

# 加盟店食安“翻车” 7-11欲速不达

## 食安问题遭曝光

“这个桶不刷吗”，当卧底记者问及存放饭勺的储物桶是否需要清理时，7-11亮马桥店内工作人员回应“现在没时间啊”。这个桶的底部遍布脏污。

不仅如此，关东煮的食材被放置在垃圾桶上、餐盒与杂物混放、超期的热饮换签后继续销售……这些存在食安风险的情况，均发生在上述7-11便利店内。

以“关东煮的食材被放置在垃圾桶上”这一行为为例，便与食品安全相关规定相悖。根据《食品安全法》第二十七条中提及，具有合理的设备布局和工艺流程，防止待加工食品与直接入口食品、原料与成品交叉污染，避免食品接触有毒物、不洁物。

对于曝光的食安问题，7-11公司通过微信公众号公开回应，该店铺确实存在违规问题，未按照7-11的运营操作标准执行，该店目前已停业并开始整改。

而上述事件并非个例，7-11便利店早已面临口碑危机。同一天，北京商报记者从通州区市场监管局了解到，有媒体反映柒一拾壹（北京）有限公司通州新华联家园店（7-11便利店）涉嫌销售过期食品。得知相关信息后，通州区市场监管局对涉事门店开展调查，目前该店已经停业并被立案调查。

当天，通州区市场监管局约谈了柒一拾壹（北京）有限公司的相关负责人，责令其对涉事门店进行严肃处理的同时，要求组织通州区所有门店开展自查，强化内部管理，制定整改措施并督促各门店整改落实到位，并对所有的13家门店进行全覆盖检查，截至记者发稿，检查行动仍在进行中。

北京商报记者在大众点评等平台上看到，有不少消费者都在吐槽7-11门店，其中卫生问题、店员态度不好的吐槽屡见不鲜。之前7-11在其他城市的门店也曾因卫生问题被媒体曝光。例如，福州电视台报道消费

以加盟模式发家的7-11便利店，也许不会预料到有一天会被加盟店推上黑榜热搜。

3月15日，有媒体报道称，在7-11亮马桥店卧底时发现，店内上架13天的超期热饮换签后继续售卖，装有关东煮食材的容器被放置在垃圾桶上……7-11便利店相关负责人在接受北京商报记者采访时表示，上述问题门店为加盟店。加盟店存食安问题，折射出7-11内部对加盟店监管存漏洞。

在中国本土便利店崛起之下，便利店标杆7-11门店已陷入增长瓶颈，如今食安问题又将其推下神坛，留给7-11的还有多少时间？

### 便利店购买行为

32次/年 14元/次 2个产品/次

### 便利店早餐场景

消费者主要是新白领 计划购买占早餐场景的53%

数据来源：中国连锁经营协会

### 便利店增长路径启示

- 1 把握下沉机会，基于区域生活方式和需求不同，打造更加近场化有温度的品牌体验
- 2 通过数字化工具链接产品和服务，根据不同场景实现人群运营，创造新的增量机会
- 3 数字化赋能下，将便利店作为和消费者沟通的媒体场域，和消费者进行深度连接

者林先生在福州某便利店购买了一份关东煮，吃完后发现里面有虫子。另外，深圳罗湖一家7-11便利店曾被消费者视频爆料热柜中有老鼠乱窜。

## 疯狂加盟留“隐疾”

分析人士指出，7-11便利店食安问题频发，是其疯狂加盟留下的“隐疾”。在接受北京商报记者采访时，7-11便利店相关负责人也表示，上述问题门店为加盟店。

7-11便利店的快速成长与加盟模式羁绊颇深。据了解，7-11于2004年进入北京市场，2012年，北京7-11先后放开了委托加盟和特许加盟，委托加盟是将部分直营店转化为加盟店，特许加盟则是实现门店扩张，两者均为7-11低成本运营奠定了基础。

近两年来，跟随市场脚步，7-11也在布局下沉市场。2020年5月，7-11相继在湖南、河南开出首店。此前，7-11相关负责人也曾提到，2022年，该品牌便利店在长沙开店总数将达100家。其中，加盟模式功不可没。

不过，加盟方式对应的不仅仅是拓展速度快，还有相对直营店的管理松懈，各个行业因加盟店违规操作而使品牌受损的案例层出不穷，未来这方面也或成为需研究对策的板块。

加盟店也成为食品安全问题重灾区。此前，小龙坎因加盟店制售2吨地沟油登上微博热搜。同时，该品牌另一加盟店后厨也出现诸多食安隐患。此外，在2020年央视“3·15”晚会中，知名餐企汉堡王在南昌市的加盟店因出现使用过期食品、擅自修改食品原料有效期等问题被立案调查。

加盟的背后，7-11需要找到经济利益与食品安全、人员管理的平衡难点。国家高级食品检验师王思露表示，对于加盟店存在的食安问题，企业应该培养试点门店，以此制定奖惩机制，同时，相关部门要加大问题后的惩罚力度，降低食安事件的发生概率。市场主体提升食安监管设备的智能化水平，还要增加抽检的概率，为食品安全把关。

## 本土便利店崛起

一手把社区商业政策东风，一手搭便利店发展风口，7-11成长于便利店空窗期。而当下，便利店的蓝海于7-11而言或许泛着苦涩。

2020年7月，商务部发布《关于推动便利店的品牌化和连锁化三年行动的通知》，提出力争到2022年，全国品牌连锁便利店的门店总量达到30万家。或受大环境的影响，不少品牌开始密集布局社区便利店业态。

随着便利蜂、好邻居等本土便利店纷纷崛起，外资便利店的优势不再凸显。去年，中国连锁经营协会发布了以门店数量为评判标准的“2021便利店TOP100”榜单。上榜企业中，门店数超过1000家的，达到24家。其中，中石化易捷便利店长期居首，截至2020年12月31日，其门店数为27600个，紧随其后的二三名，分别是东莞美宜佳和中石油旗下昆仑好客。明显的变化发生在“日资便利店三巨头”的排位顺序上。罗森便利在2021年的榜单上排名第五，门店数3256个，首次超过了全家便利的2967家，7-11的门店数则为2387家。

在电商、社区市场竞争中，便利店转型需要提上日程。北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳指出，便利店不仅是传统的零售场所，更应该成长为消费者云服务的终端，即承载社区商业的各类服务，呈现的一个特点就是零距离云服务。便利店需要与更多生活服务业对接，再利用连锁体系扩展能力，这是便利店未来发展的根本趋势。

北京商报记者 王维祯

## 网络乱象止不住 督导组进驻豆瓣

2021年12月至今，豆瓣一直处在风口浪尖上。3月15日，国家网信办宣布，针对当前豆瓣网存在的严重网络乱象，已指导北京市互联网信息办公室派出工作督导组，进驻豆瓣网督促整改。这距离国家网信办约谈豆瓣并依法予以150万元罚款、对豆瓣App进行下架处理一事才3个月。

作为一家老牌互联网平台，豆瓣是小众网站的代表，以书籍、影视内容分享、评分为主要业务，不过在内容审核和用户个人信息收集上，这家网站屡被点名。根据国家网信办披露的数据，2021年1-11月，国家网信办指导北京市互联网信息办公室对豆瓣网共实施了20次处罚，多次予以顶格50万元罚款，累计罚款900万元。

### 存在严重网络乱象

针对当前豆瓣网存在的严重网络乱象，3月15日，国家互联网信息办公室指导北京市互联网信息办公室派出工作督导组，进驻豆瓣网督促整改。

截至北京商报记者发稿，豆瓣网暂未作出回应，但网信部门派出工作督导组进驻豆瓣网的话题已登上热搜，阅读次数超过5608万次，讨论次数7462次。在相关话题下的留言中，大多用户对于督导组的进驻表示支持，其中一位网友直言：“其实最重要的是管管后面的产业链。”

北京商报记者登录豆瓣网发现，其官网账号豆■■最近一次更新在3月11日，披露了《关于开展违法和不良信息专项整治行动的公告》，公告称，为落实企业主体责任，严格贯彻执行《网络安全法》《网络信息内容生态治理规定》及豆瓣《社区指导原则》，豆瓣已开展违法和不良信息专项整治行动，持续对站内存在的违法和不良信息及账号进行整治。

近两周（2022年2月25日-3月10日），豆瓣对发布各类违法和不良信息的一批账号进行了关闭账号、禁言等处置，包括Mour桐等63个账号。

这和2021年12月，国家网信办负责人约谈豆瓣网主要负责人、总编辑，针对近期豆瓣网及其账号屡次出现法律、法规禁止发布或者传输的信息，情节严重，依法责令其立即整改，严肃处理相关责任人时，豆瓣的表态基本一致。

### 一年被处罚20次

事实上，约谈相关负责人只是2021年12月这次处罚的一部分。

根据国家网信办当时的信息，北京市互联网信息办公室对豆瓣网运营主体北京豆网科技有限公司依法予以共计150万元罚款的行政处罚。2021年1-11月，国家互联网信息办公室指导北京市互联网信息办公室对豆瓣网共实施20次处罚，其中多次予以顶格50万元罚款，共累计罚款900万元。也就是说，截至2021年12月，豆瓣网一年内已被罚款超

过1000万元。

当时，豆瓣发布公告称：“根据有关部门的整改要求，豆瓣从2021年12月2日0时-2021年12月17日0时期间，暂停‘小组’回复功能的使用，并暂停‘精选’频道的内容更新”。

宣布上述整治措施后一周，豆瓣又因存在超范围收集个人信息的问题，且未按照要求完成整改，被依法要求下架。根据七麦数据，豆瓣iOS版本在2022年1月19日恢复更新，其小组话题升级为小组内容征集活动。目前北京商报记者在苹果应用商店和部分安卓应用商店可搜索到豆瓣App，用户可正常下载使用。

### 平台治理问题仍需解决

作为创立于2005年的老牌社区，豆瓣自打上线就有明确的定位，以书影音起家，提供关于书籍、电影、音乐等作品的信息，无论描述还是评论都由用户提供。根据艾媒北极星数据，豆瓣和微博、百度贴吧、知乎等被归类为网络社区，2021年12月，豆瓣月活用户588.3万，在该行业排名第十，微博、百度贴吧、知乎位列前三，月活用户分别是3.1亿、4480.3万、3093万。

谈到豆瓣为何多次因内容审核问题被处罚，比达咨询分析师李锦清认为，“豆瓣是UGC（用户生成内容）模式的社区，体量不大不小，但活跃用户的黏性不小，这对平衡内容审核和用户体验提出了挑战。加上豆瓣用户评论的内容有关书籍、影视，对‘饭圈’有天然的吸引力，在国家相关部门对主流社区平台严管的背景下，一些不良的‘饭圈’行为有可能向豆瓣转移，面对流量和内容治理，豆瓣需要认清主次”。北京商报记者 魏蔚

## 亿元罚单“掀开”邓伦商业版图

北京商报讯（记者 郑蕊 吴其芸）曾拍摄《香蜜沉沉烬如霜》《欢乐颂2》等众多影视作品的演员邓伦，因偷漏税被监管部门处罚。3月15日，上海市税务局通过官网公布邓伦偷逃税案件情况，并对邓伦追缴税款、加收滞纳金并处罚款，共计1.06亿元。消息一出，众人在关注邓伦偷逃税一事细节的同时，也让邓伦背后的商业版图渐渐浮出水面。

经查，邓伦在2019-2020年期间，通过虚构业务转换收入性质进行虚假申报，偷逃个人所得税4765.82万元，其他少缴个人所得税1399.32万元。在税务检查过程中，邓伦积极配合检查并主动补缴税款4455.03万元，同时主动报告税务机关尚未掌握的涉税违法行为。综合考虑，上海市税务局第四稽查局对邓伦追缴税款、加收滞纳金并处罚款，共计1.06亿元。

邓伦致歉表示“在配合这次税务部门检查的过程中，我已深刻自省，深刻认识到自己的错误，我接受税务机关的一切决定，我愿意承担相关一切责任及后果，并且一如既往地积极努力工作”。

公开资料显示，邓伦2012年出演个人首部电视剧《花非花雾非雾》，随后出演了《白鹿原》《香蜜沉沉烬如霜》《欢乐颂2》等知名影视作品。

在北京大学文化产业研究院副院长陈少峰看来，该事件是对明星整顿过程中的组成部分，可能会促使明星主动补缴税收，而这种偷逃税的行为则会对明星群体产生一定的负面影响，整个社会对明星群体的不信任感可能会增强；现在的监管首先会规范纳税的行为，加上大数据在监控，本身已经取得了比较大的成效。同时，监管也要把明星和支付明星报酬的公司的诚信结合起来，如果出现相关问题，公司也应该受到惩罚，而不仅仅是明星个人，这样两个部分结合在一起也可能会取得更好的成效”。陈少峰说道。

追缴并罚1.06亿元的数字令人们好奇邓伦究竟将事业版图做得有多大。北京商报记者发

现，如今邓伦早已不限于影视圈，已在餐饮等领域进行布局，同时商业代言也覆盖了奢侈品、食品、生活用品等多个领域。

据天眼查App显示，邓伦名下共有两家公司，分别为邓伦（上海）影视文化工作室和舟山邓伦影视文化工作室，成立日期则分别为2016年和2018年。目前，以上两家公司均处于存续状态，且为邓伦100%持股。

另据公开资料显示，正将市场铺向全国更多领域，预计2024年在全球布局1000+门店的火锅品牌“火灶火锅”，也与邓伦有着密不可分的联系。尽管在天眼查App上火灶火锅关联公司与邓伦并无直接关联，但在火灶火锅的官网介绍上，则明确注明了“公司由‘火灶火锅’创始人郭家熙先生和明星邓伦先生共同创立”，同时在品牌宣传上也不乏邓伦的形象图片与介绍，打造出了明星店的招牌。

而在商业代言上，邓伦通过多年的发展也收获颇丰，不仅在奢侈品领域中有宝格丽官宣邓伦为中国区品牌代言人；在与大众距离更近的食品、生活用品、高科技家电领域，包括君乐宝、清扬、久久丫、云米在内的品牌同样也与邓伦存在代言关系。

然而，此时邓伦的商业版图已随着此次事件而产生了裂缝。就在事件发生后不久，云米便发布声明称：“决定即日起终止与邓伦先生的合作关系”。

“除了税务方面，近年来文娱领域在艺人艺德、薪酬制定、公司经营、盗版侵权等多方面均加强监管，证明了相关监管部门净化并整治文娱行业的信心。”电视评论人孙禹认为，这对于整个市场而言是一件好事；此前文娱行业发展虽快，但漏洞与弊端的出现也成为侵害行业良性发展的一颗颗蛀牙，如果不及时拔除，会使整个市场向着不健康的方向发展，过往的快速发展也容易成为昙花一现，因此只有拨乱反正，恢复正常发展秩序，才能真正推动文娱行业迈上新一阶段”。