



暑期已至,作为深受年轻人追捧的奶茶,迎来销售旺季。但上海市市场监管部门今年上半年对1点点、茶百道、7分甜、都可(coco)、熊姬等多个品牌奶茶店突击检查发现,食品标签不明确、冰箱内食物不加盖、操作区卫生不达标、物品与食品混放等现象普遍存在,引发社会关注。而作为“全球茶饮第一股”的“奈雪的茶”在港交所上市仅1个月,就爆出食品安全丑闻。

8月2日晚间,新华社刊文称,近日记者通过随机应聘,“卧底”网红奶茶店“奈雪的茶”,发现其在北京的多家分店也存在蟑螂乱爬、水果腐烂、抹布不洗、标签不实等问题。

3日凌晨,“奈雪的茶”在其官方微博向公众致歉。当天,北京市西城区行业主管部门责令该企业停业整改,并立案调查,严肃查处。



部门工作人员在店内检查

网红奶茶店 岂能脏又乱



“奈雪的茶”北京西单大悦城店后厨水果堆放处

记者卧底“奈雪的茶”打工,曝光北京两家分店蟑螂乱爬、水果腐烂等问题;“奈雪的茶”官微凌晨向公众致歉;相关部门已责令企业停业整改,并立案调查

暗访

蟑螂四处爬 店员称“不用管”

前不久,记者应聘进入“奈雪的茶”北京西单大悦城店,成为一名实习茶饮师,负责面包区“上包”工作,即把后厨做好的面包从货架摆放到橱窗,并帮助顾客选购面包。

上岗当天,记者看见一只指甲盖大小的蟑螂,从面包展柜底部爬向面

包制作间。记者马上报告同组值班店员,但得到“没事,不用管它”的答复。

“水吧和面包房有蟑螂”在许多店员看来十分“正常”。入职第二天,一些店员告诉记者,虽然店里要求很高,但“忙起来就顾不上那么多了”。

腐烂水果继续用 产品标签随意换

在“奈雪的茶”北京长安商场店,一些发黑的芒果摆放在后厨的桌子上,员工被提醒要去掉“黑色”部分继续使用,“不要浪费,稍处理一下即可”。

记者看到,一些标签纸等杂物不小心掉进芒果泥里,杂物被挑拣出来后,芒果泥继续使用。

一款“软欧包魔法棒”系列产品,按要求应在4小时内售完,但一些员工会将未售完的产品更改时间

标签再卖。奈雪饮品“霸气柠檬柑”保质期只有一天,但在“奈雪的茶”北京西单大悦城店,生产标签为手工输入。因操作失误,出现过工作人员错将当天该品生产日期打成前一天的情况。直到晚上闭店时,店长才发现。工作人员在群中私下处理了此事,相关情况并未对消费者公示,也未采取任何补救措施。

不戴手套操作 抹布不洗不换

记者在工作中看到,员工用同一个手套,同时处理不同的食物,且几乎从不更换。遇到客流高峰期,店长等其他工作人员会直接到后厨上手操作,很多时候不戴手套直接处理食材。

《中华人民共和国食品安全法》规定:“餐具、饮具和盛放直接入口食品的容器,使用前应当洗净、消毒,炊具、用具用后应当洗净,保持清洁。”

记者在被安排“擦盘子”期间,多次询问店员一块抹布擦几十个盘子是否需清洗抹布,得到“完全不

用”的答复。奶茶店要求擦拭桌面的毛巾4小时必须更换,每次更换后要打上时间标签。但记者在面包展区仅2天,就遇到了2次没有及时更换的情况。

暗访现场,记者看到,不少员工直接踩着清洗食材的桌面,从较高橱柜中取食材,且未做任何清洁处理。

但每次上级来检查时,店员们就会临时整理地面卫生,对平日较为繁杂的后厨进行系统清理,紧急清洗各种机器。



北京行业主管部门赶赴现场进行检查

专家 奶茶店遍地 卫生成共性问题

“奈雪的茶”并非个案。北京市市场监管局此前在突击检查中发现,部分茶饮店使用过期、不新鲜或“三无”物料等问题,并责令其整改。

今年6月,南京市玄武区市场监管局公布的专项抽检结果显示,喜茶在微生物、糖类方面存在风险。而在2018年、2019年喜茶也均出现喝出“异物”等问题。

为严查严管各种网红

奶茶店不合格现象,国家市场监管总局在2018年6月12日发布《关于加强现制现售奶茶果蔬汁监督管理的通知》,提出了对网红饮品的具体管理、监督要求。

中国农业大学食品学院副教授朱毅认为,奶茶店遍地,同质化严重,竞争激烈加上原材料涨价,同时外卖形态占比增加,不少消费者并没机会看实体店店面,这就造成了店家

忙于挣钱,疏于管理,应付监管,卫生成了共性问题。

“如果只顾追求新奇营销和利润获取,而不能保证食品安全,终将无法经受时间的考验。”中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江认为,奶茶经营者除了打造“IP”,应更多把精力和成本花在产品质量把关上,为消费者提供安全放心的产品,才能越走越远。

部门 约谈企业负责人 严肃查处

3日凌晨,奈雪的茶在其官方微博回应新华社相关报道,表示公司第一时间成立了专项工作组,对涉事门店连夜展开彻查、整改,并向公众致歉。

奈雪称,目前最重要的是快速找到问题、制定解决方案、迅速整改。本次整改行动由奈雪的茶华北区总经理彭大诚负责。涉事的两家门店将暂停营业,同时会邀请市场监督

管理局上门检查,并第一时间向大家公布检查结果。

3日上午,北京西城区行业主管部门赶赴现场进行检查,责令企业停业整改,并立案调查,严肃查处。西城区政府主管领导、西城区市场监管局对“奈雪的茶”企业负责人及所在商场负责人进行约谈。

约谈会要求相关企业要认真履行食品安全主体

责任,从认识上找差距、从制度上找漏洞、从执行上找问题,针对问题进行整改,要落到实处,要经得起社会监督。当前新冠肺炎疫情形势严峻复杂,要加强疫情防控工作,落实落细各项防控措施。企业表示将高度重视、积极整改,不仅要完善制度,更要抓好落实,加强培训和自查,对食品安全问题做到零容忍。

评论

网红不是“奈雪”们躺赚的资本

“奈雪的茶”也禁不住查! 蟑螂乱爬、水果腐烂、抹布不洗等乱象令人作呕,更让消费者“断崖式”心寒:动辄二三十块一杯茶,就提供这种服务? 作为一家上市公司,经营管理竟如此不堪?

近些年,网红餐饮层出不穷,“奈雪的茶”也是其中之一。网红品牌能红,固然有产品设计上的独到之处,但更重要的在于营销。网红餐饮满足的不仅是消费者的口腹之欲,还包括社交的需求、时尚的表达。或许也正是因此,很多品牌将更多力气都花在了营销和上市上,反倒是在品控上一松再松,“脏出天际”之类丑闻层出不穷。

消费者会用脚投票。网红不是品牌躺赚的资本,特别是对于餐饮企业来说,立足之基永远是食品的卫生与品质。没有了这个核心竞争力,再多的噱头也只是浮云。

可以想见,未来还会有大量品牌涌入市场,互联网传播还会变出更多营销花样,但风头越劲脑子越要清醒、越要尊重消费者。“炮制虽繁必不敢省人工,品味虽贵必不敢减物力”,这副老对联值得所有品牌省思。

——北京日报客户端