

# 幼儿园奖状竟印上补钙广告

孩子获奖本是喜事，然而幼儿园的奖状上却赫然印着补钙广告。近日，四川省达州市通川区红太阳幼儿园的爸爸妈妈们，便遭遇这件烦心事。

5月17日，通川区教育局和科学技术局有关负责人向记者表示，已将奖状收回，并对幼儿园负责人诫勉谈话，经查，园方未收取广告费；通川区工商质监局有关负责人接受记者采访时称，该局未接到相关举报或投诉，正对此事展开调查。



## 质疑 广告印上幼儿园奖状 该品牌已非首次这么做

5月13日，有网友在达州当地论坛发帖称，当地一所幼儿园利用给孩子的奖状帮企业打补钙广告，其质疑“孩子们会怎么想？他们努力的结果就换来一张广告？”

网友提供的图片显示，该奖状颁发日期为2019年5月10日，落款为通川区红太阳幼儿园。事由是孩子和家长在该幼儿园举办的“国学经典诵读”亲子活动中表现突出，被评为“书香家庭”。

与普通奖状不同的是，奖状底部印有“迪×”品牌的非处方药广告。有孩子家长接受媒体采访时表示，这样的奖状不妥，贴到墙上就像是帮商家做广告。

记者注意到，奖状上除印有“补钙从迪×开始”的广告语及品牌LOGO外，还清晰地印有该品牌两款钙咀嚼片和一款碳酸钙颗粒的外包装照片。记者在品牌官网核对发现，与其产品包装吻合，其中两款产品分别明确标明针对“0-3岁宝宝”“3岁以上儿童”，这些产品均有OTC非处方药标志。

记者搜索发现，该企业在奖状上印广告已非首次。2012年、2014年、2018年，都有家长在微博晒出印有该品牌广告奖状，并提出质疑。其中，广西南宁一幼儿园2014年颁发的奖状与此次引发争议的奖状内容一模一样。

5月17日，记者多次拨打该企业客服热线，并向官微发私信询问此事，截至发稿均未获得回复。

## 回应 教科局称已没收奖状并将通报批评

5月17日，达州市通川区教育局和科学技术局有关负责人接受记者采访时表示，该局已第一时间赴该幼儿园调查，“现在可以确定的是，幼儿园没有收受企业的广告费。”

上述负责人向记者表示，该幼儿园是一所民办幼儿园，该局已对其负责人及管理人员进行了诫勉谈话，责令其进一步加强法律法规的学习，并要求其对已颁发的印广告奖状全部收回，消除不良影响。“据统计，该园共发出41张奖状，已收回40张，另有一张遗失。”

该负责人告诉记者，目前该局已要求该幼儿园做出书面检查，在接下来全区的幼儿教育会议上，还将对其进行通报批评。“我们也将以此为契机，在全区幼儿园、中小学等开展严禁商业广告进校园的宣传教育。”

5月17日，通川区工商质监局商标广告监督管理局股长刘俊林接受记者采访时表示，该局未接到相关举报或投诉，将会对此事展开调查。次日，其向记者表示，调查已开始。

记者获悉，商业广告进校园是教育部明令禁止的行为，其曾多次发文要求整治。

2018年10月，教育部印发紧急通知，严禁商业广告、商业活动进入中小学校和幼儿园，要求各地各校认真排查，严格审批“进校园”活动，加强校园日常监管，杜绝商业行为侵蚀校园。

今年2月，教育部对近期几起商业广告进校园事件有关情况通报，重申坚决杜绝各类商业广告、商业活动进入校园，“要对所有进入中小学校、幼儿园或组织中小学生、在园幼儿参加的活动，向学校、学生发放的试卷、奖状、校服、教科书、教辅材料、文具教具等，以及进入校园的APP进行严格排查，特别要防范外部人员借各类活动制作、夹带、发放带有商业广告的物品。”

## 律师说法 幼儿园扮演广告发布者角色 不论是否收费都应担责

针对红太阳幼儿园向孩子颁发印有补钙

广告的奖状一事，北京市中闻律师事务所合伙人王维维接受记者采访时表示，我国《广告法》第三十九条明确规定，不得在中小学校、幼儿园内开展广告活动，不得利用教材、教辅材料、教具等发布或变相发布广告。在幼儿园学生奖状上印刷品牌信息，构成直接发布广告，且该补钙产品带有OTC标识，已属于药品广告。“《广告法》对于药品广告有着更为严格的要求，药品广告在发布前必须接受审查，不得包含表示功效、安全性的断言等禁止性内容，且非处方药还应显著标明‘请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用。’”王维维认为，《广告法》禁止在校园开展广告活动，不仅是对广告主责任的限制，也是对于广告发布者的限制。“当广告内容出现在奖状等幼儿园、学校发给学生的教材、教辅材料上面时，幼儿园、学校就扮演了广告发布者的角色，应承担相应责任。特别是，其在园内发布药品广告，即使没有收取广告费，同样可能受到来自市场监督管理部门的行政处罚，或将承担巨额罚款。”

此外，王维维还表示，由于《广告法》的明文禁令，实际上很多针对中小学生的广告采取的是打擦边球的方法变相发布广告。“比如，有企业向学校捐赠带有企业品牌的服装，虽然看似公益，也构成广告行为；又如，一些机构会在学校向学生赠送一些免费票，如其中有诱导学生或其家长购买商品或服务的内容，则也构成广告行为。这些都属于《广告法》禁止的行为。”

先例 山东一小学奖状印广告 分管教育副市长被处分 记者注意到，就在该幼儿园颁发广告奖状的前一天，国家市场监督管理总局通报了今年第一批典型虚假违法广告案件。其中，山东菏泽鄄城县格朗特眼镜店在小学奖状上发布“眼科”广告被列入其中，涉事企业被处罚款20万元，并依法吊销营业执照。

在这起商业广告进校园事件中，十余名相关负责人被处分。分管教育的菏泽市副市长王忠想被山东省纪委监委给予党内警告处分，菏泽市教育局分管副局长李永强被市纪委监委给予党内严重警告处分(此前，市教育局局长已被免职)，鄄城县县长、分管教育的副县长等均获得相应处分，县教育和体育局局长被免职，涉事小学校长被撤职等。

除了奖状印广告这种露骨的宣传方式，还有一些企业采取了不那么直接的手段，将商业活动带进校园，同样引发质疑。

比如，今年4月，西安多所学校给学生发放音乐童话剧宣传单，要求写观后感，家长凭传单购票可免费带一名学生入场，家长购票时发现票价昂贵，认为被“套路”。对此，西安市教育局于4月12日发布通报称，经调查，未发现本次公演活动与学校存在利益关联，已对雁塔、未央、灞桥等3区教育局管理不严、落实不力，导致辖区内发生营销人员进入多校发放宣传单的现象在全市教育系统予以通报批评，并对其主要领导进行约谈。

4月15日，宁夏固原王洼镇中心学校接受捐赠印有企业标志的校服引起网友热议，被指变味的廉价慈善让孩子沦为“移动广告牌”，宁夏彭阳县教育体育局4月17日回应称，该批校服为当地企业捐赠，该局已要求企业将554套校服回收调换，并对王洼镇中心学校进行通报批评，要求全县各中小学校、幼儿园开展自查自纠。

本报综合消息

## 食安问题被多次曝光 绝味鸭脖“有点脏”

日前，包括煌上煌、周黑鸭、绝味食品在内的休闲卤味食品上市公司2018年年报全部披露完毕，记者梳理年报发现，与其他两家竞争对手营收及净利润双双录得双位数增长相比，周黑鸭去年首次出现营收及净利润增速放缓。

另外，行业前景向好，上市公司业绩普遍向好，但休闲卤味行业还藏着食品安全这一深雷。近9年来，据不完全统计，绝味食品的食品安全问题曝光次数最多。

### 周黑鸭上市以来首现营收增速放缓

记者查阅年报发现，三家卤味上市公司中，2018年营收额最高的是绝味食品，最低的则是老牌卤味上市企业——煌上煌，两家公司营收均出现双位数增长，仅周黑鸭营收出现-1.20%增长，而这是周黑鸭上市以来首次出现营收增速放缓。

周黑鸭2018年年报解释称，营收减少的主要原因是市场竞争加剧，令线上渠道的收益减少人民币0.41亿元，来自分销商的收益则减少人民币0.23亿元。

不仅营收出现负增长，净利润增速方面，周黑鸭也出现大幅放缓，且是上市以来首次出现下滑。在竞争对手绝味食品、煌上煌均出现双位数超20%增速的同时，周黑鸭却出现了27.3%的负增长。要知道，在2016年，周黑鸭的净利润增幅高达28.8%，才两年，净利润就出现负增长。

记者注意到，周黑鸭在其2018年年报中，对除税前溢利猛跌27.3个百分点有多个解释，周黑鸭认为，2018年因市场竞争加剧，其线上渠道的收益减少了约12.1%。另外周黑鸭还指出，由于原材料(包括包装材料)成本增加及设备、设施和公用设备的折旧增加等原因，其销售成本增加约7.5%。另外，其与深圳市天图投资管理股份有限公司的两家附属公司共同成立的深圳市天图兴南投资合伙企业，因前期相关管理成本开支形成730万元的亏损，而其拥有该公司50%股权，分担了此次亏损。

### 绝味食品被曝光食安问题次数最多

除了周黑鸭，煌上煌、绝味食品业绩均表现不俗，另一组也从一个侧面佐证该行业近年来的发展情况：2010年以来，我国品牌休闲卤制食品迅速增长，预计2020年能够实现855亿元的销售额，年平均复合增长率达到130.7%。

虽然企业业绩向好，行业快速发展，但记者发现，食品安全依然是卤味食品行业的“雷”。记者查阅资料发现，三家卤味上市企业中就有两家曾卷入严重的群体性食物中毒事件，2004年6月22日一天就出现两起因食用煌上煌卤制品引起的群体性食物中毒，波及人员超250人，还被官方通报。另外在2010年国庆节期间爆出，绝味鸭脖武汉一家加盟店所售产品因储存设备不合格、大肠杆菌超标引起40余人食物中毒，其中还包括两名孕妇。

从记者梳理资料的不完全统计所得，被披露食品安全问题的三家企业中，绝味食品上榜次数最多，此次统计的7次卤味食品安全事件中，绝味食品就出现其中5起，不仅出现在媒体暗访，还出现在官方抽查不合格名单中，甚至食品中毒群体性事件也有它的份。记者看到，无论是绝味食品还是周黑鸭，在其招股书中，都曾将“食品安全风险”列为公司第一风险要素。其中绝味表示，食品安全问题的发生无论是对企业的品牌还是经营业绩都会产生较大冲击，未来公司将进一步细化食品安全控制，最大限度保障食品安全。而煌上煌在2012年公布的长达306页的招股书，因无一页表示自身有食品安全问题，尤其是只字未提“南昌6·22食物中毒事件”，被媒体当时公开指责。

### 链接 卤味上市企业食品安全事件梳理(不完全统计)

- 1.2019年“3·15”期间，江西媒体曝光了江西南昌门店运营中擅自试用无健康证应聘新人及不规范售卖产品、不规范清洗和使用售卖设备、不规范记录营业日志等问题，其中，周黑鸭门店员工处理临期食品时，因部分食品超过公司规定的销售时间，无法输入条码卖出，竟然用其他符合销售标准的条码代替扫描后，出售临期产品。
- 2.绝味食品在2017年3月6日发布的招股说明书披露，从2013年至2016年9月，绝味门店共有126次抽查存在问题。
- 3.2015年10月，有媒体暗访“绝味鸭脖”南昌生产基地和门店时发现：有员工不戴口罩徒手操作，掉在地上的鸭爪捡起继续加工；一门店更是将菜碟放回厨所脚踏器上冲洗。有员工偷吃食物又放回包装，工作服都是要脏到“看不下去才洗”，环境肮脏不堪，苍蝇蚊子满天飞。
- 4.2013年9月，央视报道北京市场卤制品的抽检结果，绝味鸭脖、久久丫被检出大肠杆菌数量超标。
- 5.2013年，广州市工商局网站公布绝味食品全资子公司湛江阿翔食品厂(现更名为湛江阿翔食品有限公司)生产的绝味鸭脖、五香鸭脖、麻辣鸭头三种产品均为不合格食品。
- 6.2011年12月，深圳市市场监督管理局官方网站公布鸭脖的检测结果，熟制鸭脖抽检合格率57.8%，不合格项目主要为大肠菌群和菌落总数超标，不合格的产品中，包括“煌上煌”“绝味”“周黑鸭”等知名品牌。尤其是绝味鸭脖，涉及的门店数目众多，个别门店的绝味鸭脖大肠菌群超出标准160倍。
- 7.煌上煌被东莞市质监局在2010年一季度的抽样检查中，检出不合格产品，原因是大肠杆菌超标。

本报综合消息

## 中信银行开展全国科技周宣传活动

近日，中信银行正式启动2019年“全国科技活动周”宣传活动。活动围绕“科技强国 科普惠民”主题，突出金融科技创新、服务实体经济、防控金融风险三大重点，面向社会公众大力宣传金融安全知识、金融服务和金融科技成果。

活动周期间，中信银行充分利用官方微博、微信、手机银行、营业网点LED屏、媒体播放机、传统纸质折页等宣传渠道，一方面积极宣传金融安全知识，强调个人信息保护，防范电信网络诈骗、防范支付风险，提升公众安全意识；另一方面主动展现中信银行利用人工智能、大数据、区块链等新技术，在服务小微企业、服务社会民生、服务实体经济等方面取得的成果。

近年来，中信银行创新推出多种普惠民众的金融科技产品：一是研发金融级分布式事务数据库，该产品具备事务一致性、数据安全、易于操作等特点，获得多项国家技术