

就地过年催热“线上年夜饭” 专家提醒

把好半成品年夜饭质量安全关

□ 本报记者 赵丽

除夕将至,如果将过年比作一场盛大的仪式,那年夜饭无疑是这场仪式的特殊载体。与往年相比,今年的“年”有所不同,为减少疫情传播风险,就地过年成为不少人的选择。那么,年夜饭该怎么吃?

目前,全国多地发出“春节期间非必要不返乡”的倡议。一边是过年团聚的喜悦,一边是减少聚集的疫情防控要求,就地过年催生新的年夜饭消费方式,令越来越多的人选择预制菜。

1月28日,商务部召开例行新闻发布会,商务部新闻发言人高峰在会上谈及“线上年夜饭走红”时表示,“线上年夜饭”的走红,实际上反映了餐饮线上零售化发展的新趋势,有望成为餐饮消费新的增长点。商务部将指导餐饮外卖电商平台积极与餐饮服务企业对接,适时开设年夜饭外带点单专区,方便消费者下单预定;鼓励外卖骑手就地过年,为春节期间餐饮外卖提供配送服务保障。

《法治日报》记者了解到,受疫情影响,今年的年夜饭订餐情况发生新变化。相比在外用餐,不少人选择预定半成品大礼包,尝试餐点自提或者送餐到家服务,把年夜饭拎回家吃。

“受疫情影响和限流影响,餐厅年夜饭堂食的预订量必然会下降。”云南云海肴餐饮管理有限公司食品安全总监小宏在接受媒体采访时说,今年云海肴也顺应市场需求推出了预制菜服务,主要通过社群推出两种服务方式,一是半成品送货上门,二是成品菜送上门。

每逢佳节倍思亲,食物承载着对家乡最深的思念。

在北京市工作的贾佳今年春节不打算回杭州老家。她网购置办了松鹤楼以及西贝莪面村的半成品年夜饭。“我丈夫是北方人,因此我们的年夜饭要兼顾南方北方的口味。”贾佳告诉《法治日报》记者,她选购的半成品菜肴中包括松鼠鳜鱼、花椒鸡、清炒虾仁等,这些菜肴全程冷链运输,品质有保证,而且可以免洗免切免调料。

《法治日报》记者在电商平台搜索供应预制菜的店铺,其中不乏大家耳熟能详的餐馆,比如北京全聚德、西贝莪面村、上海老饭店、上海小南国、广州酒家等。菜品既有年夜饭套餐,也有半羊蝎子火锅、卤水盆菜、佛跳墙等单品,价位从百元至上千元不等,整体售卖情况也不错。

2020年天猫数据显示,预制菜销量同比增长111%,预制菜需求呈快速增长趋势。

卖家婷婷告诉《法治日报》记者,这种半成品

● 受疫情影响,今年的年夜饭订餐情况发生新变化。相比在外用餐,不少人选择预定半成品大礼包,尝试餐点自提或者送餐到家服务,把年夜饭拎回家吃

● 预制菜行业将成品和半成品菜肴从餐厅延伸到家庭日常餐桌,从大环境看有广阔前景,但行业要想长远发展,必须迈过质量关和安全关

● 除了加强年夜饭线上线下监管,监管部门还应该充分重视风险交流,通过食品安全风险信息及时和针对性的交流,提高消费者识别和预防食品安全问题的管理能力



品年夜饭产品几年前就出现了,而今年的销量明显提升。“‘90后’是半成品年夜饭的主要消费群体。”婷婷说,“不少人就地过年想吃顿家乡味道的年夜饭,但也怕厨艺不好、做菜时间长,这种套餐既满足对仪式感的追求,又方便快捷。”

在中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅看来,半成品年夜饭消费新模式之所以火爆,是因为可以省去洗、切、烹饪等一系列繁琐手续,只需按说明简单加工,就可以快速地做出一桌色香味俱全的“硬核”年夜饭;同时,半成品年夜饭在家吃,既可避免人员密集接触,又能满足家庭聚会、延续和家人吃团圆饭的传统习俗。可以说,半成品年夜饭不但方便、省力,而且还有利于疫情防控。

安全隐患不容忽视 务必警惕三无产品

不过,预制菜行业虽然在我国有多年发展历程,生产商数量众多,但其中多数依然停留于作坊式生产加工模式,达到规模以上生产水平的企业较少。联合华联饮食策划资深游系统顾问、专业食品安全特级咨询师陈志国认为,预制菜行业将成品和半成品菜肴从餐厅延伸到家庭日常餐桌,从大环境看有广阔前景,但行业要想长远发展,必须迈过质量关和安全关。

对于质量关,曾经网购过半成品菜肴的张烨至今仍是“心有余悸”。

“我的一位同学为了庆祝乔迁之喜,邀请

同学们到新家一聚。主人原本希望大家有时间多聊聊天,就选择了电商售卖的半成品菜。快递送货上门,菜品只要经微波炉加热就可上桌。这样一顿饭倒是很方便,但分量却不足。一桌菜1388元,10个人竟没有吃饱,主人很是尴尬。”在张烨看来,吃不饱还是小事,其中个别菜肴的新鲜程度与快递问题更让人烦恼。

“有一道老鸭煲,碗里基本找不到鸭子。牛腩煲的汤全都漏光了,根本不是原来的味道。”张烨说,“网购年夜饭要经过运输、搁置、加热过程,其中任何一个环节出问题,都可能影响饭菜的质量和口味。”

北京市民费妍则担心菜品的色香味和图片有出入,“以前我过生日的时候,家人曾给我寄过半成品的餐饮大礼包,从网上的图片介绍看,这个大礼包非常实惠,但到手后,我的心都凉了半截,其中一份烤牛排只有我的半个拳头大小,和图片宣传严重不符”。

“从这几年互联网售卖年夜饭的情况看,出现的主要食品安全问题是混装、混放、混存。年夜饭包括凉菜、热菜、荤菜、素菜等,这样才是一桌丰盛完整的年夜饭,但因为菜品多、菜种多,存放温度不一样,储存时间也不一样,再加上混放等,在储存运输过程中容易形成一些隐患。对于不同的菜,冷藏保存、切配调制等要求是不一样的。”朱毅分析说,半成品年夜饭面临的主要安全隐患有三个方面:

一是资质问题,人们看到食品在售卖就会习惯默认其是有资质的,但实际上并不是,比如有一些是商家在后厨加工的,资质不全,没

有资质的企业,所售食品安全隐患大,后厨、设备等不一定能够提供充足的支撑去做年夜饭,导致生熟没分开。

二是存储风险,消费者要注意收到食品后迅速分门别类,区分冷冻、冷藏等。

三是半成品年夜饭或许无法达到预包装食品要求,配料表、生产日期、保质期、储存条件等信息都应该标注清楚。

“鉴于网售年夜饭的流行,监管部门应当引导消费者理性消费,如及时发布在监督管理中发现的合规和违规的网络销售情况,以便消费者选择有保障的年夜饭供应商,提醒消费者保留相关的票据以便在发生纠纷时作为维权的凭证。”中国人民大学食品安全治理协同创新中心研究员孙娟说。

实施分级分类管理 充分重视风险交流

受疫情影响,去年很多连锁餐饮品牌为了自救转战线上卖起了半成品菜。盒马生鲜、海底捞、鲈鱼、西贝莪面村等多家餐饮品牌也都加速布局半成品食材业务。

根据《2020—2026年半成品菜行业市场调查与前景预测报告》,目前半成品菜生产企业众多,竞争较为激烈,集中度低,规模化企业较少。虽然半成品菜行业市场空间大,但行业内竞争日趋激烈,价格竞争导致企业利润空间下降。企业树立品牌形象能够区别于同类竞品,走出激烈的价格竞争,建立自身优势,提升产品附加值。

公开资料显示,尽管2020年度经营年夜饭的餐饮企业数量增速放缓,但名称或经营范围包含“速冻、预制菜、预制食品、半成品食品、即食、净菜”的企业数量已超过6.9万家。

有业内人士指出,如果按照每年20%的复合增长速度估算,未来我国预制菜市场可以成长为万亿元规模的市场,长期来看我国预制菜行业有望实现3万亿元上规模。

2020年8月6日,国家市场监督管理总局就《食品经营许可管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》)向社会公开征求意见。在调整食品经营项目的修订内容中,《法治日报》记者注意到,增加了简单制售分类,增加半成品制售项目等。针对简单制售类项目风险相对较低的特点,进一步细化食品经营项目类别,实施食品安全风险分级分类管理。

《办法》显示,在热食类、冷食类、生食类食品经营项目的基础上,增加简单制售分类,适当简化简单制售类项目审查要求。增加半成品制售项目,明确半成品定义,规定半成品制售仅限中央厨房申请。

鉴于今年互联网参与年夜饭“大战”,除了加强年夜饭线上线下监管外,不少业内人士认为,监管部门还应该充分重视风险交流,通过食品安全风险信息及时和针对性的交流,提高消费者识别和预防食品安全问题的管理能力。

对此,朱毅的看法是——灵活性的监管,守住安全底线,适度变通。

“风险交流也要与时俱进。比如,针对不同的时节,春季涉及要不要去挖野菜以及野菜的安全性等;春节期间则要注意年夜饭整体的风险交流。因为半成品年夜饭会涉及家庭厨房的环节,消费者自身也要注意家庭厨房操作的一些要求,比如冷生食分开,然后根据半成品年夜饭的储存温度要求,做好安全把控。因此,除了商家可能在年夜饭的标识上作一些信息介绍,比如食用方式、温度要求等,作为风险交流主体的监管部门也要给消费者一些提示,帮助消费者把好厨房环节的安全关。”孙娟娟说。

制图/高岳

□ 本报记者 温远源

1月29日,先声药业因滥用市场支配地位,被市场监管总局处罚1亿元;同日,温州医科大学附属第一医院麻醉科原主任徐旭仲受贿案终审裁定发布,恒瑞医药等企业行贿曝出……近年来,医药医疗行业的垄断、行贿、专利侵权、虚假宣传等违规问题不断出现。

法治日报社中国公司法务研究院联合北京大学医学人文学院、北京天翔律师事务所、爱恩希(上海)医院管理有限公司近日发布《中国医药企业与医疗机构合规蓝皮书(2019—2020)》(以下简称《蓝皮书》),深入分析了医药与医疗行业合规“痛点”,并给出具体的合规意见。

据了解,蓝皮书分为四大部分,除了医药生产企业与传统医药流通企业的合规外,还对火热的互联网医药企业、民营医疗机构的合规情况进行了专章分析。

原料药垄断引关注 “带金销售”屡禁不止

医药生产企业与传统医药流通企业面临的合规风险,包括原料药价格管控与药品集采、学术推广、药物临床试验、药品专利、医药出口、医药企业商标、医药企业市场营销与税务等方面。其中,原料药垄断和学术推广最为引人关注。

据蓝皮书分析,造成原料药垄断的主要原因有两个:一是原料药生产企业数量相对有限,二是近年来的环保执法造成很多中小原料药企业关停并转,使得原料药生产企业数量更少,在制剂市场上,如果生产企业数量较多,易形成充分竞争的市场环境。而如果实际生产企业少于5家,则往往更容易形成垄断。

针对原料药领域垄断频发问题,国家发展改革委曾在2017年11月出台《短缺药品和原料药经营者价格行为指南》,其中列举了短缺药品和原料药领域各类垄断行为

的具体表现形式,为原料药生产企业和销售企业提供了具有实操性的反垄断合规指引。

为此,蓝皮书建议,相关企业根据指南规定进行自我评估,结合现有执法案例,审视当前商业模式中是否有涉嫌触碰反垄断法红线的内容,并进行适时调整。尤其是市场上仅有少数几家原料药生产企业的情形下,生产企业在从事如下行为时需格外谨慎:超出合理幅度的涨价;与经销商之间达成独家经销或独家代理协议;与竞争者之间达成有关联合涨价、分割市场或拒绝向第三方供货的安排等。

学术推广是医药医疗行业合规的“老大难”问题。近年来,因为病例收集、学术会议、临床试验等不合规营销,企业或医生屡屡被罚。

“这些被罚企业往往只做到了形式上的合规,没有做到事实合规。”蓝皮书认为,事实合规的核心是不跟直接利益方发生与销量挂钩的关系。不管具体实施方式是定向补贴还是只跟少量科室发生旅游、礼品和赞助等往来,只要是跟销量挂钩就不属于事实合规。

采访中,蓝皮书主笔、天翔律师事务所主任万欣表示,以返利方式刺激医生开具处方,增加药品销量,以及直接收受学术推广赞助、赞助科主任出国、支持旅游消费等行为,都明显发生了与销量挂钩的关系。药企赞助学术会议并非不可,这也是目前主要的学术营销方式之一,但必须是合理的餐饮服务费、路费、住宿费,赞助商务舱跨国旅行和高规格酒店显然是超标的。

“随着国家有关部门对医药贿赂打击力度的加大,传统的药品‘带金销售’模式走到了尽头,合规销售成为药企的唯一选择。”蓝皮书认为,所谓合规的学术推广,一是要有完整的记录,完整推广的证据链,包括时间、地点、人物、事件、组织者、现场照片和费用发票等;二是所有业务既要真实发生,又不能给予医生与市场价格不符的高额报酬;三是以任何方式挂账走现金、进行营销活动都是不合规的,这本质上是洗钱的一种方式。

蓝皮书指出,大批药企以学术推广为名行商业贿赂之实,但随着医药商业贿赂审计越来越严,高压政策不断实施,监管不断倒逼,最终必将要求药企完成事实合规。

电商销售备受青睐 合规底线不容忽视

疫情之下,数字营销、直播营销日益受到医药医疗行业的青睐。统计数据显示,我国的医药电子商务已涉及医疗器械、制药机械、分析仪器、医用耗材和药品等方面。2015年至2018年,我国医药电商直

报企业销售总额从476亿元发展到978亿元,2019年医药电商销售总额达到1235亿元。

互联网环境下,医药广告需要格外注意三个方面:一是在网络直播中,不得发布医疗、药品、医疗器械等应当进行发布前审查的广告。二是在微信公众号软文文,注意规避相应的违规风险。例如,推送患者个人病历有广告代言嫌疑,利用患者形象作推荐,证明则属于广告法及《广告审查管理暂行办法》明令禁止的行为——尤为值得注意的是,需要征得患者本人同意,否则易被追究侵权责任。三是不得出现广告违规行为。发布弹窗式医疗广告时,如果未于显著位置标明关闭标志,或关闭后在短时间内再次弹出,无法保证一键关闭,都属于广告违规行为。

蓝皮书建议,坚守广告合规底线,避免使用疾病症状为切入点宣传药物。

对于医药电商,蓝皮书认为,其面临的合规挑战主要来自主体资质、平台管理、网售处方药、药物质量缺陷纠纷、互联网药品广告等方面。其中第三方平台的责任以及网络直播,网络售卖处方药等问题,尤其需要关注。

蓝皮书主笔、北京大学医学人文学院副院长王岳表示,互联网+医疗健康等利好政策背景下,放开网售处方药是大势所趋,只是时间问题。而时间的快慢,很大程度上取决于行业的合规水平。链接互联网医院,对于药企来讲无疑是一个重要的获取处方的渠道。虽然政策已经为网售处方药提供法律依据,但具体实施方式仍有待修订,在标准未完全明朗之前,确保合法创新是当前的首要任务。

短期内被重复处罚 私立机构比较普遍

近年来,医疗健康行业深受资本市场的追捧。2020年,中国医疗健康企业IPO数量达到63家,创历史新高,同比增长超过65%。但其中民营医疗机构占比不高。

对此,蓝皮书认为,民营医疗机构上市失败的原因各异,但合规问题屡屡被提及。主要问题集中在上市企业盈利真实性,包括法务、税务问题;药品供应的回扣的合法合规很难做到位;关联交易问题,对大股东利益输送监管比较严格;营销规范等。另外,一些医院用预收款模式,永远无法盈利,医保控费也给医疗企业上市带来考验。如果民营医院医保占比在50%以上,在社会资本办医都在申请进医保的情况下,如果持续提升这个比例,控费压力很大。

万欣认为,此前证监会在对康宁医院A股IPO的反馈意见中,关注了人员的专属性事宜,询问了康宁医院医师人员的职级级别,工作简历和在康宁医院的工作时间,并询问是否存在“走穴”或兼职的情况。由此可见,民营医院的人员独立性可能会受到重点关注。

除了上市风险外,民营医疗机构通常面临的合规风险还涉及设立、执业、劳动人事管理,商事合同管理,医疗损害责任处理,与新冠肺炎疫情相关的合规管理等。在设立阶段,2019年至2020年间有99家机构被处罚,其中44起是因为人员资质,41起是因为医疗机构资质不全,14起是违规宣传。

民营机构的名称中,主要问题包括未含有设置单位名称或个人的姓名,主体资格登记机关登记名称与卫生行政管理部门核准的医疗机构名称不一致,医疗机构名称的商标保护问题。比如,工商行政管理部门登记的名称为“北京新时代伊美尔幸福医学美容专科医院有限公司”,而在北京市卫生和计划生育委员会登记的名称为“北京新时代伊美尔幸福医学美容专科医院”。

蓝皮书进行合规分析发现,2019年至2020年8月,京津两地针对586家医疗机构作出了785个行政处罚案例。从医疗机构类型看,综合类医疗机构255家,中医类医疗机构77家,口腔类医疗机构273家,医疗美容机构165家,其他类型医疗机构15家。在这些处罚中,针对公立医疗机构的处罚为66次,针对私立医疗机构的处罚为719次,占比九成。短时间内被重复处罚,在私立医疗机构中较为普遍。

其中,被处罚的原因多为医疗废物及污水处理、放射诊疗以及病历管理相关违规,而处罚金额最高的为违规宣传、管理制度不完善、病历管理违规。

爱恩希(上海)医院管理有限公司副总裁丁洁青表示,民营医院和因医改而诞生的私立医生集团,都是公立医疗服务体系的有益补充。私立医生集团不仅需要兼具超越三甲医院的临床技术、服务和把某一项技术的行业水平提高到新层次的能力,还需要坚守合规底线,方可持续发展。