



保健饮品“乔装”混进卖场

许多获批保健食品的饮品私自摘掉“小蓝帽”标志,监管遇短暂空白

本报8月17日讯(记者苑菲菲) 乳酸菌饮品养乐多的出现,无疑在奶企之间掀起了一场战争。可让消费者想不到的是,这种以普通饮料示众的产品,其实是一种取得了批号的保健食品。按照相关法律规定,保健食品必须标明“小蓝帽”标志,但包括养乐多在内的许多保健食品,现在却悄悄把“小蓝帽”从外包装上撤了下来。

17日下午,在南大街一大型超市的酸奶制品区,促销人员正忙着请周边的消费者品尝养乐多。记者看到,这种5瓶为一件的饮料,配料表中有100亿活性乳酸菌,可调节

肠道功能,深得年轻人和孩子们的喜爱。但促销人员却否认产品是保健食品,并说适合所有人群饮用。

在国家食品药品监督管理局的网站上,记者发现,由上海益力多乳品有限公司和天津养乐多乳品有限公司生产的养乐多牌乳酸菌饮品,在2010年8月10日就获批了保健食品身份。其主要原料也并非瓶身标示的6种,而是19种。至于适宜人群,则是免疫力低下者和肠道功能紊乱者。使用方法和食用量是每日1次,每次1瓶。

据记者观察,不少小孩子刚出超市就喝了3瓶,还有的大人一次就把5瓶全部喝光。记者从烟台市食品药品监督管理局了解到,保健食品



已取得批号的养乐多,外包装上并未标示保健食品标志。 本报记者 苑菲菲 摄

品的适用人群和用量都是经过严格试验的,若非适应人群食用,可能出现不适症状。

记者了解到,早在2002年,光明就为旗下的芦荟酸奶取得了保健品批号。2006年,光明

乳业的光明益生菌酸牛奶和健能益生菌酸奶,也相继取得保健品身份。可由于保健食品受到适宜人群和用量的限制,在持续了一段时间后,光明藏起了保健品的“小蓝帽”。而在去年刚取得了“小蓝帽”的蒙牛冠益乳,在红火了一阵子后,目前在烟台超市中露面的次数也变少了。

17日,记者在各超市发现,光明健能的酸奶包装上,已不见保健食品批号。在蒙牛促销专柜上,有草莓、桑葚等口味的冠益乳,唯独缺少了带“小蓝帽”的原味冠益乳。对此,促销人员以“缺货”予以回复。有业内人士透露,带“小蓝帽”的保健食品目标消费群太过特定,不如普通食品群体广泛。企业之所以隐藏身份,应该是

为了扩大目标群体。

对于保健食品隐身变为普通食品销售的情况,药监部门也很无奈。据介绍,原来的食品卫生法虽然明确规定了保健食品违规的处罚细则,但新的食品安全法出台后,前法已经废止。而食品安全法规定,保健食品的管理由国务院另行规定。据了解,目前国务院的规定还未出台,因此监管部门对这种“乔装打扮”的行为无法处罚。烟台市药监局保健食品、化妆品科的孙科长说:“如果是普通食品冒充保健食品,我们可以以不合格为由责令其下架。但保健食品当普通食品卖,只能由质监部门管理。不过既然人家没出质量问题,质监部门也不能拿它怎么样。”

“勾兑醋”风波没完,“化学酱油”又来闹事

一对“难兄难弟”竞相“跳水”促销

本报8月17日讯(记者孙芳芳) 山西醋“勾兑门”未完,酱油又被卷了进来。近日有媒体报道称,发现市场上有用化学物配制的“化学酱油”,并指出这种“化学酱油”中含有的水解植物蛋白质,若用盐酸分解可能会释放致癌物质。受此影响,目前消费者在购买调味品的时候已变得越来越谨慎。17日上午,记者走访发现,超市中的酱油和醋纷纷做起了促销活动。

“这次活动力度挺大的,便宜了将近一半的价格,家里正好没有醋了,现在买还是挺划算的。”17日上午,市民刘女士正在大润发超市选购食醋。其中一款搞活动的食醋吸引了不少市民的目光,这款促销的食醋产自山西,容量为2L,价格由原来的12.5元降到了现在

的6.8元。“这个牌子的醋今天刚开始搞活动,一直到月底。”超市中的促销人员介绍道。

除了食醋以外,这家超市内的酱油也打出了促销牌。记者看到,超市内有两个牌子的酱油做起了促销活动。价格分别由之前的每瓶4元、22元降到了现在的2.7元、18.8元。

记者发现,市区的另外一家大型超市的酱油等调味品同样在进行促销。其中一款本地品牌的酱油,价格由之前的9.6元/瓶降到了现在的6.5元/瓶。有的酱油甚至直接做起了买一赠一。

在采访中记者发现,虽然酱油、醋等调味品降价幅度较大,但是并未出现消费者集中购买的景象。

“最近看电视才知



超市中的酱油正在促销。 本报记者 孙芳芳 摄

道,酱油和醋都出事了,有不少都是勾兑的。”正在调味区选购调味品的刘女士告诉记者,酱油和醋都是每天要吃的东西,购买这些东西时她不会只图便宜。

据介绍,“勾兑门”发生以后,不少消费者在购

买调味品的时候都会查看一下配料表。市区一家超市的工作人员告诉记者:“以前买调味品的时候很多人都只是大概看一下品牌和价格,现在不少人都会先看是酿造的还是配制的,还会看配料表。”

首届婚纱照团购确定合作商家

首对新人试妆后称效果很好



本报8月17日讯(记者张文婷) 由本报组织的婚纱照团购活动于8月12日正式启动,这是迄今为止港城影响最大的婚纱照团购活动,报名咨询热线火爆,并不断有婚纱摄影机构联系本报工作人员,

希望与本报达成合作。今天,此次活动的合作婚纱摄影楼已经敲定。

自活动启动以来,每天都有大量读者来电咨询,每天都有专门负责本次团购活动的工作人员在店里等候,并且带着新

人试穿衣服、化妆。来自栖霞的张女士幸运地成为本次活动的第一位试妆新娘。她说:“我们之前看了不少婚纱店,但是一直没有找到中意的。正准备来烟台挑选一下婚纱店,就看到了齐鲁晚报上关于婚纱照团购的新闻,所以就报名了。工作人员联系我们之后,就过来试了一下,效果真的挺满意。”

试妆后,张女士说:“咱们这次婚纱照团购很实惠,希望咱们报社在以后的活动中,还能加入婚宴团购、婚礼庆典团购这样的一条龙团购服务,可

以让我们更省心、省力、省钱。”

据该影楼工作人员介绍,新人拍照后,在选好入册的婚纱照后,大概两个周左右就可制作成册。如果新人的婚期比较紧迫,还可以免费加急。

在此,提醒近期内有拍摄意向的新人们,一定不要错过这次机会。参加团购的消费者不但可以享受令人心动的团购价格、无须顾虑的消费体验,本报还将为其刊登所有成功参与团购的新人婚纱照及爱情宣言。

活动咨询热线: 18605358813

想趁午休快速办业务

不料银行窗口又“缩水”

本报8月17日讯(记者何泉峰) 17日12点到14点,记者走访港城8家银行营业网点了解到,不少市民愿意选择在午休时间到银行办理业务,但这个时间段银行偏偏存在窗口少、等待时间长的问题。

记者注意到,午休时间排长队办理业务的现象,多出现在规模较小的银行营业网点。迎春大街上某银行网点的大堂经理说,他们不像大的支行或分行,有专区可以有效分流客户,让简单业务更快捷方便,小网点难免有排长队的情况出现。在该银行网店,记者从12点待到13点,近一个小时里,4个业务窗口一直就只有2个开放。尽管最初只有两三个人在等候,但是其中一人因为办理的是复杂的理财业务,

整整用去了半个小时,导致后面的顾客越积越多。

“我只是要办一张银行卡,申请表1分钟就填好了,我却等了半个小时还没排到。”一位年轻男士对大堂经理叫道。

“那两个窗口的工作人员去吃饭了,应该快回来了。”大堂经理的回答也显得有些不耐烦。

在银行自助区,记者看到,排队的银行卡用户也不少。王萍告诉记者,她这个月已经遇到5次ATM机中途没钱的情况了。她说:“虽然这个比柜台快,但小网点的机器里存钱也少,我最担心这个问题。”

记者还发现,并不是所有的小网点自助区里都有自动存款机。这样一来,又会增加小网点柜台的压力。

康师傅提价半个月了

港城多数超市不愿跟涨

本报8月17日讯(记者李娜) 8月初,康师傅对旗下桶装面进行了价格调整,每箱(12桶)提价2元,每桶终端零售价提价0.3元,涨幅在10%左右。时隔半个月,记者走访烟台多家超市发现,部分小型超市的桶装面价格已调为3.8元,多数超市并没有跟风上涨。

17日,记者在金沟寨小区的一家超市购买康师傅桶装面时,价格标签依然是3.5元/桶。但是在结账时却被告知,每桶价格上涨了0.3元,现在是3.8元。店主说:“现在康师傅每箱涨了2元,我们零售也做了调整。”

在小区里的另一家便利店,康师傅桶装面仍然维持着原来的价格,没有跟涨。店主说,为了取悦周边的老顾客,他决定暂不跟进。

而在莱山区麦千车超

市、家家悦超市和佳世客等卖场,方便面货架上的康师傅桶装面价格仍然是3.5元/桶,个别口味的还有每桶让利0.1元的活动。

据了解,康师傅方便面原本打算在今年4月1日涨价,但随后便被发改委约谈,涨价计划暂时搁浅。至于8月初涨价的原因,康师傅方面解释称,主要是因为原材料等成本上涨所致。

“我印象中,4月份康师傅涨过一次价,零售是4元/桶。不过,没过一个周又调回去了。”在海滨小区怡好超市,工作人员告诉记者,他们在8月初就接到了康师傅涨价的通知,但是他所在的超市直到现在也没有跟涨。他说:“我们超市小,没有大超市那么大的客流量。批发价虽然涨了,但为了让顾客满意,这几毛钱我们暂时不会涨。”

►在烟台的大部分超市,康师傅桶装面的售价仍维持在3.5元一桶。 本报记者 李娜 摄



