



评论员观察

监管部门不能被动地坐等“出事”，而应该把更多的工作做细做好、做在前头。从“奈雪的茶”这起事件中可以看出，监管部门对餐饮企业的抽查是形同虚设的。有鉴于此，不仅“奈雪的茶”需要反思，监管部门也要借此改进监管模式。

“奈雪的茶”蟑螂爬，监管何妨借力消费者

齐鲁晚报·齐鲁壹点 评论员 朱文龙

近日，有媒体记者卧底“奈雪的茶”两家北京门店，发现店内存在蟑螂乱爬、水果腐烂、抹布不洗、标签不实等问题。8月3日早上，该品牌官微发布道歉声明，称公司第一时间成立了专项工作组，对涉事门店展开连夜彻查、整改。两家涉事门店将暂停营业，邀请市场监督管理局上门检查，并会第一时间公布检查结果。

“奈雪的茶”在道歉声明中提到“品质一直被视为我们的生命线”，但从报道来看，真不清楚“奈雪的茶”有何底气说这句话。毕竟，一个“一直”注重产品品质的企业，根本不会容许食品安全问

题的发生，也不会拿消费者的健康开玩笑。由此可见，“奈雪的茶”道歉的态度并不诚恳。因此，人们要慎重对待“奈雪的茶”的表态，不但要“听其言”，还要“观其行”，更要“察其效”。没有切实的行动，即便言辞再动听，表态再有力，以后也有可能重蹈覆辙。

之所以这样说，是因为“奈雪的茶”并非第一次出事了。这个网红品牌的崛起之路，一直伴随着各种食品安全问题。比如，2019年1月，其正佳广场分店被广州市天河区食品药品监督管理局罚款9150元。2020年5月，其南昌一家门店售卖的欧包被爆发霉变质，此后奈雪“深夜道歉”登上微博热搜。2020年11月，其大渡河门店因生产经营不符合

法律、法规或食品安全标准的食品、食品添加剂被上海普陀区市场监管局罚款五万元……很显然，“奈雪的茶”并没有从以往事件中吸取教训，这也再次证明了，将整治食品安全问题的希望完全寄予企业的反躬自省，并不现实。捍卫“舌尖上的安全”，更多的还是要靠外部监管。

令人遗憾的是，这起事件，包括此前“华莱士”等许多轰动一时的食品安全事件，都是在网络上进行曝光，引发舆论关注后才引起监管部门重视的。“舆论先行、监管滞后”已成为应对食品安全问题的某种常态。事后监管模式，说白了就是爆出了就查，爆不出来就算。这种滞后的监管模式，很容易引发食品安全问题。就拿这

起事件来说，作为知名奶茶店，“奈雪的茶”在全国拥有大量分店，按理说，如此规模庞大的企业，肯定是相关部门监管的重点。但事实却并非如此。从报道中可以看出，该店的服务员并不认为“蟑螂从面包柜底部爬向面包制作间”，是在危害食品安全，这也从一个侧面反映出日常监管缺失到何种地步。

食品安全问题不比其他，发现问题之时往往已经铸下大错。监管部门不能被动地坐等“出事”，而应该把更多的工作做细做好、做在前头。从这起事件中可以看出，监管部门对餐饮企业的抽查是形同虚设的。有鉴于此，不仅“奈雪的茶”需要反思，监管部门也要借此改进监管模式。

从目前掌握的消息来看，监管部门已对两家出事门店进行检查。在此后的工作中，监管部门一方面要做好对餐饮企业的常态化监管，加大对餐饮企业的监督抽查频率与力度。特别是，对“奈雪的茶”这样多次爆出食品安全问题的企业要严加“关照”。另一方面，监管部门还应借消费者之力以补充执法力量的不足。比如说，监管部门可以在饮料店大力推广“明厨亮灶”工程，或者设置摄像头对饮料店进行“慢直播”，让饮料等食品的制作过程置于千万双眼睛的监督之下。如此既减轻了监管成本，也能使消费者在发现问题后，及时向监管部门反映，可谓“一举两得”。

警惕，社交平台评论区商品推广套路多

来论

杨玉龙

据近期报道，多家社交平台的评论区产品推广泛滥，有的是“硬广”，有的则隐藏于评论文案里。做这类产品推广者，往往会伪装成普通用户，在评论区描述个人戏剧性的经历，或者做

出情绪鲜明的点评，以吸引其他用户关注。

在社交平台“冲浪”时看评论，是不少人的选择和乐趣。不过，对于借助社交平台评论进行产品推广现象，也要警惕起来。比如据报道，有些产品推广者会扮作“追星女孩”，看似在分享日常生活，实则为了让其他粉丝注意到自己口中的“大牌正品”。有的产品推广除了蹭热点外，还时常自带“水军”，这些“水军”通过多种方式引导用户添加产品推广者

为好友。当然，这也就意味着，消费者一旦被忽悠，乃至对其深信不疑，就很有可能上当受骗。比如，有的引流的产品并不靠谱，消费者一旦选择就会当了冤大头。

社交平台评论区能够成为商品推广的新天地，主要是因为通过正规渠道发布广告成本高、审核严，而社交平台的评论区，既能逃过广告过滤又能吸引用户，也因此成为一些商家眼中的“宝地”。商家是如此“聪明”，但这样的做法的确有打法律擦边球的嫌

疑，毕竟，这种行为具有间接推销商品或服务的特点，从性质上说，其属于广告是没有问题的。

依据现行《互联网广告管理暂行办法》，互联网广告应当具有可识别性，显著标明“广告”，使消费者能够辨明。从这一点来说，评论区广告显然是在钻空子，逃避法律规则，以为寻到了法外利好之地。由此，对于评论区广告，监管部门更需要严格监管。一方面，有必要督促社交平台履行好责任，对于打法

律擦边球行为坚决进行抵制；另一方面，也有必要加强消费警示，提升广大网友辨别能力和消费安全防范意识。

对于商家来讲，不能为了利益而不择手段。诚如前述，社交平台的评论区既能逃过广告过滤又能吸引用户，看似是投放广告的“宝地”，但是也不能肆意为之，一旦违法违规被抓了现行，一样要受到惩罚。

投稿邮箱: qilupinglun@sina.com

全职妈妈等娃下课刮中顶呱刮大奖100万元

7月30日，青岛传出喜讯，市南区一位购彩者刮中顶呱刮100万元大奖，引来大家热议。8月2日一早，中奖人孙女士(化姓)就来到体彩中心兑领大奖。

据孙女士介绍，她是一位全职妈妈，负责接送孩子、照顾一家人生活。“每天忙活三顿饭、收拾家、接送孩子，特别忙。最近放暑假了，孩子每天在家，还要陪玩、陪学习，感觉更忙了。”孙女士说，她最大的快乐就是看着孩子成长，感觉自己的付出很有意义。据她回忆：“7月30日上午，我送孩子去培训学校上特色课，课程时间挺长的，开始上课后我就出来溜达，正好逛到体彩店，就想进去刮几张彩票。”孙女士说，她平时也挺喜欢买彩票，感觉挺解压的，以前



还中过几次小奖。当天孙女士选了20元面值的顶呱刮“花开富贵”彩票，买了10张，中了5个20元的小奖，她又换了5张“花开富贵”彩票，其中一张

刮出了100万元大奖!“说实话，我当时不太敢相信。我刮彩票主要是觉得挺有意思，怪好玩儿，能放松心情。也知道能中大奖，但是没有想到这个好运能落到我头上。”领奖后，孙女士说奖金自己打算先做好规划怎么用，因为自己暂时没有收入，家里的开支一直需要靠老公，有了这笔奖金自己以后能更自由些。

公益体彩，乐善人生。体彩顶呱刮不断为购彩者创造惊喜，2021年，青岛购彩者已中得2个顶呱刮100万元头奖。2月20日，西海岸新区购彩者喜中顶呱刮“星光闪耀”头奖100万元。本次，市南购彩者再次续写大奖传奇，收获顶呱刮“花开富贵”头奖100万元。期待有更多购彩者感受顶呱刮购彩乐趣，收获大奖惊喜! (庞彤彤)

公益体彩助力第九届中国大学生龙舟锦标赛



7月24日至25日，由中国大学生体育协会主办、聊城市人民政府和聊城大学承办的第九届中国大学生龙舟锦标赛在聊城市东昌湖金凤广场水域举行。来自北京大学、同济大学、浙江大学、苏州大学、北京大学、武汉大学等全国46所高校68支龙舟队，950名大学生运动员参赛。

比赛项目设男子组、女子组、混合组100米、200米、500米直道竞

速比赛。百桨争流，水花四溅。随着一声令下，鼓声咚咚响起，船桨划破水面，一艘艘龙舟如出水蛟龙，沿着赛道向前冲去。比赛水域两岸人山人海，选手们卯足劲，大声吆喝，激烈的比赛引来过往群众驻足“观战”，为龙舟健儿呐喊加油，享受体育盛宴。

本次活动得到了公益体彩的大力支持，中国体育彩票作为国家公益彩票，不遗余力地支持社会公

益事业和全民健身事业，从场馆场地设施的建造，到健身器材的配建，再到全民健身活动的开展，体彩公益金的身影无处不在。体彩对体育运动的支持，不仅助推了全民健身事业的发展，也把公益体彩的品牌形象传播到社会各个角落，充分体现了公益体彩“来之于民，用之于民”的发行宗旨，让公益体彩文化真正融入群众生活，提升百姓生活品质。(郭群)