

# 网红牛奶喝出异物

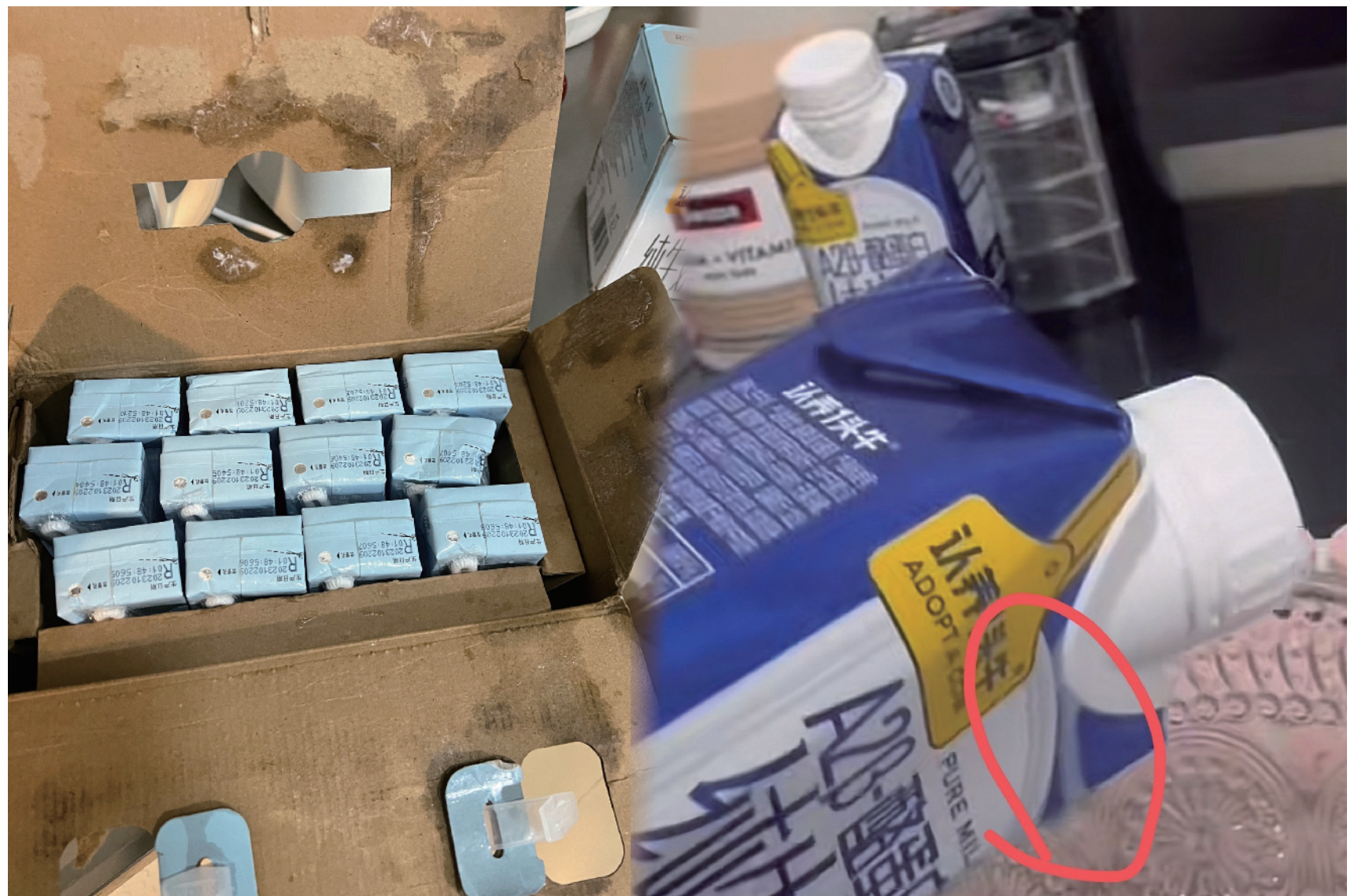
◎ 记者 水芙蓉

食品安全关乎民生，一直是“3·15”的重头戏，其中，乳品生产、灌装、运输的条件更为严苛，监管逐年加强却还是问题频发。

近日，多名消费者向《国际金融报》记者反馈自己购买的网红品牌认养一头牛牛奶出现问题，包括喝出异物、产品变质、包装“完好”但漏奶等。

不同于伊利、蒙牛等传统乳企，认养一头牛擅长以互联网营销的方式打造“爆款”。2020年“双11”期间，这家诞生仅4年的乳企就取得了超亿元的销售业绩；去年“双11”，认养一头牛拿下天猫常温乳制品店铺销售榜TOP 1。

将自己打造为网红品牌、取得不菲成绩的认养一头牛，能否在食品安全上担得起消费者的信任？



受访者供图

## 1 喝到半透明状异物

3月11日早晨，一位内蒙古的消费者张女士在喝牛奶时突然觉得喝到异物，吐出一看，是一小块半透明质地的不明物体，半小时后其便感觉到肚子不舒服；她的丈夫、母亲也喝了该牛奶，当天三人均出现腹泻症状。

张女士告诉《国际金融报》记者，该产品是认养一头牛的娟姗奶，2月27日在李佳琦直播间购买，活动价为4箱奶128元（其中两箱娟姗奶、两箱纯牛奶），疑似喝出异物的那瓶奶生产日期为2024年2月6日，保质期为6个月。

发现异物后，张女士第一时间向认养一头牛官方旗舰店反馈情况，在和客服沟通期间，家人也在另一瓶娟姗奶中喝到了相似异物。其认为，牛奶过滤后不应该出现其他东西，喝到“异物”后，她便向对方提出需依照食品安全法赔付1000元的诉求。

但客服的回复却与预想相差甚远，“生产牛奶的过滤筛网是0.01微米，出现这种情况属于偶然”，并给出了一份该产品所在生产批次的检测报告，表示“可以补偿5元”。

张女士对这一回应并不满意，她对记者表示，作为有着多年喝奶习惯的内蒙古人，此前从未在其他品牌牛奶中喝

出类似不明物质，也不像是奶皮；家里开着暖气，也不存在低温影响产品的因素；此外，令张女士感到滑稽的是，为了证明产品没有质量问题，认养一头牛客服提供了一份产品检测报告，但该报告由公司本身开具，而非第三方权威机构。

值得注意的是，她在喝完牛奶后半小时就觉得“肚子不舒服”，当天，喝过该牛奶的张女士及其丈夫、母亲，三人均出现腹泻现象，而其丈夫和母亲都拉肚子3次。张女士表示，自己和家人常年喝奶，没有乳糖不耐受的现象，喝牛奶拉肚子实属罕见。

察觉到张女士态度比较坚定，认养一头牛更换了一位品牌专员与其进行沟通，但对方只同意退款或退货，不同意消费者提出的赔偿诉求，坚持表示“这不属于生产过程中的问题”。

当天下午，对方给出最终赔偿方案。从“赔付5元”变为“可以退这箱奶的钱（49元）；如果不放心未开封的剩余产品，可将产品寄回、办理退货退款”，并表示额外申请了一份致歉礼品，包括一个定制小牛仔公仔和一封致歉信。

几番沟通却无法达成共识，张女士当天（3月11日）便在12315小程序上反馈了该问题，但至今还未收到回复。



受访者供图

## 2 包装完好却频频漏奶

像张女士这样遭遇认养一头牛产品问题却维权困难的消费者不在少数。龙年春节前夕（2月初），山东青岛的王艺（化名）收到朋友送的认养一头牛牛奶，2月底饮用时才发现，其中两瓶的瓶身和瓶盖交界处出现漏奶现象，但瓶身外包装并无挤压和破损的痕迹。

起初，王艺以为是小孩子不小心弄坏的，直到她又拿起全新的一瓶，将瓶身倒置后（盖紧盖子的前提下），牛奶就流淌出来，而外包装肉眼看不出破损，这一情况显然不正常，牛奶很可能因为不在密封状态而发生变质。

王艺向记者表示，该产品是认养一头牛A2β-酪蛋白纯牛奶（10包/箱），由朋友在线下超市购买。淘宝旗舰店显示，该产品10包/箱\*2箱（共20包）的组合装售价为109元，定价比蒙牛特仑苏还高，蒙牛淘宝店铺显示，特仑苏250ml\*24包的组合装定价为106元。

其认为，该产品外包装看不出破损，应该是瓶盖和瓶体交接处出厂时就

有瑕疵，责任在认养一头牛厂家。她在产品包装上找到了官方电话，但拨通后，认养一头牛工作人员态度不好，表示该问题不归厂家管，确认了箱体无破损无挤压后，依然坚持说从哪里买的去找谁。

王艺转而拨打12345市民服务热线，“因为该产品是在青岛购买的，所以打了青岛市12345，但对方说该产品的工厂不属于青岛，所以不归他们管。看到瓶体包装写的厂家在临沂，又联系到临沂市12345，却发现，这个奶有两个厂家，该产品是另一产地生产的……”

经历一次次“踢皮球”后，王艺选择吃下这个哑巴亏，放弃了维权，“根本没有时间因为一箱奶打那么多电话，而且每次打电话都要重复一遍问题”。

认养一头牛牛奶泄露的情况并非个案。王艺表示，临沂市12345工作人员在回复中提及，之前也收到过相同情况的投诉。

记者也接到了相似的反馈。由于经常在社交媒体上看到认养一头牛的广告，2023年12月6日，小智（化名）下单了两箱纯牛奶尝尝鲜，却没想到第一次买就“踩雷”，遇到的也是包装破损问题。

据小智回忆，签收快递时，外包装没有挤压破损现象。但打开发现其中一箱内有奶渍渗出，有2瓶奶是空包（其中一瓶奶严重破损，另一瓶奶外包装并无异样）。根据小智提供的消费记录，这是他在认养一头牛企业店购买的250ml\*12包\*2箱规格的儿童奶，优惠后实际成交价格为79.9元，他将此次不好的购物经历分享到社交平台后，对方进行了全额退款。

食品安全是消费者关心的重点，记者在315调查中发现，许多消费者在遇到问题后因为维权时间成本高、赔付金额小、找不到相关主体人等问题而放弃维权。

对此，记者就上述情况向律师咨询，如果消费者在线下购买到变质牛奶

或发现其他问题，将会遇到经销商（商超）和品牌方两个责任主体，应该找谁维权、如何维权？

北京市东元律师事务所合伙人张树贵律师向《国际金融报》记者表示，消费者既可以找销售牛奶的线下超市，也可以找牛奶的品牌方。由于食品消费金额小、维权时间成本高，他建议消费者先尝试与销售者（即超市）协商解决，这是最便利、最经济的方式。如果协商不成，可以通过消费者协会投诉、向相关行政部门举报或申诉、或采取法律手段（如提起诉讼）来维护自己的权益。

如果遇到牛奶在保质期内变质问题，是因为在运输、仓储环节因高温导致的，适用消费者权益保护法第四十条第二款，第四十四条以及第五十二条等相关规定主张赔偿；如果是生产牛奶的工艺、生产过程中的卫生等不符合食品安全标准的，则可以适用食品安全法第一百四十八条之规定，消费者有权主张支付价款十倍或者损失三倍的赔偿金。

## 3 曾被质疑涉嫌传销

2021年，即认养一头牛品牌创建的第五年就取得了25亿元营收，凭借大力营销和“认养模式”，其在一众老牌乳企中突出重围，一时风光无两。

企查查信息显示，认养一头牛公司2021年先后获得三次融资，投资公司包括美团龙珠、古茗、鲜丰水果等。但其后续上市之路并不顺利，2022年7月，认养一头牛递交上市申请，2023年1月，证监会以近1.5万字长文对其提出48连问，要求公司回复是否涉嫌传销质疑、自有奶源建设情况等问题。今年2月6日，该公司撤回上市申请，IPO宣告折戟。

具体来看，“认养模式”是认养一头

牛2017年推出的“合伙人+分享”商业模式，即消费者可以花钱联名认养奶牛，如果将牛奶分享给好友购买还可以获得相应的推广奖励。该模式也是公司早期得以快速发展的抓手。

据多家媒体报道，当时消费者可以花2999元认养一头牛，获得牧场奶牛的“认养权”；或支付1万元成为“联合牧场主”，获得认养一头牛的所有权益，并享受牧场经营红利。如果朋友购买产品，参加“认养模式”的会员可以从中获得5%至10%的佣金，如果朋友接受邀请加入“养牛团队”，会员还能获得3%至7%的拉新奖励。该体系规则因与推广效果相关联，曾被外界质疑涉嫌传销。

认养一头牛去年2月回复证监会时表示，此前第三方电商合作开展的活动是为了推广销售公司的奶卡业务，合作电商将活动分别命名为“牧场共建人”“联合牧场主”，旨在增加奶卡购买者的参与感。该公司与合作方、参与人之间均系以真实的商品交易为前提，不存在“发展下级”“收取入门费”“层级计酬”等《禁止传销条例》《国家工商行政管理总局关于新型传销活动风险预警提示》所认定的传销行为。

对乳企而言，自有奶源是保障乳品安全的重要基础，认养一头牛的自有奶源建设情况也一直是外界关注重点。截至今年2月，认养一头牛在河北、黑龙

江、山东、吉林有9座牧场，2座乳制品加工厂，自有奶源率近90%，其中有7座牧场为公司独立自营牧场，3座牧场为联营牧场。

招股书中，公司表示其乳制品加工采用自主生产与外协加工相结合，其牛奶和酸奶是主要营收来源，并披露了相关产品的自有产能情况。2019年，纯牛奶和酸奶的自有产能均为0，这意味着当年其近6亿元营收的酸奶和牛奶产品，奶源均来自第三方；2020年，认养一头牛94%的酸奶、88%的纯牛奶依然由第三方公司生产；直至2020年10月，其山东生产基地完工投产，奶源依靠外采的局面才有所改善。