

用地理标志点“土”成“金”

川渝加强地理标志运用促进合作

本报讯（记者 马工枚）近日，记者从四川省市场监督管理局知识产权运用处获悉，四川省市场监督管理局与重庆市知识产权局签署加强地理标志运用促进合作备忘录。双方将在建设地理标志展示推广场景、地理标志产业技术研究院和地理标志产品商贸合作平台、发挥西部地理标志产业发展联盟作用等方面

开展务实合作。

共同推动构建“线下展馆+线上平台+展会活动”立体化地理标志推广模式，联动川渝多个城市，开展互动联展，形成川渝协同推广矩阵，不断扩大川渝地理标志品牌影响力。

共同推动建设西部地理标志产业技术研究院和地理标志产品商贸合作平台，发挥西部地

标志产品资源开发培育、质量管控和标准化、创新技术支持、品牌孵化运营以及对区域经济贡献度等方面研究开展深度合作，合力打造赋能地理标志产业发展的研究平台和服务平台。

共同推动西部地理标志产业发展联盟发挥作用，依托西洽会、智博会、中外地理标志产品博览会、西博会等川渝常设国际大型

展会活动，设立西部地理标志产业发展联盟展区，加大西部地区地理标志推广力度。

共同推动建立地理标志产品商贸合作平台，发挥川渝西部陆海新通道优势，共同探索构建独具优势的地理标志产品出海通道，并与物流等产业形成融合优势，促进两地地理标志产品国际化贸易。

严把安全关 尽享“放心”肉

四川打击肉类产品违法犯罪专项整治行动取得阶段性成效

□本报记者 马工枚

今年5月以来，四川省食品安全委员会办公室（以下简称：省食安办）、省公安厅、省农业农村厅、省市场监督管理局联合部署推进严厉打击肉类产品违法犯罪专项整治行动，取得阶段性成效。

加强联动。四川省食安办会同省公安厅、省农业农村厅、省市场监督管理局联合印发《严厉打击肉类产品违法犯罪专项整治行动实施方案》；加强组织领导，成立工作专班，推动部门间同向发力、同频共振，统筹协调组织三个系统多次召开部署推进会，明确目标、细化举措，着力养殖、屠宰、无害化处理、生产、经营环节监督检查“五狠抓”，坚持风险会商、问题治理、违法打击、行刑衔接、宣传引导“五强化”共查违法犯罪行为。

强化宣传。制作《严把安全关 尽享“放心”肉》《如何选到好的肉类产品》等宣传片，指导市（州）印制《肉制品和食品安全告知书》《肉制品专项整治宣传海报》等宣传产品3749个，开展重点宣传活动175次，曝光典型案例18个，引导企业全面落实主体责任，举办全省肉类产品质量安全公开承诺活动，组织畜禽养殖、定点屠宰、生产、商超、农贸市场、餐饮等上

下游10家企业代表向社会公开郑重承诺，食品协会发出“营造守法诚信经营共治氛围提升肉类产品质量安全水平”倡议，推动肉类产品行业形成争先创优良好发展态势。

精准打击。将肉类产品作为食品安全抽检监测计划的重点品种，统筹“国抽”“省抽”任务安排肉类产品2130批次，开展重点场所监督抽检和风险监测，公安厅印发《关于开展肉类产品专项抽检工作的通知》，强化科技赋能，探索“专业+机制+大数据”新型警务运行模式，牵头组织南充、绵阳等6个市（州）民警成立“金盾畜安战队”，针对快检筛查阳性产品，加强线索摸排并开展集群打击。公开向社会征集肉类产品违法犯罪问题线索，并认真核查，已收集线索91起，立案调查14起。

注重实效。开展全链条专项整治。截至目前，全省对肉类产品违法犯罪共行政执法立案410件，涉案物品49吨，涉案货值744.8万元，罚没金额1205.8万元，捣毁私屠滥宰窝点案3件2.5吨，打击来源不明、未经检疫或检疫不合格肉品案60件15吨，打击假冒牛（羊、驴）肉制品违法案件28件，刑事立案39件。

打好夏季食品保“胃”战

保障群众“舌尖上的安全”

入伏以来，气温节节攀升，各地开启“烧烤”模式。为有效预防食品安全事故发生，保障群众“舌尖上的安全”，连日来，四川省广安市高新区市场监督管理局通过“线上+线下”的监管和服务方式，加大夏季食品安全监管力度，全力守好食品安全底线。

在高新区市场监督管理局管辖的各超市、冷卤菜等地，执法人员针对夏季食品贮存条件高、保质期短、易变质的特点，重点对辖区内老百姓日常消费普遍的肉、奶、现切水果、卤菜等食品进行现场检查。同时，针对餐饮服务单位，该所还通过微信群要求食品从业者把好设施设备关、环境卫生关、从业人员健康关、食品采购

验收关、食品加工制作关、食品烹饪关、餐饮具清洗消毒保洁关等，全力筑牢夏季食品安全防线。

高新区市场监督管理局一级行政执法员刘雪峰表示，当前季节食物极易腐败变质，他们线下加强对食品从业者的执法监管，同时线上通过微信群广泛宣传夏季食品安全温馨提示，要求食品从业者落实食品安全主体责任，保障广大人民群众“舌尖上的安全”。

通过“线上+线下”的监管和服务方式，进一步提高了生产经营者食品安全主体责任意识，推动辖区食品安全监管责任得到有效落实，切实守牢了夏季食品安全底线。 李勇 沈仁平

“反季玩雪”成消暑度夏新选择

滑雪场馆订单大增

近日，在位于重庆市沙坪坝区的热雪奇迹室内滑雪场，游客正在滑雪和玩雪。

高温持续，“反季玩雪”成为大家清凉消暑、休闲度夏的新选择。在重庆，多家冰雪场馆暑期迎来客流高峰。大批游客换上厚厚的雪服，在高温天气下体验独特的冰雪项目。重庆热雪奇迹以“滑进零下6度的夏天”为主题，推出雪地悠游球、雪地拔河、雪地毛毛虫、雪地西瓜派对等多项主题活动，增添了市民滑雪和玩雪的乐趣。

特约记者 孙凯芳 摄

月月315·消费提示

装修遭遇“阴阳合同”、养宠遇上“星期狗”……

四川省消委会顾问律师支招

□本报记者 马工枚

装修公司疑似使用“阴阳合同”，购买宠物狗一周内狗就死亡，购买食用油到货发现没有条形码，外出就餐被告知不允许自带酒水……消费过程中，你遇到过这些糟心事吗？近日，四川省保护消费者权益委员会（以下简称：省消委）开展了第四十一期“月月315”律师答疑活动，期间收到许多网友提问。省消委会律师顾问团成员北京安博（成都）律师事务所副主任王亮、北京京师（成都）律师事务所专职律师张雷为消费者答疑解惑。

问题一

装修公司与自己签订的装修合同，报价、清单表、预算表都与公司保存的合同以及价格、明细、总项等对不上，且有明显篡改痕迹，有“阴阳”合同嫌疑，要求公司退费，对方分文不退，如何才能维权？

律师答疑

面对装修公司存在“阴阳合同”嫌疑且拒绝退费的情况，消费者可以采取以下措施来维护自己的合法权益。

消费者需要将自己持有的装修合同、报价单、清单表、预算表等文件，与装修公司保存的文本进行详细比对，找出具体差异内容。根据《中华人民共和国民法典》第五百四十四条规定，当事人对合同变更的内容约定不明确的，推定为未变更。因此，若任何一方对合同内容进行篡改，篡改部分无效，应维持原合同约定内容。

消费者可与装修公司进行协商和解，变更合同内容或解除合同。若协商无果，消费者可向当地

消委会或市场监管部门投诉，请求其介入调查和调解。若无法达成调解协议，可以向人民法院提起诉讼。

问题二

在实体店购买了一条狗，狗在一周内就死了。想维权时，发现购买合同的盖章与店名不符，天眼查也查不到这家店，该如何维护自己的权益？

律师答疑

购买不到一周就死了的宠物狗，网络上一般称之为“星期狗”。活体宠物买卖的经营者应按照法律规定履行检疫义务，活体宠物应当具有相应的检验检疫证明。宠物店作为售卖方，应向买家交付健康状况良好的宠物狗，并附随相关的接种疫苗证明材料。若宠物店未附随相关证明，也不能证明交付的宠物狗健康状况良好，可能存在隐瞒宠物狗真实情况，甚至涉嫌欺诈的情形，应当承担民事责任。消费者可以找宠物医生开具诊断证明，认定死亡原因是购买时宠物狗本身就患有疾病，还是后期饲养不善。如果经诊断确认该宠物狗在购买时就患有疾病，消费者可先与宠物店协商解决，协商无果时可根据《中华人民共和国消费者权益保护法》等，向当地消委会或市场监管部门投诉举报，让商家赔偿损失，或向法院提起诉讼。

对于宠物狗购买合同的盖章与店名不符的问题，店名一般有较大灵活性，消费者可通过查看收款账户名称、查询该店营业执

照等方式确定主体是否与盖章主体一致。如一致，要求盖章公司承担责任即可；如不一致，根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第五十九条第二款规定，“营业执照上登记的经营者与实际经营者不一致的，以登记的经营者和实际经营者为共同诉讼人”，消费者可将宠物店内展示的营业执照上登记的字号和盖章主体字号或收款账户店名作为共同赔偿主体，寻求赔偿。

问题三

网购了一桶特级初榨橄榄油，收到货后没有条形码，不知油是否合格？该咋办？

律师答疑

条形码是由国际物品编码协会（GS1）分配给各国（或地区）编码组织的代码，橄榄油条形码的编码由多个部分组成，包括前缀码、国家代码、生产商代码以及产品代码等。条形码的前缀可以区分橄榄油的原产地。但是，没有条形码并不等同于产品本身不合格。

除条形码外，消费者可以关注该产品的标签标识是否完整、真实，是否标注有产品名称、规格、生产日期、保质期、生产厂商及地址、产品标准代号、生产许可证编号、贮存条件、成分、配料表、食用方法等信息。如果该橄榄油标签不完整、不真实，消费者可以向当地消委会或市场监管部门投诉举报，商家将承担相关责任。如该橄榄油本身存在质量问题，消费者可根据《中华人民共和国消

费者权益保护法》第二十四条、《中华人民共和国产品质量法》第四十条之规定，要求商家退货。如商家拒绝退货的，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条相关规定，商家需承担相应的民事责任、行政责任。

问题四

一家人去餐饮店吃饭，带了2瓶啤酒。进店和点菜时，服务员什么都没提。一会儿来了一位服务员表示不允许自带酒水。我问：是否有这样的文件规定？这样做是否符合相关法律法规？店员回应：你可以选择喝自己带的酒水，我们也可以选择不接待你们。随后，一家人就被晾在那里，不再被搭理。这种情况怎么才能维权？

律师答疑

商家禁止消费者自带酒水是不合法的。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第九条、第十条之规定，消费者享有自主选择商品或服务的权利和公平交易的权利。禁止消费者自带酒水属于商家利用其自身优势地位单方面设置的霸王条款，根据《中华人民共和国民法典》第四百九十七条、《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十六条之规定，商家作为提供格式条款的一方不合理地限制消费者主要权利的，该格式条款无效。因此，商家关于“禁止自带酒水”的规则属于无效条款，且该规则侵犯了消费者的自主选择权和公平交易权，消费者可以向当地消委会或市场监管部门投诉举报，由相关部门对商家的该违法行为进行处理。

发现闪光好店

注入数字生活新“留”量

□高明山 本报记者 李鹏飞



近日，由四川省德阳市商务局指导，抖音本地生活服务主办的“发现闪光好店”活动在广汉楠桥拾悦酒店圆满落幕。

本次活动以“互联网+实体店”为核心，为德阳商家搭建一个能充分发挥抖音的巨大流量优势和德阳本地丰富的线上线下商业资源优势的展示品牌、拓展客源的平台。

活动中，平台服务商针对不同规模、不同运营基础的商家、企业，提供个性化的咨询与指导服务，详细讲解了行业趋势与政策红利，剖析优秀案例与实战玩法分享及如何借助平台实现生意增长等内容。现场指导餐饮企业如何利用产地产业优势，在抖音电商平台、美团网站等社交电商、社群电商平台上实现精准营销和商业价值最大化，有效打造“网红产品”“区域爆品”。

参与商家纷纷表示，通过本次活动的参与，不仅学习了先进的互联网营销技巧，还结识了众多餐饮行业同仁，为未来的合作与发展奠定了坚实基础。

德阳市餐饮协会秘书长何志钰表示：“非常感谢市商务局提供本次培训机会，让我们看到了餐饮行业在互联网营销的无限可能，接下来我们将充分带动协会成员，用好平台工具、流量工具，实现线上线下融合发展，打造餐饮品牌‘网红’阵地。”

据悉，下一步，德阳市商务局将贯彻“政府搭台、平台服务、企业唱戏”的原则，持续开展“发现闪光好店”“深入产业带”系列活动，搭建好平台服务商与协会、企业之间的合作桥梁，帮助德阳优势产业打通从线上曝光到线下消费的闭环路径，将线上流量转化为线下“留”量。

（德阳市商务局供图）