

四川市场监督管理简报

第 26 期

四川省市场监督管理局

2022 年 2 月 28 日

编者按：日前，11 名消费者在成都市锦江区某火锅餐饮店就餐时涮煮海鲜未彻底煮熟、餐具混用，引发副溶血性弧菌食物中毒事件并形成网络舆情。事件发生后，属地监管部门积极应对，妥善处置，并对事件进行了深刻反思总结。现将有关情况摘编，请各级市场监管部门认真阅研，深刻吸取教训，学习借鉴有效经验做法，切实做好餐饮环节食物中毒防控和舆情处置工作，维护好人民群众身体健康安全。

成都市锦江区及时妥善处置某火锅餐饮 食品安全舆情事件

一、处置情况

2022年1月17日，11名消费者在锦江区某网红火锅餐饮店就餐后出现腹泻症状，其中部分消费者在网上发贴，引发网络舆情。事件发生后，成都市、锦江区市区监管部门两级联动、迅速响应、积极应对，网络舆情快速平息。主要应对处置措施：一是做好人员治疗。把人民群众健康安全摆上首位，做好消费者就诊治疗保障工作。10名消费者门诊治疗、1名消费者住院治疗后出院，无危重病人。二是快速处置舆情。加强舆情监测和引导，通过“央视新闻”及时发布信息、回应社会关切。新增网贴数、阅读量在一天内大幅下降，舆情快速降温。三是加强消费调解。积极搭建消费者、商家消费调解渠道，督促指导商家做好病人安抚、妥善处置消费投诉。11名消费者与商家达成一致。四是开展流调溯源。锦江区疾控中心综合判断，消费者腹痛、腹泻等症状可能因为其在涮煮海鲜时未彻底煮熟或将生食餐具与食用餐具混用，食入副溶血性弧菌后引发。

二、几点启示

梳理总结此次舆情处置过程，有以下启示。

启示一，舆情处置“散”不得，必须建立“统”的工作机制。食品安全网络舆情处置不是单一的事件调查，而是系统的危机管控，

涉及治病救人、调查溯源、舆论引导、社会维稳等多个环节，难度大、变数多，其引发的“次生”风险往往远大于事件本身，仅靠一个部门难以有效应对。为此，需要增强“统”的意识、建立“统”的机制、实施“统”的措施，跨层次协作，跨部门联动，推动舆情处置由“散”到“统”转变。此次舆情处置中，锦江区委、区政府由区领导统筹抓总，统一指挥、统一协调，区市场监管局牵头会同区网信、公安、卫健、疾控等部门形成合力，为舆情处置提供了机制保障。

启示二，舆情处置“慢”不得，必须坚持“快”的工作原则。互联网时代，网络舆情传播快、传播广、受众多，处置跟不上舆情发展，就容易造成严重后果。为此，必须早监测、早研判、早介入，做到应急响应快、部门联动快、正面发声快，让工作“跑”在舆情失控前面。特别是在重要时间节点，更要提高工作敏锐性。此次事件正值省、市“两会”召开，成都市市场监管局紧急研究应对措施、赶赴现场指导、提高监测频次；锦江区委、区政府第一时间作出安排部署、组织相关部门开展处置，为控制事态发展、降低负面影响争取了主动。

启示三，舆情处置“粗”不得，必须采取“准”的细化措施。舆情处置要找准人员，分类处置；要准确发声，在恰当的时间发布正确的内容，才能事半功倍、妥善处置。此次舆情处置中，锦江区通过筛查，由区市场监管局组织商家与调解对象开展“点对点”沟通；由区公安局及时介入，对个别涉嫌违法行为的人员开展法

制宣传教育；针对消费者提出的就诊费、误工费赔偿等利益诉求，督促指导商家逐一沟通协商、依法依规赔偿，为舆情妥善处置打下了重要基础。

三、下步工作

此次舆情事件虽然得到有效控制，但在处置中也反映出一线监管人员综合应对应变能力不足，企业与政府应对处置工作配合不够等问题，有待在今后工作中改进提升。

一是加强舆情应急演练。坚持以演促训、以练为战，加强极端情况预设下的应急演练，促进实战与演练更加紧密结合，提升跨层级、跨部门、跨区域应急处置水平。

二是加强监管人员培训。坚持以案为鉴，从典型案例中归纳、总结行之有效的基本原则、处置方式，加强一线监管人员能力培训，为基层在实战中能够有效应对提供支撑。

三是增强企业舆情处置责任和能力。突出网红餐饮、大型连锁餐饮，将食品安全舆情处置纳入食品企业培训内容，引导企业增强舆情处置责任，建立舆情处置流程，提高舆情应对水平。

送：本局领导；本局各处（室、局）、直属单位，省药监局办公室；
各市（州）市场监督管理局。
