

■ 今时评

读懂预制菜争议背后的公众期待

□ 悦连城

9月15日午间,西贝发致歉信,表示深刻意识到:西贝的生产工艺与顾客的期望有较大差异,没有满足广大顾客的需求与期待;将尽可能把中央厨房前置加工工艺调整到门店现场加工。

近期,预制菜话题备受关注,各方讨论背后,是消费者对知情权的关切以及对提高餐饮质量的诉求。在这场风波中,一部分消费者在其评论区吐槽西贝菜品定价贵、餐厅是否使用预制菜存疑等;另一部分消费者则用相对理性的态度关注预制菜本身,探讨预制菜使用如何更加规范透明。

按照相关规定的定义,预制菜是以一种或多种食用农产品及其制品为原料,使用或不使用调味料等辅料,不添加防腐剂,经工业化预加工(如搅拌、腌制、滚揉、成型、炒、炸、烤、煮、蒸等)制成,配以或不配以调味料包,符合产品标签标明的贮存、运输及销售条件,加热或熟制后方可食用的预包装菜肴。值得注意的是,连锁餐饮企业广泛应用中央厨房模式,其自行制作并向自有门店配送的净菜、半成品、成品菜肴,应当符合餐饮服务食品安全的法律法规和标准要求。中央厨房制作的菜肴,不纳入预制菜范围。

很明显,消费者认知的预制菜,与相关规定定义的预制菜,是两个概念。在大多数消费者眼中,只要不是现做的,都算预制菜,这种认知偏差也是这次预制菜风波的争议焦点之一。

一条提前腌好的冰冻鲈鱼,操作员抹上酱料,在烤箱里加热一下就端上餐桌,并且卖出现做菜肴的价格,这一过程虽然合法合规,但不少消费者还是很难接受。商家合法使用预制菜不等于消费者默认接受,重要的是要提前告知,把知情权和选择权还给消费者。

消费者花了钱,要的是吃得放心、吃得明白、吃得物有所值。应当说,预制菜不是洪水猛兽,合理合规使用不宜被妖魔化。同时,餐饮业发展终究要服务于人,为公众提供方便优质的餐饮服务。在讨论中达成共识,不断规范预制菜标准,赢得公众信赖,行业发展才能行稳致远。

来源:河南日报

让农业伪科普无所遁形

□ 梁修明

“味精加啤酒,增产又增收”“啤酒加红糖,生根又壮苗”……近期,有媒体调查发现,短视频平台上,一些人打着“农技专家”的旗号开展伪科普,推销质量低劣甚至假冒伪劣的农资产品。“助农”科普成“坑农”骗局,不仅扰乱市场秩序,给农民带来财力物力损失,还可能对土壤和环境造成污染破坏。

伪专家、伪科普为何有滋生空间?一个原因在于,不法分子钻了“刚需”的空子,利用了农民群众学习新技术增产增收的热情。这也反映出农技服务资源仍存在一定的结构性供需矛盾,优质服务缺位,才给了“劣币”可乘之机。

斩断违法利益链,要多措并举、凝聚合力。一方面,相关部门要深化网络平台的乱象治理,从严从快加大监管、打击、曝光等处置力度。另一方面,要有针对性地丰富农技服务供给,着力弥合知识鸿沟、信息鸿沟。与此同时,也应进一步加强农技科普宣传和引导,不断提高农民群众在农业科技、农技服务和农资产品等方面的科学素养和甄别能力。

务农重本,国之大纲。为农民群众提供更多实实在在的帮助,让圈套骗局无所遁形,希望的田野上必将唱响更多幸福欢歌。

来源:人民日报

■ 画中话



据新华社报道,国家食品安全风险评估中心数据显示,李斯特菌常见于生食瓜果、蔬菜和冰激凌,在冰箱中冷藏时间较长的熟肉制品也需格外警惕,应充分加热。对老年人、孕妇和新生儿等免疫力较弱人群,李斯特菌感染可能引起严重并发症,更需注意饮食安全。

朱慧卿 图

警服不是流量道具

□ 黄浩 王志艳

近日,某演员在拍戏期间,穿着有肩章、臂章的人民警察制式服装直播带货,推销电子产品,引发争议。

被网民举报后,警方已介入处理。该演员发布道歉视频,称穿的警服是“剧组拍摄专用戏服”,承认“不应该穿着此类服装分享相关视频和直播”。但公众对此并不买账,“一句道歉就可以对自己的无知画上句号吗”,并质疑道歉视频避重就轻、缺乏诚意。

警服是执法权威的象征,不是流量道具。《人民警察制式服装及其标志管理规定》第十一条规定,影视制作单位和文艺团体因拍摄、演出需要,使用人民警察制式服装及其标志的,应当报省级公安机关批准,并严格保管。非拍摄、演出时不得使用。

公权力不容消费,警服岂能成为商业带货的背景板。

来源:新华网

达标再结账
服务有保障

□ 田禾

在一些地方,小区业主与物业公司发生摩擦,经常各说各的理,双方僵持不下,以致陷入“服务差—不缴费—服务更差”的不良循环。为破解这一问题,河北沧州近期推出新举措,将物业服务费与服务质量挂钩。在试点小区,业主交纳的物业费全额存入专用监管账户,物业公司经考核合格后才能拿到全额款项。

服务达标才结账,不失为优化小区物业服务的一把钥匙。业主有了监督的抓手和底气,对物业不作为现象可以形成有效约束,而物业公司则会在规则倒逼中摆脱短期思维,努力以优质服务提升业主满意度,实现健康发展。这一机制,既保障业主权益,又规范物业服务,有助于减少争议、促进双赢。

这一做法值得借鉴,但不同的小区也要结合自身实际,细化优化相关举措。比如,应充分考虑房龄、业主情况、设施老化程度等,协商确定合理的考核标准,同时应确保评价人员的公正客观、打分过程的公开透明。归根结底,“扣款”只是手段,“共赢”才是目的。做好细节,强化监督,增进信任,双方齐心协力,才能创造更加舒适便捷的生活。

来源:人民日报

■ 社会论坛

117元逃单款 无关格局关乎权益

□ 付盛凯

近日,重庆市一家老牌串串香店主报警追回117元顾客逃单款,可部分网友质疑其“格局太小”。但在这看似微小的纠纷背后,实则蕴藏着深刻的商业经营与法治维权的逻辑。

串串香店这类小本生意,利润本就微薄。店主透露,店内每根签利润仅0.4元,117元相当于292根签的利润,是一名员工工作8小时的所得。对于这样的小微商家而言,每一笔收入都来之不易,都是支撑店铺运营的关键,房租、水电、员工工资等各项开支,都依赖于这一根根签子累积起来的利润。此前,店主已多次遭遇顾客“遗忘”支付团购外消费的情况,累计损失超500元,长此以往,必然会对店铺经营造成影响。

在消费行为中,诚信是基石。顾客在享受商家提供的产品与服务后,支付相应费用是基本的契约精神。恶意逃单行为不仅损害了商家的经济利益,更是对诚信原则的践踏。如果对这种行为听之任之,将会形成不良示范,产生破窗效应,让更多人产生侥幸心理,从而扰乱正常的市场秩序。从法律层面来说,根据《中华人民共和国民法典》第五百七十七条,顾客消费后未付款构成违约,商家有权要求

支付餐费及赔偿损失。店主报警维权,是在行使自己的合法权利,是对自身权益的正当捍卫。

那些质疑店主格局小的人,或许没有真正理解小微商家的生存之难。他们站在道德制高点上,要求商家大度包容,却忽略了商家也是需要依靠经营来维持生计的普通人。倘若换位处之,当他们自己的合法权益受到侵害时,还能否如此轻易地说出“不必较真”这样的话?在倡导商家为顾客提供优质服务、保持宽容态度的同时,也应当尊重商家的权益,不能让商家的善良被肆意消费。

店主在发现顾客逃单后,先是尝试通过团购平台申诉,但因平台规则限制无法直接联系顾客,最终只能选择报警。而即便报警成功追回欠款,过程也充满波折,顾客对账单真实性的质疑、对店主身份的怀疑,都耗费了店主大量的时间和精力。

店主报警追回117元逃单款,不是小题大做,而是在坚守自己的权益底线,彰显的是对自身劳动价值的尊重和对公平经营环境的追求。善良与维权并非对立,商家有善良的权利,也有维护自身合法权益的权利。

来源:商丘日报