

食品安全法修订草案三审 保健食品的标签、说明书需声明“不能替代药物” 蔬菜瓜果拟禁止使用剧毒高毒农药

昨天上午,十二届全国人大常委会第十四次会议开幕,食品安全法修订草案三审稿提交全国人大常委会审议。草案三审稿增加了几方面内容。三审稿规定,剧毒、高毒类农药不得用于蔬菜、瓜果、茶叶和中草药材。三审稿中,删去不得以委托、贴牌方式生产婴幼儿配方乳粉的规定,保留不得以分装方式生产婴幼儿配方乳粉的规定。

■ 据《法制晚报》

关键词·农药使用

剧毒高毒类农药不得用于蔬菜瓜果

食品安全法修订草案三审稿规定,国家鼓励和支持使用高效低毒低残留农药,推动剧毒高毒农药替代产品的研发和应用,加快淘汰剧毒、高毒农药。同时增加规定,剧毒、高毒农药不得用于蔬菜、瓜果、茶叶和中草药材。

食品安全法修订草案二审稿规定,国家鼓励使用高效低毒农药,加快淘汰剧毒、高毒农药。这条规定的修改引起不少讨论。

法律委报告指出,有些常委会组成人员建议,明确规定全面淘汰剧毒高毒农药,并规定具体时间。对此,农业部提出,当前全面淘汰剧毒、高毒农药尚不可行,全面禁用并不利于农业生产和粮食安全,而且有些高毒农药降解快、残留低,只要严格按照规定使用,不影响农产品质量安全,国际上一些发达国家也没有完全禁止使用这类农药。

法律委员会经研究认为,从我国国情实际出发,草案已经对加快淘汰剧毒、高毒农药作了原则规定,考虑到全面淘汰、禁止使用剧毒、高毒农药目前时机尚不成熟,当前应当加强对这类农药使用环节的管理,同时加快有关替代产品的研发推广。

关键词·保健食品

保健食品需声明“不能替代药物”

食品安全法修订草案三审稿对近年来开始备受公众关注的保健食品议题也有回应。

法律委报告指出,有常委委员、国家食品药品监督管理总局和一些社会公众提出,我国添加中药材的保健食品比较多,保健食品原料之间互相配伍,可

能形成新的功效。应当进一步完善保健食品原料目录管理,明确规定原料的名称、用量和对应的功效。

三审稿还规定,明确保健食品的标签、说明书食品目录,除名称、用量外,还应当包括原料对应的功效。

三审稿还规定,明确保健食品的标签、说明书应当与注册或者备案的内容相一致,并声明“本品不能代替药物”。此外,还明确食品药品监督管理部门应当对注册或者备案中获知的企业商业秘密予以保密。

关键词·婴幼儿奶粉

不得分装生产婴幼儿奶粉

法律委报告指出,目前我国婴幼儿配方乳粉的配方过多过滥,全国有近1900个配方,平均每个企业有20多个配方,而国外这类企业一般只有2至3个配方。一个企业为市场营销,可随意制定不具有科技含量、对婴幼儿生长发育不具有特别意义的配方。为确保安全,建议对婴幼儿配方乳粉的配方实行注册管理。因这一问题涉及新行政许可,国务院有关方面按照规定正在对此进行论证。

修订草案二次审议稿第七十五条第五款规定,不得以委托贴牌、分装方式生产婴幼儿配方乳粉。

有的全国人大代表、商务部、工业和信息化部、社会公众和一些外国在华商会提出,委托、贴牌方式是国际上通行的生产方式,在法律中一律禁止,不符合市场经济规律。特别是如果禁止在国外采取委托、贴牌等方式生产的婴幼儿配方乳粉进口到我国,既不可行,生产企业也很容易通过合资合作生产等方式予以规避。

修订案三审稿中,删去不得以委托、贴牌方式生产婴幼儿配方乳粉的规定,保留不得以分装方式生产婴幼儿配方乳粉的规定。

七个看点读懂广告法修订草案三审稿 推荐虚假广告受行政处罚 三年禁代言

据新华社电 20日提请十二届全国人大常委会十四次会议审议的广告法修订草案三次审议稿,对药品、保健食品广告,养生节目发布广告行为,广告代言活动等作出了更加严格的限制。记者对此梳理出了七个看点。

看点1 药品广告需显著标明不良反应

三审稿增加规定,药品广告的内容不得与国务院药品监督管理部门批准的说明书不一致,并应当显著标明禁忌、不良反应。

看点2 保健食品非药品 广告不得涉及疾病防治

三审稿规定,保健食品广告不得涉及疾病预防、治疗功能,不得声称或者暗示广告商品为保障健康所必需,并应当显著标明“本品不能代替药物”。

看点3 养生栏目禁发药品、保健食品广告

三审稿规定,广播电台、电视台、报刊音像出版单位、互联网信息服务提供者不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。

看点4 母乳代用品广告不能“登”上公共场所

根据三审稿,禁止在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。

看点5 大众媒介、公共场所禁发烟草广告

三审稿明确,禁止在大众传播媒介或者公共场所发布烟草广告。烟草制品生产者或者销售者不得利用其他商品或者服务的广告、公益广告,宣传烟草制品名称、商标、包装、装潢以及类似内容。

看点6 代言过虚假广告者或有三年“禁期”

三审稿规定,对在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚未满三年的自然人、法人或者其他组织,不得利用其作为广告代言人。

看点7 违法发布广告,医疗机构执业许可证或被吊销

三审稿增加规定,医疗机构违法发布广告情节严重的,除由工商行政管理部门依照本法处罚外,卫生行政部门可以吊销诊疗科目或者吊销医疗机构执业许可证。

2015合肥万达城首届招商大会4月19日隆重举行 业主商家来“相亲” 展露“雨中情”

4月19日,合肥万达城万年埠金街招商大会在合肥万达城“中国鼓”展示中心隆重举行。本次招商大会是合肥首次由开发商为业主举办的招商活动,减去了中介等环节,为业主建立一个面对面沟通的良好平台。当日,合肥春雨淅沥,但依旧无法阻挡业主和商家们的热情。据悉,本次招商活动来了130多位商家,吸引了近千人到场。

■ 张华玮/文



特别“相亲”会 现场火爆

这是一次特别的招商大会,由合肥万达城牵线搭桥,把业主和商家拉到了一起。这足以表明万达的态度和责任心。万达不是把商铺卖出去就结束了自己的工作,而是把同业主一起盈利、共同发展,作为自己的责任。也只有万达这样的商业地产运营商,才能为自己的业主推荐这么多优质的品牌商家。

笔者在活动现场看到,合肥很多知名企业来到了现场,庐州太太、世纪华联、山水装饰、志邦橱柜等,餐饮、超市、家装……万达充分考虑到商街的业态,一方面为业主提供优质的签约方,一方面为商街的未来人气做好铺垫。

活动现场,业主和商家充分互动,有商铺的业主,一一向企业主推荐自己的商铺位置和价格。每个人的脸上都洋溢着笑容,似乎财富正向他们招手。

万达责任心全场叫好

在活动现场,合肥万达城投资有限公司策划副总经理张檀表示,万达广场在合肥的成功,已经证明了万达在商业领域的运营能力,“两座万达广场的商铺业主,如今已经赚得盆满钵满。如今,在座的各位万年埠一期商铺的业主,我们所投资的万达城商铺,我们拥有的载体、面临的投资环境、机遇,以及所处的平台,要远远高于万达广场。”

张檀自信地说:“用三个词来形容选择万达城商铺的业主,第一你是睿智的,第二你是英明的,第三你是幸运的。万达城2000万游客消费,合肥市8000万游客目的地,近千亿消费,这样的投资回报是毋庸置疑的。同时,我们还有周边国家级金融后台服务基地,省级行政办公中心,这样的投资前景,在全国都非常少见。”

合肥万达城有限公司物管公司总经理程铿也举出实例,“众所周知,在投资界,有这样一个观点,就是投资万达商铺,投资的不仅仅是商铺,而是前景和繁华。目前,万达商铺的租金水平,均超同城周边同类物业!28年来,无论市场环境如何,万达商铺始终保持了稳健的发展态势,价值逐年快速上扬,成为抵御通胀、保值增值的优势投资品。”

程铿还说到:“对于投资万年埠一期的业主,我将向各位提供招商的招商信息咨询服务,为各位业主的商铺开业提供有力的支持。同时在各位业主的商铺租赁过程中,我们还将提供租赁协助工作,确保各位业主顺利获取投资收益。”

“投资跟着万达走,财富从此赚不够!”对于民间的这句谚语,在场的业主和商家都以热烈的掌声表示赞同。

业主商家一致看好商铺未来

在现场,笔者随机采访的商家和业主,都对万达城未入驻先招商的举措表示赞赏,“不是所有的企业都有这个责任心,更不是所有的企业都有这个实力。”一位业主的话代表了大多数人的心声。

巢湖渔庄的陈总已在二期商业情景示范街入驻,大半年时间,店铺人气很旺,收入不错。“投资有大有小,财富有多有寡,但与万达的缘分只有长短之分,没有深浅之别。依稀记得去年5月2日,情景示范商业街开街仪式,巢湖渔庄非常幸运的成为第一批入驻的商家,成为附近5公里内许多工作的白领、游客必来的宴会地点。凭借合肥万达城这座财富平台,我们巢湖渔庄的业绩也节节攀升。我们看到合肥万达城每年2000万游客的消费潜力,我们已与合肥万达城建立战略关系,合作共赢。我们也将合肥万达城推荐给更多的品牌商家,让更多的品牌来合肥万达城,一起共享财富盛宴。”

2016年,合肥万达城全面开业,据测算,这里的商铺将第一时间接纳每年2000万游客消费,并成为合肥市8000万游客目的地。而且滨湖地区超百万常住人口,近千亿元消费收入,直接促进商铺地价、房价、租价不断跃升。同时,以合肥为圆心、500公里为半径,涵盖中国东中部最发达的7省1市,覆盖近5亿人口,如此庞大的人流量都将第一时间转化为合肥万达城商铺的消费主力。诸多人流、物流、财富流,都进一步保障了万达城商铺的繁华永恒。

未能入驻万达商铺的投资者也不用担心,合肥万达中英街将提供又一个财富机会,以丰富的商业文化,成为合肥最具代表性的国际繁华舞台,引领全球时尚潮流,人们的消费方式和消费手笔。