

婴幼儿配方乳粉产品将不得使用“生态牧场”“母乳化”等模糊信息或表述

新华社北京7月10日电 婴幼儿配方乳粉产品的标签、说明书中将不得含有“生态牧场”“母乳化”等模糊信息或表述。市场监管总局10日发布新修订的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》，自2023年10月1日起施行。

为保障婴幼儿配方乳粉质量安全，进一步加强配方注册环节的严格监管，新修订的管理办法对拟在中国境内生产销售和进口婴幼儿配方乳粉的企业，从申请与注册程序、标签与说明书、监督管理、法律责任等方面作出了规定。2016年6月6日原国家食品药品监督管理总局公布的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》同时废止。

在进一步规范标签标识方面，管理办法明确，产品名称中有动物性来源字样的，其生乳、乳粉、乳清粉等乳蛋白来源应当全部来自该物种；禁止标识虚假、夸大、违反科学原则或者绝对化等内容。同时，明确了标签、说明书不得含有的9种情形，增加了不得使用“进口奶

源”“源自国外牧场”“生态牧场”“进口原料”“原生态奶源”“无污染奶源”等模糊信息；不得使用“人乳化”“母乳化”或者近似术语表述；不得使用其他不符合法律、法规、规章和食品安全国家标准规定的内容，并列举了明示或暗示具有保健作用的情形等。

在严格配方注册方面，管理办法明确禁止变相分装（使用已经符合婴幼儿配方食品安全国家标准营养成分要求的复合配料作为原料申请配方注册的）和8种不予注册的情形。婴幼儿配方乳粉产品配方注册现场核查是产品配方上市前注册审评的重要环节，管理办法明确需要开展现场核查的情形和要求，并强调现场核查需抽取动态生产的样品进行检验。

管理办法加大了对性质恶劣造成危害后果行为的处罚力度，将申请人以欺骗、贿赂等不正当手段取得注册证书以及伪造、涂改、倒卖、出租、出借、转让婴幼儿配方乳粉产品配方注册证书造成危害后果的罚款上限调整至二十万元。



三峡电站投产发电20年

7月10日在湖北省宜昌市拍摄的长江三峡水利枢纽工程和左岸外送输电线路。当日，三峡电站首台机组投产发电整20年。20年来，三峡电站已累计发出16000多亿千瓦时清洁电能。三峡电站共安装34台水轮发电机组，总装机容量2250万千瓦，年设计发电量882亿千瓦时，是我国“西电东送”和“南北互供”的骨干电源点，电能昼夜不息被送往华东、华中、广东等地。

新华社发

山东威海：“唤醒”一条百年老街

位于山东威海市环翠区的新威附路，是一条拥有百年历史的街道，曾经诞生威海卫第一个党小组、第一座船厂、第一座陶瓷厂。如今，依托精致城市建设，这条百年老街“修旧如旧”、历史文脉不断，并吸引众多年轻人进驻开店，焕发文旅新气象。

以胶东面点为主要产品的“胶漫青年”伴手礼店铺，刚刚完成新产品上架，早上9点准时开始营业。店内装潢及产品包装活泼可爱，产品命名也别出心裁，喜饼叫做“满腹经纶”，花饽饽叫做“争气饽饽”，抓豆叫做“碎银万两”……

向全国推介胶东的传统美食，是25岁威海姑娘于嘉慧的开店初衷。“我看到许多年轻人热衷钻研西点，我想通过这个店告诉大家中式点心也很棒。这些过去在节庆时才能吃上的胶东面点，通过再设计，可以成为很好的早餐和零食。”

开业仅两个月，“胶漫青年”用更好的食材、年轻化的设计，获得不少消费者青睐。记者进店的半小时里，小店迎来了四川、上海以及本地多批客人，刚刚摆满的货架空了大半。

“这条老街跟我们店的调性特别吻合，都是基于传统的创新。”于嘉慧说，自己很得意能把店选在这条老街。

“这是一条能留住脚步的街道，门口参天的大树最吸引我。”另一位“90后”店主毕凤奇告诉记者，六年前，她是第一个入驻老街的青年店主，对新威附路可谓“一眼爱上”。

但当时的街道还未“蜕变”：人行道坑洼不平，路中央“飞线”乱穿，路两旁大多是五金、劳保、广告装潢等店铺，是条名副其实的“老街”。“一到晚上，整条街就只有我这儿灯还亮着。”毕凤奇说。

但很快，毕凤奇就不再孤独。2018年，“小而美”的威海市正式提出“建设精致城市”目标，新威附路的改造被提上日程。威海聘请清华大学建筑设计研究院，以“威海1902”时光记忆为主题，对新威附路开始“微改造”式有机更新。

以马牙石铺设街面、保持石头墙原有风貌，在尽量恢复老建筑原貌的同时，威海在新威附路上复原了威海卫第一个党小组活动旧址，打造六角亭公园、时光墙等8处景观街点，展现了百年以来的历史印迹。

留住了历史、记住了乡愁，老街开始迎来新的生机。改造完成后，当地招引新文化业态商户入驻老街，并鼓励青年店主们依据自己的创意更新店面，集聚多元文化。

毕凤奇经营的“普罗斯特精酿”，不久前刚刚完成第三次装修，沿街的墙面上新开了三扇大窗。“开这些窗户的难度特别大，但这样能让店面与街道的空间更好交融，打通历史与当下。”毕凤奇说，三次装修都来自她不断外出学习心得，她的店已是当地少有的高品质酒吧。

目前，870米长的新威附路已聚集文创咖啡、特色酒吧等11大类、60余家文化业态商户，平均日接客量5000余人次，成为当地一张亮丽的城市新名片。近年来，威海这座滨海小城通过精致城市建设先后打造了中国油画小镇、属相街、里口山慢街等多个优质“网红打卡地”，旅游热度不断提升。

（新华社济南7月10日电）