

济南一些冻肉无生产日期却因是“初级农产品”落入监管盲区

济南市民多爱吃烧烤,烧烤肉制品到底靠不靠谱?记者在省城不少烧烤摊的进货地七里堡批发市场发现,有两个牌子的调制烧烤生肉制品没有生产日期和保质期,并且找不到厂家和厂方人员。由于烧烤肉制品多数为初级农产品,并不强制标示生产日期和保质期,使监管落入空当。

神秘冻肉到处有,哪来的?生产厂家在主管部门网站查不到

25日下午,记者以烧烤摊主身份在七里堡批发市场肉制品批发市场冷冻肉批发区域一家烧烤肉批发铺购买了1袋烧烤用“蒜伴肉”,1袋3公斤花费25元。透过塑料密封包装袋,能看出其中为调制的生鸡肉或生鸭肉,但产品包装袋上未写明到底属于何种肉品。

和多数成包装的生肉制品写有生产日期、保质期和保存条件的信息不同,记者所购买的“蒜伴肉”包装袋上则没有这3个重要信息。记者询问生产日期时,摊主表示外包装上有,但外包装已经不见了。这袋“蒜伴肉”包装袋上写着“济南佳合食品有限公司”,地址济南市大桥路88-2号,并写有两个手机号。

记者在国家食药监总局网站获证食品生产企业中,搜索济南佳合食品有限公司,查询结果为0条记录。在全国企业信息公示系统(山东)网站和国家食品药品监督管理局网站查询“济南佳合食品有限公司”,也显示暂未查询到相关记录。

存在同样情况的至少还有另一个品牌。7月下旬时,记者在七里堡批发市场另一家烧烤用品批发店铺发现,成包装、标示厂家为济南兴旺食品有限公司的烧烤用生肉也

无生产日期、保质期和存储条件等信息。该品牌则有蒜瓣肉、掌中宝、青椒肥牛等五六种袋装产品供选择,记者查看发现均未标示生产日期、保质期和存储条件。在外包装箱上,生产日期和保质期两栏均为空白,仅有存储条件零下18摄氏度,未见动物检疫证。

这些肉算初级农产品吗?没有定论,监管无法律依据

8月初,记者带着包装显示为济南佳合食品有限公司的“蒜伴肉”到济南市历城区食药监局咨询,历城区食药监局流通科相关负责人解释,该产品与有QS标识的食品不一样,应该属于初级农产品。初级农产品不像加工食品一样需要获得食品生产许可证才能生产,而且多数产自农户。

该负责人解释,对初级农产品需不需要标注生产日期和保质期,国家没有强制要

求。但初级农产品是指未经过加工的农产品,腌制后的鸡翅、蒜瓣肉等算不算初级农产品,目前没有定论。在食品安全监管人员执法过程中,对其进行处罚无明确法律依据,因此这类产品标注不标注生产日期、保质期都是可以的。

记者在济南市行政审批中心食品药品监督管理局窗口了解到,食品生产许可标准共13大类49小类,像屠宰生肉以及腌制的蒜瓣肉、掌中宝、翅中等并不在这些种类之中,国家对这些食品没有强制生产标准生产这些食品的厂家可以没有食品生产许可证。历城区食药监局生产科相关负责人解释,若生产这些食品的厂家想获得食品生产许可证,则需要自己制定企业标准,经审核通过后,以企业标准为评判获得食品生产许可证,可以往超市销售。

历城区食药监局相关负责人表示,此前该局已经针对冷冻肉进行过专项检查,但由于冷冻肉多属于初级农产品,并不强制标注生产日期和保质期,也给监管带来了难题。不少未标示生产日期和保质期的冷冻肉反而避开了监管变得“安全”。

济南市畜牧局工作人员表示,畜禽进入流通市场前的屠宰环节时,生猪必须定点屠宰并检验,其他畜禽则由农户主动送检。进入市场都需要贴有动物检疫证。生猪屠宰外运前还需要有肉品品质合格证。但记者看到,济南兴旺食品有限公司所产的烧烤生肉制品包装箱上并无动物检疫证。

不标注生产日期和保质期,再加上运输销售时难以满足零下18摄氏度保存,这些烧烤肉制品销售了多长时间?往外批发烧烤用品的店铺仅称都是刚进的新货,而前来采购的烧烤店主多数没有注意生产日期。吃串儿的市民到底吃的是哪年哪月的肉,最终成疑。

生产厂家究竟存在吗?转了半天找不着,电话也打不通

无生产许可证不违法,但没有营业执照的企业却是不合法的。历城区工商局的工作人员表示,如果在全国企业信息公示系统(山东)网站上没有查询到这家企业,那这家企业是不合法的,但是由于大部分类似食品上并没有厂址等信息,少部分有厂址的地址范围也比较模糊,因此查处起来比较困难。

记者提供了济南佳合食品有限公司的地址“大桥路88-2号”,但该工作人员表示,查询发现这个地址是一片很大的区域,并且一般都不张贴厂名,无迹可寻。

25日下午,记者通过百度地图搜索到大桥路88号,并乘坐89路公交车在黄河公路大桥附近下车后,找到了地图显示的88号一家啤酒设备厂,却未找到写有佳合食品



有限公司的地址。周围多是成栋的自盖楼房,无门牌号。记者询问至少五家商户,他们都表示未见过这个食品厂。路边一位快递员也表示,周边厂房不少,但一般都不写厂名,除非联系上人,仅有门牌号根本找到。记者拨打包装袋上两个手机号,第一个一直为正在通话状态,另一个则无法接通。

济南兴旺食品有限公司的包装袋上没有写厂址,包装箱上写的厂址为历城区临港开发区,无更具体的位置。拨打包装箱显示的手机号,仅有一个能接通,但接电话的人表示,自己并未卖过烧烤肉,而且也不在临港开发区而是在济南。

卖了肉不承认,摊贩底气哪来的?多次举报后问题肉竟神奇消失

记者前后三次到七里堡批发市场,至少两个烧烤肉制品摊位有上述两种产品销售。向负责该辖区食品安全监管工作的洪楼食药所三次反映后,工作人员到现场检查时均未在记者提供的摊位及冷库中找到上述产品。

7月底,记者在C159摊位发现了无生产日期和保质期的济南兴旺食品有限公司蒜瓣肉并拍照,但时值下班时间,第二天洪楼食药所工作人员与记者一同到摊位检查时,并未找到该产品,查看该店铺的进出产品时也未查到。

8月初记者再次探访发现,C159摊位仍在销售济南兴旺食品有限公司蒜瓣肉,但不愿意卖给记者。记者在另一家摊位上购买了济南佳合食品有限公司的“蒜伴肉”,在历城区工商局工作人员表示需要通过食药监局查询厂家时,记者再次联系历城区食药监局洪楼食药所,工作人员再次到记者提供的烧烤肉制品批发摊位检查,仍未查到记者所购买的产品。由于记者未索要摊位的票据,也无法以记者所购买的“蒜伴肉”产品来询

问烧烤肉制品批发摊主。

8月25日下午3点,记者再次去七里堡批发市场内的肉制品批发摊,C159摊位摆出的产品中,已无济南兴旺食品有限公司蒜瓣肉。记者在C133-1诚信冻品批发摊位购买到了济南佳合食品有限公司的“蒜伴肉”,并要求摊主开一张单据,但被摊主夺回所购“蒜伴肉”,并强行拉走了记者。随后洪楼食药所监管人员赶到,对该摊位冷库、票据进行检查,监管人员表示并未发现记者所说“蒜伴肉”。

记者拿出摊主所开“蒜伴肉”票据,摊主则拿出另一款六合鸡翅称为“蒜伴肉”,否认记者拍摄的“蒜伴肉”为其卖出产品。这一无生产日期、厂家不明的烧烤用肉,来源和去向都成了疑问。

相关链接

法规仅鼓励农户包装标识农产品

在农产品包装和标识管理办法中,必须包装的农产品是获得无公害农产品、绿色食品等认证的农产品,鲜活畜、禽、水产品除外。另一条则是,省级以上人民政府农业行政主管部门规定的其他需要包装销售的农产品,其中对生产日期的注释是,畜禽产品是指屠宰或者产出日期。

2014年6月1日起施行的《山东省农产品质量安全监督管理规定》第二十条中要求,农产品生产企业、农民专业合作社经济组织应当对其生产经营的农产品依法进行包装、标识;检测不合格或者未依法进行包装、标识的,不得上市销售。鼓励联户经营、专业大户、家庭农场、有条件的农户等,对生产经营的农产品进行包装、标识,但在罚则中未涉及农产品包装的相关内容。

广东等地查出“僵尸肉”问题,引发社会高度关注,日前,国家食药监总局要求北京等十多个省市区对行政区域内所有冷库进行排查,重点检查2014年以来承储冷冻肉品的来源、数量和销售去向。

按照山东省食药监局《转发总局食监二司关于贯彻落实打击走私冷冻肉品维护食品安全通告有关工作要求的通知》要求,自7月14日开始,济南市食品药品监督管理局开展冷库排查和冷冻肉品专项检查工作。截止到7月2、3日,济南市共检查冷冻仓库46处,检查经营者255户,发现销售过期带骨羊胸42箱,冷冻羊肉及副产品500余公斤,销售标签不合格冷冻鳙鱼370箱,均已立案调查。可见,虽然文件规定缺少相关监管内容,但只要严查,还是可以防止僵尸肉流向餐桌的。

(文/图 王皇 刘瑞雪)

黑牛食品半年净利下滑超1100%

北京商报讯黑牛食品股份有限公司(以下简称“黑牛食品”)日前发布的半年报显示,公司在上半年的营收、净利润均出现下滑,有业内人士表示,黑牛食品主营业务发展疲软,新产品销售情况不佳是导致公司亏损加剧的主要原因。

公告显示,黑牛食品上半年营收为2.5亿元,同比下降2.2%;归属于上市公司股东的净利润为-7498万元,较去年同期下降1129.27%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为-7728万元,同比下降5525.47%。

对于公司上半年亏损加剧的原因,黑牛食品方面表示,2015年上半年,中国饮料行业产量增速趋缓持续,“非三大”饮料增速下降明显,而公司所在行业的“非三大”类饮料产量增长率较去年下降较多,此前,黑牛食品还曾发布业绩预告称,由于公司推出新产品的销售情况与预期差距较大,导致公司业绩下滑。

据了解,黑牛食品在2014年通过旗下公司广州达奇生物科技有限公司(以下简称“广州达奇”)进军预调鸡尾酒领域,力图扭转企业整体业绩下滑,但在国内预调酒行业整体上涨的势头下,广州达奇不赚反亏。数据显示,2015年上半年,广州达奇营收为449万元,净利润为-695万元。

业内专家指出,虽然预调鸡尾酒市场潜力巨大,但类似于锐澳、冰锐这样的市场主流品牌,已经占领了预调鸡尾酒的大半江山,而黑牛食品进入时间较晚,产品也没有差异性的优势。也有业内人士表示,黑牛食品作为一个区域性的品牌,主营固体冲调类饮品,主打二三线城市人群,没有实现全国范围的覆盖。“随着洋河、五粮液、汇源等知名企业在去年都推出预调鸡尾酒,黑牛食品在销售渠道和品牌建设上都面临很强的市场竞争,黑牛食品想借助预调鸡尾酒扭亏为盈的计划更加难以实现。”上述业内人士坦言。

(钱瑜 孙昊天)

克莉丝汀上半年毛利降16%集团关闭亏损门店

“三公”消费的限制及白热化的市场竞争已让内地烘焙业第一股克莉丝汀不断遭遇业绩危机。日前,中国烘焙连锁食品商克莉丝汀发布上半年财报显示,集团营业收入约为4.9亿元,同比减少16%;毛利为2.24亿元,较去年同期的2.68亿元减少约16.4%。从产品上分析,上半年各品类营业收入较同期均有所减少,其中面包及蛋糕类减少约6661.3万元,同比减少14.6%;点心类减少约1936.6万元,同比降低24.4%。

克莉丝汀方面表示,业绩下降的主要原因是整体烘焙零售发展趋缓,集团关闭亏损门店,且去年受到中央政令限制,预付卡券发行量大幅减少,诸多因素导致营业收入下降。受上述原因影响,克莉丝汀财报显示,集团同期整体客流量减少21.2%。为维持门店效益,克莉丝汀过去一年期间共关闭亏损门店205家,其中上海区减少90家门店,江浙皖减少115家。

据统计,克莉丝汀门店数量已由2014年6月30日的1029家减少为2015年6月30日的824家。此外,克莉丝汀的销售额主要源于门店现金以及礼券(及预付卡)的兑换,上半年现金渠道销售额约为3.2亿元,占总营收的65.2%;通过礼券(及预付卡)兑换产品销售额为1.71亿元,占总营收的34.8%,低于去年同期2.45亿元的约42%。

受困房租、员工成本上升,同行业同质化竞争严重,克莉丝汀财报显示,未来集团将通过研发新品、改良原本固定成本沉重的商业模式,如并行电子商务、结盟寄售、门市加盟等模式突围。另外,居民消费结构的改变已让克莉丝汀除尝试主题乐园进行异业合作外,还将开设旗舰店、下沉三四线城市,差异化竞争烘焙市场。

(李铎 王茜)

韩寒所开餐饮店涉无证经营 拒为客人开发票



8月23日,网友“一凡samson”在中国宁波网“民生e点通问效平台”上发帖询问:“麻烦核查和义大道刚开业的‘国民岳父’韩

寒‘很高兴遇见你’餐厅是否具备开业条件?他们不给开发票。”

小e与该网友联系。他告诉小e,自己22日去“很高兴遇见你”就餐,结账后要求开发票,但店家告诉他,开发票的机器坏了,让他月底拿着清单来开,“他们后来在消费清单上注明发票未开。”

小e拨打“很高兴遇见你”餐厅电话。工作人员告诉小e,餐厅是机打发票,但从8月10日试营业以来都没开过,前段时间有顾客要发票,给的是其他餐饮店的定额发票。

经询问海曙区地税部门工作人员得知,

有营业执照和税务登记证,就可以前往税务机关领发票。那为何“很高兴遇见你”餐厅从试营业至今都未曾开具过自己店的税务发票?

小e再次拨打“很高兴遇见你”餐厅电话,工作人员回复:工商营业执照还在审批,这周能办完。小e反复确认,工作人员都告知,前段时间是试营业,现在营业执照和税务登记证都还没下来,但这周都能办下来。工作人员还称,单位名称为宁波海曙烨煊。

小e通过信用宁波网查询,无论是搜关键字“很高兴遇见你”或“烨煊”,都未查到该企业登记信息。

迎驾贡酒如何实现“百亿迎驾”目标

合作,对于开拓全国市场很有帮助。”

同时,上市也在促进迎驾提高白酒品质,改进工艺流程,加强企业制度建设。“不缺钱不能衡量企业是否健康长远发展,迎驾追求的是可持续发展和规模化扩张,实现‘百亿迎驾’、‘百年迎驾’目标。”

在行业持续低迷之时,迎驾贡酒的上市无疑提振了行业信心。而上市对于迎驾的积极效应也在逐步显现。

8月18日晚间,迎驾贡酒公布了半年报。今年上半年公司实现营业收入15.30亿元,同比增长1.03%;实现归属上市公司股东的净利润2.81亿元,同比增长8.72%。对比2014年营收减少12.84%,公司业绩出现止跌回升。

对此,秦海认为,迎驾之星、生态年份酒等中高端产品占比提升,促使企业营收增加,盈利能力提高。“上半年公司业

绩符合我们的预期,”秦海表示,“这一业绩也是企业多年积累沉淀的结果。目前整个行业处于调整期,迎驾也处于刚上市阶段,实现这一业绩也很正常。随着白酒消费回归理性,迎驾利润率还有很大增长空间。”

2015年,迎驾贡酒将营收目标定在30亿元,上半年已经完成了一半。对于下半年市场开拓,秦海表示,迎驾将进一步提升产品品质,加强全国营销网络建设,在稳固华东区域市场基础上,开拓华北、华南等区域,实现全国化市场的纵深发展。同时,完善公司内部管理和考核机制,确保下半年销售目标的完成。

为实现“品牌引领、全国布局、深度分销”的营销战略,迎驾上市募集资金主要用于完善营销网络建设项目、完善配货调度、品牌策划、销售管理等职能、成立华北、华

东、华南、华东区域物流中心以及建设100家直营店和200家加盟店。秦海表示,下半年,这些工作都将有序推进。

秦海介绍,目前迎驾贡酒已形成20万吨原酒储存和10万吨微机勾调能力。曲酒酿造产能利用率稳步提升。从原粮、制曲、酿造到灌装,白酒酿造的过程更标准科学,产品质量得到保证。

在近日举办的中国白酒国家评委年会上,迎驾贡酒国宾洞藏·N16以总分第三名成绩从96名优酒中脱颖而出,获得“2015年中国白酒酒体设计奖”称号。

“只有规范化、制度化、标准化,企业才能走得平稳,才能成为百年老字号。”秦海说。对迎驾贡酒而言,上市带来的产能需求和品牌势能将推动企业向纵深发展,也带着整个徽酒板块的走强。

(胡可璐)

