

麦当劳、肯德基供应商被曝大量使用过期、变质原料,问题“洋快餐”再次被推上风口浪尖。21日,一项针对超过万名网民的“麦当劳肯德基供应商被曝使用过期劣质鸡牛肉”调查显示,74.4%的消费者认为企业对供应商的违规行为知情。

餐饮巨头陷“臭肉门” 洋快餐“沦陷”



供货商的违规行为,往往殃及下游食品企业。“上游供应商一个捣鬼,下游企业一片中枪”的局面如何破解?问题洋快餐的背后,是监管太“放心”,还是外企太“狡猾”?

“过期也吃不死人”,“洋明星”变黑心?

事实上,许多消费者对“洋品牌”趋之若鹜,认为跨国公司企业规模大、品牌知名度高,其产品质量必然有保证。但事实证明,即使是世界知名品牌,也不能绝对保证产品质量不出问题。

麦当劳、必胜客等国际知名快餐连锁店的肉类供应商——上海福喜食品有限公司大量采用过期变质肉类原料被曝光,其工作人员甚至放言:“过期也吃不死人”。

有媒体曝光称,福喜公司主要存在三大问题:违规篡改生产日期(多的延期达一年)、将过期或变质原料回炉后再生产,以及将次品混入合格产品中出售。更令人震惊的是,福喜公司将过期8个月、颜色发青的臭肉重新切片装进

新包装,使用次品添加至成品中。

记者20日晚间在福喜公司厂区一间办公室中,发现标签上直接标明“次品添加”的记录:例如,蜜汁烧烤味猪肉饼“次品添加”日期为11月29日和30日;麦乐鸡“次品添加”日期为11月4日、6日、22日、23日等。

标榜高品质的“洋快餐”,进入中国后,却屡屡爆出质量问题。肯德基被曝“速成鸡”,抗生素残留不合格;麦当劳出现鸡翅、香芋派过期售卖等违规行为;“必胜客”将金属勺粉碎金属碎屑进入饮料;洋快餐巨头百胜集团更让被激素、抗生素催肥的“药鸡”成为餐桌上的食品……

洋快餐难守规矩,“双重标准”惹的祸?

作为供应商的福喜并非小作坊,而是多次获得政府表彰的先进外资企业。福喜公司曾被评为“嘉定新城(马陆镇)食品安全先进单位(A级)”,厂长胡俊更是作为企业代表在嘉定区食品生产质量安全会议上发言。

记者查询相关部门资料发现,成立于1996年的上海福喜食品有限公司是外国法人独资企业,拥有出口香港、日本的资质,年生产能力达25000吨左右。作为上海福喜母公司的美国福喜集团,更是一家在全球超过17个国家拥有50多家食品工厂的国际化食品集团,向超过85个国家和地区销售各类农产品。

洋快餐巨头为何还会出现低级质量问题?上海一位基层食品安全监管人员表示,在现行的食品安全分类监管体制下,在往年的监管中,被认为食品安全风险等级低的大型企业,监管抽查的力度不如小作坊来得密集,这也给了历

史记录良好的福喜漏网之机。

业内人士反映,国际知名品牌在海外市场是循规蹈矩的,消费者确有“上帝”的感觉;为何进了中国市场,行为就发生了“变异”:一方面赚取大量的利润,另一方面却如此“傲慢与偏见”?

“先国外、后国内”的被动监管局面,还暴露了我国当前的检测标准和检测方法落后。专家分析,中国在一些产品安全检测上和欧美发达国家相比,施行标准和检测方法有些较为粗放。

专家表示,在国内即便是有法可依,也很难让洋品牌“守规矩”,因为企业违法的成本太低。早前,一些地方的食品监管部门对个别洋快餐店作出“15天关门整顿”的处罚,作用微乎其微。

食品安全“蝴蝶效应”凸显,破除“隐性保护”强化监管

采访中,多位消费者针对“洋快餐”带来的问题,认为跨国公司应该给中国消费者一个“说法”。长期以来,一些洋快餐享受“超待遇”,地方保护对洋品牌格外关照,对其形成了隐性保护。

海南大学一位长期从事食品研究的教授指出,每当一个洋品牌被查出质量问题后,多数跨国公司会启动危机公关。一方面,主动向公众表示歉意、整改,另一方面,向监管部门介绍对中国做出了多少贡献,解决了多少就业,提供了多少赞助等,试图换取监管部门的沉默。

企业造假通常都是恶意和隐秘的,监管不能以“取证艰难”作为借口,而是应反思工作机制的有效性。“企业违规要被曝光后监管才能介入,这说明日常监管没有到位。”上海市食品安全办公室专家组成员沈建华说。

(据《京华时报》)

——释疑——

盘点洋快餐丑闻

记者根据公开报道梳理发现,过去的5年里在华洋快餐店已经曝出至少17起食品安全事件。几乎每次在遭遇“丑闻”曝光后,洋快餐巨头大都会表达“歉意”,然而,食品安全事件还是一次又一次发生。

2014年5月7-ELEVEN厨师在餐具冲洗池洗头 该店进行内部停业整顿,并开展北京各门店的全面检查;

2014年2月 肯德基豆浆被检出含有转基因 重申使用的是非转基因大豆;

2013年7月 麦、肯等3家快餐店冰块细菌超标 发布声明表示整改,仅肯德基向消费者致歉;

2013年3月 吉野家续用废弃米饭 致歉并承诺对涉事门店进行停业整顿;

2013年3月 吉野家被曝卫生问题 称为“管理疏漏”,向消费者道歉;

2012年12月 肯德基“食药鸡”事件 回应称,当年8月起已停止向供应商六和集团采购鸡肉原料;

2012年10月 肯德基汉堡大肠杆菌含量超标7倍多 坚称汉堡不是面包,不能参照面包糕点标准;

2012年8月 麦当劳汉堡原料面包烈日下暴晒 该批次面包已被处理,并对该餐厅进行严肃处理;

2012年3月 麦当劳销售过期和被污染食品 此事为“个别事件”,将“坚决严肃处理,以实际行动向消费者表示歉意”;

2011年8月 麦当劳鸡翅中吃出活蛆 否认,称鸡翅经低温保存和高温油炸,存在活虫的可能性为零;

2011年8月 味千拉面使用添加剂 该集团被罚款78.66万元人民币;

2011年8月 肯德基被曝炸鸡油4天换一次 肯德基否认,称有严格的烹饪油管理规定,接近指标会废弃;

2011年7月 肯德基“豆浆门” 肯德基就旗下“醇豆浆”并非现磨问题致歉;

2011年7月 味千拉面汤底为浓缩液兑兑 味千公司承认汤底为浓缩液兑兑;

2011年4月 肯德基全家桶纸容器被指含增白剂 肯德基方面称荧光物质检测符合国家标准;

2010年10月 必胜客饮料混入金属屑 必胜客餐厅承认由于员工出错。(本刊综合)

近九成受访消费者对洋快餐信任度下降

“福喜事件会否影响您对洋品牌餐饮企业的食品安全信任度?”面对这一问题,有近九成受访者选择了“会”。南都民调数据实验室与大粤网联合进行网络民调,共回收了3360份有效问卷,数据显示了上述结果。数据显示,有89.36%受访者表示会减少去麦当劳、肯德基消费的频率,更有45.22%则决绝地选择“再也不会去了”。

45.22%受访者表示“再也不会去了”

民调数据显示,福喜食品有限公司被曝使用过期肉加工食品之后,市民对麦当劳、肯德基食品安全程度的信心明显下降。在被问及“在本次‘福喜’事件发生之前,您认为麦当劳、肯德基的食品安全程度如何”时,有26%的受访者予以好评,选择“很高”或“比

较高”。然而,在“福喜”事件发生之后,这一好评率则急跌至4.93%。

消费者永远都是用脚来投票。本次南都民调显示,三千余名受访者中,有接近四成是每月起码在麦当劳、肯德基消费一次的。然而,如今在“福喜”事件之后,只有一成受访者表示不会减少到“麦肯”消费的频率,另外更有45.22%的受访者表示“再也不会去了”。

在东莞莞城区西城楼附近工作的袁小姐说:“这些洋快餐比较好吃,自己比较喜欢,听说了福喜事件后,会尽量少来这类餐厅。”昨天中午正在麦当劳吃快餐的黄同学则认为不会因为此事而影响自己的消费习惯,他笑着说:“在中国吃什么都一样,桂林米粉、云南米线之前不也出过问题吗?”

“铁粉”表示信心大受打击

在本次民调中,有87.97%的受访者认为,福喜事件会影响其对洋品牌餐饮企业的食品安全信任度。通过交叉分析发现,女性受访者的受打击程度明显高于男性,女性中有91.43%认为此事会影响其对洋快餐的信心,而男性受访者则仅有86.01%作此选择。

另外,数据显示,即便是经常去麦当劳、肯德基消费的“铁粉”,也表示对其的食品安全信任度大受打击。其中“每月消费15次以上”的人群中,有86.84%表示信心受损;而“每月消费10-15次”的人群中,这一比例更是高达96.55%。

(据《南方都市报》)