

发臭肉沫牵出吉野家授权管理漏洞

餐饮行业的食安问题再次引发热议。11月29日,快餐品牌吉野家一门店因存在使用过期原料等问题登上热搜。而随后吉野家官方微博发布情况说明称,涉事门店并非合兴餐饮集团运营,并表示已经成立自查工作组,将在合兴餐饮集团运营的吉野家餐厅开展自查自纠工作。另外,吉野家客服人员表示,涉事门店系安徽地区门店,由上海吉野家总部负责。可见,吉野家品牌在中国市场是由不同的运营团队在负责,不过,负面问题牵扯到的是整个品牌,这也折射出品牌在授权管理等方面的漏洞。

由不同主体运营

快餐品牌吉野家因食安问题被推上热搜。11月29日,#吉野家使用发臭肉沫#话题登上热搜,截至20点50分,该话题的阅读量已经达到6449万。

根据曝光视频显示,吉野家一门店后厨中存在使用过期的白菜、菠菜,制作麻婆豆腐的原料肉沫已经变臭发酸等问题。此外,成品肉类保存并不符合吉野家的制作标准、

油类没有检测标准、旧油添加新油会继续使用、不配戴手套抓取食材等食品安全隐患均被曝光。

事件发酵后,由北京吉野家快餐有限公司(以下简称“北京吉野家”)认证的吉野家官方微博发布情况说明,称“本次视频中的吉野家餐厅并不在我司运营范围内”,吉野家在中国市场分属不同的运营公司,北京、天津、河北、河南、内蒙、东北三省的吉野家由合兴餐饮集团运营。不过对于该事件,合兴餐饮集团目前已成立自查工作组,将在合兴餐饮集团运营的吉野家餐厅开展自查自纠工作。

从上述的情况说明来看,出现食安问题的门店并非由合兴餐饮集团运营。根据资料显示,目前,吉野家在全球共有约3000多家店,其中本国2000多家门店,海外1000多家门店,中国大概占了海外门店的60%左右。在中国市场,“吉野家”品牌由总部位于中国香港的合兴集团控股有限公司(以下简称“合兴集团”)和日本吉野家总部经营。除合兴集团以外,其他区域的门店则分别归日本吉野家总部的分公司管理。

随后,北京商报记者拨打了吉野家公



吉野家品牌在中国市场是由不同的运营团队负责。

众号中的客服电话,相关客服人员在电话中表示,涉事门店为安徽地区门店,不清楚具体是哪家门店,北京总部负责的是京津冀与东北三省地区等的门店,涉事门店不在其公司负责范围内,并表示会做出相应的预警。

而关于涉事门店的运营方,上述人员表示,合肥、杭州等门店应该是由上海吉野家总部负责,并不清楚上海吉野家总部的公司全称、联系方式与官网地址等相关信息。

随后,北京商报记者从天眼查中查询并联系了吉野家(安徽)餐饮有限公司的电话,

但无人接听。

多品牌现食安问题

事实上,今年以来,餐饮行业食安问题频发,其中不乏胖哥俩肉蟹煲、华莱士、杨国福麻辣烫、奈雪的茶等具有一定门店规模的连锁品牌,引发社会各界关注。之后市场监管总局对上述品牌分别采取了整改、立案、罚款等系列措施。

同时,11月26日,北京市消费者协会(以下简称“北京消协”)还发布了关于北京市、区市

市场监管局近期在全市范围内对连锁餐厅、“网红”餐厅、美食城等餐饮企业展开的食品安全大检查情况的通报整理。据开展食品安全大检查以来发布的通报统计,华莱士出现问题的门店数量最多,共19家,杨国福麻辣烫14家存在食安问题,老诚一锅、张亮麻辣烫均有10家门店存在问题。另外,老家肉饼、蜜雪冰城与金凤成祥等品牌都存在食安问题。

从通报看来,涉事品牌包括正餐、快餐、茶饮、烘焙等多种品类,无论是连锁品牌还是个体单店,均存在企业制度执行不到位、加工操作行为不规范、后厨加工区卫生状况差等问题。

须规范授权管理

食安可谓是品牌发展的基础,一旦出现负面问题,将对企业造成较大的负面影响。无论品牌规模如何,食品安全都是其发展的基石,不可有一刻松懈。有分析指出,食安问题应长期受到高度重视,加强监管力度不失为一种有效方式。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,从目前看来,吉野家中国并非一家特许经营商在经营,因此品牌整体的管理与运营存在一定的问题。中国市场经济竞争持续加剧,此次事件对吉野家这个品牌带来了一定的负面影响。

从吉野家一事可以看到,一个品牌无论是单方运营还是多方运营,当品牌出现问题,牵扯的是整个品牌的形象。品牌营销专家李兴敏认为,当品牌出现问题的时候,需要对负责品牌经营的公司进行统筹。对于吉野家而言,还需严格授权供应链与平台管理,从而营造良好的市场氛围。

北京商报记者 赵述评 张天元/文并摄

北京文化产权交易中心挂牌项目

北京文化产权交易中心是以国有文化产权交易为基础,集各类文化资产交易、权益流转和房屋租赁服务于一体的全国文化要素市场,同时也是集合各类文化金融创新服务的综合性平台。欲了解更多信息,请登录北文中心官方网站<http://www.bcee.cc>,或联系北文中心刘女士,010-87537625。

项目编号:GBJ20210027

项目名称:北京市创新工场尚巴文化发展有限公司35%股权

挂牌价格:378.96万元

项目简介:挂牌标的为北京市文化创新工场投资管理有限公司拥有的北京市创新工场尚巴文化发展有限公司35%股权。

广告



开启数字新生活

2021年度(第十七届)北京十大商业品牌

投票开启

指导单位 北京市商务局

主办机构 北京市商业联合会 北京日报报业集团

承办机构 北京商报社

特别支持机构 中国商业联合会 中国经济传媒协会



扫码报名



扫码投票



扫码关注