

公益 环保 健康 蓝天

“寻找天之蓝”马拉松赛在我市举行

□记者 付永奇 文/图

本报讯 “我参赛的目的是想用跑步的方式对一切不环保的行为说NO!”6月11日上午,参加完由省环保厅、河南卫视、苏酒集团发起的大型户外马拉松“寻找天之蓝 益动起来”乐跑比赛后,市民刘女士告诉记者。当日,苏酒集团周口分公司经理任武和我市2000多名户外运动爱好者参加了这场在周口公园举行的公益比赛。

本次活动以公益、环保、健康、蓝天为标签,采用小马拉松比赛的方式进行环保宣传,旨在提高广大市民的环保意识,推动建设绿色环保型城市,展示周口美好的自然环境和市民健康向上的精神风貌。活动吸引了周口健步走运动协会、周口福利彩票发行中心、周口雷锋出租车队、《逛周口》微信平台、周口自行车运动协会等社团组织参加。

当日7时许,参加马拉松比赛的市民从四面八方赶到周口公园(如图),出发仪式现场彩旗飘扬,歌声飞扬。参赛市民排队填表、领取比

赛号码布,秩序井然。他们还为周口申办“全国首届慈善马拉松”开展签名助力活动。9时许,随着都市频道和洋河股份相关负责人同时打响发令枪,2000多名运动达人从周口公园小广场出发,沿园内湖岸环跑,踏上5公里的赛程。

周口公园环境优美,鸟语花香,是众多市民健身、散步的好去处。出发不久,长跑队伍中不时有人停下来,拿出手机和相机记录美丽的瞬间。不到20分钟,周口小伙范杰第一个到达终点。在熙熙攘攘的长跑队伍中,年龄最大的有60多岁,最小的有七八岁。热衷于公益活动的周口爱佑公益成员于波告诉记者,虽然一圈下来他大汗淋漓,但参加这样的活动非常有意,目的就是倡导健康、环保的生活方式。之后,热闹的抽奖仪式开始。

苏酒集团周口分公司经理任武告诉记者,近年来,随着经济的发展和工业化进程不断加快,环境污染越来越严重,这给人们的健康生活带来巨大威胁。“本次活动旨在通过益跑,呼吁大家弘扬低碳环保的生活主张,减少污染,爱护我们的生活环境。” 线索提供 于波



市场上大多预调鸡尾酒酒精度数标识为英文

预调鸡尾酒标识不明显 儿童易误饮

6月1日,中消协发布消费警示称,目前市场上流行的预调鸡尾酒包装类似常规饮料,没有在醒目位置清晰标示反映其真实属性的专用名称,很多未成年人甚至儿童也成为其消费对象,不利于未成年儿童消费者健康成长。记者走访郑州一些大型商场和超市发现,在售的预调鸡尾酒正面上的酒精度数标识很多是英文,不容易辨别。

今年儿童节当天,中消协发布消费警示称,目前市场上流行的预调鸡尾酒包装类似常规饮料,没有在醒目位置清晰标示反

映其真实属性的专用名称,很多未成年人甚至儿童也成为其消费对象,不利于未成年儿童消费者健康成长。预调鸡尾酒产品是预先调配好的含果汁的酒精混合物,包装销售可以直接饮用,属于酒类,酒精度超过3%,高于国家标准规定的低醇啤酒酒精含量。

中消协认为,市场上如“RIO(锐澳)”等部分产品没有在醒目位置清晰标示反映其真实属性的专用名称,外包装有关“酒”和“酒精度”等字样很小,而“果汁含量”等字样

却比较明显。如果消费者特别是未成年儿童消费者不仔细辨认,很容易把这些酒类当成普通饮料购买饮用。有的儿童在家长面前饮用也未被告家长察觉,这类饮料酒产品已经不时出现在未成年人出游或者聚会的场合。

记者走访省会的一些大型商场和超市发现,在售的“RIO(锐澳)”等品牌的预调鸡尾酒包装和传统酒类商品确有差异,更类似常规饮料。一些预调鸡尾酒在酒精度标识上缺乏准确性。比如RIO(锐澳)预调鸡尾酒,

在其包装正面没有中文名称,酒精度标识用英文标识,而中文名称和酒精度标识却出现在背面。

河南省酒业协会秘书长蒋辉认为,目前对于酒类包装没有硬性规定,但一些商场和超市没有按照法律法规要求,在显著位置设置不向未成年人出售烟酒的标志,这就漠视了对未成年人权益的保护。

针对这一现象,中消协在消费警示中提醒家长或监护人及未成年消费者应该正确选择饮料类产品,不要误买酒类。预调鸡尾酒生产厂家也应更改产品包装,在醒目位置对商品的属性进行标示,避免误导消费者。相关企业应加强自律,严格执行有关国家规定和标准,有关监管部门要不断完善类饮料酒的相关规定和标准,加强监督和管

理,保护未成年人合法权益。(据《大河报》)

苏生
酒态
水源
头湖

单位: 周口报业传媒集团
摄影师: 好酒不醉