



据媒体报道,近年来,各大商场的角落里悄然出现了一批智能方便的橙汁自动贩卖机。明亮的橙色外观、新颖的操作方式,一出现便吸引了很多人的目光。从机器的玻璃窗中可以看到,交费后,数枚橙子将自动落下,由机器现场榨汁,一杯新鲜的橙汁由此“诞生”。

然而,今年年初,深圳市市场监管部门却因为“天使之橙”鲜榨橙汁机内部的铝合金抓手没有镀膜,直接接触酸性食品,涉嫌违反《食品安全法》要求,对其处以119万元罚款。

难道连鲜榨橙汁也不安全了吗?就当人们提出疑问时,事件似乎又得到反转。“天使之橙”品牌拥有方——上海巨昂投资有限公司,2月16号晒出了上海松江区市场监管局的认定,显示产品符合要求,不予处罚。那么,为何同样的产品,两地市场监管部门竟作出了截然不同的处理?鲜榨果汁贩卖机又是真的安全、让人放心呢?

深圳监管与上海监管的分歧



根据深圳市场监管局网站公示的处罚信息显示,有举报称“天使之橙”现榨橙汁自动贩卖机,有多个与食品接触的部件不符合国家食品安全标准。经过现场验证及鉴定,深圳市场监管局认为橙汁机内部压榨橙子的“上下爪”部件已接触橙汁食品,所以橙汁机属于与食品接触的相关产品。在上下爪没有做涂层防护的情况下,会有金属物质析出并进入食品的风险。

于是,今年1月,深圳市市场监管部门将全市59台天使之橙贩卖机的全部销售收入119万余元,认定为违法所得,予以全部没收。

2月16号“天使之橙”品牌拥有方,上海巨昂通过微博公布了一份声明,表示被举报后,他们也积极配合上海监管部门进行检测,经过上海松江区市场监管局于1月25日的检测正式得出结论,“天使之橙”自动贩卖机的铝件上下爪符合标准,没有接触橙汁等酸性食品”。

监管:双方认定存在争议

专家:应抽检橙汁数据

「天使之橙」是否有金属污染?

金属与食品有接触

上海巨昂法人周祺此前向媒体表示,对于深圳市场监管部门作出的行政处罚决定,公司已提出复议。这次涉事的“上下爪”的确是参与榨汁的核心部件,且大部分都是铝合金材质,但在榨汁过程中,主要起的是固定橙子的作用,不直接与橙子内部或橙汁接触,所以不需要按照标准要求涂抹有机涂层。

针对新出现的情况,深圳市市场监管局在接受记者采访时强调,处罚有理有据,当时他们会同第三方检测机构,在巨昂公司现场使用食品染色剂涂抹了固定橙子表面的上下爪,结果发现橙汁也被染蓝了,这说明:“我们先拿正常的机器去榨一杯,拿出来之后,把机器打开,把上下爪的部件取出来,使用专门的食物染色剂叫做“亮蓝”,抹在爪子上面,让它风干,风干之



后,放回去运行机器。再一榨橙汁,发现橙汁里面已经有染色剂的存在了,颜色非常明显。之后我们认定它的部件——爪子,是和食品有接触的。”

专家:处罚应当依据检测数据

上海深圳两地市场监管部门的处罚与否,到底橙汁皮算不算酸性食品应该以结果论,通过检测最终橙汁中是否含有污染元素的数据来判定产品是否违规,长期关注食品中金属析出问题的中国农业大学食品学院副教授朱毅认为:

“深圳的处罚,上海的不罚,只是监管执行的过程当中拿捏尺度的不同而已,监管的终极目标都是为了捍卫食品安全,保证耐酸碱性能不好的铝合金当中的铝。还有合金元素,铜,锰,铬等,污染元素不迁移进入果汁当中。因此的话呢,我们除了纠结上下爪的这个抓手是否接触果汁之外,更应该注意的就是拿出数据来。最终的这个果汁进行抽检,它里面是不是有污染元素,因为污染元素不一定仅仅来自于抓手。”

即便合金设备上有涂层,也没法完全阻止金属析出,此外,除了鲜榨橙汁中可能含铝,日常易拉罐饮料中的铝含量也是较其他容器更高的,铝元素人体完全不需要,聚集多了还会影响人体健康和青少年智力发育,能少接触为妙,朱

毅指出:“比如说易拉罐饮料当中,铝含量就比较高,因为他是铝合金做的,虽然说是易拉罐的内壁涂了一层有机涂层,让铝合金和饮料之间隔离,但是呢,很可能有的地方没涂上,或者有的地方涂的太薄了,所以易拉罐饮料当中的铝量还是比其他包装的饮料高了三到六倍。”

早在2014年3月,当时还叫“五个橙子”的现榨橙汁自动贩卖机中被曝光有霉变橙子,被上海食药监局勒令整改,上海市内的终端全数被撤回。而2018年6月“天使之橙”又曝出“橙子现黑点”事件,多名代理商告诉媒体,“天使之橙”的机器和橙子质量存在部分问题。

在200多座城市投放了8000多台的“天使之橙”现榨橙汁机,最近又在深圳收到巨额罚单,虽然沪深两地监管部门认定结果相左,但是食品安全并非儿戏。从原料到加工,零部件是否达标?橙子又是否新鲜?消费者实在难以判断。对于“天使之橙”的调查,我们期待更有说服力的数据,以及更为严谨、科学的检测结果,唯有此,这杯橙汁才能令人喝得放心。(任梦岩)

相关链接

“天使之橙”是如何出炉的

“天使之橙”CEO周祺说,2012年公司刚成立时,我们很难解释自己是做什么的,最初我在想中国是否可以做一个全球化的餐饮品牌?我们一致认为有四种饮料未来会做到极致,并且是全球通用的,一是碳酸饮料,二是咖啡,三是茶饮料,另外一个可能出现的机会就在橙汁这个领域。

如何将橙汁这一单品,在全球范围内快速复制呢?当时,3G网络不是很稳定,也没有微信支付、支付宝等移动支付手段。我们就自己研发和设计了一台小型的橙汁加工厂。较比欧美传统模式,橙汁生产过程是从橙子采购到中央工厂生产再到分销渠道的过程。我们在分销渠道全球化,橙汁口味的生产上都不占优势。那还要如何做出突破?寻求创新?

我们想到的是做一个在消费者身边的“橙

汁加工厂”,一个可以在商业体、医院、地铁站等地方自行加工的橙汁机器,这就是“天使之橙”。目前我们在橙汁单品类是全球规模较大的,每年有五六万吨的鲜橙采购,上游有十万亩的橙园,也有自己的研发和生产工厂。

现在,我们终于可以说自己是做新零售、无人零售的。经过这几年发展,经历了线下所有的无人化柜机从没有3G网到有3G网,从没有移动支付到有移动支付,从与代理商合作变成总部经济模式运营。

我们认为,在未来的线下零售应用中,需要制造业不断创新零售的载体,同时,叠加更多的人工智能技术,包括人脸识别、对客户的精准分析等。这些内容的技术进步和模式创新,才是新零售未来应该深挖的蓝海。也是我们所努力提升的方面。(华闻)