

团伙回收餐厨垃圾制售地沟油受审

将顾客吃剩的水煮鱼,火锅中的辣椒、麻椒等回收,夫妇二人经过“提纯工艺”加工制作成油脂,然后卖给饭店,饭店老板明知该油脂为地沟油加工而成,仍然购买并用于制作毛血旺等菜品销售给饭店的食客。二人制作的油脂和油辣椒还流向了火锅底料生产厂,批发到了各大农贸市场。

一个制作地沟油的团伙,因涉嫌生产、销售有毒、有害食品罪近日在房山法院受审。在法庭上,4人表示认罪。

回收饭店使用过的辣椒 夫妇二人加工制作油脂

本案共有6名被告人,他们中有回收厨余垃圾再加工成地沟油的张某、陈某夫妇,有购买地沟油制作毛血旺的餐馆老板王某、翟某夫妇,还有购买地沟油制作火锅底料的企业经理蔡某和员工蔡某明。

庭审中,因为翟某和蔡某明二人指定的辩护律师迟到,为了庭审顺利进行,法官决定两人的

庭审延后。

房山区人民检察院指控,2013年以来,张某、陈某夫妇从大兴区等地的饭店回收使用过的辣椒、麻椒等餐厨废料,运至二人承租的位于房山区的院内,将回收的油辣椒、油麻椒采用控油或压榨的方法加工制作成油脂。

来自湖北的张某、陈某夫妇,今年都是55岁,两人从2013年开始加工地沟油,他们开着面包车,从大兴、昌平、通州等区的饭店,以一斤5毛钱的价格,回收水煮鱼和水煮肉里使用过的辣椒、麻椒等餐厨废料。夫妇二人在房山租了一个院子,采购了榨油机、吸油机、电筛子等加工设备,把回收的这些厨余垃圾加工制作成油脂。两人制作的油脂有相当大一部分卖给了正规油脂加工企业,这些正规企业的收购价格为3600元一吨,每斤1.8元。

案发时,公安机关在他们承租的院子里发现了容量50公斤的塑料桶255个,容量190公斤的大铁桶6个,里面都装满了

油;装有辣椒废料的编织袋1026个,重量达到了1.9万多公斤。

饭店收地沟油做毛血旺 老板表示自己从来不吃

除了正规企业,他们还将回收来的厨余废料制作成清油、红油和油辣椒,然后卖给饭店。这时候,清油和红油都是每斤3块多钱,油辣椒每斤2.5元。一些卖相比较好的辣椒,他们则直接晾干,冒充好辣椒和辣椒籽。

根据检方指控,王某、翟某夫妇从2016年7月9日起在朝阳区经营饭店。2016年7月至2017年9月间,张某明知王某经营餐馆,仍将上述油脂多次向王某出售,其中陈某参与送货。王某、翟某夫妇明知该油脂为地沟油加工而成,仍然购买并用于制作毛血旺等菜品销售给饭店的食客。

王某交代称,他们在朝阳区经营家常菜饭店,主营毛血旺、水煮肉和水煮鱼等川菜。早在2008年的时候,两人就认识了张

某夫妇,当时他们一起在一个市场里卖菜。

他曾用过张某的一桶油,知道张某是干什么的,2016年,他和妻子开了饭店,张某向他推荐了自己生产的油,他便开始从张某处进油,进了3到4次,共20桶清油。案发时,他的餐馆里还剩下7桶半的油没有用完。

王某在法庭上说,因为川菜食客口味重,饭菜用地沟油能够提亮提色,而且这种油要比市场合格食用油便宜很多。但这种油做的菜他们自己从来不吃,“脏兮兮的,出去吃饭也不点毛血旺、水煮鱼。”

地沟油被制成火锅底料 生产厂批发到农贸市场

张某和陈某夫妇制作的油脂和油辣椒还流向了火锅底料生产厂。

根据检方指控,蔡某从2016年起负责房山区某食品公司北京分公司的生产经营活动,该公司主要生产加工火锅底料。张

某明知蔡某从事食品加工,仍将

上述油脂及回收的油辣椒多次向蔡某出售,其中陈某参与送货。

蔡某及其雇佣的员工蔡某明等人,明知该油脂为地沟油加工而成、油辣椒为餐厨废料,仍然购买并用于生产加工火锅底料对外销售。

这家火锅底料生产厂生产的火锅底料批发到了各大农贸市场,一名商户的证言显示,她在2016年下半年到2017年3月,曾从蔡某的公司进过三四十箱火锅底料,一箱六十袋。“买过的人都说这种火锅底料不好吃,我后来就不从蔡某那里进货了。”

房山区检察院认为,被告人张某、陈某、王某、蔡某在生产、销售的食品中掺入有毒、有害的非食品原料,应当以生产、销售有毒、有害食品罪追究其刑事责任。

在庭审中,检方指控4人涉嫌生产、销售有毒、有害食品罪,而对于检方指控,4人在法庭均表示认罪。

本案没有当庭宣判。

(北青报)

海淀区工商分局联合农委检查辖区种子企业



图为执法人员在检查

本报讯 近日,海淀工商分局会同海淀区农委执法大队对本辖区2家种子企业的生产、经营情况进行摸排和监督检查。重点检查了所辖种子企业地址是否存在信息不符;种子企业生产经营档

案、种子销售台账是否建立;具有种子生产经营许可企业书面委托的种子是否按要求进行备案;种子包装标签是否合法、完整,二维码信息是否规范。

通过此次检查督促海淀

区所属种子企业能够做到依法生产,守法经营,强化种子生产经营企业的自律意识,规范企业经营地址和经营范围做到合法、准确、统一,保障首都种业市场的消费安全。

谨防赠品营销成赠品陷阱

□ 杨玉龙

买手机赠保护壳、买奶粉赠小彩碗、买皮鞋赠鞋拔子……现在不管是在实体超市还是电商平台,买东西送赠品已经是被商家广泛应用的套路。近日,记者调查发现,有一些商家无视商业道德,用一些“三无”或假冒伪劣的小家电作为赠品,而且这些商家还言明:赠品是免费的,不在“三包”范围之内。

作为一种营销策略,赠品的确能够受到消费者欢迎,即便明知是套路,一些人也对其乐此不疲。对于商家而言,赠品营销也是屡试不爽。商家用价值极低的商品抓住消费者,正是利用了消费者贪婪的小心思。

这种看似一举两得的做法,其实存在的问题很多。一方面,于商家而言,在赠品营销上若动歪脑筋,看似易如反掌,但其实未尝不是一种短视之举,更长久的应该是着力提高商品质量;另一方面,于消费者而言,过度迷恋商家的赠品,极有可能让自己落入消费陷阱。对于惯用赠品做套路的商家而言,这些赠品中不免充斥着“三无”产品,抑或存在安全、质量隐患等,一旦消费者不幸中招,伤害的还是自己的权益。

其实归根结底,赠品也是一种“捆绑”销售,只不过转换了概念而已。《流通领域商品质量监督管理办法》规定:“奖品、赠品等视同销售的商品”;《零售商促销行为管理办法》第十二条也有规定,

零售商开展促销活动,不得降低促销商品(包括有奖销售的奖品、赠品)的质量和售后服务水平,不得将质量不合格的物品作为奖品、赠品。

由此可见,商家进行赠品营销虽可行,但是也应遵守法律,经营者附送的赠品必须确保品质可靠、质量过关。在实际操作中,商家更须规避违规销售“三无”“禁止用于商业用途”等商品,而且“赠品不在‘三包’范围内”等商家自定的规则,从根本上讲,是缺失法律依据的。因此,赠品营销不仅要依法,也应最大的诚意对待消费者。

从消费者角度而言,面对赠品营销策略,虽见怪不怪,但也应增强法律意识和风险意识。消费者应认真查看所赠商品的产品质量,谨防赠品属于“三无”产品,同时也要知道即使赠品也有明确的法律规定,对于商家不予保障赠品质量的规定,可坚决予以否定。

同样,对于监管部门,面对市场上存在的赠品营销,一方面应做好相关警示,以增强消费者的防范意识;另一方面也应该有针对性地对市场监管,对其中存在的“三无”产品等依法处置,面对“三无”赠品的情况,应主动作为。

减少消费陷阱,有赖于市场各个主体的努力,尤其对于商家而言,更应履行好主体责任,少玩赠品营销套路。