

# 全市首张《小餐饮登记证》发放

相较于《食品经营许可证》，办理更简单更快捷，5个工作日内办结

本报讯(记者 陈泥 通讯员 张薇 吴静婷)昨日上午,在莲花二村经营自制饮品、现榨果汁冷饮店的刘彬来到嘉莲街道便民服务中心,兴奋地从工作人员手中领到编号为XCY020311000001的《小餐饮登记证》。这是《福建省小餐饮登记办法(试行)》颁布出台后,我市核发的首张《小餐饮登记证》,标志着我市小餐饮监管工作走向规范。

### 降低准入门槛引导小餐饮走向规范

为规范小餐饮食品安全经营秩序,严防小餐饮店铺“问题食品”摆上餐桌,去年10月,福建省食品药品监督管理局出台《福建省小餐饮登记办法(试行)》,明确提出小餐饮未经登记,不得从事餐饮服务经营活动;其登记后,经改造提升,符合食品经营许可规定条件的,应当依法取得食品经营许可。

“福建省此次提出对小餐饮按照‘纳入监管、规范提升、保障安全’的原则,实施登记管理,目的在于通过适时、合法降低小餐饮单位的准入门槛,对其加强日常监管,引导其逐步走向规范。”思明区食安办相关负责人向记者表示。

“办理《小餐饮登记证》非常方便快捷”,刘彬告诉记者,前一天中午他向街道办提交了申请,当天下午就接到电话通知,说《小餐饮登记证》已经办下来,可以去领了。

据统计,思明区拥有全市数量最多的小餐饮单位,仅嘉莲街道摸底就有小餐饮店400多家。记者昨日在现场看到,嘉莲街道办事处在一楼便民办事大厅设立了“小餐饮登记”专门窗口,明示办证所需材料清单,并指定专人负责指导群众填写申请表。相较于《食品经营许可证》,办理《小餐饮登记证》更简单更快捷,符合经营条件的经营者,只需按要求准备好《小餐饮登记申请表》等4项材料,并签订《小餐饮登记承诺书》,即可在当地街道办事处申请登记,法定办结时限为5个工作日内,极大地提升了办证效率。

### 小餐饮经营者不得从事网络订餐

需要提醒的是,取得《小餐饮登记证》的经营者不得从事网络订餐经营,不得经营裱花类糕点、生食类海(水)产品、冷荤凉菜、自酿酒、散装白酒、自制生鲜乳饮品等高风险食品和法律、法规规定禁止经营的食品。

此外,《小餐饮登记证》的有效期为2年,有效期满并需继续经营的,应当在有效期届满前30日内,申请办理延续。小餐饮经营场所发生变化的,也应当向经营场所所在地乡(镇)人民政府、街道办事处申请重新办理登记证。

# 热门新品种 “阳光玫瑰”葡萄 我市也能种了



阳光玫瑰葡萄即将成熟。

本报讯(文/图 记者 林变)零售价动辄每斤过百元的新品种葡萄——阳光玫瑰在同安区五显镇竹山村海堤葡萄园成功实现了本土栽种,40亩葡萄将于下月成熟,厦门居民在本地就能吃到这种含有玫瑰香味的葡萄。

阳光玫瑰由日本引入中国种植,因为果实大、汁多、味甜、口感好,近年来成为火遍全国葡萄市场的热门品种,价格也一直是居高不下。同安区海堤葡萄园负责人王传淦告诉记者,此前厦门本地的葡萄种植户也曾尝试种植阳光玫瑰,但由于技术不够成熟,管理跟不上,导致产出的果实质量不高,也没有形成种植规模。海堤葡萄园出品的阳光玫瑰可以算是厦门地区种出的第一批达到上市标准的高质量产品,每亩产量可达1000公斤左右。

不过,第一批成熟的阳光玫瑰将只供来访葡萄园的游客观光采摘,每公斤定价60元。王传淦认为,海堤葡萄园通过发展特色优势品种打造观光采摘休闲农业,不仅有利于提高水果产业的附加值,更能够促进农业增产,农民增收。

据王传淦透露,从明年开始,葡萄园还将创新性地通过实施大棚设施栽培等技术,把阳光玫瑰的产期由原来的一年一收调整为一年两收,实现葡萄的高效反季节栽培。这意味着,厦门居民以后在每年的五月、六月和十一月、十二月都能吃到新鲜采摘的阳光玫瑰。

# 厦门关区 上月进口水果 同比增长53.4%

本报讯(记者 崔昊 通讯员 黄丽燕)记者昨日从厦门海关获悉,今年1-4月,厦门关区进口水果4.35万吨,同比增长46.5%。其中4月份当月进口1.7万吨,创月进口量历史新高,同比增长53.4%,连续12个月保持两位数增速。

数据显示,台湾地区和东盟为厦门关区进口水果主要来源地。1-4月,厦门关区自台湾地区进口水果2.3万吨,增长24.7%,占同期厦门关区水果进口总量的52.9%。自东盟进口2万吨,增长90.2%,其中自越南进口1.1万吨,激增1.1倍;自泰国进口0.5万吨,激增2.1倍。

据厦门海关人士介绍,菠萝和火龙果是主要进口品种。1-4月,厦门关区进口菠萝1.7万吨,进口火龙果1.1万吨,二者合计占同期厦门关区水果进口总量的64.4%。

# 携带高端化妆品 旅客入境被查获



海关人员查获旅客非法携带的化妆品。

本报讯(文/记者 崔昊 通讯员 殷玲 摄影/通讯员 王咏洁)15日,厦门海关在一名旅客的4个零食袋内查获大量“海蓝之谜”“黛珂”等高端品牌化妆品,总案价值逾2万元人民币。

当日15时许,厦门海关旅检关员在执行吉隆坡至厦门的MH390次航班监管任务时,发现一名旅客携带的行李箱技术检查结果异常。经人工开箱查验,关员在其行李箱中查获4大袋包装完好的零食以及零散的化妆品、挎包等物品。

“这袋吃的怎么那么沉?”关员拎起其中一袋零食,发现其重量远远高于普通零食,十分不合理,于是关员将每袋零食逐一拆开检查,终于发现了大量藏匿的“海蓝之谜”“黛珂”等高端品牌化妆品。经初步估算,当事人携带的未申报涉税物品总价值逾2万元。

经查阅护照,关员发现该旅客平均每1-2个月进出境1次,出境目的地多为日本、韩国等“代购热门地”,在国内多个口岸均有通关记录,并在2017年有过一次被征税的历史记录,职业代购特征明显。

根据《海关行政处罚实施条例》,旅客以藏匿、伪装、瞒报、伪报或者其他方式逃避海关监管,运输、携带依法应当缴纳税款的物品进出境的,将被定性为走私行为。因该旅客携带的物品已明显超过自用合理数量,同时藏匿的主观故意明显,目前已被海关缉私部门立案处理。

厦门海关提醒,出境旅游归来应如实向海关申报在境外获取的应税物品,切勿刻意藏匿,更不要为他人“帮带”物品,成为代购的“骡子”和“替罪羊”,否则将受到法律严惩。

# 履行社会责任 体现央企担当 发起武夷茶界“清源行动” 力促岩茶产业理性发展

十多位茶界“大咖”揭秘武夷岩茶炒作真相,呼吁不要动摇武夷岩茶产业根基

八大武夷岩茶非遗大师平价“送茶入厦”,三茶海堤让人人买得起好茶



中茶海堤公司位于武夷山佛国岩的茶园基地。

### 现状

【圈地】亩地竟有十几个“基地” 多数“牛肉”或涉侵权 漫山叠翠,绿意如裁,岩立茶山上,茶在岩中生。天青,岩峻,水长,刚刚走进牛栏坑,扑鼻而来的是岩韵花香,满眼是得天独厚的满绿流翠,唯一显得与这自然灵秀格格不入的,则是满地插着的基地牌子——一百多的茶园,竟然藏着十几块“基地牌”,这里是各大茶企争相“圈地”的桥头堡。

“有的两三棵茶树也是一个‘基地’,一年产不到半公斤茶。”当地的茶农笑谈,这里可不仅仅是满山茶树满山金,可以说遍地都是“金”的——由于牛栏坑肉桂成了岩茶的当家花旦,原产地自有基地对茶商来说就是必争之地,“基地”在这里是最好的“广告资源”,出租一块“基地牌”,每年也有好几万元的收入。

而牛栏坑肉桂爆红,牛栏坑“基地”圈地之盛,带来的隐忧则是原产地名称及当地著名商标被滥用。是的,谁也不会想到,满大街各种品牌的“牛栏坑”“牛肉”,其实多数或涉侵权。

### 【跟风】武夷茶树生态圈遭破坏 有60年以上茶树遭弃种

5月,披上新绿的武夷山佛国岩迎来采摘季,顺着狭窄的岩石道走上茶山,不少枝干长满青苔,树龄60年以上的茶树被随意丢在了路边,正在采茶的茶农告诉记者,这些是刚刚被弃种的茶树,因为肉桂的价格高,供不应求,趋利性使部分茶农更愿意种植和采摘肉桂。

武夷采茶的最佳时间只有短短几天,同样的茶园里,肉桂的新叶已经“优先”被采摘,而其他茶树则面临错过最佳采摘期的危险,品质也将间接受到影响。

### 【贴牌】牛栏坑年产1000公斤肉桂 相关“品牌”却有上万个

天上“龙肉”,茶中“牛肉”。如今,牛栏坑肉桂在市场上成为热销品种,其流通的数量并不少,且不计实体店的销售数量,在某一网购平台,大数据显示,打着牛栏坑、马头岩、核心区等关键词出售的“牛肉”“马肉”等有上万个品牌。有的甚至臆造出“坑爹”“牛首”“牛蛋”等茶名,“坑爹”茶售价竟达每公斤6万元以上,这也让“天价”武夷茶多了几分戏谑的味道。

### 【跟风】武夷茶树生态圈遭破坏 有60年以上茶树遭弃种

而事实上,占据牛栏坑“半壁江山”的王国祥告诉记者,整个牛栏坑产区每年产茶的数量大概只有1500多公斤,除了肉桂品种以外,还有水仙,产于牛栏坑的肉桂,产量每年也只有1000公斤左右。

一位不愿意透露姓名的业内人士坦言,许多小作坊打着牛栏坑肉桂的旗号,可消费者能买到真正的肉桂已经算是幸运了。

### 行动

### 岩茶非遗大师 平价“送茶入厦”

风靡半个世纪的中茶海堤“黄罐”老枞水仙一直保持着亲民的价格。就在“天价”武夷岩茶频出,市场价格非理性波动之时,国家级非物质文化遗产武夷岩茶(大红袍)制作工艺传承人、武夷山市北岩茶厂总经理吴宗燕,国家级非物质文化遗产武夷岩茶(大红袍)制作技艺传承人、福建省武夷山市永生茶业有限公司总经理游玉琼,武夷山市岩茶厂厂长、武夷山市南方岩茶精制厂厂长陈行春,武夷山市祥岩牛栏坑茶业科学研究所王国祥,武夷山茗馥茶厂负责人王明富等武夷知名茶人今年仍旧平价“送茶入厦”,源源不断为中茶海堤送来特级优质武夷岩茶。

### “我们从1976年就和中茶海堤保持战略合作关系,到现在已经有42年了,从我父辈就开始,这种感情几乎贯穿了我的一生。”

游玉琼从小就和中茶结下了深厚的感情,她说,许多武夷茶农和中茶海堤早已成为一个共生体,中茶海堤是终生的伙伴。

“市场一旦走向混乱,做砸了武夷岩茶这块招牌,那对整个武夷山茶产业来说,将是毁灭性的伤害。我们希望中茶海堤能够引领岩茶产业理性、健康发展。”吴宗燕也和中茶海堤“共生”了近30年,他说,自己从十几岁开始从事制茶行业,一辈子倾注匠心,爱护武夷岩茶的名声如同守护自己的生命与灵魂,近几年来,中茶海堤履行社会责任,体现央企担当,是武夷岩茶发展的一颗“定盘星”。

### “我们中茶海堤,要让茶树风格永世长存,让茶人精神世代相传。”

王贵卿说,茶叶市场的稳定,不仅关系到行业产业,更关系到国计民生。忠于国计,良于民生,作为中粮旗下的央企,中茶海堤将持续发力,力促中国茶产业健康、平稳、持续地发展,拉近中国茶与百姓的距离,与世界的距离。

### 翻了成百上千倍,而同样的海堤茶,几乎还是半个世纪以前的价。

“行走在牛栏坑满绿流翠的茶园间,中茶总经理王贵卿对茶农们说,中茶海堤最基本的‘使命’,就是要让百姓喝得起好茶,喝得上安全的茶。国有要事,必有中茶,中国茶叶已经成为国家外交的一大文化特色,中国茶叶彰显的是中国的文化自信和精神源泉。

“中茶海堤,要让茶树风格永世长存,让茶人精神世代相传。”王贵卿说,茶叶市场的稳定,不仅关系到行业产业,更关系到国计民生。忠于国计,良于民生,作为中粮旗下的央企,中茶海堤将持续发力,力促中国茶产业健康、平稳、持续地发展,拉近中国茶与百姓的距离,与世界的距离。

# 中茶海堤

央企担当 履行社会责任 体现央企担当

碧水丹山毓灵秀,满山茶树满山金。5月的武夷山,一个岩骨花香淡泊宁静的丰收季。今年的采茶季,武夷山却并不平静。近日,新华社刊发了题为《茶商炒作天价茶叶:讲个故事就能卖20多万一公斤》的长篇调查通讯,揭秘“天价”岩茶炒作的“潜规则”,让百姓关注的目光齐聚大红大紫的武夷岩茶。

肉桂傍上牛栏坑,贴上“牛肉”招牌,换上品牌的包装,摇身一变卖出“天价”;在牛栏坑核心区承包几棵茶树,插上“基地”标牌,署上品牌商标,瞬间就顶上“原产地自有基地”的光环;靠“讲故事”“贴品牌”“傍名家”等方式无节制炒作,一张“上海茶友群上半年度茶会采购目录”甚至惊现1040万元一公斤的武夷岩茶……

诚然,无论是20万元一公斤,还是1040万元一公斤,对普通百姓来说,这串数字仅仅是数字;真正能将“天价茶”收入囊中的,毕竟是极少数,但武夷岩茶的“天价”传说却很快成为百姓茶余饭后的谈资——这让深耕武夷岩茶超过60年的中茶嗅到了危险的气息:欲找灭亡,必先疯狂,征战茶界数十年的中国茶叶有限公司总经理王贵卿深知这一道理。

中茶海堤的管理层在武夷岩茶红透半边天之时,能否理性地走好这关键的发展转折点,事关整个武夷岩茶的产业兴衰。在这一关键的发展坐标,中茶海堤迅速行动,履行社会责任,体现央企担当,第一时间联合几大武夷岩茶非遗大师,十多位茶界“大咖”,发起武夷茶界“清源行动”,呼吁茶商警惕过分炒作动摇产业根基,倡议共守武夷岩茶基业,力促岩茶产业理性发展。

### 声音



中茶公司总经理王贵卿(右)同中茶厦门公司负责人陈志雄在武夷山牛栏坑茶园基地。

“出口创汇期间,一包武夷水仙和肉桂的价格是60元,当时,普通家庭的工资收入是每月20元左右。现在,百姓的收入已经