

消费者监督团走进企业 在这里,他们看到……

探访地点 三寰集团会耕部落

文图 本报记者仰山

蔬菜是市民每天都离不开的食物,当前人们对蔬菜安全问题也越来越重视。三寰集团以农垦起家,近几年来更是大力发展安全蔬菜事业。三寰集团号称自家上市的蔬菜都是安全蔬菜,没有重金属、农残超标,他们说的是真的吗?

一个
标准

守护“吃”的安全



消费者在会耕部落的大棚里采摘。

二十几个大棚,一个样板

在位于英歌石区域三寰牧场内的会耕部落,这里有二十几个蔬菜大棚,不少父母带着孩子过来采摘草莓。在蔬菜大棚里,管理员给孩子和家长讲解生物和物理防虫知识,告诉孩子大棚里那些蓝色黄色的板子是如何捕捉虫子的。

管理员说,大棚里既有生物防虫手段,也喷农药,但用药很少,而且都是高效低毒的生物农药,并且严格按照农药的安全间隔期进行管理,也就是说过了用药安全间隔期后,他们才采摘,这样绝不会有农药残留和超标现象发生。

一天4万斤,一个标准

记者了解到,三寰蔬菜在上市的日上市量是4万斤,而会耕部落里种植的蔬菜仅占其中很小的份额,其他供应蔬菜来源于哪里,这些菜也没问题吗?

三寰集团农业事业部总经理臧秀飞出示了一份检验报告。这份检验报告是由大连产品质量检验检测研究院有限公司出具的,出具时间是2019年2月22日。这是一家正规的有资质的第三方检验机构,它们出具的检验报告具有法律效力。检验的产品是小白菜,委托单位是三寰集团有限公司,到样时间是2019年2月19日。检验项目是7种农药,有克百威、氯氟菊酯、阿维菌素、吡虫啉等。检验结果全是合格。其中有4种农药按照国标检测,结果显示未检出。有3种农药检测不在国标目录,是按照《三寰农业技术要求》检测,此技术要求高于国家标准,结果也是未检出。

臧秀飞说,他们日供应大连蔬菜主要产自瓦房店元台镇利兴村三寰万亩标准化示范基地核心区大棚,采取的是三寰的企业种植标准技术,农民按照标准技术种植的方式供应。产品上市前他们每个月会送检两次,将当月即将上市的七八种最容易有农药残留的蔬菜送检,3天内出检测结果,没问题的上市,有问题的他们拒收,然后跟农民一起研究哪个环节出了问题,同时在每批次已采收货物上市销售前又进行一次快速检测,确保结果安全了才出货。

记者
感言

臧秀飞说,以目前的研究来看,蔬菜完全杜绝用农药,完全靠物理防治是不现实的,那样只会造成低产或者不产,根本无法满足社会上大量的需求。现在最重要的是教会农民安全用药,用高效低毒的农药来杀虫,控制植物生长激素在合理区间内,这些是农业科学问题,需要有大企业来担当这个社会责任,引领农民进行科学种植。今年年初,三寰集团派了6名技术员专门去标准化示范基地万亩大棚核心区那里解决这些问题。把住蔬菜安全关,是每个涉农企业的社会责任,愿更多的企业能够像三寰集团一样。

又是一个3·15,中消协给2019消费维权年确定的主题是“信用让消费者更放心”。

消费已经成为经济发展最强劲的推动力,然而信用却在很大程度上影响着消费者满意度和消费信心,制约着消费潜力的进一步释放。

本周伊始,大连晚报即围绕“3·15”策划了“消费行动”双报活动。活动一端是想到企业“一睹真容”“一探究竟”的消费监督志愿者,一端是敢于展现自己信用和品质的企业。

活动进展让我们有两个没想到。一个,没想到企业的自信,敢于面对消费者现场监督甚至是质询,勇气后面更多的是底气。一个,没想到消费者的“水准”之高。这个水准,说的是消费者的专业性、维权意识、理性程度都在提高。

现场监督之余,更多的消费者向我们表达,消费者和商家企业面对面的这种接触确实很“解渴”,网络时代,渠道再多,技术再更新,也不能取代面对面交流的真切和深刻。

我们深以为然,大连晚报“消费行动”的初衷就是关于“3·15”的话题和探讨,就不止3月15日这一天,我们的行动会持续延伸!

探访地点 大连中国国际旅行社

文 本报记者张婷婷 图 记者司洋

“旅游行业经常曝出零团费、强制购物之类的负面新闻。今天探访大连国旅,一方面让我们知道了今后怎么明明白白消费。另一方面也让我们看到了一家用心在做事的旅行社怎样扛起了它的诚信大旗。”消费者监督团成员顾先生说道。

一套
模板

把诚信变成细节

避免笼统,条款不断完善优化

“我们的一切工作都以诚信二字为准绳。”大连中国国旅总经理周本强说,一些旅行社的行程单里某些项表述模糊,易于形成纠纷。“比如消费者们经常会在一些行程单上看到‘八菜一汤’的字样,可是餐厅和大排档的八菜一汤,品质是不一样的。”大连中国国旅的行程单一概准确表述。每顿饭都列明了就餐场所,每晚住的酒店写清楚了店名、地理位置、甚至包括床位个数及尺寸,还有结算方式……

周本强介绍说,围绕不同的业务种类,大连中国国旅自行研发出了“出团通知模版”、“签证受理模版”、“自由行模版”、“单独订房模版”等从总体到细节面面俱到的诸多文书文件。比如签证办理易受到一些不可控事件影响,行业和客户在这项业务中时有纠纷发生。大连中国国旅的签证受理模版也是一份标准格式合同,条款力求全面,对各项细节做了充分表述,并向客户进行详尽的告之解读,这样就会大大地减少纠纷、减少投诉。



客户在咨询行程具体事宜。

抢抓先机,速度加深客户黏度

消费者监督团此番大连国旅之行,到访了多个营销和管理部门。在日韩部,部长杨倩正在联络客户,销售4月份北海道产品的最后几个名额。

“过去,从大连到北海道要转机,五天行程团费得七八千元。今年4月份南航将从大连首航直飞北海道,此行的团费较之以往直接打了对折,起价3999元。这次产品制定及推出的速度非常快,速度也是我们的一大优势。”杨倩介绍说,该团已经报名的客户中,三分之一是老客户。抢得行业先机,率先以优势价格推出新线路,是大连中国国旅提升客户黏度的一大法宝。

“大连中国国旅的客户黏度很高,有的客户十几年来,旅行始终选择我们;有的客户不论跟团还是自由行,都必经常熟识的业务员之手,那样对行程才感到放心;还有的客户对我们的某个产品,会多次进行选择,一再地深度游……”

记者
感言

随消费者监督团离开时,记者听到大家都在交换感受,一半是对探访企业的活动感到新奇有趣,一半是慨叹自己拥有了消费新视角。大连国旅没有过多地去谈行业和同业者的不足,而是更愿意将自己所做的努力和盘托出,并不吝于分享那些在记者看来涉及商业机密的诸多细节。如果在这个行业里,这种敢于接招、能接住招、又具有社会责任感的企业越来越多,那么我相信,旅游业诚信的大旗终有一天将立得笔直。

