

40天后,老板不能再来一壶 242个散装油老板何去何从

调查

散装食用油流入夜宵摊

华夏与开福寺路交叉口附近,有一处生意火爆的露天夜宵场所。每到傍晚时分,总会有众多小商贩聚集此地。麻辣烫、铁板烧烤、油闷大虾等美食让众多食客垂涎欲滴。7月11日晚上8点左右,记者来到了这里,不少商贩已经着手搭建起临时摊位。

在新一佳超市的对面,一经烧烤摊的赤膊男子正从货车上搬运做烧烤的食材和工具,与其一起的一名红衣女子正拎起地上一个没有任何产品相关信息的白色塑料桶往玻璃瓶中倒油。

“老板娘,你们用的是不是好油?”见记者在其摊位上坐下,该女子热情地回答说:“是好豆油,放心吧,绝对不是地沟油,我们自己吃的。”当记者询问为什么塑料桶上没有产品标示时,该女子不再做声。

随后,记者一路统计过去,此地九成多的夜宵摊的食用油都没有正规的包装。那么这些散装油从何而来呢?有知情人表示,这些油来自附近的竹山园粮油批发市场,

这条街上的油很多都是那里买的。

7月12日上午,记者来到竹山园粮油批发市场。

散装油的踪迹并不难寻,在该市场东门口,一眼望去,第三家摊位就堆放着白色塑料空油桶和一些包装好的调和油,一支油枪斜挂在门前,后边的塑料管通向房间内的油罐。

“你们知道以后不能卖散装食用油了吗?”面对记者的询问,守在该摊位的李姓女子一脸茫然地表示还没接到通知,也没看到相关文件。

记者在市场中转了一圈,发现还有两三家在经营散装食用油。

“老板,来一壶。”在一个大型油罐前,一骑电瓶摩托车男子停下来指着自带25L的塑料桶说。当油快注满油桶时,该男子递出两百元钱。

“这是老主顾了”,已经在这里做了4年散装油生意的吴小平表示,来她们这里买油的客户以中小餐馆和烧烤摊为主,最近是淡季,生意只能保本;在旺季她们的大豆油每天至少能卖800斤。



7月15日,长沙市毛家桥,散装食用油店铺照常经营。实习记者 唐俊 摄

忧虑

散装食用油库存量大,短时间内消化难

7月13日下午4时,烈日炙烤。高桥大市场新太平街A22栋2号的喜红运海旺油脂经营部的玻璃门上,长沙市政府关于散装食用油禁产禁售的通知已经在这里张贴一周左右了。对于该店的“80后”老板尹海旺而言,他的事业已经陷入了一场困境,在散装食用油市场打拼了7年之久,他必须考虑自己下一步将何去何从。

2013年4月,长沙市食安办对全市散装油经营户进行了全面调查。调查发现,全市现有散装食用油经营户242户,日均销量约40余吨。其中,大型散装食用油批发户(日均销量在500公斤以上的)27户,占11.2%,主要集中在开福区竹山园粮油市场、高桥大市场 and 红星粮油市场。

“现在是销售淡季,我们大概有

40吨(1吨约=7桶)散装食用油储备,现在每天只能卖几桶,压力很大。”尹海旺经营的主要是从广西钦州转运而来的进口散装橄榄油和豆油,其散装食用油的主要客户是食品加工厂,但食品厂当前大都避暑放假。在限期落地之前,他只有40天的时间来消化掉这些库存。这些问题,同样也困扰着与他紧邻的几家大型散装油销售店。

“没办法,要么贴牌转型,要么就改行。”尹海旺给记者算了一笔账,销售品牌油,他们和超市相比没有更多的优势。要想突围唯有自己贴牌包装,但同等品质的食用油,散装油经过包装后,每斤贵了3角,会让这些食品厂的成本大幅提升,客户能不能接受还是个大问题。

西湖味精,捍卫“中国好味道”

西湖,一直就是个有“味道”的地方。

自南宋始,苏堤春晓、曲院风荷、平湖秋月、断桥残雪、柳浪闻莺、花港观鱼、雷峰夕照、双峰插云、南屏晚钟、三潭映月等西湖十景,伴随一个个鲜艳的传说,滋润着国人的情感味蕾。

好的素材,自然要有好的调料。饮食,更是如此。

汇天地之灵气,聚日月之精华,“西湖”牌味精,成就了饮食文化的“西湖第十一景”。

这样的登顶,源自于“西湖”牌味精多年来的精耕细作。展读“西湖”牌味精的发展史,每一个年轮,都激荡着“西湖”人打造“中国好味道”的不变的情怀。

1979年,产品评优开始,“西湖”牌味精一直保持着商业部优质产品称号;

1986年,“西湖”牌99%味精荣获巴黎第十二届国际食品博览会金牌奖;

1988年,荣获国家产品银质奖;

1997年,“西湖”牌99%味精在全国食品行业的产品评优中荣获“全国食品行业名牌产品”称号;

1996年、1999年、2002年、2005年连续四次获浙江省名牌、省著名商标、食品安全信用等级优秀企业等荣誉。

“西湖”牌味精、酱油和米醋,都是全国首批获得“QS”证书的产品,“马大嫂”系列调味品更获得“国家免检产品”的称号;

……

一粒小小的味精,却有着大大的震撼。百度“西湖味精”,这家沉淀了50多年“功夫”的企业,以一种活色生香的姿态,向世界扑面而来:公司占地面积8万平方米,拥有固定资产近1个亿。主要生产以“西湖”牌味精为主的系列调味品,是浙江省大型食品加工企业,浙江省食品行业的支柱企业,

具有外贸自营出口权。西湖味精是中国著名的味精品牌之一,深受国内外顾客的青睞。产品畅销国内,远销港澳、东南亚、西非等国家和地区。

领“鲜”,自然就有追随者。

领“鲜”,当然会有仿冒者。

近期,市场上出现一些假冒产品,利用国人对“西湖”牌味精的信心,大肆进行着非法的牟利勾当。西湖味精怎么变黄了?仔细一查原来是假的!长沙发现假冒“西湖味精”,工商打假遇“躲猫猫”。工商查扣450公斤假西湖味精,部分可能已经流入宾馆饭店……诸如此类的报道,散见于各地报刊。这些行为,不仅侵害了“西湖”牌味精的合法权益,而且损害了人民群众的身体健康。

为此,杭州西湖味精集团有限公司举集团之力,积极配合各地食品药品安全、工商行政管理、质量技术监督等部门,对假冒伪劣商品进行全面打击。作为味精行业的品牌企业,公司决策层表示,今后一定会一如既往地担负起应有的社会责任,首要的是质量安全责任,确保产品安全,使消费者放心,并在产品质量跟踪和打假方面做出更多的努力。将进一步增强企业家眼光、先导性战略、市场信息的把握和判断力、决策执行力、研发储备力,发挥质量、规模优势,为社会大众提供健康、安全、美味的高质量味精产品。

在长沙,“西湖”牌味精已联合湖南省营养保健食品协会、长沙市工商局、长沙市农副产品商会以及经销商代表、消费者代表和媒体代表,打响了围剿假冒产品、保护市民健康的“长沙保卫战”。

有着“西湖”牌味精的品牌号召力,有了社会各阶层的法律主动性,中国好味道,必将给国人提供健康、营养的绿色食品。

无限极以责任为基础 持续推动中草药产业化

尽管中草药在我国已有几千年历史,无论在种植、应用、研究等方面都积累了丰富的经验和成果,但中国依然是中草药大国而不是中草药强国,还有很多问题要去面对,中草药的产业化、现代化发展是必然趋势。

7月11日,由无限极(中国)有限公司主办的“2013无限极中草药产业化论坛”在广东省肇庆高要市举办。论坛首次提出“无限极中草药产业化模式”,并发布《中草药行业自律宣言》,号召所有供应商自律规范运作,推动中草药行业健康发展。本届论坛由中国中药协会协办,来自高要市政府的领导、农业部、科研机构及高校的专家,和全国各地的无限极中草药供应商等200余名嘉宾出席。

无限极中草药种植管理论坛已成功举办两届,对于今年提出无限极中草药产业化模式,该模式负责人李锦记健康产品集团高级副总裁秦垂新先生介绍:“中草药产业化是一个复杂的系统工程,其最薄弱的环节在源头的种植。无限极选择以种植模式为切入点,在经过多年的试点后,建立了比较成熟的种植模式,并从今年开始循序渐进地推进产业化。”

“中草药是一个链条长且构成复杂的产业,只有做成产业化,才能保



证农民长期稳定的利益,保证中草药行业的规范、健康和科学地发展。”秦垂新高级副总裁介绍,“无限极优先与合作伙伴建立模式,然后逐步向行业推广,从源头上规范种植、采收、加工和管理,从模式、体系、机制上保证质量安全,对消费者负责、对农户负责、对政府负责、对行业负责,引领行业可持续健康发展。”

无限极(中国)有限公司企业发言人杨国晋高级副总裁表示:“无限极致力于为消费者提供高品质的中草药健康产品,优质充足的原材料是好产品的必要保证。作为一家有责任感的企业,无限极愿与各方一起努力,推动中草药产业化发展,这是无限极对使命的坚持,也是对持续发展的信心。”

记者 刘玲玲