一食品企业被曝篡改保质期“回炉”残次品

——监管部门介入调查

杭州吾尚食品有限公司成立于2009年,专门从事乳酸菌等含乳饮料产品的研发、生产与销售。企业官网显示,其当前拥有全自动乳酸菌饮料生产线6条,日产能力10万箱,年产能力10万吨。企业及产品曾获得“杭州市农业龙头企业”“杭州市名牌产品”等称号。该企业还是某大型连锁超市休闲食品“馋大狮”品牌旗下乳酸菌饮料和钙奶的供应商。

2023年3月19日,杭州市桐庐县市场监督管理局根据举报信息,会同警方对吾尚食品有限公司进行了突击检查,现场查封固定了部分物证。桐庐县市场监督管理局执法综合办主任石虹岗表示,除将对现场发现的问题展开调查外,还将针对爆料视频中呈现的既往违法行为进行查证。

公开信息显示,在2020年4月9日,当地市场监管部门就曾对吾尚食品有限公司标注虚假生产日期的行为进行了处罚,没收违法生产的乳制品300多箱,罚款10万余元。

临期乳品回收后疑似篡改产期再销售

在桐庐县,一名已离职和一名在职的吾尚食品有限公司的员工,分别向记者提供了多段内部员工拍摄的视频。

其中三段视频显示了员工擦除乳制品包装上生产日期喷码的过程:生产车间内,多名身穿吾尚食品字样工作服的员工,正将成堆的钙奶外包装拆除,逐一用手中喷抹过“药水”的棉球擦拭掉钙奶瓶的生产日期。

曾在该公司工作十年的员工李荣(化名)告诉记者,视频中涉及的商品涵盖了为某大型连锁超市专供的“馋大狮”系列乳饮料,及自产自销的金义、吾尚等品牌乳饮品。

在其中的一段视频中,清晰地显示出正在被擦码的商品是生产日期喷码为20200113批次的金义牌AD钙奶,另一段视频中的擦码商品为“馋大狮”品牌乳品。

李荣介绍说这些商品的保质期多为八到九个月,经常在距离保质期还剩两三个月的时候,经销商便会将这些未售出的临期商品退回公司。如果回收产品数量较少,公司通常会作为福利发放给员工,或者赠送给别的单位。回收数量较多,如达到三四千箱时,公司便要求员工使用丁酮和稀释剂,将原商品的生产日期喷码擦除,静置到第二天重新打上当天的生产日期,作为全新商品再次流通销售。

李荣告诉记者,擦码篡改产期的行为多发生在销售的淡季,在生产销售旺季公司也会篡改产期,只是方式不再是擦码改期,而是提前打上未来的日期,即俗称的“早产”。如在3月31日当天生产的产品,提前打上4月某日的生产日期。

据天眼查平台信息,在2020年4月9日,桐庐县市场监督管理局曾对杭州吾尚食品有限公司做出处罚决定:杭州吾尚食品有限公司存在标注虚假生产日期的行为,没收了违法生产的吾尚益菌多317箱,罚款101440元。

李荣及生产车间另一位员工王甫(化名)表示,那次的处罚就是针对的生产日期“早产”行为。

残次品变身“回料”再加工

除三段篡改产期的视频外,另有四段视频主要内容是杭州吾尚食品有限公司的员工将已经包装好的乳饮料用剪刀捅开包装,将乳品通过滤网过滤倒入果液桶,过滤完成后重新倒入罐装口作为原料进行加工的过程。

记者获取的一段视频显示,正在进行过滤的乳酸菌饮料部分已发霉变质,塑料瓶中已经有了黑色的霉斑。有员工称要拍给车间主任看,“不好的东西就不要拿来了呀。”一名正在过滤的员工称“这上面是什么,这是细菌,发霉的”。另一名员工称“该扔就扔掉,不要打了”,“有异味的不要”,“这样是不行的”。视频中工人们一边抱怨一边继续拆包过滤,称当天已经打了四桶。

王甫已经在杭州吾尚食品有限公司车间工作了4年多,他说这些已经变质发霉的乳品是在正常生产过程中被挑拣出来的残次品,主要问题一般有罐装不达标、密封不严、瓶体破损变形等情况。这样的产品被挑拣出来后就会被堆积在一旁,等到积攒到一定数量再用剪刀刺破包装,挑选过滤后当作原料使用。

王甫介绍,这样的原料在内部被称为“回料”。回料如果从被挑拣出来到重新使用时间间隔很短,如几个小时以内一般不会变质。但杭州吾尚食品有限公司实际操作中,残次品从被挑拣到作为回料重新过滤生产往往会间隔三四天至一周左右,“在高温环境下,破包的乳品极易变质。”

在另两段视频中,工人在配料间将被放置在“不合格品”筐内的成品同样用剪刀捅破拆包,凑够两桶后,一路拖行到生产车间,倒入生产线。

使用回料“成品率”超100%

李荣和王甫告诉记者,杭州吾尚食品有限公司的回料,主要有两种来源,除了上述积压的残次品外,也有一部分来自于经销商退回的临期商品。

王甫解释说,在2021年以前,杭州吾尚食品有限公司的喷码设备全部都是油墨喷码,所以那时候商家退回的临期产品通常采用擦码改期的方式重新销售。2021年后,厂内使用的生产线陆续更新为激光喷码,只剩2条线还在用油墨喷码。油墨喷码的临期商品可以继续用丁酮篡改产期,但激光喷码无法使用丁酮擦除,只能用拆包过滤的方式打成回料投入生产。

李荣回忆,自从她十多年前进厂以来,回料的使用就一直存在,但因为不是每天的生产都会添加回料,多年以来都没有被职能部门现场抓到。而且厂家内部对于添加回料的信息也非常谨慎,早先往往只用“成品率”的字样表示。因为生产过程中的损耗不可避免,如100瓶的原料,难免遇到一两瓶的破包残次等情况,所以同业内的正常成品率一般在98%—99%之间。但是因为额外添加了回料,也就是回掺奶,杭州吾尚食品有限公司的成品率平均每隔三四天,就会出现成品率超过100%的情况。(成品率,是指生产企业在生产产品的过程中,根据产品产出的合格成品情况与核定的产品材料总投入量,所确定的一定比率关系。简言之,投入100套原材料,能产出多少套成品)

记者根据所获得的该企业生产信息,统计2022年3月前半个月的成品率,发现2022年3月2日、3月4日、3月7日、3月8日、3月12日、3月15日分别出现了成品率超过100%的情况。其中3月15日一款200毫升规格钙奶的成品率达到了101.79%。

通过公司生产群信息,记者取得了杭州吾尚食品有限公司今年3月18日、19日两日的生产计划表。表格中在备注栏分别用红字标注了18日“正常生产3锅,其中1锅打回料”。19日“膜包排产4锅,正常生产3锅,其中1锅打回料”的字样。

李荣告诉记者,杭州吾尚食品有限公司生产线正常的1锅是6吨原料,一般会添加4桶回料,约300千克。

李荣表示,自己曾经在工作群里反馈过回料质量差、回掺奶容易出事儿,希望领导阻止,但没有得到回复。王甫也表示自己很清楚篡改产期、打“回料”都是违法的,所以他的做法是拦不住别人干,但可以选择自己不干,多次拒绝车间领导的安排后,也就不再被派干这种活了。

市监局会同警方突击检查涉事企业

记者了解到,3月19日,桐庐县市场监督管理局接到对杭州吾尚食品有限公司的举报后,会同警方赶到该公司,在现场对部分物料进行了查封固定证据。

3月30日,桐庐县市场监督管理局执法综合办主任石虹岗向记者证实了上述行动。

石虹岗告诉记者,因为杭州吾尚食品有限公司规模较大,爆料视频中涉及的违法行为又历时多年,案情较为复杂。根据实际情况,桐庐县市场监督管理局将分为两步:首先对3月19日现场发现的问题展开调查,并照法律规定,在接到举报15个工作日内决定是否正式立案;第二步将针对爆料视频中呈现的该公司既往的违法行为,做进一步的调查核实。

3月31日,记者就爆料视频中出现的问题向杭州吾尚食品有限公司进行求证。该公司办公室主任陈芳表示,企业是依法依规操作,自己不清楚情况,对于3月19日公司被突击检查,等待调查结果即可。针对公司2020年因虚假标注生产日期被处罚的情况,陈芳表示“那个事情已经处理掉了”。

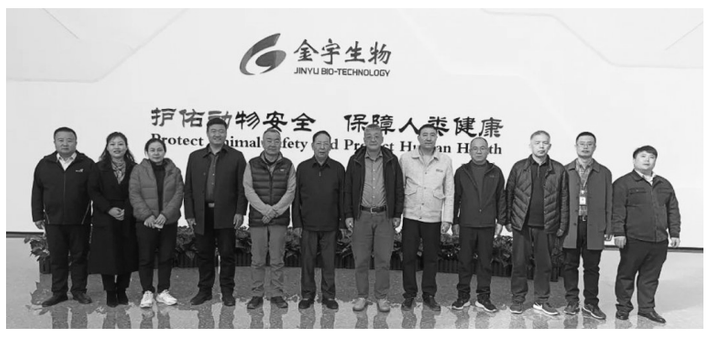
杭州吾尚食品有限公司董事长倪永康在电话里告诉记者,他已经对爆料内容进行了了解,初步认为擦码篡改产期的行为不存在。对于添加使用“回料”的现象,他认为根据食品安全法规的相关条款,“回料”是可以售卖的商品,因此可以使用。如果企业方认知存在偏差,将以执法部门的认定为准,所以暂时不能给出明确答复。

对此,中国农业大学食品学院副教授朱毅认为,如果企业确有擦除原有生产日期的行为,应该被认定为商品没有真实标注生产日期,有可能导致过期商品流入市场,具有潜在的食品安全风险。对于使用“回料”,将残次品、等外品与正品进行拼配,以次充好,属于欺诈消费者行为,损害了消费者的正当权益。

根据《中华人民共和国食品安全法》第一百二十四条第五款规定,生产经营标注虚假生产日期、保质期或者超过保质期的食品、食品添加剂,尚不构成犯罪的,由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂,并可以没收用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品;违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的,并处五万元以上十万元以下罚款;货值金额一万元以上的,并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款;情节严重的,吊销许可证。

(新京报调查组)

金宇生物——选好疫病“预防针”,筑牢养殖“安全墙”



■关平原

□文/图 本报记者 杨丽霞

春季气候多变,是各类动物疫病的高发期。对于奶牛养殖产业而言,全面抓好奶牛防疫工作,有效预防和控制重大疫病的发生及传播是牧场运营的首要工作。

在近日召开的第十六届内蒙古乳业博览会暨高峰论坛(以下简称乳博会)上,内蒙古农业大学兽医学院动物传染病学教授、农业农村部反刍动物重点实验室主任关平原就《牧场奶牛呼吸道疾病免疫防控》做了细致的阐述。

近年来,规模化牧场建设步伐逐步加快,疫病防控压力和挑战也随之而来。在关平原看来,牧场疫病防控,一定要落实于“防”,“做好疫苗免疫很重要”。此外,要加强奶牛饲养管理,减少应激因素(添加抗应激添加剂、抗生素)。“牧场发现疾病之后,一定要做好隔离和消毒,之后再进行治疗。”

产业要发展,防疫是关键。本次乳博会上,金宇生物技术股份有限公司(以下简称金宇生物)一如既往带来了多种动保产品。作为中国核心动保企业,金宇生物通过科技创新、智能制造、智慧防疫新模式先后建立了“兽用疫苗国家工程实验室”“国家高级别生物安全实验室”和“农业农村部反刍动物生物制品重点实验室”三个高水平动保产品研发平台,具备了研发与评价非洲猪瘟、口蹄疫、布病等重大动物疫病疫苗的条件与资质,持续为动物健康保驾护航,助力国内奶牛养殖产业的健康发展。

在乳博会期间,多位奶业协会负责人以及企业代表参观了金宇国际生物科技产业园一期工程。据悉,园区里建成通过农业农村部GMP认证的九条疫苗生产线,P3标准的动物检验室三座,同时配套有研发中心、检测中心、物料仓库等辅助生产设施。在悬浮培养和自动化生产基础上,通过引进德国工业4.0,将人工智能与疫苗生产工艺深度融合,整体实现智能制造,不仅解决了传统制造的批间差问题,确保疫苗质量均一、稳定、高效、可控,同时,被国家工信部认定为“生物制品智能化工厂新模式应用”项目,引领了产业转型升级。

伴随着国内奶牛养殖理念的不断提升,牧场的疾病预防、健康管理等方面已经成为奶业高质量发展进程中的重要环节,金宇生物也将坚持以“护佑动物安全、保障人类健康”为理念,持续以提升国内奶牛疫病防控水平,为奶业振兴贡献“金宇力量”。

天润乳业去年营收超24亿元,今年目标是实现营收26亿元

□阎侠

4月4日,天润乳业发布最近一次投资者关系活动记录表。

据天润乳业董事、副总经理、董事会秘书冯育菠介绍,2022年,天润乳业实现营业收入24.1亿元、归母净利润约1.97亿元,分别较2021年同期增长14.25%和31.33%。天润乳业经营活动产生的现金流量净额同比有所下降,主要由于公司牛只存栏规模增加,收购草料现金支出较多。

记者注意到,天润乳业2022年的销售费用约为1.25亿元,同比增长29.07%。而在本次投资者关系活动上,大家对公司的销售费用使用规划和线上渠道的发展规划也十分关注。

当被问到“公司未来对销售费用的投放力度如何?”时,天润乳业表示:“现如今,消费者逛超市逛便利店的频次有所下滑,同时网上购物的频率越来越高。公司去年主要加大了线上费用投入,定期和不定期结合市场热点话题,来做一些精准的投放,取得了很好的效果。在公司目前的发展阶段,更需要通过更多的曝光来提高产品的销量拉动,对于销售费用投放这块还是有一定的提升空间。”

同时,天润乳业还介绍了确保销售人员能够较好帮助经销商完成销售业绩的方式。据悉,天润乳业每年给销售团队下达了明确的任务目标,销售团队会层层做分解以压实责任,同时匹配相应的考核机制和奖励机制。“公司对于销售团队的激励力度是比较大的,例如当期、季度、年度兑现的奖励,超额完成业绩能够获得超额奖励,以此激发销售人员的积极性,从往年看也取得了较好的效果。”天润乳业称。

在线上渠道方面,天润乳业关注到,近年来,线上渠道迅猛发展,因此,公司也逐步加大对于线上的投入力度,在传统线上渠道淘宝、天猫、京东协助指导经销商进行运营之外,公司自己运营抖音、快手、微信有赞商城,取得了较快的发展。“希望线上销售能够在未来的经营过程当中带来除了销量增长以外还有品牌宣传的作用,将线上的曝光度最终转化成线上和线下门店的销量。”天润乳业表示。

财报显示,2023年,天润乳业计划实现乳制品销量27万吨,预计实现营业收入26亿元。

燕塘乳业2022年营收净利双降

□叶浅 邢楠

3月30日晚间,燕塘乳业披露2022年年度报告,公司营收与净利双双下降。同时,燕塘乳业2022年全线产品的毛利率均较2021年有所下滑,公司的乳酸菌乳饮料因保质期内严重变质被消费者投诉,由此引发市场对公司及食品安全的担忧。

2022年,燕塘乳业实现营业收入18.75亿元,同比减少5.52%;实现归母净利润9936.15万元,同比减少37.01%。

招股书显示,燕塘乳业主要从事乳制品和含乳饮料的研发、生产与销售,属于食品制造业,公司产品包括巴氏杀菌奶、超高温灭菌奶、酸奶、花式奶、乳酸菌乳饮料等乳制品,均属日常消费食品。

目前,燕塘乳业主要通过“直销+买断型分销”的模式进行乳制品销售。分渠道来看,燕塘乳业2022年全线产品毛利率均同比下滑。

在经销模式下,燕塘乳业经销商产品包括花式奶、乳酸菌乳饮料类、液体乳类和冰淇淋雪糕。2022年,花式奶毛利率由2021年的28.54%下降至24.03%;乳酸菌乳饮料类毛利率由2021年的37.05%下降至33.81%;液体乳类毛利率由2021年的16.67%下降至11.15%;冰淇淋雪糕2021年毛利率为负,2022年该品类已停产。

在直销模式下,线上直销产品类包括花式奶、乳酸菌乳饮料类和液体乳类。2022年,花式奶毛利率由2021年的31.03%下降至22.33%;乳酸菌乳饮料类毛利率由2021年的33.52%下降至30.80%;液体乳类毛利率由2021年的23.44%下降至17.90%。

■资料图片

公司新闻

年产能30万吨 风行乳业石滩基地建成投产

越秀集团下属风行乳业石滩生产研发基地近日落成投产,这是越秀乳业重点打造的智能化生产研发基地。

据介绍,位于广州市增城区石滩镇的该项目占地约160亩,将建设成为集科研、生产、仓储物流等为一体的年产能为30万吨的生产研发基地,总建筑面积10.23万平方米,规划有10条常温生产线、21条低温生产线和6条雪糕生产线。

目前,已落成投产的为项目一期,投资5.6亿元,建筑面积4.5万平方米,规划年产能为7万吨常温产品。项目二期也已启动规划建设,届时基地将成为同时具备常低温液态乳品及雪糕的全产品线先进生产加工中心,达产后预计年销售收入超38亿元。

越秀集团党委副书记、副董事长、总经理林昭远表示,随着集团乳业板块一体化发展策略深入实施,石滩基地将被建设成为华南地区乃至全国的旗舰生产研发基地,并与乡村振兴工作有机结合,为经济社会发展贡献力量。 (蔡敏婕)

纷美包装 收购纠纷再传进展

纷美包装股权收购纠纷再传进展。4月3日,纷美包装发布公告称,其股东JSH Venture已向国家反垄断局提交资料,其中载明了先前收购事项并不构成反垄断法项下经营者集中的依据。JSH Venture已通知纷美包装,其保留对侵权干涉及诽谤提起法律诉讼并向法院寻求适当禁止令的权利。

据纷美包装此前公告,针对新巨丰拟从JSH Venture手中收购纷美包装28.22%股权一事,纷美包装执行董事兼行政总裁毕桦、非执行董事兼董事会主席洪钢近期以合计持股约15.5%的间接股东身份,就JSH Venture母公司怡和控股方面先前收购纷美包装股权事项,向国家反垄断局提出反垄断举报。若国家反垄断局决定着手调查,则JSH Venture向新巨丰拟出售股权事项的完成可能会延迟。

纷美包装4月3日公告显示,JSH Venture近日已就先前收购案的经营者集中问题向国家反垄断局提交资料,并称对纷美包装方面的“干涉”“诽谤”行为保留法律权利。新巨丰也于近期向国家反垄断局提交资料,载明其拟从JSH Venture手中收购纷美包装股权事项不构成经营者集中。 (郭铁)