

必胜客被曝食安问题 餐企内控不严怎么破

餐饮食安问题再度冲上风口浪尖。7月20日，必胜客北京两家门店被曝出篡改有效期标签、烹炸用油长期不更换等食安问题，目前已对涉事门店进行闭店调查。近几年来餐饮食安问题频现，例如胖哥俩肉蟹煲把死蟹当作活蟹卖、曼玲粥店店员涮拖把和洗锅共用一水池等，不仅有中小微商家，也不乏大型连锁企业。这背后折射出的是餐饮企业在监管、安全意识等方面的漏洞。



必胜客中国官方微博截图
22-7-20 09:22 发布于 上海
关于媒体报道的北京必胜客和谐广场店和魏公村店的相关问题，我公司高度重视，已立即对上述两家餐厅进行闭店调查。感谢社会对我们的监督。

2021年7月	2021年8月	2021年11月	2022年6月	2022年7月
华莱士被曝出产品落地后直接重新炸制、油烟机清洗剂直接滴进锅内等	胖哥俩肉蟹煲被曝使用过期食材	吉野家被曝出使用发臭肉沫	三米粥铺和曼玲粥店被曝出店员用嘴尝粥后，把尝粥的勺子放回粥里搅拌等	必胜客中国被曝出过期食品原材料更换标签、烹炸油长期不更换等问题

因食安上热搜

7月20日，#记者卧底必胜客后厨#冲上热搜，截至当日16时，该话题阅读次数达1.8亿，引发广泛关注。根据曝光视频，上述涉事门店存在餐厅管理人员篡改有效期标签、食材不按时废弃、烹炸用油长期不更换等食安问题。

对此，必胜客中国针对食安问题作出回应。必胜客中国表示，关于媒体报道的北京必胜客和谐广场店和魏公村店的相关问题，该公司高度重视，已立即对上述两家餐厅进行闭店调查。

对于上述情况，上述门店所对应的区市场监管局进行了检查。北京商报记者了解到，丰台区市场监管局对北京必胜客和谐广场店进行检查时，发现其后厨冷冻库中存放有过期法式吐司面包片1袋，另外检查发现其洗消间脏乱、存有大量待清洗的餐具、地

面油腻湿滑，食品库房中还存放有非食品和个人衣物等问题。

同时，海淀区市场监管局也对另一涉事门店在线系统进行了检查，查看了废油管理和原材料损耗管理情况，并对食品原材料保质期和相应进销存记录、冷链产品的出入库记录进行了检查。此外，丰台区和海淀区市场监管局均现场委托第三方机构对后厨发现的原料进行了检测。目前，两家涉事门店均被立案查处。当天，海淀区市场监管局部署对辖区内45家必胜客门店同步进行全覆盖检查，后续将对检查中发现的问题严格依法依规进行处理。

多品牌踩红线

随着餐饮市场的高速发展，食安问题一度被推向风口浪尖。根据北京消协7月16日发布的名单公示，自今年2月以来，鱼你在一起、田老师红烧肉、味多美、杨国福麻辣烫分别有

8家、7家、6家、5家门店存在食安问题。火炉火、马路边边串香、华莱士等各4家门店存在食安问题。另外，好嫂子、巴黎贝甜、沪上阿姨等各3家门店存在食安问题，茶百道、金手勺、张亮麻辣烫等各2家门店存在食安问题。

从具体的食安事件和涉事品牌来看，主要包括原材料使用规范、人员管理等方面，涉及品类包括正餐、快餐、饮品等。例如，今年6月，网红粥店三米粥铺和曼玲粥店均被曝出存在食安问题，其中就包括食材隔夜加热使用，店员用煮粥勺直接测试试品是否熟透、徒手抓青菜、涮拖把和洗锅共用一水池等。去年11月，吉野家一门店被曝出使用过期食材、旧油添新油继续用、不佩戴手套抓取食材等。时间再向前推，胖哥俩肉蟹煲把死蟹当作活蟹卖；杨国福把新鲜和隔夜食材混放，在洗菜池洗鞋；华莱士工作人员未戴口罩手套制作产品，油烟机清洗剂直接滴进锅内等。

在业内人士看来，食品安全频发与餐饮行业质量内控体系执行不到位有关，虽然企业在食品安全方面都制定出严格的规章制度，但是在管理监督、考核、处罚等方面存在太多漏洞。质量与速度、扩张与员工培训、产业的火爆与食品安全等矛盾已经成为中国餐饮行业的通病，也是制约整个中国餐饮行业进一步升级以及创新的重要问题。

从根源上遏制

餐饮行业食安问题频发意味着企业疏忽了该方面的管理和完善。对于餐饮企业而言，食安是企业的红线，一旦存在食安漏洞，也许品牌的声誉或者发展就毁于一旦，保证食品安全是基本。

在北京工商大学商业经济研究所所长、中国食品(农产品)安全电商研究院院长洪涛看来，餐饮企业在食品安全问题上不能有丝毫懈怠，否则将会为企业带来声誉等损失。对

于必胜客中国而言，未来还需更加严格监管生产中的各个环节。对于整个餐饮行业来讲，餐饮企业需要严格遵守有关食品安全的各项规定，并一以贯之。

资深连锁产业专家王志宏指出，对于必胜客中国暴露出的食安问题，一方面，其总部需要仔细调查此次事件，并向消费者进行良好的说明。另一方面，必胜客中国需要对此事进行复盘，思考如何完善整个食品安全体系的管理，避免后续出现类似问题。

王志宏表示，餐饮市场食安问题频出，企业应该对此高度重视，除强化食品安全管理外，社会大众与有关部门等也要对此进行监督。同时，餐饮企业需要从理念认知、管理机制、监管手段等方面入手，提高食品安全管理水平，来尽可能避免食品安全问题的发生。

北京商报记者 郭缤璐 张天元 文 黄欣悦 摄
图片来源：必胜客中国官方微博截图、丰台区市场监管微博截图

Market focus

网易严选这次选了宠物

这次，网易严选盯上了“铲屎官”的钱包。近日，北京商报记者发现，网易严选在App C位上上线了“猫咖”社区，替代了内容分享社区“选巷”，可见以种草社交互动用户活跃并不容易。但规模可观的宠物市场，不乏线上线下各类竞争者。靠着分享猫猫狗狗的内容，网易严选能再次抓稳消费者吗？

瞄准萌宠赛道

宠物电商赛道又迎来入局者。近日，北京商报记者发现，网易严选在App中上线了“猫咖”社区，将其放在了首页的一级入口，而原来的用户生活分享社区“选巷”被移至个人中心页面。不仅如此，在新用户的主界面上，细分频道“宠物生活”旁还设置了“猫咖基地”入口。

有意思的是，网易严选宠物板块的设计架构和母婴社交电商有点类似。有猫的“铲屎官”和“云撸猫”爱好者可以在“猫咖”分享宠物的生活动态，并进行点赞、评论等互动，用户还能为猫猫建立档案。除了强化用户交互和黏性，网易严选也有意延伸宠物服务链，上线了在线问诊、宠物商品等入口来寻找盈利增量。

据网易严选相关负责人透露，目前“猫咖”已累计服务数百万宠物用户，日活跃用户数量在线峰值已经超过了30万。“我们将引入狗狗品类，升级为‘宠咖’。”

显而易见，网易严选期望能在“猫咖”中打造一个“一站式养宠”的服务平台。一组网易的财报显示，2021年，网易严选全渠道用户同比增长超80%。

遇阻社交种草

当“猫咖”被众星捧月时，另一面，被冷落的“选巷”也一定程度上反映出网易严选在社交种草上遭遇不顺。北京商报记者注意到，官方在“选巷”中会不定期组织活动，但用户的参与度依然有限。最近发起的种草和有奖招募活动围观人数均未超过1000人，其中“成为严选行家”活动页面更是显示为0人围观。

资料显示，“选巷”功能上线于2021年6月。该社区功能定位为“一起分享不同，发现更多生活选项”。

“电商在平台内嫁接内容种草板块屡战屡败，究其原因还是电商平台的购物基因和种草社区的社交属性相悖。大家到电商平台是来购物而不是聊天的。”电商分析师鲁振旺表示。

对于网易严选的转向，北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳认为，跟普通内容社区的用户不一样，养宠人群的黏性天然较高。相比普通的产品，因为宠物的陪伴性和与人之间的情感联结，宠物产品的内容分享平台或许更容易获得稳定流量。

网易严选相关负责人向北京商报记者



介绍称，平台曾在全国范围举办了“严选猫粮代言”海选，共选出30位明星猫猫上严选猫粮封面，其中排名第一的猫猫有2.6万投票。“通过这种用户共创的方式，不仅增强了用户对品牌的认知，也调动了用户对品牌的信任和喜爱。”该相关负责人表示。

新业务会受宠吗

根据派读宠物发布的《2021年中国宠物行业白皮书》，2021年，宠物犬猫市场规模2490亿元，同比增长超20%。中国城镇家庭养育宠物猫的数量已达到5806万只，犬的数量为5429万只。

不过，千亿级别的市场规模却未必能

给人局带来“稳稳的幸福”。

“宠物垂直电商难做，有部分是消费者会倾向于更有资源的综合类电商平台。”赖阳指出。根据今年“6·18”的数据，京东宠物大促当天前4小时成交额超去年全天，且成交额破千万品牌数量同比增长5倍。消费者郭女士向北京商报记者坦言：“我几乎都是在淘宝和京东上购买猫粮，对宠物垂直电商了解不多。”

留给网易严选的时间似乎不多了。电商巨头正在纷纷完善宠物赛道的相关配套服务。淘宝天猫联合菜鸟驿站提供猫粮、猫砂等重货商品配送上门服务，京东也在去年10月宣布推出“宠物医疗卡”，为宠物看病实现医保报销。

事实上，早年间入局的垂直电商并未像预想得那样顺风顺水。2020年上市，被誉为“宠物电商第一股”的波奇宠物，在今年4月收到美国纽交所信函，面临退市可能。根据波奇宠物在6月发布的财报，2022财年，波奇宠物全年净亏损为人民币1.33亿元，虽然同比收窄31.3%，但仍未实现盈利。

随着市场发展，不合规的现象也逐渐增多。今年4月，有50余年发展史的“信元发育宝”曝出问题，导致超过300只猫咪死亡。北京商报记者走访线下的宠物店时也注意到，摆放在货架上的宠粮也以进口品牌为主。店主告诉记者：“近几年会有一些新的国内品牌涌现，但消费者可能也有一些顾虑，购买量并不是很多”。

赖阳建议，宠物电商内容板块的运营重心应该放在跟消费者互动，而不是直接引流变现。“通过与消费者的沟通交流，增强社区的情感浓度。平台不仅仅是卖东西，更多的是要成为‘爱好者的俱乐部’。”

不过，作为ODM模式起家的电商平台，网易严选在宠物产品服务布局上还有待完善。目前，平台所售产品仍以宠物食品为主。其负责人表示，在未来可能会尝试与一些线下本地的宠物机构进行合作，但目前仍以宠物食品和宠物用品为主。

眼下，集中一点可能比全面铺开更为重要。布局全品类的电商平台和在单一赛道中做品牌的思维很不一样，网易严选需要明确自己的战略定位，不要“眉毛胡子一把抓”，最后可能哪边都不讨好。“零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅说道。

北京商报记者 何倩实 实习生 乔心怡 文并摄