食药监局已在媒体上发布公告,禁止销售标签标识不合格“五毛食品”,告诫消费者勿买勿食,鼓励公众积极监督举报,发动全社会力量,共同参与“五毛食品”专项整治行动。

(编者整理)