

为何要禁用给食材美颜的“生鲜灯”

生活中,不少消费者都有这样的体会:在超市、菜市场灯光下看着新鲜的肉食、水灵的蔬菜,买回家后却发现并不新鲜“养眼”,成了“买家秀”和“卖家秀”的区别。其实,肉还是那块肉,“奥妙”都在灯上。在店里,经营者专门用来给生鲜农产品提色增亮的灯具,被形象地称为“生鲜灯”。尽管“生鲜灯”让一些消费者感到上当受骗,但由于此前法律法规并未禁止使用“生鲜灯”,所以也就不了了之。如今“生鲜灯”的好日子到头了!近日,市场监管总局公布《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》(自2023年12月1日起施行),该《办法》明确销售生鲜食用农产品,不得使用“生鲜灯”误导消费者。



“生鲜灯”可为肉类蔬果“美颜” 网购平台月销高达4000+

“在菜市场明明看上去很新鲜的肉,怎么买到家就变样了?”在农贸市场买过菜的消费者恐怕都对生鲜摊位上一排排具有“美颜”效果的生鲜灯不陌生。“生鲜灯”是一种通过调整光照颜色而使生鲜食品呈现出更加鲜艳颜色的灯具,因成本低而又使用方便,应用十分广泛。在“生鲜灯”的照射下,生鲜肉类往往显得色泽格外红润鲜嫩,有些夸张的灯甚至有可能影响消费者的色觉感官,就算是肉类有些不新鲜,消费者在这种光线照射下也很难分辨。但一旦回到自然光或接近自然光的灯具下,不新鲜的肉立即“现了原形”。

消费者遭遇的背后,是“生鲜灯”的火爆销量。记者搜索淘宝等网购平台发现,销量高的“生鲜灯”月销上千。以“生鲜灯”为关键词进行搜索发现,系统推荐的某广东中山卖家售卖的“生鲜灯”月销2000+,在宝贝标题页面写有“生鲜猪肉灯冷鲜肉海鲜灯卤菜熟食店专用灯”等字样。另一家售价25元起的广州卖家宝贝页面图则显示,“终身售后”,该宝贝月销4000+。在宝贝详情页面,“好生意都用生鲜灯”“好看才好卖”“不好看,谁会买?”“使用普通的照明灯,肉质略显发黑,无法激发客户的食欲”等描述清晰可见。

一名客服人员告诉记者,可以根据不同需求提供不同灯光搭配方案,记者以4平方米左右的肉摊咨询,一家店铺建议,装3个红白光的75瓦“生鲜灯”即可。根据瓦数大小、灯珠材质、是否防潮防雾防水、能否调节亮度颜色等,“生鲜灯”的价格也不同,最便宜的20瓦“生鲜灯”价格大约在25元,而带旋钮可以调整颜色的“生鲜灯”最便宜也要60多元,而最贵的200瓦充电遥控款生鲜灯则需要160多元。客服人员表示,遥控款“生鲜灯”虽然好用,但是比较麻烦,因为“没有记忆功能,关灯之后要重新调。”

不同颜色适用不同场景 “生鲜灯”多红多白都可以调

记者发现,在“生鲜灯”颜色上,针对不同的使用场景也进行了“细分”。如有网店在宝贝分类中明确:最新款猪肉灯(红白光)特殊光色肉显红白;“专业鲜肉灯”“专业冷冻货灯”“专业海鲜灯”“专业熟食灯”等分类的颜色均为红白光;“豪华烧腊烤卤肉鸭烤鸡”则适用于红黄光;专业熟食灯标注了红暖光;专业蔬菜灯标注了绿白光。此外,还有部分灯具具有遥控器调光功能,写明“多红多白都可以调。”

一位“生鲜灯”的销售商表示,根据

不同使用场景“生鲜灯”的颜色也不同。比如,红白色灯珠的“生鲜灯”一般用在生肉照明比如猪牛羊肉等。而红黄色、暖黄色灯珠的灯一般用在熟食、卤肉等档口。此外,还有给海鲜、水果等其他品类用的不同颜色的灯。至于使用效果,商家打包票说,用了这种“美颜灯”不新鲜的肉也可以假乱真,隔夜肉同样不在话下。

关于“生鲜灯”的吐槽由来已久,去年就有媒体报道称,有网民通过在线问政平台反映,自己在菜市场明明买了颜

色鲜艳、富有光泽的鲜猪肉,但是拿回家后,猪肉的颜色却变了,感觉不怎么新鲜了,“都不认识了。”记者曾走访发现,超市中的LED灯,黑色灯罩内围绕中间的发光管,布满了白色的小灯珠。尽管光线看起来都是耀眼的白色,但在不同商品区域营造的视觉效果却不同:水果和糕点区域,灯光照射的区域呈暖黄色;生肉和肉制品区域呈艳红色;水产品区域光线明显偏冷偏蓝;生肉摊上则悬挂着一种圆形灯罩LED灯,小灯珠更密集,灯光照射下肉质显得很新鲜。

国家市场监管总局出手 “美颜神器”被禁止使用

消费者对于“生鲜灯”误导消费的抱怨、投诉、举报如今相当普遍。对此,国家市场监督管理总局日前公布的《食用农产品市场销售质量安全监督管理办法》明确规定,销售生鲜食用农产品,不得使用对食用农产品的真实色泽等感官性状造成明显改变的照明等设施误导消费者对商品的感官认知,同时,《办法》结合食用农产品市场销售以个体散户为主的突出特点,按照“警示为主,拒不改正再处罚”的基本原则设置

法律责任,将部分条款的罚款起点适度下调。这一新规将于今年12月1日起施行,这也意味着禁用“生鲜灯”已经进入倒计时。

有人可能认为,“生鲜灯”只是给生鲜农产品“加个滤镜”“美个颜”,没有实质性改变商品质量,也没有剥夺或者限制消费者的选择权,为什么要禁用呢?对此,有法律界人士分析指出,《消费者权益保护法》规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务真实

情况的权利。经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。外观、颜色、光泽等感官性状都是判断农产品品质优劣和新鲜程度的重要指标,也是消费者做出消费决策的重要依据。“生鲜灯”明显改变商品的部分感官性状,掩饰了商品的真实信息,有可能对消费者的感官认知造成误导,进而误导他们的消费决定。

媒体评论 用“生鲜灯”给食物加“滤镜” 乱象该收场了

“生鲜灯”在各地超市、菜市场中被普遍使用,进而形成了一种“光学营销”套路——红灯搭配冷白光用于鲜肉区,增强鲜肉新鲜感;绿光搭配正白光用于蔬菜区,让蔬菜看起来更新鲜;冷白光用于海鲜区,让水产看起来更鲜活……虽然消费者买回家后感觉上当进行了投诉,但商家对此却不以为然,甚至一些地方市场监管部门也认为,判断是否欺骗消费者的关键,是商家所售卖的商品是否合格。如果商品质量合格,只是利用“生鲜灯”作为营销手段,这种情况并不

违法违规。

事实上,无论农产品质量如何,使用“生鲜灯”本身就on易误导消费者,涉嫌违法。当今时代,美颜滤镜泛滥已不是新闻,但连线下生鲜也被“卷”到,还是多少让人郁闷。毕竟,生鲜是入口之物,许多人线下探店,为的就是亲自挑选一口新鲜。某种程度上,这也是去实体店买东西让人放心之处。可“生鲜灯”大行其道,却直接消解了这份难得的信任。强光扮靓、假面示人,无异于“自毁长城”。试想,只要有

过一次强烈的“被坑感”,谁又愿意再次走进同一家生鲜铺子购买那些被美化过的东西呢?

视觉上的“提质”“遮瑕”,只是虚幻的“镜花水月”。对集中上线的“生鲜灯”,相关部门有必要明确相应管理办法,制定生产、使用方面的行业标准和规范,以强弱适宜的光源,还商品本来面目,避免消费者吃哑巴亏。用“生鲜灯”给食物加“滤镜”这种乱象,该收场了!

本报综合消息

产地已在禁止名单 全是外文看不懂 警惕“假冒危”进口食品

近日,海关总署禁止进口日本福岛等十个县(都)食品,引起人们对进口食品安全的关注。记者走访发现,进口食品领域存在不少问题:有的是已被禁售的来自日本核辐射区的食品;有的包装都是外文完全看不懂;有的披着进口“外衣”实则国产。

乱象一 被禁售食品还在大卖

周女士近日整理网购的进口日货,发现有三件食品来自核辐射地区,前两者产地为长野县,后者为群马县。本月初,海关总署禁止进口日本福岛等十个县(都)食品,长野县、群马县都在其中。记者在一家平台上搜索日本食品,找到两个主营日货的店铺,分别名为“鱼藤食品屋”和“澳门SALE SHOP闪电直邮”,从店铺展示的商品详情页可以看到,有不少进口食品的产地为核辐射地区,比如“鱼藤食品屋”售卖的S&B七味粉来自东京都、越光米来自新潟县,炊饭素来自埼玉县。

记者从两个店铺分别购买了日本S&B四级辛口咖喱和S&B黄芥末粉。其中,S&B四级辛口咖喱的月销量为28件,商品评价超过100条,S&B黄芥末粉月销量也达到10件。收到货后记者看到,前者产地为栃木县佐野市,后者产地为埼玉县东松山市,均在禁止名单之列。被禁止的食品为何还在卖?记者联系两个店铺客服,但是都没有得到答复。

乱象二 包装全是外文顾客只能猜

记者发现,很多网购的进口食品包装上没有贴中文标签,想要了解详细信息只能靠猜。

记者网购了一包婴幼儿辅食,外包装上唯一的地址为“东京都墨田区吾妻桥”。商家解释说,这个地址对应的是“贩卖者”,意思是母公司总部。“制造者”是生产厂家,“制造所”才是具体工厂地址。“这个制造所记号为YZM,对应产地是三重县,并非日本核辐射区。”至于包装上为什么没有中文标签,商家根本不解释,仅答复可以申请退货。市民刘女士网购了一包泰国的草本茶,拿到手后发现包装上全是密密麻麻的泰文,“只知道里面是一堆香草,至于具体都有什么植物,怎么保存怎么冲泡,两眼一抹黑。”

我国《食品安全法》第九十七条明确规定,进口的预包装食品、食品添加剂应当有中文标签。标签应当载明食品的原产地以及境内代理商的名称、地址、联系方式。预包装食品没有中文标签、中文说明书或者说明书不符合本条规定的,不得进口。

不少售卖无中文标签进口食品的网店为了撇清责任,干脆在购物须知中做了特别标注。

乱象三 一些进口货就是穿层“外衣”

10元3瓶的德国啤酒,10元一盒的北海道布丁、15元一包的菲律宾糖果……在大街小巷的进口食品折扣店里,各种促销广告加上布满外文的商品包装让人眼花缭乱。记者来到劲松一家进口食品折扣店,二三十平方米的小店内贴满“特价”标签。“巧克力是哪国的?有别的口味吗?”一位老人打量着货架上琳琅满目的进口食品,不时询问店员。不过,这里售卖的“进口货”并非都是漂洋过海而来。

记者注意到,一款正在特价售卖的芝士鳕鱼肠,外包装上印着多种日文元素,配有三文鱼图案,乍一看以为产自日本,仔细看完背后的中文标签才发现产地是福建省漳州市。一款名为“北海道乳酸菌布丁”的零食,有醒目的“北海道”字样,商品的封口处、图案旁也都标注了日文,但翻到商品背后可看到产地是福建省泉州市。记者在这家店内还看到了包装印有韩国首尔字样、却产自山东青岛的炸鸡;出品商一列加粗写着菲律宾、产地却是福建泉州的糖果;包装写着日文、却产自广东汕头的速溶咖啡粉。

崇文门附近的一家进口食品折扣店内也有类似情形。这家店号称主打进口啤酒,记者观察后却发现,其销售的几款啤酒,产地均为山东德州。

可观的利润促使一些商家打着“进口”旗号吸引顾客。一个进口食品批发商告诉记者,进口食品的毛利率比国产食品高出不少,一般可以达到35%至50%,而国产食品的毛利率仅在10%至15%,“饼干、糖果、巧克力这三类产品的利润是最高的。”

提醒 最好索要食品“身份证”查验

海关业务专家提醒,普通消费者选购进口预包装食品,首先应查看是否有中文标签,如果对食品产地或生产质量有疑虑,可向经销商索取进口食品的“身份证”,即海关出具的检验检疫证明,这个证明详细记载了进口食品的名称、原产地、生产日期、品牌等信息。另外还可登录海关总署网站查看相关食品是否获得准入,只有经评估并获得我国准许进口的特定国家地区的特定产品方可入境。

本报综合消息