

# 食品餐饮行业红黑榜

红榜



关注指数:★★★★★  
传播指数:★★★★★

## 1、制售不安全食品消费者可主张十倍赔偿

新闻:中国食品新闻网讯:前不久,最高法出台了《关于当前形势下加强民事审判切实保障民生若干问题的通知》,强调对经营者设置消费陷阱,利诱、误导消费者,或者利用霸王条款坑害消费者的行为严加制裁,提高保护消费者权益的针对性、实效性和辐射效应。此外,最高法制定相关司法解释,正确划分法律关系界限。

据悉,近年来,地方各级法院在

维护消费者权益方面做了大量工作。部分高级人民法院制定了审理消费者权益纠纷案件的指导意见,采取多种形式方便消费者诉讼。

各级人民法院严格依法办案,为消费者主持公道。对经营者因经营者违法行为遭受损失而主张双倍赔偿的,依法予以支持。对经营者以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式对消费者作出的不公平、不合理的规定,认定该合同内容无效。对于经营

者制售不安全食品,消费者主张10倍经济赔偿的,依法予以支持。

点评:消费者权益难的问题由来已久,消费者与企业之间的抗争从一开始天平就向企业这方倾斜。为保经济的发展、促进税收和GDP的增长,官员们竟为这些无良商人保驾护航,得来的则是官民们满面春风的笑容,失去的则是我党的执政根基。执政为民,为老百姓着想的政策一定会换回百姓的掌声!



关注指数:★★★★★  
传播指数:★★★★★

## 2、有机食品都配“电子身份证”

新闻:国家认证认可监督管理委员会发布公告称,自今年7月1日起,所有的有机食品上市时,最小的独立包装上除了贴有机认证标签、认证单位等之外,还要贴有机追溯码,消费者可登录国家认监委网站查询有机码真伪,并对产品产地进行追溯。

修订后的《有机产品认证实施规则》其实从3月1日就开始实施了,不过7月1日之前,允许旧版的认证

标识继续使用,7月1日之后,就必须使用新标识了。

新标识中的有机码,相当于有机产品的“电子身份证”,消费者登录国家认监委网站“中国食品农产品认证信息系统”,输入有机码就能查询其真伪。监管部门也可根据有机码,追溯该产品从产地到销售商的所有环节信息,从而提高有机产品的监管力度。市质监局将对新有机标识开展检查工作,保证新

规实施。

点评:食品安全事件一再刺激社会神经,公众希望找到安全、健康、可信的食品及其加工制品。由此众多资本纷纷将目光集中到有机农业。然而,目前有机产品市场鱼目混珠、杂乱无章让消费者难以辨别真伪。不过,从下个月起消费者对有机食品开始有迹可循。与此同时,一些企业将面临严峻考验,有的企业则会因“有机新国标”的出台而直接被淘汰出局。



关注指数:★★★★★  
传播指数:★★★★★

## 3、燕窝亚硝酸盐限量标准诞生

新闻:新华网讯:问题“血燕”风波催生食用燕窝亚硝酸盐临时限量标准。在中国和马来西亚两国专家联合风险评估的基础上,我国卫生部近日作出规定:生产经营和进口食用燕窝,其亚硝酸盐应当小于等于30毫克/千克,相当于肉制品允许的残留限量。

卫生部公布了这一临时限量标准同时规定:对使用食用燕窝加工燕窝制品的,生产经营企业应当使用符合以上规定的食用燕窝原料,

亚硝酸盐含量按照燕窝制品中食用燕窝的比例进行折算。

卫生部同时强调:燕窝生产加工不得添加亚硝酸盐。添加亚硝酸盐属于违法行为,应当依法予以严惩。

据卫生部有关负责人介绍,天然燕窝中含有亚硝酸盐,含量与多种因素相关,包括燕子唾液中含有亚硝酸盐、引燕屋或洞穴环境中的氨浓度、鸟粪污染燕窝等。由于亚硝酸盐易溶于水,采用浸泡和清

洗等方式,可以显著降低燕窝亚硝酸盐含量,使食用燕窝的亚硝酸盐仅为微量。

点评:价格令人咋舌的燕窝原来同样也良莠不齐,许多假冒伪劣的产品不仅不会起到增加营养,提高健康水平的功效,反而会极大地损伤消费者的身心健康。真可谓“花钱买罪受”。国家有关部门应更快更好地颁布完善食品安全标准,为百姓营造一个安全、放心、透明的饮食环境。

黑榜



关注指数:★★★★★  
传播指数:★★★★★

## 1、五芳斋粽子现大量霉变

新闻:《东方早报》讯:端午节期间,粽子热销。市民瞿先生近日为单位购买了3000多只“五芳斋”粽子,竟发现其中部分已经发霉。6月12日,瞿先生直接联系五芳斋嘉兴总部订了共计109份粽子,每份包括20个中肉粽和10个豆沙粽。瞿先生说,早上8点半左右,他们的货就运来了,他和单位几名工作人员把粽子放到凉爽的地方保存,并打开袋子通风。他说:“一部分粽子是送给员工的,另一部分送给客户。”当天下午4点,一个客

户就打来电话说,豆沙粽已经发霉了。此外,还有一名员工在食用之后出现了腹泻状况。而就在去年5月份,南京市民骆先生购买了“五芳斋”速冻一口鲜肉粽,结果怀孕的妻子吃下去后发生腹泻进而流产。经查,五芳斋承认在由南京分公司冷库配送到各销售网点过程中,未按要求采取冷链配送,而选择了常温车辆配送,导致问题发生。“生产、流通、仓储等环节都有可能造成粽子发霉,还与气温有关。”一位食品经销业内人士

表示,温度一高,对熟粽的影响比较大,容易加速粽子霉变。

点评:在气温较高的夏季,选择用常温车辆配送易霉变食物,这样低级的“失误”为何屡屡发生在我们食品企业的身体上?这样的企业不能简单地用麻木大意来搪塞消费者,这样的企业根本就没有顾及消费者的身心健康,根本没有把产品的质量摆在企业发展首要位置。这样无良、无知、无德的食品企业应尽早淘汰出食品业,还食品业一个健康的未来。



关注指数:★★★★★  
传播指数:★★★★★

## 2、青岛啤酒里长出“黑木耳”

新闻:《绍兴日报》讯:6月18日晚饭后,邵女士一家开了两瓶啤酒,第一瓶喝完,第二瓶倒到一半时,她突然发现母亲碗里的啤酒颜色不对,呈现橘红色。“我赶紧让母亲停止饮用。”邵女士说,经她一提醒,家人也觉得奇怪,随后一起查看了啤酒瓶,结果发现里面积了“黑木耳”。记者在邵女士家看到,啤酒是青岛啤酒的品牌,从瓶口望下去,所

剩的大半瓶啤酒中,漂浮着像黑木耳一样的一整块异物。“这瓶啤酒是从村里的小卖部买来的,也是由正规供应商供货的。”邵女士说。

邵女士拨打了青岛啤酒的售后服务电话,对方表示两天内给予答复。19日,青岛啤酒工作人员打来电话,表示愿意“以一赔十”,随后“他说出现我这样的问题很少,让我可以去买彩票了。”邵女士表示,这样的话让

人觉得对方一点道歉的意思也没有。

点评:售后人员的戏谑之言,犹如一根根针芒刺入消费者的内心。从中我们看不到一丝丝悔过之意,如此这般的售后真的让人很“受伤”,更令人难以置信的是这样的言语竟然出自我们引以为豪的民族头号啤酒品牌企业!食品业的追溯体系应更快更好的提出、发布、实施,让消费者总是感叹“为什么受伤的总是我”。



关注指数:★★★★★  
传播指数:★★★★★

## 3、美廉美问题烤鸭菌落超标5—10倍

新闻:《北京商报》讯:北京市工商局近日发布的食品下架名单中,4款有质量问题的烤鸭再次被政府部门曝光,此次售卖的地点,从之前多为不正规的小商贩变为“美廉美”、“华润万家”等知名大卖场。据了解,此次华润万家东直门店出售的北京雨润肉类加工有限公司生产的800克袋装雨润牌老北京烤鸭、美廉美安外超市出售的

北京大东老曹食品有限公司生产的1000克/袋大东老曹牌烤鸭均被查出菌落总数均超出标准值5—10倍之多。据公开资料显示,菌落总数测定是用来判定食品被细菌污染的程度及其卫生质量,它反映食品在生产加工过程中是否符合卫生要求,以便对被检食品做出适当的卫生学评价。人如果进食菌落总数超标的食品,容易引起

肠胃不适、腹泻等症状。工商人员已责令这些问题烤鸭全部下架。

点评:从全聚德到美廉美,烤鸭曾经风靡全球的中国代表美食一时间名声扫地。商人的贪婪、监管部门玩忽职守、监管部门间的互相扯皮基本上是我国食品安全问题频发的罪魁祸首!为烤鸭正名,不要让驰名海外的中华美食成为“问题美食”!



关注指数:★★★★★  
传播指数:★★★★★

## 4、武汉味干拉面馆吃出20只虫

新闻:荆楚网讯:近日,市民杨女士到汉口中山大道的一家味干拉面馆进餐,竟发现碗里有约20只小虫子。杨女士介绍,当日下午1时许,她进店点了一碗猪软骨拉面,刚吃了几口,突然发现面条上有两个小黑点,定睛一看,竟是两只小虫子。她赶紧叫来服务员查看,服务员称是“蒜头酥”。随后,她用筷子在碗

里搅动了几下,发现了更多的虫子。她将虫子一只一只摆到一片菜叶上,竟摆了约20只。记者跟随江汉区食品药品监督管理局工作人员现场查看发现,在该拉面店洗菜间,不少小虫子乱飞。一旁,洗完的菜品随意摆放在洗菜台上,而未摆放到储存设备中。据江汉区食品药品监督管理局工作人员介绍,鉴于该店卫生

管理存在漏洞,将对该店处以罚款,并责令其整改。

点评:这样为消费者“加菜”可能是消费者最不愿意的方式。作为内地顶尖的快捷食品餐饮企业居然能在如此卫生极差的环境内加工操作,监管部门也是在消费者投诉后才“及时”的赶到予以处理,多么令人无助的画面。



关注指数:★★★★★  
传播指数:★★★★★

## 5、西安蜂蜜1/4勾兑糖类物质

新闻:西部网讯:近日,西安市工商局公布今年一季度流通环节食品质量抽样检验结果,其中有8个批次抽检不合格,蜂蜜质量令人担忧。抽检结果显示,蜂蜜质量有所好转。本次抽检了20个批次蜂蜜,5个批次不合格,其中4个批次蜂蜜的果糖和葡萄糖含量

低于标准要求,1个批次蜂蜜果糖和葡萄糖含量低于标准要求并且蔗糖含量大于标准要求。果糖和葡萄糖含量指标偏低表明蜂蜜未经充分酿造或者在蜂蜜中掺入了糖类物质。从合格率来看,本次抽检蜂蜜合格率75%,说明仍有企业在生产中用其他糖类物质勾

兑,冒充蜂蜜进行销售,获取暴利。

点评:企业以追求利益的最大化为目的,这本无可厚非,但是无良商人以侵犯消费者利益牟取暴利为目标的行径必将受到法律的严惩和社会公民的谴责。让消费者利益摆在第一位的企业才能真正立足于食品业。

# 中国乳企亟待重拾信心

李超

近年来,我国乳业行业一直处于被高度关注的状况下,其发展过程既充满了波澜,又面临巨大消费市场的机遇。2008年正值快速发展的中国乳业,在“三聚氰胺”事件后,让我国乳品企业多年来在消费者心中建立的信任基础轰然倒塌。整个行业风声鹤唳,销售额一落千丈,行业内洗牌在所难免。在中小企业不断被淘汰、产品质量问题偶有发生、外资奶粉不断进军国内市场以及欧债危机等现实背景下,国内乳品企业如何摆脱产品质量问题的阴影,重新树立其在消费者心中的形象以及进一步扩大企业的规模和市场占有率,值得我们深思。

## 机遇:处在转换期的中国乳业市场

三鹿奶粉曾占据国内奶粉市场份额的18%,连续15年居国内销量第一(国家统计局数据)。自“三聚氰胺”事件后,其产品全部下架,所留下的市场份额如何去填补?此外,在国家提高乳品企业准入门槛后,一些中小规模的企业被淘汰出市场,其留下的市场份额如何去填补?随着我国人民生活水平的不断提高,对食品营养的关注度不断提高,特别是乳制品具有丰富的营养价值,受到消费者的青睐,而这种刚性的需求正是国内大型乳企及区域型品牌进行发展的最好时机。

国外品牌由于其完善的生产及销售模式、深厚的企业文化、良好的质量口碑,已在消费者心目中建立了高品质的产品形象,成为消费者的首选品牌。但目前受欧债危机的影响,跨国乳企的发展受到一定的冲击,延缓了对国内市场的占领速度。我国企业虽然前期通过创新的营销赢得了快速的发展,但在“三聚氰胺”事件后,其发展受到了严重的制约,消费者首先与自己消费能力相当的国外品牌产品。因此,国内大型乳品企业如伊利、蒙牛、光明等企业如何在消费者信心不足及国外品牌的冲击下挽回市场份额并进一步发展值得深思。此外,国内的区域型企业,如海河、完达山、飞鹤等虽然具有良好的发展潜质,但由于受自身因素影响,无论在产品的种类与包装、市场推广、人力资源等方面,明显落后于前位企业。区域型企业当前的市场环境及保障产品质量的前提下,抓住机遇,在产品种类与概念、市场推广等方面能够有所创新,必将能够走出区域,为自身赢得更大的发展。

## 挑战:如何使消费者对国货重拾信心

通过什么样的方法来使消费者恢复对国内乳企产品的信心是整个行业都要思考的问题。近年来,食品行业的安全问题一直没有得到彻底的解决,不断爆出食品产业的“质量门”事件,造成了消费者对食品安全的担忧,严重损害了国内食品企业在消费者心目中的形象。

恢复消费者对国内乳企产品的信心,是一个任重道远的长期过程。虽然国内大型乳企在市场营销方面做出了很大的努力,但市场回暖需要一定的时间。首先企业自身应加强对乳品生产链的管理与规范,从源头抓起,切实提高产品的质量标准及安全性,从而消除消费者的担忧心态;其次是企业能够实事求是与消费者坦诚交流,建立消费者抽查产品生产、运输及销售等各个环节的制度,降低消费者对乳品的误解程度;第三,企业应建立问题产品召回、赔偿及问责机制,对有质量缺陷的产品应公开召回并进行销毁,对引发的一系列安全问题进行相应的赔偿并对相关负责人追究刑事责任;第四,企业要通过自身的销售渠道以及相关媒体,向消费者传递更多关于产品的正面信息,对消费者进行引导,使消费者对乳品消费有一个正确认识,这在恢复消费者信心的过程中是非常重要的。

总之,国内乳品企业在机遇与挑战面前,只有正确认知自己,抓住机遇,迎难而上,才能不断发展壮大。同时,对于消费者信心的恢复,不是短期之举,道德诚信是基础,需要全行业有一个系统的、清晰的思路,通过不断努力而进行推进的过程。

(作者系天津市食品加工工程中心助理研究员)

## 名企信息

### 伊利稳坐中国成人粉市场头把交椅

“板凳旁,每每喝着妈妈端来的热奶,心里都是满满的幸福……”近日,奶粉事业部开展主题为“爱,温暖母亲的心”网络促销活动,伊利母婴官方旗舰店一首小诗在母亲节更是创下极高的点击量,引发几十万网友热情参与,消费者在感受伊利奶粉关爱的时候,体验到强烈的心灵共鸣。

母亲节当天,伊利母婴官方旗舰店成交订单近百单。借助母亲节,伊利成人粉店架起了亲情之间相互沟通的桥梁。作为中国乳业的龙头企业,公司成人奶粉业务近年获得持续稳健的增长,市场占有率30%以上,稳坐中国成人粉市场头把交椅。目前,公司成人粉打造专属特性,补钙、减肥、降脂等不同功能的产品满足了不同消费群体的需求。特别是2012年推出专为45岁以上人群定制的欣活奶粉横空出世,赢得了广大中老年顾客喜爱。据了解,淘宝、京东、QQ商城等国内知名网络购物平台,都陆续开设伊利母婴官方旗舰店,在母亲节期间销售业绩不俗。

### 泸州老窖获主板上市百强企业

从泸州老窖股份有限公司获悉,由证券时报社、新财富杂志社联合主办,中国上市公司协会担任权威指导机构的2011年度中国上市公司价值评选获奖名单近日揭晓。泸州老窖股份有限公司依靠优良的财务业绩、严谨的治理结构、一流的管理团队、品牌及战略,在众多参与评选的上市公司中脱颖而出,荣获2011年度主板上市公司价值百强企业。

泸州老窖公司对内推行内控体系建设,完善激励机制,推进股权激励计划实施,有效形成一个“管宏观,抓战略,放手支持经理层日常管理”的格局,确保了公司重大决策的有效性和前瞻性,为未来发展提供了切实有效的决策基础;对外,则保证投资者的知情权,严格履行信息披露义务,兑现股改承诺,给予投资者高额回报,努力实现股东价值最大化。

### 百胜五度启动“捐一元”项目

近日,在华北电力大学操场上,近千人表演了一场令人震撼的“人体多米诺骨牌”,由此拉开了百胜餐饮集团在北京市场的“捐一元·献爱心·送营养”活动序幕。活动由中国扶贫基金会携手百胜餐饮集团、联合国世界粮食计划署共同举办,今年在我国是连续举办的第五年。

据悉,“捐一元·献爱心·送营养”项目开展4年来,共募集善款4350万余元,为四川、云南近6万人次的贫困小学生提供近1200万份的每日营养加餐,为80所小学援建了“爱心厨房”。今年的项目劝募期是7月7日—22日,所募全部善款将用于为贫困山区孩子们提供营养餐。