

□ 记者 章炜

3月27日,国家卫生健康委、国家市场监督管理总局公布了50项食品安全国家标准和9项标准修改单,新标准中,禁止使用“零添加”,以及保质期标示更直观、营养标签更易读、强制标示致敏物质等规定引发热议。不少消费者发现,许多生鲜食品都会以“有机”为噱头进行售卖,但部分产品包装上却缺乏明确的有机认证标志。孙先生在美团平台上买了一份“有机花菜”,到手后发现,花菜包装简陋,找不到任何的有机标志,也没有认证标签。为维护自身权益,孙先生将商家告上法庭,要求商家进行赔偿。上海市徐汇区人民法院立案后,近日依法适用小额诉讼程序公开开庭进行了审理。

## 宣称“有机花菜”,包装简陋,无认证标志

2024年5月15日,孙先生在美团平台上看到,家附近的一家生鲜店在售卖花菜,网页上,商品详情描述为“有机花菜”。于是,孙先生支付了35元下单。

花菜到手后发现,该产品包装简陋,也没有任何的有机标志,也看不到认证标志。“有机食品要有认证,而且证必须可查,否则可能涉嫌‘假有机’。商家拿着普通蔬菜当作有机花菜售卖,对消费者造成欺诈。”孙先生认为,商家无论从主观还是客观上,都存在故意欺诈的现象。按照《消费者权益保护法》第五十五条第一款的规定:经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍;增加赔偿的金额不足500元的,为500元。

法庭上,生鲜经营部表示,不同意孙先生提出的赔偿诉求。经营部辩称,食材都是从市场上采购的,卖菜人称花菜是有机的,采购人员也并没有多想,但的确没有取得有机食品标志,拿不出有机花菜的认证证书。孙先生购菜仅支付35元,现在主张赔偿500元,没有法律依据。

## 商家有义务向消费者提供相应的证明材料

记者了解到,有机花菜是指按照《国家有机标准》,遵照特定的农业生产原则,在生产中不采用基因工程获得的生物及其产物,不使用化学合成的农药、化肥、生长调节剂、饲料添加剂等物质,其对种植环境的要求非常高,水、土壤、肥料等都要达到有机标准,并且要获得具有资质的认证机构颁发的有机产品认证证书。

## 一周维权

### 慎买带有QS标志产品 市监:2018年已停用

近日,安徽亳州市场监管部门发出消费提醒:消费者在选购食品时应避免购买带有QS标志的产品。这一提醒源于我国食品标志制度的重大变革——自2018年10月1日起,QS标志已全面停止使用。

“有机”二字的背后是一整套完整的认证体系,在消费者消费的过程中,商家有义务向消费者提供相应的证明材料。为保证有机产品的可追溯性,国家认监委要求认证机构在向获得有机产品认证的企业发放认证标志或允许有机生产企业在产品标签上印制有机产品认证标志前,必须按照统一编码要求赋予每枚认证标志的一个唯一编码。每一枚有机标志的有机码都可在网站上查到,该枚有机标志对应的有机产品名称、认证证书编号、获证企业等信息。

据了解,普陀区市场监管部门曾在辖区商超开展排查,发现有超市涉嫌将普通花菜充当有机花菜对外销售。通过溯源,查实该超市销售的有机花菜均从普通农产品批发市场购进,未进行有机产品认证。该超市的行为涉嫌违反了《反不正当竞争法》和《有机产品认证管理办法》相关规定,市场监管部门依法进行立案调查

追溯QS标志的发展历程,这个蓝白相间的标志最初在2004年作为“质量安全”(Quality Safety)的英文缩写投入使用。2005年年底,其适用范围扩展至全部28大类食品,成为食品安全的重要保障。2010年6月1日起,QS标志的含义悄然转变,虽然图案未变,但其内涵已从“质量安全”变为“企业食品生产许可”的拼音缩写。

诉讼实录

# 宣称“有机花菜” 却没有认证标志

法院:具有欺诈行为  
向消费者赔偿500元

处理。

## 法院:商家未能提供有机产品的相关证据

法院认为,孙先生通过网络平台向生鲜经营部购买案涉商品并支付货款,双方就案涉商品成立信息网络买卖合同关系。本案的争议焦点在于生鲜经营部销售的商品是否为其宣称的有机商品从而构成欺诈。

法院认为,生鲜经营者向消费者提供商品或服务信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。本案中,订单详情页面的商品描述为“有机花菜”,而生鲜经营部未能提供涉案商品系有机产品的相关证据,显然生鲜经营部在出售涉案商品时提供了与商品真实信息不符的虚假信息,使消费者陷入错误认识而购买该商品,损害了消费者的合法权益,应认定具有欺诈行为。法院最终判决经营部赔偿孙先生500元。

值得注意的是,尽管QS标志已废止多年,但在部分小型商超或偏远地区,仍可能发现带有该标志的食品。市场监管部门特别提醒,这些产品可能是过渡期内生产的合规产品,但也存在违规使用旧包装或销售过期食品的风险。建议消费者优先选择带有SC编码的产品,以确保食品安全。同时,食品生产经营者应及时更新包装标志,严格遵守新的标志规范。(来源:快科技)

消息树

近日,山东泰安一位26岁小伙“陪爬一年赚30多万元”的报道引发公众广泛热议。值得关注的是,“陪爬”这一新兴服务在迅速走红的同时,也暴露出诸多问题,从定价合理性到服务规范缺失,再到安全隐患,亟须加强监管予以有效约束。

“干一行,专一行”。在复旦大学社会发展与公共政策学院社会学系博士研究生王恕桥看来,类似陪爬、陪逛等陪伴式服务,在95后、00后等“Z时代”出生的年轻人中颇为流行。“服务者提供了自己的时间、精力、技能、经验或是精神层面的情绪价值。”他表示,这本质上是一种“知识付费”或是“体验式消费”行为。在生活节奏不断提速的今天,它们不仅契合了人们的个性化需求,某种程度上也为求职者打开了新的就业创业大门。

“这些看似简单的陪伴行为,往往暗含着深刻的社会需求和商业逻辑。”浙江省社会科学院副研究员陈思宇表示,“泰山陪爬”服务中的陪看日出、陪拍“大片”、一路上的情绪鼓舞等做法,无一不切中现代都市年轻人的喜好,“它们的出现和兴起,具有一定的社会意义。”

不过,记者在采访中也发现,很多“陪伴式服务”的行业规范尚未建立或完善,服务质量参差不齐、监管缺失及相关技能培训缺失等问题,也在考验着行业的续航能力。“部分陪爬者全凭热情入场,存在虚假宣传或在直播中和网友插科打诨,这些我觉得不是好现象。”泰山陪爬者“大田田”说。

“无论是陪爬、陪逛还是陪拍,目前行业发展水平,大多还停留在‘草莽’阶段。这些服务,大多是依靠口头约定来完成,履约过程缺乏书面合同,双方的权利义务不明确,就容易引发纠纷。”浙江六和律师事务所律师吴丹认为,明确服务规范和责任边界,是陪伴服务行业实现良性、有序发展的关键所在。建议相关部门应尽快出台规范或指引,积极开展相关技能培训,以维护双方的合法权益和这些新兴行业的健康发展。(来源:潮新闻)

「一年赚30多万元」?「陪爬」服务走红  
从定价合理性到安全隐患,亟须加强监管