

# 食品安全“你点我检”调查结果出炉

## 待检30项食品大类中,肉制品“点击率”最高

本报讯(正观新闻·郑州晚报记者 李爱琴)昨日,省市场监管局公布“你点我检 服务惠民生”调查结果,结果显示,在列出的30项食品大类中,肉制品关注度最高,为49.57%,居第一位;在食品细类中,95%以上的受访者期待猪肉食品被抽检,期待鸡肉被抽检的比例也在83%以上。



### “执行和解”不兑现怎么办? 别担心,法院替你“出手”!

“执行和解”本是实现申请执行人利益、保证被执行人履行能力的“双赢”良策,然而,有些被执行人却将此当作逃避、拖延执行的“避风港”。遇到这种被执行人该怎么办呢?

正观新闻·郑州晚报记者  
鲁燕 通讯员 穆童

#### 案例

#### 达成和解后,对方却玩起了失踪

李先生与栗某民间借贷纠纷一案,经法院审理后,依法判决栗某偿还李先生欠款本金98000元及利息。判决生效后,栗某未主动履行还款义务,李先生向法院申请强制执行。

执行过程中,被执行人栗某主动履行3万余元,针对剩余欠款65340元,双方达成执行和解协议,约定将栗某名下轿车作价5万元抵给申请执行人李先生,剩余15340元于2022年5月底前偿还完毕。案件依法终结执行。

然而,约定的期限到期后,栗某并没有如约履行,反而直接玩起“失踪”。这让李先生心里犯起了嘀咕,不知道法院还管不管这事。

“你可以向法院申请恢复执行!”在执行员的释法讲解下,李先生依程序向法院递交了恢复执行申请。

恢复执行后,执行员张力元通过网络查控系统对被执行人栗某名下的财产再次进行查询,发现栗某名下银行账户有一笔拆迁过渡费足够履行,法院依法扣划了执行款。至此,案件圆满执结。

#### 说法

#### “执行和解”不是拖延执行的手段

执行和解是指在案件执行过程中,双方当事人互谅互让、自愿协商的基础上,就生效法律文书确定的履行义务主体、标的物及其数额、履行期限和履行方式等内容自愿达成和解协议。

“执行和解”不是拖延执行的手段,如果义务人未按和解协议履行,申请执行人可向法院申请恢复执行。恢复执行后,法院仍可采取正常的强制执行措施,包括纳入失信被执行人名单、限制高消费等;如果发现被执行人有能力履行而拒不履行的,法院将根据情节轻重予以罚款、司法拘留;构成拒不执行判决、裁定罪的,将依法追究刑事责任。

### 调查结果,肉制品关注度位居第一

投票结果显示,在列出的30项食品大类中,肉制品关注度为49.57%、居第一位;关注度居前十位的还有:食用油为44.60%、餐饮食品40.62%、乳制品为38.76%、食用农产品(畜禽肉)为37.14%、粮食加工品为34.91%、速冻食品为34.04%、食用农产品(蔬菜)为34.04%、冷冻饮品为30.68%、食用

农产品(水产品)为27.33%、冷冻饮品为30.68%;关注度居后五位的分别是:饼干14.04%、特殊膳食食品12.42%、糖果12.30%、淀粉制品11.93%、食糖9.57%。

此外,食用农产品(畜禽肉)中,公众期待抽检的猪肉,其关注度为95.27%、鸡肉为83.91%、牛肉为70.98%。

### 经营场所,公众最期待抽检的是商超

在问及公众最关注和期待抽检的食品经营场所中,商场超市为45.69%,居首位,农贸市场40.41%、学校食堂40.19%的提及率分列第二和第三位;旅游景点8.73%、城乡接合部6.57%的提及率相对较低。

根据征集投票结果,围绕消费者最为关注的食品品种、检测

项目和抽检场所,市场监管部门已经精准制定了“你点我检”专项抽检计划,在全省范围内对以上各类食品开展监督抽检,并及时公开发布“你点我检”结果。对检测不合格的食品,将按照“四个最严”要求,依法开展核查处置,并及时发布不合格样品处理结果。

### 你点我检 消除食品安全风险

食品安全抽检监测是食品安全监管的重要手段,通过抽检监测可以倒逼生产经营企业落实主体责任、排查和防控食品安全风险隐患,为广大消费者饮食安全筑起坚固防线。

为此,从6月10日开始,我省启动“你点我检 服务惠民生”活动。活动总访问量超过10万人次,累计票数210余万票。

省市场监管部门聚焦“一老一小”食品、校园食品、网红食品、网购食品、地方特色食品等,在全省范围内通过门户网站、微信公众号、抖音、今日头条等渠道,开展食品安全“你点我检”问卷调查。从粮、油、肉、蛋、奶等30个食品大类、90个食品细类中广泛征集消费者最为关注的食品品种、检测项目,从9个场所中征集消费者重点关注的抽检场所信息。

## 贴上“儿童”标签食品身价倍增 这样的营销噱头该收了



瞭望塔

儿童食品质量好坏一直是家长最为关心的话题,随之而来的是,绝大多数食品只要贴上“儿童”的标签,价格就会水涨船高。然而,打着专为儿童研发的食品果真健康、安全吗?儿童食品真的适合儿童吗?

据央视新闻6月19日报道,近日,北京青少年法律援助与研究中心发布的《儿童预包装食品调查报告》对两大电商平台热销的10类约160款儿童预包装食品做了调查,结果发现,部分儿童食品配料表与普通食品无异,价格却高上数倍,此等乱象亟须规范。

近年来,“儿童”二字逐渐成

为商家的营销策略,吸引了一众家长的注意力。父母为了让孩子能够健康成长,购买儿童食品的行为本身并无不妥,但在未做足功课的情况下,轻信商家的虚假宣传,盲目跟风购买相关产品,过于迷信所谓儿童食品的功效,并非理智的行为。

不可否认,许多商家为了博取眼球,频频混淆“儿童食品”的概念进行营销,设立各种名目,是冠冕堂皇的说辞,其真实意图无疑在于借此获利,以此达到营销目的,看似“立竿见影”,实则并非长久之计。

网络时代的到来,让越来越多的人意识到流量的重要性,商家沦陷于互联网传播带来的巨大营销能力,从而忽视产品质量,这本身就是一种本末倒置。越在这种关键时刻,商家越要清醒、脚底越要站稳,切勿因为一时之利,损害自身品牌建设。产品质量过关,才能

“身正不怕影子斜”,遵守食品安全各项规定,才能走得长远。

尤为需要注意的是,我国目前对儿童食品尚无精准的概念定义,也没有专门的食品安全国家标准,这让别有用心商家有机可乘。深谙营销之道的商家自然不会放过任何一个谋取利益的机会。但君子爱财,应取之有道,商家的经营之道应是诚实守信、遵守相关法律法规、保障消费者的合法权益,不能仅在营销、包装上下功夫。

民以食为天,在食品安全面前,没有任何一家企业能够拥有“免死金牌”。让儿童食品真的适合儿童,不再成为商家忽悠消费者的营销噱头是重中之重;完善相关法律法规,让整个行业逐渐步入规范化的发展轨道是应有之举;加大儿童食品市场的监管力度,规范市场竞争,是应行之道。

正观新闻·郑州晚报评论员 任思凝