

无冷食类制售资质 10元的凉拌黄瓜被索赔5500元

维权与牟利的边界在哪里系列报道之二

株洲日报全媒体记者/俞强年

在没有资质的情况下，做一份拍黄瓜只能赚几块钱，却要承担成千上万的罚款风险。有人据此向餐饮店索赔，令老板们闻之色变。

10元的凉拌黄瓜被索赔5500元

彭先生在滨江路有一家200多平方米的牛肉火锅店。今年3月，一位顾客到店消费了550元，其中包含了一盘10元的凉拌黄瓜。几天后，彭先生就遭到市场监管部门的上门执法。

原来，该顾客以彭先生的《食品经营许可证》没有包含冷食类食品制售项目为由，将其投诉至市场监管部门。市场监管部门责令彭先生立即下架凉菜，作出整改。

“拍黄瓜就是个家常菜，家家都做。我也是才知道，从事热菜生意的店子做‘冷菜’生意，需要申请相关资质。”了解相关法规后，彭先生当即做了整改。

监管部门考虑到彭先生餐饮店售卖的数量不多，案情较轻没有给社会造成实际危害，且能及时改正，按规定“人性化执法”，没有对其进行行政处罚。

正当彭先生以为“化险为夷”的时候，举报人却又举报至上级市场监管部门。对此，市场监管部门建议双方协商解决，争取撤销投诉。

在双方协商过程中，举报人反复称这类情况会面临市场监管部门5万至10万元的巨额罚款，要求彭先生以买单价的10倍金额来赔偿。“一盘黄瓜只有10元，对方吃了550元，现在却要我们赔偿5500元，这简直是敲诈。”彭先生气愤地说。因索赔金额过高，双方一直未协商好。

49起举报源于同一对父子

彭先生后来了解到，同行里有七八家店遭遇了同样的事。“举报人姓晏，他们从前年开始从事这样的事。”

遭到举报后，餐厅经营者多会添加晏

某的微信。晏某会向他们发送相关法律法规及处罚案例，以证明自己的合法性，随后便要求商家花钱“和解”。多数餐饮老板不想被处罚，只好忍气吞声向其支付几百到几千元不等的“赔偿”。

在贺家土夜宵街，一夜宵店老板讲述自己的遭遇：“原本菜单上并没有拍黄瓜这道菜，晏先生在店里消费时要求我做一道拍黄瓜。我说没有，他就要我把黄瓜拍碎，撒点辣椒什么的就行。几天后，我就被他举报了。”

宋先生在贺家土经营一家羊肉馆。2月14日，晏某一行四人在他家点了一个226元的套餐。因为套餐内搭配有爽口萝卜皮，就遭到晏某举报。因为不想麻烦，宋先生最终赔偿了2400元。

市餐饮协会会长朱军表示，晏某父子2人近年来连续举报我市餐饮业达49起，被举报餐饮企业强烈呼吁制止这种“恶意举报”行为，“这种明晃晃打着法律的旗帜，实际是为满足‘一己之私利’的‘职业打假’行为，对市场的负面影响很大。”

面对记者采访，晏某显得理直气壮，表示是为了净化株洲市场，“我们不会瞎搞的。我们是吃法律饭的人。”

冷食类许可要求高让小店有心无力

凉拌黄瓜、凉拌西红柿、凉拌木耳等都是餐厅常见的凉菜。但凉菜可不是想卖就能卖的。凉菜由于没有高温杀菌的过程，制作过程中要是生熟不分，混用刀具及案板，极易造成交叉感染，甚至会引发变质，食后易发生食物中毒或急性肠炎等疾病。因此，做凉菜的餐饮店需要具备冷食类食品制售的资质。

实际上，售卖凉拌菜品的店家很多，拥有资质的很少。

“我周边的夜宵店子都有做凉拌黄瓜，我也第一次听说拍个黄瓜还需要专门的资质。”一夜宵店老板反问记者：“要到哪里去办证？”“我做了将近十年的夜宵了，也没听说有谁吃拍黄瓜造成身体不适的。”

“按照规定，餐厅若要办理冷食类许可，需要不低于5平方米的独立空间，具备二次更衣的消毒设施，空气消毒设备和独立的空调。”湖南省优化营商环境监测评估员张创和对记者说，但对于很多小餐馆而言，大部分都达不到这个条件。

马先生的牛肉面店既有热菜，还有几个品种的凉拌

菜。“如果要配置独立的空调、消毒设备，一套下来成本就要好几万元，我们小餐饮店哪能承受得起。”他的店子也就是30平方米，后厨、仓储、前台、卫生间等功能就占了8平方米，能容纳的餐位也就20来个平方米，如果再单独辟出一间凉菜间，那势必让他勉强维持的小餐饮店步履维艰。

监管部门将探索“首违免罚”举措

没有取得冷食类食品制售许可情况下，餐饮店出售一盘“凉拌黄瓜”将会承担怎样后果？

按照《中华人民共和国食品安全法》规定：未取得食品生产经营许可证从事食品生产经营活动的，违法生产经营的食品不足一万元的，处五万元以上十万元以下的罚款。生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失外，还可以向生产者或者经营者要求支付价款10倍或损失3倍的赔偿金。

“相关餐饮单位已经依法获得了食品生产经营许可证，所以能否适用上述规定还有待商榷。”北京市隆安（株洲）律师事务所律师周灿辉表示，2017年5月，最高法在答复人大代表时曾称“考虑在除购买食品、药品之外的情形，逐步限制职业打假人的牟利性打假行为”。

针对市场监管部门“人性化执法”问题，周灿辉进一步解释，依据《食品经营许可管理办法》：未按规定申请变更经营许可的，由原发证的食品药品监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处2000元以上1万元以下罚款。因此，市场监督管理部门的处理并无不妥，就算举报到上一级市场监督管理部门，也可以维持原处理方案，让举报者少了要挟的理由，维护正常的市场秩序。

朱军介绍，市政府也高度重视此事。市优化营商环境中心组织市市场监管局、市餐饮行业协会以及被举报的市餐饮企业代表召开了餐饮业企业反映有关问题协调会。

协调会达成的共识是：市场监管部门进一步强化市场监管服务，指导企业合法合规经营；市餐饮行业协会要积极发挥行业自律和引导作用，带领餐饮企业开展自我检查，自我整治；相关餐饮企业要进一步强化合法合规经营意识，及时整改存在的相关问题；市场监管部门要借鉴探索“首违免罚”的监管服务具体措施，打造一流营商环境。

05

株洲日报

经济观察

观察

2023年5月9日

星期二

责任编辑：刘小波

美术编辑：王玺

校对：谭智方



工大包装： 在本地产业链中找生机

株洲日报全媒体记者/廖明

5月5日，世卫组织宣布，新冠肺炎疫情不再构成“国际关注的突发公共卫生事件”，人类正式进入“后疫情时代”。

回望疫情影响的这三年，株洲工大包装科技有限公司（以下简称“工大包装”）负责人周水洋感慨不已，直言“好似换了人间”。

2020年以前，工大包装是外贸出口“小明星”，星巴克、迪斯尼等国际大牌是其稳定客户，年营收近2000万元。

到2023年，外贸出口对工大包装已成为过去时。湘火炬、株硬、欧科亿、华锐、长城电脑、好媳妇等株洲本土企业，构筑起了其新的“朋友圈”。

调转船头，当初是无奈之举。但主动向内需，积极融入本土产业链，全力服务株洲的产业和企业之后，工大包装的路越走越宽。

今年，该企业预估营收将近5000万元。

外贸“小明星” 出口“没路了”

工大包装的会客室里，有一个巨大的展示架，上面摆放着的，是琳琅满目的各式包装盒、印刷品。

放在三年前，星巴克的马克杯，迪斯尼等国外品牌的礼品盒，一定是周水洋对外宣传展示的重点。但目前取而代之的，是长城电脑、湘火炬火花塞、欧科亿、好媳妇等株洲本土企业的包装样品。

展示架上样品的变化，也映射着工大包装发展路径的更迭。

2020年以前，公司的创意包装产品，基本以出口为主。因为其出色的创意设计能力，以及完善的国际相关认证，工大包装还是星巴克在湖南的唯一创意包装供应商，在业内小有名气。

周水洋介绍，此前之所以热衷于同国外客户做生意，首先是门槛相对较高，成功进入其供应商序列之后，竞争压力小、业务合作稳定，另外一个重要原因，在于利润较国内业务丰厚。

“讲得直白一点，就是日子过得比较舒服。”周水洋说。

2019年，该公司还瞄准东京奥运会，参与其一项创意包装产品的前期开发中，前后累计投入近百万。

但疫情的暴发、东京奥运会的延期，以及“节俭办奥运”宗旨的确立，预期的产品和市场全部落空，工大包装的所有投入付诸东流。

更为严重的，是持续的疫情导致国内外物流不畅、成本高企，以及原有国际客户本身需求的急剧萎缩，工大包装在2020年几近“断炊”。

“没有疫情影响的时候，国外业务每年都在1000万元左右，2020年100万元都不到。加上上涨离谱的运输成本，对我们来说，出口已经没路了。”周水洋说。

订单断崖式下降，生产线停运，工人待业，部分核心骨干出走，2020年的工大包装，踩在了悬崖边上。

向内问需求 供应链上有新路

继续坚持还是换个方向，在工大包装的内部，当时存在争议。

但周水洋坚持，向外发展已经没有出路，向内问需，主动融入株洲本土的产业链，在株洲各大产业的供应链上找订单，才是明智之举。

在他看来，株洲以制造业立市，轨道交通、航空航天、硬质合金、新能源汽车、陶瓷等产业的产业链相对完善，但就供应链层面来看，创意包装一直是短板，株洲大部分企业的包装创意和材料，严重依赖沿海地区。

“疫情的影响是全国甚至全球性的，我们的产品出不去，沿海地区的包装材料同样进不来，但株洲本地的需求在这里，这就是我们调头转身的新方向。”周水洋说。

找准方向，并不意味着有路可走，工大包装需要一个机会。

湘火炬火花塞递出了橄榄枝。“没有订单，也不可能马上给我们订单。如何抓住机会？唯有发挥专业所长，想方设法优化其包装设计方案，为客户解决问题、节约成本、创造效益，得到认可。”周水洋说。

工大包装的技术团队，详细梳理了湘火炬火花塞所有产品谱系的包装方案，将其百余个包装规格精简统一为12个，并深入其设计、生产各环节，从包装方面提出各类改进和完善建议，同时

投入近700万元，为湘火炬火花塞的包装产品定制生产设备和生产线。

2021年，工大包装拿到湘火炬火花塞的包装材料订单，此后一路成长为其最大的火花塞包装材料供应商。工大包装的包装方案，也成为其他供应商的生产标准。

主动向内需，工大包装同样得到了我市工信、科技等部门，以及各产业链办公室的大力支持。

2020年，周水洋到株洲市工信局，找到株洲市硬质合金产业链办公室，表明工大包装愿意进入硬质合金产业链，为产业链提供创意包装服务的想法。

“第二天就让我列席了产业链的大会，并给了我5分钟的发言时间。”周水洋说，正是这5分钟的发言，让他敲开了硬质合金产业链各主要企业的大门。

会后不久，株硬集团提出需求，称某出口日本的硬质合金产品，客户要求采用纸质托盘包装，但其原有包材供应商费时两个月，仍拿不出方案和样品，存在逾期交付风险。

“我们三天就做出了合格的产品，他们非常惊讶。”周水洋介绍，尽管株硬当时只需要10个，但他们下了100个的订单，为的是不让他们吃亏。

出色的研发实力，高效的响应速度。纸质托盘包装的业务虽小，但足以让工大包装在硬质合金产业打响名头。

很快，株硬集团、华锐精密、欧科亿等产业龙头，纷纷向工大包装抛来订单，并形成长期稳定的合作关系。

记者手记

“潜功”自有兑现时

廖明

在工大包装的生产车间里，有一台价值30多万元，但平时几乎很少用到的全自动包装印刷机。

买来这样一台机器，在于醴陵市的某陶瓷产业龙头企业负责人，曾向周水洋提出过这样一个需求：其客户大多下午来企业考察参观，提出相关设计想法和创意，工大包装能否帮忙，在次日中午客户离开前，结合其想法和创意做出样品。

于是，机器买来了，样品次日做出来了，上述陶瓷企业在客户面前，充分展示了其诚意和实力，工大包装什么也没有得到。但周水洋并不在意，甚至认为理所应当。

他说：“客户好了，我们才能好。”

这种看似吃亏的事情，工大包装还做了很多。

诸如组建专门团队，为我市某电子元器件生产企业，从改进包装结构、更新包装材料等方面，系统解决其产品运输过程中的破损问题；为我市某硬质合金企业，解决其产品烧制过程中，托盘材料影响产品成形的难题；为我市某陶瓷出口企业，解决其包装材料开胶发霉的问题……

做这些事情，基本都是免费甚至贴钱，但工大包装从来不以意为。

“找到我们，说明认可我们；解决问题，这是我们的价值；这份价值，总有兑现的时候。”周水洋说。

熬过三年疫情，从一家主要做外单的企业，转型成为主要服务本土产业的企业，工大包装不仅活了下来，并且越活越好。

看准产业链和供应链本地配套的机遇，当机立断谋转型，是战略层面的成功。

但机遇抓得住，并在短时间内能得到湘火炬火花塞、株硬集团、华锐精密、欧科亿、长城电脑、好媳妇等一众产业链大佬的青睐，更得益于其日常“潜功”做得足，得益于该企业“为客户解决问题是第一，赚钱是其次”的内在文化。