

法治赋能市场监管事业高质量发展

——市市场监督管理局法治建设工作扫描

□ 廖胜华

2023年以来,市市场监督管理局围绕广西市场监管“1145611”工作思路,坚持“强监管、壮队伍、树形象”,把法治建设作为市场监管工作生命线,推进法治监管、智慧监管、信用监管,优化营商环境。全市查办违法案件2072件,市本级共查办案件79件,实现执法工作“四个零”,即零投诉、零复议、零诉讼、零纠正,法治建设工作成绩斐然。

广西重点食品安全问题执法工作推进会在来宾市召开,该局在会上工作经验交流发言;查办销售有毒有害食品系列案被列入广西挂牌督办的案件;获评广西药品监管法治工作先进单位;获评2023年广西“铁拳”桂在真打”行动突出贡献集体;入选广西典型案例5件;入选广西优秀案卷1件……这是市市场监管局法治建设工作成效的一个缩影。

领导高度重视。将法治建设列入

“一把手”工程,放在重要议事日程,做到“二个四”,即:带头学习宣传、带头研究部署、带头推进落实、带头检查验收;与市场监管职能工作同部署、同推进、同落实、同检查。

制度建设保障。结合实际,制定轻微违法行为不予处罚、减轻处罚、从轻处罚、不予实施强制措施“四张清单”,运用行政提醒、行政建议、警示告诫、行政约谈等弹性灵活的柔性执法手段,对企业轻微违法行为给予包容审慎监管,全州市市场监管系统依法从轻、减轻或免于处罚案件1027件,包容减免涉案金额1900万元;健全完善重大行政执法决定法制审核、自由裁量权、重大案件集体讨论、预防行政机工作人员插手干预办案、业务规范和执法程序规范等制度。对重大行政执法决定法制审核率达100%。

强化普法宣传。制定普法宣传工

作方案,公示普法责任清单,坚持“谁执法、谁普法”工作原则,开展普法宣传“六进”活动。开展“3·15”宣传、“食品安全宣传周”等主题普法活动100多场次,在各级新闻媒体刊发文章200余篇,充分发挥食药科普主题公园开展法治宣传教育,以高质量普法服务经济高质量发展。同时,开展大练兵、大比武、案件评审等工作,练内功强本领,锻造高素质执法铁军。截至目前,全市经营主体163718户;去年1月至今年4月底,新增经营主体27614户。

开展专项整治。围绕食品、药品、特种设备、工业产品安全等重点行业,开展专项整治。在食品、药品等领域全面启动“互联网+监管”模式,检查覆盖率达100%;开展特种设备监察,查封问题“瓶灶阀器管”1229件,责令整改325家次;强化工业产品监督抽检,共抽检42批次,对4个不

合格批次产品采取后处置;加强重要民生商品和居民服务价格监督检查,强化反不正当竞争执法等。全市共开展116次专项整治工作,维护市场公平竞争秩序。

开展铁拳行动。围绕民生领域开展“铁拳”桂在真打”行动,着重开展食用油、药品、特种设备、医疗器械、违规收费、计量作弊、成品油质量、虚假广告、侵犯知识产权、假劣农资等执法稽查办案;强化“行刑”无缝衔接,与公安部门联手,建立“行刑”衔接机制,织密查办案件的“一张网”和走好专项整治行动的“一盘棋”,严厉打击民生领域违法犯罪行为,全市涉刑案件移送公安机关立案105件,居广西第一。

“聚焦法治建设,以法治建设为抓手,落实责任清单,强化行风建设,务实开展民生领域‘铁拳’行动,为打造高质量来宾市场监管事业提供法制力量。”市市场监管局有关负责人说。

兴宾: 管住“小叉车” 守护“大安全”

“感谢你们组织学习《中华人民共和国特种设备安全法》和《叉车操作规程》等,通过学习,提高了我们特种设备安全生产意识。”兴宾区某公司安全员对兴宾区市场监督管理局工作人员说。

近日,兴宾区市场监管局以安全生产治本攻坚三年行动为契机,采取三项措施,开展2024年叉车特种设备安全专项检查。一是强化摸底排查。通过日常监管,对全区550台在用叉车登记建档,形成“一企一册”台账,切实做到底数清、状况明。二是强化集中整治。重点检查叉车使用(承租)单位是否落实安全管理规定,是否

建立设备档案,是否制定叉车事故应急救援预案,设备是否办理使用登记,是否在检验有效期内,是否落实“日管控、周排查、月调度”工作制度。三是强化宣传提升。采取组织学习、发放宣传资料、讲解事故案例、召开警示教育约谈会等形式,使企业负责人了解事故危害,熟知相关法律法规,吸取经验教训,切实做好叉车使用安全管理。

截至目前,该局已检查叉车使用单位135家次,检查叉车550台,发现叉车安全隐患26处,下达特种设备安全监察指令书12份,立案查处5起,有效防范和遏制叉车事故。(韦媛媛 王诗慧)

忻城: 检查托管机构 保障用餐安全

“清洗餐具时,一定要用清水冲洗两遍以上,这样才能将洗涤剂冲洗干净。食品留样一定要在125g以上。”近日,忻城县市场监督管理局检查某校外托管机构时,发现问题当场告知该企业负责人。

4月以来,忻城县市场监管局结合2024年春季学期校园食品安全专项检查工作,坚持“校内校外一起抓、食品安全全面管”的工作原则,对全县校外托管机构开展全覆盖排查整治,防范化解食品安全风险隐患。检查中,执法人员着重检查校外托管机构证照信息有效公示,从业人员健康

公示,食品及食品原料的感官性状、保存条件和保质期,加工制作场所、设施设备环境卫生,餐饮具清洗消毒、食品留样、“三防”设施,餐厨废弃物处置等,要求校外托管机构负责人严格落实食品安全主体责任,建立健全索证索票制度,定期开展食品安全自查。同时,执法人员面对面指导食品从业人员利用“广西餐安”APP,开展食品安全知识培训。

截至目前,该局共检查校外托管机构45家,发现并督促现场整改问题隐患29个,下达《责令整改通知书》3份。(罗梅俊 蒙敬会)

武宣: 守护山歌盛宴 保障食品安全

“生活有滋有味,想唱我就张张嘴,罗喂罗喂,越唱心里越美……”近日,嘹亮的山歌在武宣大藤峡阳明文化公园唱响。为保障这场山歌“盛宴”顺利进行,武宣县市场监督管理局工作人员穿梭在各个场地,全力保障食品安全。

该局20多名工作人员分成8支小队,对活动现场食品小摊进行检查,重点检查内容包括经营者证照是否齐全、食材溯源是否清晰、食材是否过期、烹饪过程是否做好“三防”、是否健康证、食品存储是否干净卫生、是否变质、是否明码标价等。同时,宣

传《中华人民共和国食品安全法》和民族团结进步政策,强化诚信经营意识,要求做好“一物一价”,切勿搞“阴阳账”“隐形账单”。此外,还对城区内各餐饮企业开展拉网式检查,发放《武宣县市场监管局关于规范餐饮行业收费行为的提醒告诫书》,压实经营主体责任,畅通消费投诉举报渠道,营造玩得开心、吃得放心、消费得舒心消费环境。

此次活动未发生食品安全事件,未接到消费者投诉举报,各民族群众齐聚一堂,安全地“享用”这场别开生面的壮乡文化视听盛宴,有力助推民族团结进步。(方群瑜)

合山: 强化党风廉政 推动监管效能

合山市市场监督管理局坚持党建引领职能理念,把党风廉政建设与职能工作同部署、同检查、同推进,强化组织领导,层层压实责任,推动市场监管事业取得新成效。

该局强化廉政教育,始终将党风廉政教育作为必修课,通过党组中心组学习、“三会一课”、主题党日活动、清廉文化阵地、廉政谈话等,引导党员干部打牢思想基础,筑牢思想防线,树立正确的人生观、价值观、权利观,将廉洁自律内化于心、外化于行,根植廉洁理念、涵养崇廉风尚,打造作风优良、业务精湛的市场监管执法队

伍,坚持问题导向,聚焦群众“急难愁盼”问题,强化窗口服务效能,强化行风建设,强化行政指导、强化行政执法、强化社会曝光,着重对中小学“校园餐”食材配送、药械质量安全、工业产品质量安全、燃气使用安全、重要节假日期间旅游市场等开展整治,维护群众合法权益。

截至今年4月,合山市经营主体7624户。1-4月,新增经营主体297户,其中新增企业59户,为企业减免印章刻制有关费用共11750元,受理消费者投诉举报60件,为消费者挽回经济损失3万余元,查办违法案件44件。(蓝青萍)

金秀: 食安科普晚会精彩纷呈

“食品安全科普晚会很不错。我不仅观看了精彩演出,也参与了食品安全知识有奖答题,获得了1份精美礼品,回到学校一定向同学们宣传食品安全知识,反对浪费、崇尚节约。”金秀瑶族自治县学生陶伟荣高兴地说。

近日,金秀瑶族自治县市场监督管理局在县城文化广场开展主题为“反对浪费、崇尚节约、诚信经营”的食品安全科普晚会。晚会在开场舞《一路花开》中拉开序幕,舞者以活力四射的表演点燃了现场气氛。随后,一系列精心编排的节目轮番上演,包括食品安全知识有奖答题、三句半、民族舞蹈、现代舞表演等。其中,快板《食品安全最重要》最吸引观众的眼球,演员以幽默诙谐的方式,讲述了食品安全的重要性,以及在日常生活中如何防范食品安全风险,内容通俗易懂,形式新颖,让观众在欢声笑语中关注食品安全。

有奖答题环节,在主持人热情洋溢而又幽默的语言中,观众争先恐后抢答,现场氛围热烈,其乐融融,不时传出阵阵欢笑声和掌声。

晚会不仅给群众带来了欢乐,还提高了公众对食品安全的认知和参与度,推动金秀食品安全工作深入开展,得到了群众点赞。(李斯达)



▲市市场监督管理局将法治建设工作放在重要议事日程,作为推进高质量市场监管事业发展重要支撑,开展执法监管业务大练兵、大比武等活动,增强执法人员业务素质;开展法律法规进企业、进园区、进市场、进个体工商户、进社区、进景区等活动,增强经营主体诚信守法意识。图为近日,该局工作人员到广西双蚁药业有限公司开展《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国药品管理法》等法律法规宣讲活动。(廖胜华 摄)

关注

摘掉“小眼镜” 杜绝“小胖墩” 挺直“小背脊”——

学生常见病如何“多病共防”?

学生群体的健康总是格外牵动公众的心。近日,国家疾控局发布《学生常见病多病共防技术指南》,首次明确学生常见病“多病共防”的概念,并提出监测和干预措施。新华社记者专访参与起草该指南的疾控专家,一起来看这份指南的要点。

看点一: 这些常见病正在影响学生健康

指南提出,包括近视、超重肥胖、脊柱弯曲异常、传染病、龋齿、心理健康问题等,是当前在学生群体中经常发生、患病较高的疾病或健康问题,对个体健康与社会适应产生较大影响。

“随着我国社会发展,儿童青少年主要健康问题也在发生演变。”安徽医科大学教授陶芳标介绍,国家疾控局监测数据显示,2022年我国儿童青少年总体近视率为51.9%,其中,小学36.7%,初中71.4%,高中81.2%。

学生超重肥胖患病人数和患病率也在迅速攀升,2020年《中国居民营养与慢性病状况报告》显示,6至17岁学生超重肥胖率为19%。2019年全国学生常见病和健康影响因素监测与干预数据显示,中小学生对脊柱弯



看点二: “多病共防”可以通过行为与环境干预实现

指南首次明确了学生常见病“多病共防”的概念,即“多病中病因相同或具有共同的风险因素时,可采取多病共防策略。”

比如日间户外活动和体育锻炼缺乏、静态行为、睡眠节律紊乱、夜间接触光源刺激时间过长、营养失衡、亲子关系疏离等往往是学生群体近视、超重肥胖、脊柱弯曲异常和心理健康问题的共同风险因素,通过增加

看点三: 构建学生常见病三级干预体系

中国疾控中心儿少/学校卫生中心研究员宋逸介绍,指南提出要构建三级干预体系,包括一级干预、二级干预和三级干预。

其中,一级干预主要侧重于推广简单易行、效果可靠的干预技术,创新性提出“6个1”健康生活方式;二级干预注重早期发现高危群体,及时发现近视储备量不足、体重持续

增加、情绪变化大的学生,加强监测随访,实施有针对性的干预措施,防止单一健康问题向多病共患进一步发展;三级干预针对已出现多病共患的学生,指导学生到专业机构确诊和治疗。

什么是“6个1”健康生活方式?陶芳标表示,“6个1”可视作日常生活干预技术的高度凝练和全面指导。即保障每天体育锻炼1小时,校内和校外日间户外活动各1小时;久坐1小时需要起身活动10分钟;以娱乐为目的的视屏时间每天小于1小时;三餐就餐时间相对固定,相差不超过1小时;早睡早起,每天减少夜间接触光源刺激1小时;每天亲子交流1小时和互动15分钟。

看点四: “五位一体”多方协作才能为学生保驾护航

多方协作在护航学生健康方面起着至关重要的作用,指南明确将动员各方力量,共同加强健康教育。

“学校能为学生提供优质的学习生活环境和科学的健康教育知识,政府和疾控机构能够提供政策指导和技术支持,社区和家庭则可以在日常生活中引导学生养成健康的习惯。”宋逸说,为了确保多病共防的效果,需要政府、专业机构、学校、家庭和社区等多方面的紧密协作,共同构建一个全面而立体的防护网络。

实现多方协作,专家认为,关键在三方面,首先要确保干预策略的执行具有连续性和一致性,确保过程有组织;其次,必须建立有效的监测和评估机制,实现快速反馈干预效果,并根据反馈结果不断调整和优化干预策略;最后,需要考虑地区间的差异,因地制宜,使各个区域根据实际情况落实协作模式,确保每位学生都能获得适当的健康服务。

下一步,有关部门将积极探索并实践“政府—专业机构—学校—家庭—社区”五位一体的协作模式,以期积累更多具有可操作性的具体措施。

(新华社北京5月14日电)

有百年匠心的传承,有企业的主动创新,不少产品还走向海外。正在上海举行的中国品牌博览会上,“老字号”们纷纷焕新亮相,展示出历久弥新的生命力。

记者在现场看到,“艺术+”跨界让不少“中华老字号”焕发新活力。展会上,有着300多年历史的吴良材眼镜带来了与敦煌博物馆合作的图腾款及瑞兽款mini包,吸引了不少关注。

百联集团下属上海三联(集团)有限公司吴良材品牌经理陈康介绍,这一合作系列源于对新兴消费群体的洞察,敦煌文化是备受年轻消费者追捧的新国潮IP,通过联名合作,吴良材眼镜推出了一系列“眼镜之外”的文创产品,比如,灵感源于敦煌壁画的视力表、擦拭布、丝巾等,“不仅走出了自己的舒适圈,也走到了年轻消费者的心里”。

在光明食品集团的展台,不少“老字号”的新品都瞄准了消费市场的“痛点”进行了迭代创新。想吃午餐肉,却觉得传统的包装吃一餐量太大?为了满足“一人食”的年轻消费者对“易于携带和开启”的新需求,上海梅林推出了每片约为50克的片装午餐肉,“方便消费者给自己随时加餐”。光明冷饮推出的新款吸冰系列雪糕则瞄准了消费者“吃冷饮不冻手”的需求,以防冻手设计,隔绝“冻感”,提升消费体验。

展会现场,“中华老字号”三枪带来了太空概念系列、零碳纤维系列等基于创新面料的新品。东方国际集团总裁季胜君介绍,三枪不仅大力推进数字化转型,建设了数字化设计研发系统、数字化生产系统、数字化供应系统和数字化销售系统,实现了时尚趋势搜集分析、面料AI智能检测、供应链协同管理和全渠道营销,还针对设计师、越南、肯尼亚等海外市场专门开发联名服装和配饰。

上海市商务委市场体系处处长杨文升介绍,近期,包括英雄牌钢笔、美加净牙膏、国光口琴等在内的34个上海品牌“晋升”为“中华老字号”。现在,上海“中华老字号”品牌数量达到197个,数量在全国居首。

“我们注意到,现在不少‘老字号’品牌技术含量高,创新能力强,并逐步走向海外,获得全球范围内的认可。”季胜君说。

“品牌要延续下去,一定要有创新,只要肯扎根,小众市场一样可以做得红红火火。”新老老字号国光口琴厂总经理周伟义说。

周伟义说,去年,国光口琴与老凤祥等品牌联手,推出国色天香收藏级24孔复音口琴,“圈”了不少粉丝。今年年初,以徐悲鸿作品为灵感的“十二生肖”口琴推向市场后口碑同样很好。“目前我们的产品出口到东南亚、美国等地,出口占整体销售比例已达六成。”(新华社上海5月14日电)

从中国品牌博览会看「老字号」新力量

有百年匠心的传承,有企业的主动创新,不少产品还走向海外。正在上海举行的中国品牌博览会上,“老字号”们纷纷焕新亮相,展示出历久弥新的生命力。

记者在现场看到,“艺术+”跨界让不少“中华老字号”焕发新活力。展会上,有着300多年历史的吴良材眼镜带来了与敦煌博物馆合作的图腾款及瑞兽款mini包,吸引了不少关注。

百联集团下属上海三联(集团)有限公司吴良材品牌经理陈康介绍,这一合作系列源于对新兴消费群体的洞察,敦煌文化是备受年轻消费者追捧的新国潮IP,通过联名合作,吴良材眼镜推出了一系列“眼镜之外”的文创产品,比如,灵感源于敦煌壁画的视力表、擦拭布、丝巾等,“不仅走出了自己的舒适圈,也走到了年轻消费者的心里”。

在光明食品集团的展台,不少“老字号”的新品都瞄准了消费市场的“痛点”进行了迭代创新。想吃午餐肉,却觉得传统的包装吃一餐量太大?为了满足“一人食”的年轻消费者对“易于携带和开启”的新需求,上海梅林推出了每片约为50克的片装午餐肉,“方便消费者给自己随时加餐”。光明冷饮推出的新款吸冰系列雪糕则瞄准了消费者“吃冷饮不冻手”的需求,以防冻手设计,隔绝“冻感”,提升消费体验。

展会现场,“中华老字号”三枪带来了太空概念系列、零碳纤维系列等基于创新面料的新品。东方国际集团总裁季胜君介绍,三枪不仅大力推进数字化转型,建设了数字化设计研发系统、数字化生产系统、数字化供应系统和数字化销售系统,实现了时尚趋势搜集分析、面料AI智能检测、供应链协同管理和全渠道营销,还针对设计师、越南、肯尼亚等海外市场专门开发联名服装和配饰。

上海市商务委市场体系处处长杨文升介绍,近期,包括英雄牌钢笔、美加净牙膏、国光口琴等在内的34个上海品牌“晋升”为“中华老字号”。现在,上海“中华老字号”品牌数量达到197个,数量在全国居首。

“我们注意到,现在不少‘老字号’品牌技术含量高,创新能力强,并逐步走向海外,获得全球范围内的认可。”季胜君说。

“品牌要延续下去,一定要有创新,只要肯扎根,小众市场一样可以做得红红火火。”新老老字号国光口琴厂总经理周伟义说。

周伟义说,去年,国光口琴与老凤祥等品牌联手,推出国色天香收藏级24孔复音口琴,“圈”了不少粉丝。今年年初,以徐悲鸿作品为灵感的“十二生肖”口琴推向市场后口碑同样很好。“目前我们的产品出口到东南亚、美国等地,出口占整体销售比例已达六成。”(新华社上海5月14日电)

周伟义说,去年,国光口琴与老凤祥等品牌联手,推出国色天香收藏级24孔复音口琴,“圈”了不少粉丝。今年年初,以徐悲鸿作品为灵感的“十二生肖”口琴推向市场后口碑同样很好。“目前我们的产品出口到东南亚、美国等地,出口占整体销售比例已达六成。”(新华社上海5月14日电)

周伟义说,去年,国光口琴与老凤祥等品牌联手,推出国色天香收藏级24孔复音口琴,“圈”了不少粉丝。今年年初,以徐悲鸿作品为灵感的“十二生肖”口琴推向市场后口碑同样很好。“目前我们的产品出口到东南亚、美国等地,出口占整体销售比例已达六成。”(新华社上海5月14日电)