到底什么是预制菜

消费者与餐饮从业者存在认知差异

本报记者 沐方婷

近期,“预制菜”话题备受消费者关注。到底何为预制菜?争论的焦点到底在哪里?近日,记者对此进行了采访。

记者了解到,围绕这场预制菜争论,核心集中在“到底什么是预制菜”,消费者与餐饮从业者对预制菜的认知之间存在不小的差距。“95后”福州市民小林表示,自己更多是凭借口感、温度和“锅气”判断,“凡不是在门店内现炒现做的,就会很容易被判定为预制菜”。

小林的想法也是不少消费者的看法,但对于何为预制菜,其实国家已有明确规定。去年3月,六部门联合发布《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》,从国家层面明确了预制菜的范围以及标准体系建设、食品安全监管等消费者关心的问题。

消费者在餐厅用餐。本报记者 沐方婷摄

市场监管总局相关司局负责人解读《通知》时表示,三类食品不属于预制菜:考虑到连锁餐饮企业广泛应用中央厨房模式,其自行制作并向自有门店配送的净菜、半成品、成品菜肴,应当符合餐饮食品安全的法律法规和标准要求。中央厨房制作的菜肴,不纳入预制菜范围;同时,仅经清洗、去皮、分切等简单加工未经烹制的净菜类食品,属于食用农产品,不属于预制菜;速冻面米食品、方便食品、盒饭、盖浇饭、馒头、糕点、肉夹馍、面包、汉堡、三明治、比萨等主食类产品不属于预制菜。

在网友们的诸多评论中,记者留意到,消费者对预制菜的反感,主要集中在消费信息不透明、防腐剂滥用、价格贵口感不佳等方面。

采访中,福州大学经济与管理学院教授陈章旺分享了自己在一些饭店里尝到部分预制菜后的失望,“例如,有的酒店端上来的猪蹄上面是热的,下面还是凉的”。他认为,预制菜绝对不是偷工减料、粗制滥造的代名词,但是目前预制菜行业依旧面临着企业生产条件、生产工艺、产品质量良莠不齐等现实挑战。监管部门必须加大监督检查力度,对消费者反映比较集中、突出的问题,开展有针对性的专项监督检查,严厉打击违法违规行为。

福州一餐饮企业负责人告诉记者,在预制菜迅猛发展的当下,消费者对知情权的诉求与企业生产经营之间初期的张力是不可避免的,对于企业而言,更是要转变思维,从“被动隐瞒”到“主动沟通”,只有坚守合规底线,拥抱透明化、将消费者知情权视为品牌建设一部分的企业,才能在未来的市场竞争中占据更有利的位置。

近日,国家卫健委主导的《预制菜食品安全国家标准》草案已通过专家审查,即将向社会公开征求意见,届时,预制菜“身份”将有统一说法,餐饮门店是否使用、如何使用预制菜,也将首次纳入强制信息披露范畴。

13日,在餐厅就餐的吴先生告诉记者,其实也不是盲目地反对预制菜,而是觉得花了更多钱,吃到的却是口感一般甚至更差的预制菜,这种低性价比会极大降低消费体验,也损害了品牌在大众心中的形象。

对此,闽江学院新华都商学院副教授黄蕾认为,在新时期,所有经济业态都将被分级重塑,越来越多消费者开始从个人实际需求出发,回归对于商品价值本身的认知,消费心态也趋于理性和成熟。

连江潘渡镇以赛搭台 开展移风易俗主题宣传

本报讯(记者 颜澜萍)近日,连江潘渡镇借助2025年贵安新城第二届“贵BA”篮球赛开幕式的热烈氛围,在世纪金源奥特莱斯广场开展了一场别开生面的移风易俗主题宣传活动。

活动现场,新时代文明实践所志愿者与镇村干部穿梭于热情的观众之间,发放《文明殡葬倡议书》,现场讲解绿色殡葬理念。志愿者以通俗易懂的语言,向观赛群众倡导厚养薄葬、节俭治丧、生态安葬的文明新风,引导大家选择节地生态安葬方式,共同保护生态环境。

据介绍,此次潘渡镇创新尝试将殡葬改革宣传与群众喜爱的体育赛事结合,让文明新风吹进了火热赛场,使殡葬改革政策在轻松愉快的氛围中深入人心。

闯关游戏趣味多 解锁急救新技能

我市开展“世界急救日”主题游园活动

本报讯(记者 颜澜萍 通讯员 杨蕊)今年9月13日是第26个“世界急救日”,主题为“急救与气候变化”。当日,我市开展“世界急救日”主题游园活动。活动创新采用“急救知识技能培训+趣味游园体验”模式,让市民直观认识气候变化对急救工作的深远影响,切实提升应对自然灾害、火灾、地震等突发事件的应急逃生与急救能力。活动吸引数百名市民踊跃参与,现场气氛热烈,学习互动氛围浓厚,成为一堂生动的“全民急救公开课”。

游园现场精心设置六大功能各异的互动闯关区,每个关卡都紧扣灾害场景与急救需求:“台风大冒险”关卡通过模拟台风天创伤场景,考验市民创伤包扎技能;“极速降温大作战”以高温中暑为背景,开展救援竞赛,传授中暑急救要点;“洪水大逃生”引导市民学习洪灾中救援物资获取与使用方法;“地震躲起来”帮助参与者掌握地震安全区避险技巧;“灾害信号塔”以“你比划我猜”的趣味形式,加深对急救与气候相关知识的记忆;“急救知识扭蛋机”则通过答题闯关,让市民在轻松氛围中巩固急救常识。

此次活动由省红十字会、市红十字会联合主办,省红十字应急救护培训中心、市红十字现场救护培训中心共同承办。

“黄金4分钟”挑战区由专业救护师一对一指导市民学习心肺复苏和AED使用。 本报记者 叶诚摄

铁路安全进校园 培育“护路小卫士”

本报讯(记者 陈君沂 通讯员 易威)为进一步增强铁路沿线学生的安全意识和自我保护能力,11日14时,南铁福州工务段组织10余名青年志愿者,走进福州市晋安第二实验小学,开展“开学第一课·安全伴我行”爱路护路专题宣传活动,为百余名少先队员送上生动的安全“启蒙课”。

活动中,青年志愿者结合学生认知特点,用通俗易懂的语言讲解铁路交通安全法规并普及铁路安全常识,同时通过鲜活的实际案例,让师生们直观认识到违反铁路规则的潜在风险。为打破单向宣讲的沉闷感,进一步提升学生参与度与学习效果,此次活动还设置了观看宣传警示教育片、开展趣味知识问答等环节,将安全教育融入趣味互动,有效引导同学们主动学习安全知识,树立“遵守铁路规则、爱护铁路设施”的意识。

30秒生产一个高品质轮毂

(上接1版)

目前,一期项目10万平方米主体厂房于年初完成验收,整线工艺万吨级锻压设备、协同华中科技大学自研的旋压设备、固溶、时效炉、自研双主轴双刀立车加工中心、智能数控加工中心等关键设备组成,且均已安装到位,正在进行精细化的生产调试。同时,全线正进行包括70多台机器人自动化设备的联调联试,为即将到来的正式量产做最充分的准备。预计今年下半年,第一条产线可进入量产,将实现年产值超5亿元。2027年4条产线全面达产后,预计年总产值将突破20亿元,年均税收可达8000万元。

“企业创新打造出兼具科技感、安全感和时代感的轮毂圈,助力培育一条全新的产业链并带动上下游配套集聚。”何华强说,下一步,将逐步通过智能视觉检测、AGV、MES等软硬件措施,以及大数据清洗、收集、分析,构建生产线智能大模型,最终实现具备AI实时监测、灵活调度、预测性维护、智能优化及智能决策的锻造铝合金车轮“黑灯工厂”,成为福建工业4.0数字轮毂产业示范园。

购买手表6年后发现是仿品

超过除斥期间,维权被驳回

本报记者 赖志昌 通讯员 蓝宇

法在身边

近日,仓山区法院审结一起买卖合同纠纷案件,原告夏某某因超过法律规定的除斥期间,其主张撤销买卖关系、追回货款并索要赔偿的诉求被依法驳回。

2017年11月,夏某某通过微信与郭某某协商购买手表,双方未签订书面合同。夏某某于11月14日支付定金3万元,11月26日付清余款5.3万元,郭某某通过快递寄送手表,夏某某在12月2日收到货物。

2023年11月,夏某某佩戴该手表参加聚餐时,经朋友提醒发现手表可能非正品。随后,他委托某检测公司鉴定,确认手表不符合正品工艺,系仿品。2024年11月14日,夏某某以郭某某存在欺诈为由诉至法院,请求撤销买卖关系,要求退还8.3万元货款并支付三倍货款的赔偿金24.9万元。

法院审理认为,根据《中华人民共和国民法典》第一百五十二条,以欺诈为由行使撤销权,需自知道或应当知道撤销事由起一年内行使,且自民事法律行为发生之日起五年内未行使的,撤销权消灭。本案中,夏某某2017年12月2日收到手表,起诉时已超最长五年除斥期间,故驳回其诉讼请求。

案例点睛

法官提醒,除斥期间为权利存续的不变期间,不适用时效中止、中断和延长规定,期间届满则撤销权等权利消灭。消费者购买商品后,应及时检查真伪与质量,权益受损时第一时间留存交易记录、沟通凭证等证据,并在法定期限内主张权利,避免因拖延致权利失效。

法治福州·“谁执法谁普法”之窗

市委依法治市办 市司法局 福州日报社

买卖“上头”电子烟弹 二人因毒品犯罪获刑

本报讯(记者 阮冠达)近年来,一些不法分子为了谋取利益,打着“新奇体验”的旗号,非法售卖号称能“上头”的电子烟弹,但这类电子烟弹含有毒品成分,不仅威胁社会安全与公众健康,更触犯法律红线。

2024年12月13日,买毒人张某与王某(另案处理)约定,以6000元价格购买5个含列管精神药品的电子烟烟弹,王某便邀请被告人马某共同贩卖。当晚,马某取走张某在某地事先放置的毒资6000元,随后向“上家”请求交货,但在接收上家委托网约车交付的10个电子烟弹时被当场抓获。

在另一起案件中,被告人高某某染上了吸“特殊电子烟”的爱好,随后又准备发展“下线”,便将10个电子烟弹以人民币15000元的价格卖给华某(化名),交易完成后被民警当场查获。民警另从高某某身上查获2个电子烟弹,从其车上查获4个电子烟弹。经鉴定,高某某所贩卖的10个烟弹及从其身上查获的其中1个烟弹中均检出依托咪酯成分。

最终,马某被仓山法院判处有期徒刑十个月,并处罚金人民币5000元;高某某被鼓楼法院判处有期徒刑六个月,并处罚金人民币3000元。

法官提醒,当前,部分毒品以“烟弹”“奶茶粉”“巧克力”等新形态出现,试图混淆视听、规避监管,但无论其外表如何翻新,只要检出毒品成分,就必然受到法律的严厉打击。同时,含列管精神药品成分的物品,一旦用于非法交易,即涉嫌毒品犯罪。

擅用网红博主肖像卖货?

法院:道歉+赔偿

本报讯(记者 阮冠达)近年来,“流量经济”快速发展,知名博主的肖像也具有其独特的商业价值。那么,商家未经允许使用网红博主的肖像宣传商品,又是否构成侵权?近日,福州市鼓楼区人民法院审结一起肖像权纠纷案件。

方某是一名日常穿搭分享博主,在抖音、微博等多个社交平台共拥有数十万粉丝,具有一定知名度。2024年6月,方某发现黎某在其开设的网店中擅自使用了一张自己的肖像图片。

该商品链接显示已产生一定销量和评价。方某认为黎某以营利为目的擅自使用其肖像,严重侵犯了其肖像权,故诉至法院,要求黎某立即停止侵权、公开赔礼道歉,并赔偿损失。

鼓楼法院经审理认为,黎某未经方某同意,在其开设的网店中使用带有方某肖像的图片,为其商品进行宣传推广,构成对方某肖像权的侵害。故方某有权要求黎某赔礼道歉、赔偿损失。

此外,关于赔礼道歉的方式,应与侵权的具体方式和所造成的影响范围相当,法院判决由黎某在其经营的网店首页刊登道歉信,为期七日。结合方某的知名度、方某肖像的商业价值、黎某的过错程度以及方某为制止侵权行为所必然支出的合理费用等因素,法院依法酌定黎某赔偿方某损失2000元。

鼓楼法院法官表示,随着电子商务和社交媒体深度融合,个人肖像,尤其是具有一定影响力人物的肖像,成为宝贵的商业资源。是否以营利为目的,则是认定侵权的重要标准。商家在网店运营、广告投放等经营活动中使用他人肖像,核心目的是提升商品吸引力、促进销售,从而获取商业利益,可定性为营利目的,故构成侵权。

法官提醒,商家在经营推广中欲使用他人肖像、图片、作品等,务必先行取得授权,避免“先使用后解决”的侥幸心理。诚信、守法的经营模式,才是长久发展之道。

本报社址:福州市鼓楼区小柳路85号 邮政编码:350025 总编室:83762585 编发中心传真:83762629 采集中心:83751111 83762593(传真) 专副刊中心:83762332 广告热线:83721111 83721974 (传真)
订报热线:968800 发行:福州报业发行有限公司,福州市五城区自办发行、其余区域邮发,邮发代号33-7 年定价496元、零售每份2元 广告经营许可证:2005017 省新闻道德委举报电话:87275327
印刷:福州报业印务有限公司 福州市仓山区建新北路151号 本公司承印各类印刷及配套业务。总机服务:83350701 83336672 所刊作品,未经本报(网、刊)许可,不得转载、摘编。法律顾问:福建谨而信律师事务所