

告诉你,乱吃醋也有风险 天地壹号可能是醋精勾兑



“给健康加道菜,第五道菜——天地壹号”,还记得天地壹号这句广告语吗?但,最近天地壹号这道“菜”却深陷勾兑门,涉嫌以“三精一水”勾兑劣质苹果醋饮料,其健康饮品形象深受质疑。

【背景】

被曝勾兑、使用隔年苹果汁等

近日,《时代周报》报道“天地壹号在生产过程中存在或潜伏大量危害消费者健康的事实”,令国内醋饮料龙头企业天地壹号陷入“勾兑门”风波。

据了解,该媒体曝光天地壹号公司自创建以来,就从未真正用过新鲜苹果汁酿造苹果醋,苹果汁的原料都是浓缩的陈年果汁,常年通过汇源果汁等果蔬汁公司批量进货,再勾兑制成苹果醋系列饮料。

该报道称,该报记者除了发现工厂内有近百桶浓缩果汁、醋汁、香精等原料外,还有员工对该记者表示,产品“就是加入醋精、香精混合在一起做成的”,但真正的果醋却是由苹果汁经过两次发酵(酒精发酵、醋酸发酵)而成,一般需要2到6个月。

另外,该媒体还称天地壹号公司没有冷库,从未按规定将浓缩苹果汁冷藏保鲜,只在常温下随意存放。



【市场】

湖南未铺货 难见天地壹号踪影

8月12日,记者走访了长沙市内沃尔玛、新一佳、步步高、人人家等多家超市发现,长沙市场上难见天地壹号苹果醋的踪影。

沃尔玛黄兴路店,在果汁饮料专区摆放着优蜜、和丝露、惠宜等多款苹果醋,但不见天地壹号苹果醋的身影。其中,优蜜为湖南本土品牌,和丝露、惠宜则是河南外省品牌。

此外,记者发现这些品牌中有简单的纸盒包装的,也有精美的玻璃瓶装的,且这些品牌之间价格也有一定差异。例如,488ml纸盒装和丝露苹果醋售价5.8元,330ml玻璃瓶装和丝露精酿苹果醋售价4.5元,375ml玻璃瓶装优蜜苹果醋12.8元。

“我们没有销售过天地壹号的苹果醋,据了解他们在湖南区域并没有铺货。在我

们超市优蜜、和丝露、惠宜这三个品牌都销得不错,尤其是优蜜销量最好。”一名沃尔玛的销售人员表示。

“我知道天地壹号被指是醋精勾兑的新闻,而且一直以来都有听说果醋行业存在着勾兑现象,现在看了这个新闻还是担心的。”几名正在超市挑选果汁的消费者表示,如今只要涉及食品安全问题,大家都格外小心和敏感。

【企业】

不可能加醋精 苹果醋隔年是正常

8月12日,针对天地壹号有涉嫌存在用醋精生产苹果醋等问题,记者联系了天地壹号饮料股份有限公司。

“8月9日至11日,公司连续邀请近百家媒体记者到位于江门蓬江区棠下镇的两家工厂参观,并召开媒体说明会,我们董事长陈生也对报道中指出的多个问题进行了解释。”天地壹号饮料股份有限公司公关部田经理表示,天地壹号在湖南市场并没有铺货商超,但不排除有经销商代理。

随后,在给记者的采访回复中,天地壹号董事长陈生表示,天地壹号车间里没有一滴醋精,媒体可能把“醋基”误读成“醋精”了。公司苹果醋的生产工艺为先将苹果汁进行一次发酵制成苹果酒(天地壹号公司内部称之为醋基),再通过封闭式管道进入二次发酵车间。“公司从汇源等厂家采购的苹果汁,采购量与生产量完全匹配,有关部门完全有能力从我们的采购量和生产量换算是否有加醋精。”

“在0~4℃储存条件下,苹果汁保质期两年。公司拥有可以容纳270多吨容量的冷库。”陈生表示隔年不等于过期。生产区苹果成熟期一般在十月份左右,采摘和榨汁只两、三个月的时间,鲜果和果汁都要进冷库储存。

除此之外,记者还尝试联系了本土品牌湖南优蜜食品科技有限公司,但该公司行政部李女士表示,公司领导出差目前不能接受采访,截至记者发稿前未收到相关采访提纲的回复。

■见习记者 邓倩

洋品牌之殇

“洋奶粉迷信”该破解了

奶粉安全与否不在于姓“洋”还是姓“中”

自从新西兰恒天然的乳清蛋白被肉毒杆菌污染的消息一出,可瑞康等洋奶粉品牌纷纷落马。国内部分原来推崇洋奶粉的消费者被一棒打懵:洋奶粉咋能出这事?我该去买什么样的奶粉?

食品安全是关乎民生的

大事,一则是因为民以食为天,这是千家万户的吃饭问题;二则我国食品安全确实出过问题,让消费者吃过大亏,所以大家对食品安全格外敏感。而在奶粉问题上,因涉及孩子,所以中国消费者对食品安全“零风险”的诉求

更高,也因此产生了对“100%纯净”的洋品牌奶粉的追捧。

但洋奶粉是否真的百分百安全?如今,这个看似简单的问题,恐怕需要我们有抽丝剥茧般的耐心,才能还原真相,找到答案。

近期的恒天然事件的新闻中,透露出来了三个信息:

第一个信息:洋奶粉的生产管理流程至少不像我们想象中那样“完美”。这次恒天然乳清蛋白的问题,出在一段管道上。那么奶粉生产管道污染是个什么性质的问题?举例说,2000年6月底到7月中旬,日本有14555人被感染,感染源来自日本当时最大的牛奶生产商雪印乳业。事故主要原因就是因为生产过程中的卫生条件很差,生产管道不合格,而且长达3周没有清洗消毒。这件事情直接引起了雪印奶粉倒闭。可见管道消毒对于乳业绝非小事,洋奶粉这个跟头一而再再而三跌在

了管道消毒上,暴露出的就是生产管理问题。

第二个信息:洋奶粉也同样要面对食品安全这个世界性难题。可瑞康等品牌奶粉都是国际知名品牌。他们的上游企业更是恒天然这样的“可靠户”。但当上游出现问题时,他们既没能查出来,更没能堵截住,唯有事后“回收”了之。这样的质量事件仅仅只是“洋奶粉”的冰山一角。记忆力好的读者朋友肯定还记得今年年初的恒天然奶粉双氰胺事件。如果再追溯,当年让欧洲举国哗然的二恶英事件、日本奶粉铅污染

事件、韩国乳品甲醛污染事件,还有美赞臣蛋白质不达标被退货、惠氏奶粉坂肠杆菌超标、雀巢奶粉碘超标等等……几乎所有国际知名的“洋奶粉”企业,无一幸免。

第三个信息:在全球化背景下,原料供应早已全球化,仅以品牌姓“洋”姓“中”说明不了什么。恒天然这次事件中,不仅涉及新西兰自身的奶粉,包括澳大利亚、中国、越南、俄罗斯、泰国全都有品牌涉及。可见在全球产业链条大分工中,你中有我,我中有你,产品质量早就不能以简单的国别区分。



从上面的分析来看,目前部分消费者对“洋奶粉”的迷信,实在有些不合时宜。用品牌专家王永的话讲,质量问题从来就没有国界,迷信洋品牌的人该醒醒了。

乳品本来就是易变质产品,乳品生产又有着超长的产业链条,养牛、制品、运输、存储、交易,哪一环都不能掉以轻心,一点疏忽就能酿成大祸。那么对乳品安全事件,到底应该怎么看?用中国工程院陈君石院士的话说:食品安全不存在零风险,这不符合科学,也不现实。消费者要有“可接受的风险”这个概念,通过一定的自我保护措施,有效降低食品安全风险。从这个角度来看,其实中国因为对食品安全问题最敏感,把控和监管得更严,相对来说更保险。

奶粉安全与否不在于姓“洋”还是姓“中”,国外企业如果监管不

力,也会出现重大的食品安全事故;国内企业如果质量把控够严,也一样能生产让宝宝健康成长的好产品。食品安全也许将是一个需要三方携手才能共同逼近完美的永久性命题:政府需要尽量全面地披露信息,营造一个开放的市场环境;企业需要严控质量管理,无论出不出问题都勇敢承担其该有的责任;而消费者,则需要接纳这样的现实后,擦亮眼睛,避免被情绪裹挟,学会用科学、理性的态度为自己的宝贝挑选最好的“口粮”。

恒天然栽在了一根管道上,无论对中外企业,都应该引以为戒。这也再次说明,无论是国内品牌还是国外品牌,消费者也应一视同仁,不管姓“洋”还是姓“中”,用理性的思维,选择合适的产品。

■三湘华声全媒体记者 何梦青