

涉嫌使用工业用猪油和工业用鱼油掺混加工食用油脂

云南丰瑞事件曝原料采购“黑洞”

■ 本报记者 陈青松

“绿色食品”、“无公害食品”……这一块块金字招牌，无疑是国内食品类生产企业产品优质的象征和对外炫耀的资本。然而就是这样一家头顶多项荣誉光环、号称西南地区最大、甚至还承担着云南省食用植物油中央储备任务的油脂企业，近日却深陷“质量门”。

据记者了解，近日，云南昆明市查获云南丰瑞油脂有限公司（下称云南丰瑞）涉嫌使用工业用猪油、鱼油作为原料，掺混加工食用油脂。

一石激起千层浪。

近年来，“毒奶粉”、“瘦肉精”等食品安全事件频发，一再加重公众的焦虑情绪。更让人始料未及的是，自去年国家对小作坊类地沟油进行严打余波未平的大背景下，如今连知名油脂企业也被曝出生产“问题油脂”，让业界不禁大跌眼镜。

知名油脂企业陷“质量门”

5月18日，在云南昆明开展的食品安全专项整治行动中，抽查结果发现，云南丰瑞涉嫌使用工业用猪油和工业用鱼油作为原料，掺混加工食用油脂，其所生产的“吉象”牌散装猪油、桶装猪油、猪油植物调和油产品在云南省内销售。

据悉，工业用猪油是制造肥皂的重要原料，炼制比较粗糙，甚至用死猪、瘟猪、猪下脚料均可炼制，其化学污染物、重金属含量高，严禁食用。

对于云南丰瑞涉嫌使用工业用猪油和工业用鱼油作为原料，昆明官方使用了“非食品原料”这一表述。对此，公众大多认为，其实就是以地沟油为原料。

云南丰瑞被曝出的此消息犹如一颗炸弹，瞬间在刚刚经历过严打之风的油脂市场炸响，让整个油脂市场尤其是昆明油脂市场风声鹤唳。

公开资料显示，云南丰瑞位于昆明市场林工业园区，成立于1988年，是集油脂油料加工、销售、物流为一体的综合民营企业，也是我国西南地区最大的食用油脂生产和贸易企业，同时还承担着云南省食用植物油的中央储备任务。公司专业生产 and 经营“金菜花”牌系列植物油、高营养价值的山茶油、核桃油、橄榄油、“吉象”牌系列精炼猪油以及精选大豆、高蛋白豆粕、精粕等产品。企业产品被中国绿色食品发展中心授予“绿色食品”、“无公害食品”称号，“金菜花”、“吉象”被认定为“云南省著名商标”。

丰瑞油脂项目总投资9.8亿元，占地208亩，建设年产25万吨食用油、60万吨压榨油料等生产线。

《中国企业家报》记者了解到，发现云南丰瑞违规问题后，当地质监部门责令企业对涉嫌生产问题产品的生产线停产整顿，暂扣了食品生产许可证，发出了“责令召回通知书”，责令云南丰瑞油脂有限公司对三种违规的“问题油脂”产品立即实施召回。

对于责令召回的“问题油脂”产品，质监部门将会同工信、公安、工商、食药监等有关部门实行统一集中，就地封存，并监督企业做好无害化处理



本报记者 林瑞泉/摄

或销毁，坚决杜绝问题油脂产品再次流入市场。

另据《中国企业家报》记者了解，事情发生后，云南丰瑞发布《召回涉嫌质量问题“吉象牌”猪油、猪油植物调和油产品的公告》，公告称，“凡已采购、储存、使用和消费由我公司生产销售的上述产品的各相关经销商、代销点、生产加工单位、餐饮单位及消费者，请立即停止销售、使用和消费，并及时将上述产品全部退回我公司或我公司设立的召回网点。”

公告还称，就此事件，云南丰瑞深刻反省，决心正确面对违法行为，痛定思痛，痛改前非，从零开始，重塑企业诚信形象。

矛头直指食品采购

综合各方信息，《中国企业家报》记者了解到，中国油菜籽网一个多月前发布的《2011年全国油菜籽收购加工百强企业》，其中油菜籽生产大省湖北以36家高居各省之首，云南省虽只有3家，云南丰瑞油脂有限公司赫然在列。

而中国粮油信息网2011年4月发布的2010年度全国食用植物油加工“50强企业”，除益海嘉里、中粮集团等行业巨头排名靠前者外，云南丰瑞也现身其中。

业内人士指出，餐厨废弃物等可以加工成工业用油脂、生物柴油等工业产品。然而，工业用动物油因卫生指标不高且炼制粗糙，导致化学污染物含量高，被国家严禁食用。

那么，作为一家业内知名的大型油脂生产企业，如何将工业用油变成食用油的？追根溯源，到底是哪个环节出了问题导致工业油掺混进食用油？是偶发事件还是以前并未发现？

对于公众的追问，丰瑞油脂将问题的矛头指向其采购环节。

记者了解到，对于此次事件发生的缘起，云南丰瑞相关负责人表示，主要是采购方面出现了问题，部分采购人员或许涉及回扣、腐败。“是最近一个季度的原料出现了问题，以前没有

出现过任何问题。”公司是按月度采购原料的，采购地主要在广东省，但没有固定的原料厂。

按照云南丰瑞作业流程，采购来的原料会被运到丰瑞油脂公司昆明亭进行分装，然后再发货给各个经销商。云南丰瑞油脂公司每月生产“吉象”牌猪油约二三十吨，占整个公司销售份额的5%，是根据各地经销商订货量来生产的。

上述云南丰瑞相关负责人还表示，丰瑞油脂的原料主要来自于广东省市场，而且整个采购、生产再到销售的过程要经历三道检测。原料厂家先邮寄样品，公司对样品进行检测，检测合格之后公司再与原料商签订订购合同。原料商负责运输原料，待原料运到昆明，再进行一次检测，然后才进行分装。产品分装完成后，还要再进行一次检测。“之前都没有问题的，不知道为什么这次出现了问题。”

对此，云南丰瑞解释称，这一次会出现问题，应该是检测设备已经陈旧了，有些项目难以测定。

云南省质量技术监督局相关工作人员表示，从检测角度来说，此次涉及的三种“问题油脂”产品在抽检过程中均达到国家标准，很可能是企业违规使用的非食品原料在生产过程中被稀释了，与食品原料融为一体。至于食用后对人体有何危害，目前还很难说。

此外，业内人士分析称，油脂企业掺混工业用油加工食用油主要是受暴利驱使。究其原因，是工业用油和食用油市场之间高达四五倍的价格差距。

调查发现，目前一般工业用猪油每吨4000元左右，而食用猪油中最贵的精炼板油现在每吨已高达18000元。

为此，《中国企业家报》记者以买主身份联系上了国内几家油脂公司。湖北一家中型油脂公司销售部负责人王经理称，他们公司工业用猪油3800元/吨，“近日有小幅上升，前一阶段，工业用猪油曾一度跌到3500元/吨。”

经记者调查，目前市场上，食用猪油的价格是工业用猪油的四五倍之

多。河南一家油脂公司的负责人禹经理向记者热情地推介称，“我们公司食用猪油价格适中，如果要购买最贵的精炼猪板油，价格是18000元/吨上下。现在食用猪油价格稳中有升。”

企业应严格采购制度

对于此次云南丰瑞涉嫌使用工业用猪油和工业用鱼油作为原料，掺混加工食用油脂的行为，云南省质量技术监督局相关工作人员表示，无论如何，企业在生产过程中使用非食品原料，已经违反了《中华人民共和国食品安全法》，应受到查处。

评论认为，使用工业用原料油加工食用油，已经触碰了食品安全的底线，性质非常恶劣。要真正遏止违法违规尤其是触碰食品安全底线的食品生产经营行为，就必须加大食品生产经营经营者触碰食品安全底线的成本和风险，让食品安全底线成为食品生产经营经营者心目中忌惮的“红线”。

时光往前追溯，2012年元旦前夕，蒙牛被曝“黄曲霉毒素”事件，彼时，一位多年从事乳品工作的行业专家丁先生在接受《中国企业家报》记者采访时就表示，蒙牛的问题归根结底是企业内控不严，管理不善所致。

“通过云南丰瑞此次事件，可以看出国内某些食品企业在质量管控方面存在诸多不足。”食品人士张健在接受《中国企业家报》记者采访时表示，“首先，食品企业对原材料的采购和使用应当严格，应该有一套属于企业自己的采购制度和采购体系，对采购的原料应该进行严格的检查检测；其次，在竞争激烈的市场环境中，部分企业降低生产成本，不执行国家相关标准，擅自使用违规原料。”

张健还表示，内控就是要从企业内部的控制和避免风险的发生。如果云南丰瑞严格完善执行企业质量内控机制，关于产品生产过程有一套科学的风险评估体系，严把材料采购关，才能从源头上控制和预防风险发生。

来伊份自咽“毒蜜钱”苦果

轻资产模式下的生产外包模式之痛难掩管控乏力

来伊份走休闲食品连锁门店经营的商业模式本身没有问题，但其销售的全部是贴牌产品，自身并不参与生产，充当的只是监制和经销商，这对该公司在采购、管理、质监等环节的把控能力有很高的要求。

■ 本报记者 且直

就在食品“毒胶囊”事件阴影还未消散，人们谈“食”色变之际，食品行业又被曝“毒蜜钱”事件。

以往乳企、饮料等大的行业被曝光不同的是，此次曝光的是食品行业相对不知名的休闲食品企业，而“中枪”的则是休闲食品行业领头羊上海来伊份股份有限公司（以下简称来伊份）。

近日，有媒体报道称，山东、杭州等地部分工厂蜜钱生产加工过程中存在严重违规，工人随意添加添加剂，伪造检测报告，更改生产日期等违规生产情况，杭州蜜钱龙头企业集团在集体掉进食品安全漩涡的同时，也将来伊份“拉下马”：被曝光的灵鑫食品、梅园和杭州永海三家“毒蜜钱”生产企业即为来伊份加工蜜钱的供应企业。

消息一出，立刻将来伊份推上了舆论的风口浪尖。据《中国企业家报》记者调查了解，此次来伊份“毒蜜钱”发生并非偶然，是来伊份公司内控管理缺失，生产外包模式导致公司质量控制难从而身患“致命硬伤”的结果。

来伊份屡陷质量门

据《中国企业家报》记者了解，作为来伊份主要的产品之一，此次“毒蜜钱”让其损失惨重。

有分析师核算称，“按照来伊份2011年45.43%的毛利率和销售额计算，来伊份销售蜜钱的利润损失可能达数千万。”

来伊份招股书披露，报告期内蜜钱是三年来唯一毛利率超过50%的细分商品类别，2009—2011年分别为52.55%、53.21%、50.20%，显示出公司综合毛利率对蜜钱商品具有较为明显的依赖性。同期，蜜钱商品分别实现营业收入2亿元、3.13亿元、4.45亿元，对应所占主要销售产品的总额为18.60%、17.62%和17.80%。

此外，此次被曝光的灵鑫食品是来伊份第五大供应商，为其提供话梅、桃肉等10种产品，两家最新签订的供应合同时间为2011年9月22日至2013年3月31日。而来伊份2011年对灵鑫食品采购额为4941.09万元，占公司2011年总采购额的3.38%。

2009—2011年期间，实现净利润分别为0.75亿元、1.04亿元、1.24亿元，同比增长45.26%、37.64%、19.47%，净利润比重呈逐年下滑趋势。与此对应还有存货周转率的降低。

另据记者了解，这并非来伊份的供应商第一次卷入食品安全问题，有关其销售的食品质量问题似乎从未间断，过去几年也见诸报端。除此“毒蜜钱”事件之外，近3年来，来伊份违法违规高达16次，其中不乏因商品出现添加剂超标而受罚。

据温州市工商行政管理局发布的2010年第二季度儿童食品监测情况不合格名单中，龙海市珍桂食品有限公司生产的牛肉丝存在“日落黄、大肠菌群超标”，而珍桂食品则一度是来伊份“手撕肉条”的供应商。

“外包模式”痛处

《中国企业家报》记者了解到，来伊份休闲食品的生产、配送环节完全外包，采用的是“来伊份品牌连锁店”的经营模式，在这种模式下，公司只负责产品研发、推广和终端销售环节，而将产业链的生产、配送等环节进行外包。

此次被曝光的蜜钱“重灾区”杭州一直是来伊份的供货重地。

资料显示，近三年内，来伊份前十大供应商有3家来自杭州。仅2011年一年，来伊份向杭州灵鑫食品有限公司、杭州森宝食品有限公司、临安杭之宝绿色食品有限公司这三家杭州地区供应商采购总额近2.1亿元，占公司去年全部采购额的14.22%。

“此次蜜钱事件，其根源在于产业链上游出现问题。来伊份将产品的生产、配送环节完全外包，势必会产生产品质量失控问题。在这种情况下，一旦供应商违规或产品被曝质量问题，将会直接威胁到下游企业。”国内一家乳品OEM（贴牌生产）部经理在接受《中国企业家报》记者采访时表示。

王经理介绍称，如同食品企业OEM一样，为了降低成本、快速占领市场，相当多的食品企业采取OEM的方式，“如果一旦OEM厂家产品质量把控不严，受到伤害最大的还是授权品牌本身。”

业内多位专家认为，外包模式实际上确实影响到了来伊份对生产的控制。

北京志起未来营销咨询集团董事长李志起表示，来伊份走休闲食品连锁门店经营的商业模式本身没有问题，但其销售的全部是贴牌产品，自身并不参与生产，充当的只是监制和经销商，这对该公司在采购、管理、质监等环节的把控能力有很高的要求。一旦对上游的把控能力不足，就会给企业在食品安全方面埋下隐患。

而东方艾格食品饮料分析师马文峰在接受《中国企业家报》记者采访时认为，此次“毒蜜钱”事件暴露了来伊份的内控管理缺失，生产外包模式是造成来伊份的质量控制问题的重要因素。

而关于产品生产依赖于外包所带来的风险把控问题，《中国企业家报》记者亦从来伊份招股书中找到相关“预判”：近年来，公司的销售量迅速扩大，公司供应商对原材料的需求大幅增加。在出现因气候和市场等原因造成原材料采购不足时，可能会出现原材料质量下降的风险，继而影响到公司产品的质量。公司将确保供应的产品做到安全、健康和新鲜。尽管如此，公司仍无法完全避免一些不可预见原因导致产品质量发生问题的风险。

而有关“毒蜜钱”对来伊份上市的影响，有投资界人士认为，此次事件或将影响到来伊份的上市进程。

“从上市要求的硬性数据看，‘毒蜜钱’事件对于以商贸模式为主而非食品生产商的来伊份而言，似乎影响并不大，但却反映其对于供货商渠道的把控和内部治理问题存在较严重的内控风险。”一位证监会前任发审委员在接受媒体采访时表示。

从洗发水到凉茶 霸王多元化进入险境

■ 本报记者 陈青松

以洗发水声名远扬的霸王集团“二恶烷致癌”事件余波未消，近日，又因其凉茶产品涉嫌“篡改日期”而陷入风波之中。

5月9日，霸王集团生产的凉茶被媒体曝光称“因销售不畅涂改生产日期”。事发后，多家卖场对凉茶进行下架封存处理，广州市工商部门也已介入调查，而外界也对其霸王凉茶的安全问题产生了颇多质疑。

业内专家表示，“篡改日期”事件反映霸王凉茶的销售并不顺利。

霸王凉茶篡改日期风波

报道称，广州好又多广园新村店的罐装霸王凉茶被消费者发现有二个生产日期，一个为2012年2月4日，但在这一生产日期的底下还依稀可见另一个日期，显示为2010年。

2010年4月，霸王凉茶正式问世。而霸王罐装凉茶的保质期为两年，如果发生篡改生产日期的现象，则这批凉茶有可能即将过期。

业内人士认为，快消品尤其是饮料类产品的产销管理和库存管理很关键，一般库存周期不会超过4周，其他区域库存周期稍微长一些；从生产出来到卖给消费者最快的产销周期是1个月，最长的也只有8个月。

有分析指出，虽然霸王凉茶不是公司的主业，但公司曾表明凉茶会成

为公司第二大业务，现时产品出现问题，影响市场对品牌的信心。早前听说过霸王凉茶销售差，分销渠道数日愈来愈少，可能为了清存货，更改生产日期也不出奇。

有专家指出，修改生产日期是明显的造假违法行为，然而值得注意的是，在商品生产流通过程中经历的环节很多，包括生产厂家、品牌企业、经销商、零售商，在整个链条中，各环节为各自利益都可能造假。

对此，涉事企业霸王集团否认“目前已经从公司、经销商到商超环节进行调查”。

霸王集团2012年3月发布公告称，公司2011年度营业额8.88亿元，同比下降39.75%。

截至去年年底，霸王亏损达到5.6亿元，其中洗发水业务运营亏损达4.8亿元，而本次怀疑篡改生产日期的霸王凉茶，去年收入虽达1.7亿元，但同样处于亏损状态。

另据记者了解，除刚刚爆发的篡改日期事件，霸王凉茶还被指餐饮渠道不畅、卖场上架率低等，在竞争激烈的凉茶市场，霸王凉茶的销量并不十分理想。

霸王多元化战略遭质疑

对于多家企业相继进入食品饮料行业，湖北一家饮料公司的负责人朱策（应采访人请求化名）在接受《中国企业家报》记者采访时认为，一方面

近年来我国食品饮料业迅猛发展，市场前景巨大；另一方面，一些在某些行业取得成功的企业欲通过食品饮料行业，实现产业多元化的扩张。

在宣布进军凉茶市场的同时，霸王集团明确向外界表示，公司非常明确的战略就是围绕“中药世家”概念实现多元化发展延伸产品线。

霸王集团认为，高举“中药世家”的大旗让霸王进入凉茶行业具有先天优势：凉茶沿用霸王大名，不仅能节省宣传推广费用和宝贵时间，还可以顺势扩大霸王品牌内涵。

以日化行业洗发水声名远扬的霸王集团跨界进入食品饮料行业，霸王凉茶最终会给“霸王”这块金字招牌“锦上添花”，还是“釜底抽薪”？业界对霸王凉茶的横空出世褒贬不一，对霸王的多元化发展战略有颇多质疑，更有业内人士发出“霸王凉茶你到底能走多远？”的慨叹。

事实上，霸王凉茶问世后就广遭非议，并不为大多数业内专家看好。

中国品牌管理研究院研究员、卡耐基管理咨询机构首席顾问杨旭表示，霸王凉茶行业跨度较大，背离了品牌相关性和一致性原则，必然导致消费者产生严重的排斥心理。

“跨行业延伸易使消费者产生排斥心理。品牌延伸的新产品应与原有产品属性具有相关性。霸王本是知名的洗发水品牌，现将品牌从清洁洗护行业延伸到‘进口’的快速消费品饮料行业，跨度实在太。提起霸王大

多数消费者会马上联想到‘防脱洗发水’。消费者喝霸王凉茶时，容易联想到霸王洗发水而产生排斥心理。”上述湖北一家饮料公司的负责人朱策说，因为很多消费者有“做洗发水的生产的凉茶会不会喝出洗发水味道”的疑虑。

朱策向《中国企业家报》记者举例说，海尔将品牌从冰箱延伸到空调、洗衣机等这些与冰箱关联度较高的产品时，都取得了成功。然而，海尔后来在药业上折戟。

还有业内专家指出，品牌跨行业延伸往往会造品牌定位模糊，让消费者对企业品牌产生疑惑，进而导致消费信心逐渐缺失。而一旦霸王凉茶业务陷入困境，就很有可能影响霸王集团的防脱洗发水主营业务，那样霸王集团得不偿失了。

品牌绩效管理专家藏文辉认为，目前霸王最重要的任务是做强“中药世家”，而非跨领域多元化发展。霸王应该把更多精力投入到“中药世家”概念上，深耕细作，提升品牌价值。

“盲目多元化是众多企业失败的通病，有的企业在某一领域获得成功，就不顾企业自身实际和现实竞争环境全线出击。如果没有取得预期的成效，不仅打乱企业整体战略，还很可能对品牌自身造成伤害。”朱策最后说，“凉茶本来就是跟中草药行业同出一源，因此，霸王应该专心专注发展中草药洗化日化产品，而不是盲目搞多元化。”