

中国产业竞争情报网特别发布

2012 年食品饮料行业研究红月刊

——直击 3•15

(2012-03 期)

Contents

一、家乐福、麦当劳齐中招	1
1.家乐福——柴鸡=白条鸡、过期鸡胗不愁卖？	1
2.麦当劳——怎么卖都有理.....	1
二、家乐福、麦当劳——不过“冰山一角”	3
1. 双汇瘦肉精事件.....	3
2. 上海染色馒头.....	3
3. “地沟油”黑色产业链.....	4
4. 鸡蛋造假事件.....	4
5. 蒙牛“致癌门”	4
三、消费者三大疑问.....	5
1. 监管部门可信吗？	5
2. 食品安全——国际标准？ OR 国内标准？	5
2. 生产日期可信吗？	6
四、2012，“严打”依然继续.....	7
五、监管不能只在“3·15”“3·15”.....	8
关于作者.....	10
	0

联系我们.....	10
特别声明.....	10

导读

1987 年起，为促进全社会关心、支持消费者权益保护工作，每年 3 • 15 国家消费者权益日我国都会举办隆重的纪念活动。经过近 30 年的积淀，3 • 15 已经成为我国消费者消费维权的代名词。各类 3 • 15 活动也成为消费者民意表达、消费维权的重要平台。慧聪食品工业网值此也精心打造了 3 • 15 食品消费维权特别专题，在倡导“安全消费 合理维权”的同时，也给消费者提供了一个长期，公平、公正、公开的维权通道，从而实现线上线下的维权联合，为提高食品消费安全性增添助力……

本专题重点向读者呈现如下内容：

- 1 家乐福、麦当劳齐中招
- 2 家乐福、麦当劳——不过“冰山一角”
- 3 消费者三大疑问
- 4 2012，“严打”依然继续
- 5 监管不能只在“3•15” “ 3•15”

一、家乐福、麦当劳齐中招

1. 家乐福——柴鸡=白条鸡、过期鸡胗不愁卖？

央视 3·15 晚会昨晚报道，家乐福郑州国贸 360 家乐福店，柴鸡的价格是 11.98 元，白条鸡价格是 6.98 元，除了价格相差近 1 倍，外观并没有太大差异。

据了解，柴鸡一般都是散养的，白条鸡是养鸡场所养，消费者普遍认为前者在肉质和营养含量上优于后者。



晚会曝光称，上述家乐福门店的白条鸡就是柴鸡，原本同一出身的三黄鸡经过人为摆设变成了柴鸡，价格也增加了一倍。柴鸡销售量大，每当柴鸡快卖完了，售货员自然的将三黄鸡补充进来。

同样曝光的，还有家乐福将过期鸡胗再包装，售卖给消费者。

2. 麦当劳——怎么卖都有理

世界级品牌麦当劳始终坚持的经营原则是一个由四个英文字母组成的原则，叫做 QSCD 原则。Q，高品质的食品。S，要有亲切友善的服务。C，要有清洁舒适的用餐环境。D，要物有所值。正是因为这些标准，麦当劳得到了消费者的青睐，同时成了全球最有价值的品牌之一。此外，麦当劳袖珍参考手册对麦当劳食品流程制定严格操作规范，包括每一种食品保存期和存储位置都有详细的规定，例如生菜、黄瓜片，各种肉质品放在保存箱也有时间，对于这样的规定，员工在接受培训时就知道这个原则。这些精确到分钟的规定，是为了保证麦当劳食品的外观、口感和卫生质量。这厚厚的一本品质参考手册，也充分赢得了消费者的信任。但真实情况究竟怎样？

调查人员调查了位于北京三里屯一家麦当劳店。食品制作流水线上有两个保温箱，上面各有一个表格，写着不同种类煎炸时间，当超过规定保存时间，计时器会自动报警提示，报警提示意味着保温箱食品过了保存期，过期产品应该被扔掉。

然而，当四个保存箱都发出了警告，当班员工并没有把里面的肉品取出扔掉。如果重新计时的货品仍然等待销售出去，会不会再次重复计时？会延长保存多长时间？

调查人员发现，2012 年 3 月 1 日 12 点 35 分，员工炸的鸡翅，6 分钟后放进了保温箱。一直到 14 点 35 分，保温箱中的鸡翅依然在，此时超过保温期 1 小时 24 分钟。此外，吉士片拆了包装两个小时外观会发生变化，应该丢弃。然而，这天凌晨 1 点 10 分，摆放着两个已经拆包但是没有用的吉士片，过了几个小时仍然被员工用来做早餐的吉士蛋汉堡。

麦当劳各类甜品派是颇受消费者喜欢的，麦当劳规定甜品派炸出 90 分钟内应该销售。每一个甜品派外面都有一个纸质包装，上面标注了最晚售出的时间，但是有时候发现这个标注的时间被更改过。原本快到期的甜品派，员工一换包装，又向后推迟一个小时，有时候员工将甜品派包装更换上新的，重新写上时间。

调查人员还发现，在这家麦当劳店操作间曾发生令人“触目惊心”的一幕，一个包装袋中生牛肉饼翻落散在地上，员工又重新拣起来。掉在地上的牛肉饼，没有经过任何处理，又被放在袋子中备用。



二、家乐福、麦当劳——不过“冰山一角”

1. 双汇瘦肉精事件

2011 年的 3·15 似乎成了双汇瘦肉精事件的批判大会。至今回想，事件热度也犹未消退。再看今年肉业三巨头双汇、雨润和金锣的年度财报，大幅度的盈利下跌使得它们 2011 年均惨淡度日，可见“双汇瘦肉精”事件超强且持续性的影响力



2. 上海染色馒头

2011 年上海华联等超市给出了一个创意无限的解决方案——用色素将馒头“粉饰”得五颜六色，不但带来秀色可餐的诱惑，更带来玉米馒头、黑米馒头的噱头。



3. “地沟油”黑色产业链

2011 年国家对地沟油的严打牵扯出了一条“黑色产业链”，一些“地沟油”加工窝点，从原料供应到成品销售已经形成较为完整的产业链。并且，这些“地沟油”加工点生产规模惊人，日产量可以十吨计算，如此规模着实让人咋舌。



4. 鸡蛋造假事件

2012 年山东烟台发现假鸡蛋，其熟蛋黄摔在地上竟能弹起 20 厘米的高度，消费者称简直可当乒乓球使用。



5. 蒙牛“致癌门”

2008 年三聚氰胺事件、2009 年特仑苏牛奶中添加 OMP 事件、2010 年蒙牛核桃奶中毒事件再到 2011 年的黄曲霉素超标致癌门。近几年来蒙牛食品安全事件不断。



三、消费者三大疑问

1. 监管部门可信吗？

食品安全以及各种产品质量，不能靠商业诚信，个人道德，商业道德来约束，也只能是商业环境中的一个辅助，而刚性的只能靠法律框架下的市场流通环节监管举措，在较为薄弱的环节，如何加大市场监督机制，需要各级政府引起高度重视。而在食品安全问题频发的时候，政府的监管力度显然没有达到消费者期待的程度，这也直接引发了消费者的疑问——监管部门，可信吗？

2. 食品安全——国际标准？ or 国内标准？

2011年4月上旬，瑞典卡罗林斯卡研究院在其一份研究报告中指出：在欧洲出售的雀巢婴幼儿食品里可能含有大量如砷、镉、铅、铀等有毒元素。婴儿每天进食两次米糊等食品，砷吸入量会比单独喂母乳高50倍，而镉会高150倍，铅会高8倍。根据1毫克=1000微克计算，在我国婴幼儿食品中每公斤含有200—300微克的无机砷属于安全范围，而瑞典研究机构公布的相关产品含砷量为1.7微克——这个标准已经被视为“含致癌重金属”。

而2010年6月份正式实施的乳品安全国家标准，在生乳标准中，乳蛋白含量从1986年的每100克生乳蛋白质含量不低于2.95%降到了2.8%，菌落总数则从2003年每毫升50万调至200万。新国标则在本来已经很低的标准之上一降再降，甚至被称为“中国奶业倒退标志”。

食品安全标准内外有别不仅让公众对食品安全更加怀疑，更给了跨国食品企业“钻空子”的机会。食品安全标准不能一成不变，应根据实际情况动态更新。在我国加入WTO之后，食品工业与国外的贸易交流也在不断加深，食品标准接轨国际，严格要求食品生产企业，也能让食品企业的对外贸易更加顺利。

3. 生产日期可信吗？

进超市购买食品，人们最在乎包装袋上的保质期。但鲜为人知的是，包括许多名牌食品在内，保质期等信息都能用简单手段涂改。据了解，一些商家借用印刷机械、有毒化学药剂等“道具”，涂改食品保质期如同“变戏法”，真假难辨。有关专家呼吁专项整治这一食品行业“潜规则”，“人防”与“技防”相结合，还消费者一个明白。

四、2012，“严打”依然继续

公安部3月15日在央视3·15晚会现场进行权威发布。公布了今年将组织三大战役，进一步深化打击“瘦肉精”“地沟油”犯罪、全面开展打击销售“病死猪”犯罪、打击制售假药犯罪破案会战，作为今年深入推进“打四黑除四害”专项行动的重中之重，全力保卫人民群众的餐桌安全和用药安全。

公安部有关负责人再央视315晚会现场表示，各地公安机关要对“瘦肉精”“地沟油”犯罪认真开展深度排查打击，坚持主动出击、露头就打，始终保持严打高压态势，严防漏网之鱼，严防死灰复燃。进一步开展集中打击销售“病死猪”犯罪破案会战，重点对准以非法收购“病死猪”加工制售肉制品牟利的犯罪团伙。开展集中打击制售假药犯罪破案会战，集中打击假劣抗肿瘤类、心血管类、血液制品、疫苗等药品犯罪，以及利用互联网制售假药犯罪、跨国制售假药犯罪，彻底捣毁制假源头、摧毁销售网络。



五、监管不能只在“3·15” “3·15”

每年一度的“3·15”是消费者扬眉吐气的日子：奸商被曝光，消费维权及时受理，有些或许当场即获解决。今年广州市中院则于13日组织9个基层法院，集中宣判了22宗制假售假犯罪案件，90人被判刑。虽说此为落实“三打两建”活动的统一部署，但置于“3·15”前集中宣判，其特殊寓意不言自明。

消费者权益保护是个全球性话题，这从“3·15——国际消费者权益日”的创设和引进即见一斑。但是，揆诸中国现实，却又平添了几分沉重和压抑。固然，年年都过“3·15”，消费者的权益保护成绩卓著，若纵向比较，还可列出诸多数据和典型事例。但在宏观层面，市场整体环境如何，公平公正及安全度多高，人们能否不设防地放心消费？近年此起彼伏的食品安全事件，令社会焦虑不断累积，更让人无法回避市场秩序前所未有的严峻格局。

照理，物质匮乏的时代远去了，现今市场充裕、商品丰富，“3·15”和《消费者权益保护法》的建立，更为市场消费系上了“安全带”，但为什么却未能带来相应的安全保障？换个角度，对形形色色的制假售假、坑蒙祸害消费者的行为，我们并不缺严刑峻法，单是2011年，全国审结的涉及“瘦肉精”、“地沟油”等有毒食品案件就达278件，判刑320人。但违法者为何仍无所畏惧、前仆后继呢？

可以说，这些年来，一波又一波运动式的打击假冒伪劣商品的活动从未停止过，以至“猫捉老鼠”的场景不断在执法与违法者之间上演，而有些地方的整治则变异为“以罚代法”，更具讽刺意味的是，此次广州查处的一桩假酒销售案，涉案者竟是挂着牌匾的“放心酒示范商店”。于是，在某些违法者的心里，“法”不再令人畏惧，而是可以躲、可以绕的游戏，甚或用钱可“摆平”的玩意。在这次广州集中宣判现场，数位90后听闻被判有期徒刑，当庭痛哭，他们是真心地忏悔认过，还是为自己“不小心”不好彩伤怀呢？其旁听亲人的感叹，或许是个注解：本以为关两天就没事了，没想到判这么重。

“3·15”创立已29载，引进中国也已经年。但是，面对厂家商家，消费者的弱势地位，却从未根本上改善。识假辨假难，维权更难，在投诉无门下，许多消费者只得“忍”。至于那些未发现，或未造成严重后果的坑蒙伤害，维权更无从谈起。即令遭遇大的侵权纠纷，消费者也常处于孤立无援地位。于是，人们盼着“天天3·15”，有媒体也确实打出这般旗号，但如果无专业的执法跟进，一切又成为泡影。

因此，在“3·15”的今天，我们必须考虑在更高层面构建保护消费者的市场安全领域。要借助商业伦理重建和严格细致的日常执

法监管，真正让法律的光芒照进每日每时，不给投机违法者以可乘之机，并彻底铲除其生存土壤。同时，要在制度建设上，真正提高消费者的市场地位，让消费者成为市场秩序的监控者和维护者，而不是仅仅“3·15”这一天的主角，唯有如此，我们的市场才能是人人可放心享受的自由天地。



关于作者

行业红月刊作者为北京华经纵横咨询有限公司，特刊由公司独家授权中国产业竞争情报网发布。

北京华经纵横咨询有限公司成立于 2003 年，其前身是“北京华经纵横经济信息研究中心”，依托《中国经济报告》课题组（课题组核心成员）成立，是国内最早的市场研究咨询机构之一。

华经纵横主营业务覆盖细分产业研究、市场专项调研、项目投资咨询、企业竞争监测、企业 IPO 咨询、权威数据发布、产业规划、政府课题研究等领域，是国内具有影响力的咨询服务公司之一。

作为中国权威的第三方市场研究和投融资咨询服务机构，我们的研究成果得到政府有关部门、企业界和投资界的高度评价，被视为反映中国产业发展动向的最具权威性的成果之一。

联系我们

公司地址：北京市西城区裕民路 18 号北环中心 110 室

联系电话：010—82252636

特别声明

行业研究红月刊由北京华经纵横咨询有限公司产业研究部撰写，红月刊中的信息或所表达的建议不构成对任何投资人的投资建议，红月刊版权北京华经纵横咨询有限公司所有。