

# 星巴克跌落神坛 内部监控何以失灵

□ 孟佳惠

使用过期食材,售卖隔夜糕点,星巴克正在陷入一场信任危机。近日,星巴克两家门店被曝光使用过期原料,连续登上微博热搜,引起网友热议。无独有偶,前不久,被喻为“巧克力劳斯莱斯”的歌帝梵多款冰淇淋产品被检出含有致癌物;2020年,国外环保组织的一份报告显示,在麦当劳、汉堡王等主要快餐店的食品包装中,发现有毒物质PFAS(全氟烷基和多氟烷基物质),可能会对人体健康造成影响。业内人士认为,消费者为上述海外品牌支付的溢价是包括对其的信任分,但“贵价舶来食品”接连翻车,将令消费者对其回归理性。

## 被曝“食安”问题 内部监管“失灵”

抹茶液、可可碎片过期后换上新的保质期标签,原本应该扔掉的隔夜糕点重新上架,擦过垃圾桶的毛巾简单清洗后再擦拭咖啡机……近日,有媒体记者卧底星巴克的两家门店,发现存在大量食品安全违规行为。事件一经爆出,不少网友纷纷表示惊于“30多元一杯的价格还要用过期原料”的行径。12月13日,星巴克表示“深感震惊”,并在深夜再度回应“已确认两家门店确实存在营运操作上的违规行为”。星巴克称,已于第一时间采取了一系列行动,其中包括关闭涉事门店进行调查与整改;中国内地所有星巴克门店立即启动食品安全标准执行情况的全自查;立即组织对所有门店零售伙伴的重新培训,严格落实公司食品安全制度

等六项举措。

事实上,星巴克早已不是第一次出现食品安全问题了。记者了解到,2017年5月,星巴克咖啡烫伤一顾客,美国佛州杜瓦尔县法院判其赔偿10万美元;2018年星巴克被美国加州法院判令在其所售咖啡上贴上致癌提醒。一直以来,星巴克都在官网页面标榜高标准:“以行业最高标准为基础,制定并严格执行星巴克食品安全‘金标准’。确保从源头供应、仓储物流到门店运营,从产品设计、生产制造到员工奉客的每一个环节,为顾客提供安全和高品质的食品和饮品。”

然而,在黑猫投诉平台上,针对星巴克的投诉量约有1200余次。近一个月以来,有消费者投诉称“吃星巴克下午茶拉肚子,客服却置之不理”“喝星巴克咖啡喝出一只苍蝇”等数起针对食品安全的投诉,与此同时,星巴克尚无一受理、回复。

“星巴克一直以来宣传社会责任,如果总是出现这样的现象,真要担心星巴克到底怎么回事了。”盘古智库高级研究员江瀚表示。同时,也有一些业内人士质疑星巴克的商业模式是否出现了问题:“星巴克需要正视的是,如何确保食品安全,搭建平台便于公众监督。监管不到位,星巴克必然一边享受暴利,一边提供劣质食品。”“作为一家跨国企业,不能只想着一味扩张,追求效益最大化,而需要不断检视企业管理中暴露的弊端。”

记者了解到,与以往出现食品安全问题的品牌加盟店不同,星巴克在中国超5300家门店全部为直营店。“直营连锁跟加盟店

锁相比较而言,它的优势就在于可控性强,因为它的制度、框架、运营模式都是统一的。”首都经济贸易大学教授、中国社科院私营企业研究中心研究员蒋泽中表示,除可控性外,直营连锁还有成本低、执行力强、方便员工统一培训等规模优势。

然而在星巴克直营模式优势的内部控制却“失灵”了。按照星巴克的规定,其旗下门店要每天进行食品安全自查,同时管理团队和食品安全团队会定期对各区域门店进行内审。每家门店每年至少接受一次第三方突击检查,20%门店接受第二次飞行检查。

在涉事门店,尽管每半个月就有一次上级检查,然而由于只有一名检查人员,店员有充裕的时间,可以在检查员发现之前处理掉过期食材,或快速换上新的保质期标签。蒋泽中也认为,所谓的“飞行检查”具有周期性,门店在实际经营中其实是有隙可乘的。“从经营管理角度来讲,企业可以考虑采用‘内部顾客’和社会监督的方式加强监管。”

## 市场竞争激烈 “金标准”成笑话

近年来,曾经由星巴克主导的国内连锁咖啡市场,正在快速变化。星巴克的“对手”们先后完成多轮融资,扩充门店数量的同时也威胁着星巴克核心市场。

目前,在国内,包括Man-ner、三顿半等精品咖啡品牌正在兴起。对于当下的90后、00后的年轻白领一族而言,他们在消费时的选择更加丰富,比起迷信星巴克的“品牌溢价”,一杯20元~30元的咖啡,同样也能提供不

错的咖啡体验,吸引他们买单。而从瑞幸到便利蜂,“即买即走”的外卖咖啡,也在性价比上更具有吸引力。

“以前只有星巴克的时候,我觉得30多元钱买一杯咖啡是正常的价格。但是现在,有了10元钱不到的瑞幸咖啡、便利店精品咖啡之后,我才感觉到,星巴克的价格实在是贵了。”一位爱喝咖啡的北京年轻白领吐槽道。

面对激烈的竞争,星巴克开启了扩张步伐。截至2021财年第四季度末,星巴克已经在中国208个城市,开出了5360多家门店,其中2021财年在中国市场新开了654家门店,第四季度开了225家新店。诸如无锡这样的二三线城市也能看到很多星巴克的身影。大步扩张的代价,就是管理上的失控,所以才发生了这次食品安全问题引发的信任危机。

据媒体披露,星巴克对门店的营业额和利润率,有严格的考核。一些门店就以“公司要考核门店的营业额和利润率,如果食材成本花费过高,这些数据会不好看”为由,不惜违法违规,通过损害消费者权益的方式压缩成本。对此,一位咨询行业的高管表示,“仅仅因为‘追求利润率’的目标,就在过期食材上动手脚,实在太打脸自己宣称的‘金标准’。”

## 品牌信任度衰减 消费者更加理性

针对星巴克“过期门”事件,央视曾发文称:星巴克的“震惊”令人震惊,并表示“金标准”不该是标榜出来的,“严格执行”不能流于形式。此类丑闻频发不啻为

对企业品牌力的损害与透支。身为头部企业,有责任在食品安全等问题上起到行业示范作用,而不是用违规之举自己砸自己品牌——再好的金字招牌,都经不起这样的“实力自毁”。

在星巴克事件的网友评价中,“这么贵还用过期货,良心不痛吗”“溢价严重,还整这一出”“请拿出三四十块一杯咖啡该有的质量”等评论均获得数万点赞,可见星巴克的品牌溢价与品质不成正比成为此次事件的矛盾激化点。

“其实这些贵价食品,我个人认为它的价格里是包含了品牌信任度的成分在的,都是一种口碑的传递,但是如果屡次翻车的话,难免会给我们消费者带来冲击,品牌的信任度也在慢慢衰减。”消费者许小姐如是说。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,在中国新生代人口叠加消费升级红利的节点下,国外品牌必然会加大对中国市场投入,“崇洋媚外”是支撑这些海外品牌进入中国的原因之一,但其实市场逐步发现,一些外资品牌运营并不如想象中顺畅,操作并不如想象中规范,制作工艺并不如想象中科学,当大牌滤镜破碎后,消费者对其品牌溢价会变得更理性。

“此次食品安全事件反映出,星巴克的店长责任制本质上是以业绩为导向,对于食品安全管控方面存在缺失。”朱丹蓬指出,星巴克需从管理制度入手,将原有的店经理考核制度进行相应调整,“以食品安全为第一权重,业绩和利润放在后面。只有考核权重发生变化,员工的思维与行为才能随之改变。”

## 加拿大累计新冠确诊病例超过190万例

据加拿大电视台报道,截至当地时间当日下午,加拿大累计新冠确诊病例达1,907,180例,累计死亡30,082例。图为12月21日,在加拿大安大略省多伦多皮尔逊国际机场,戴口罩的入境旅客前往新冠检测站。

新华社发(邹 峥 摄)

海外传真

## 美国议员曼钦“违背承诺” 巨额开支法案遭打击

**本报讯** 12月19日,美国民主党籍参议员曼钦表示,他不会投票支持总统拜登价值1.75万亿美元(约合人民币11.1万亿元)的“重建美好未来”法案(Build Back Better)。对此,白宫表示曼钦的言论与他此前和总统拜登、白宫工作人员的讨论不一致。据《华盛顿邮报》12月20日报道,曼钦在一档电视节目中表示,“我想对这项立法说‘不’。尽管拜登一直就这项法案在做各项工作,但他同时知道我对他的担忧。我认为,我们应该把注意力转向新冠病毒变异毒株奥密克戎,它正在影响我们的生活。”知情人士表示,曼钦本人并没有将他的表态事先通知白宫或民主党高层。

对于曼钦的言论,白宫新闻发言人普萨基回应称,

“参议员曼钦的公开言论,与他和总统、白宫工作人员的讨论不一致。”普萨基指出,曼钦的立场“突然发生了逆转”,并表示这番言论“违反了对总统和对国会参众两院的承诺。”

对于这项法案,美国民主党和共和党有完全不同的意见。民主党员认为该法案具有“历史意义”,因为这将造福美国家庭、为这些家庭提供保障,而共和党议员认为该法案将加剧通胀、增加财政赤字。因此,在没有任何一名共和党参议员支持这项法案的情况下,和拜登同为民主党籍的曼钦的投票是该法案是否能通过的关键。不过,曼钦表示,通过这项法案可能导致通货膨胀率上升等情况出现,“通货膨胀率上升可能会伤害到很多低收入美国人。” (南博一)

## 若采取严格防疫措施 英议员或将发起不信任投票

**本报讯** 近日,英国保守党议员对同为保守党人的首相约翰逊发出警告,称其如果因新冠变异毒株奥密克戎而采取更严格的防疫措施,那么他将遭到不信任投票,届时他或将面临被迫辞职的局面。

俄罗斯卫星通讯社12月20日援引英国《每日电讯报》的报道称,一位保守党议员表示,如果议会就实施更严格的防疫措施进行投票,那么该党许多议员会“投反对票”。由于奥密克戎肆虐英国,目前英国政府正在考虑出台一系列更严格的防疫措施,比如要求民众减少接触、限制酒吧等娱乐场所的营业时间,或是最严格的封锁措施。

这位议员同时表示,如果约翰逊政府坚持推行减少接触等防疫措施,那么保守党议员将致信“保守党普通国会议员委员会”(又称“1922委员会”,Conservative Private Members' Committee),要求该委员会针对约翰逊发起不信任投票。

按照规定,如果保守党内要发起针对约翰逊的不信任投票,至少需要15%,也就是54名保守党议员致信该委员会,届时约翰逊或将面临被迫辞职的局面。目前,该党已有至少12名议员递交了相关信件。

不仅是保守党内部,三分之一的内阁大臣不支持政府的这些防疫措施。财政大臣苏纳克表示,他希望等疫情形势更明确后再更改防疫政策。

(南博一)

## “安倍口罩”不良率达15% 引日本民众不满

**本报讯** 综合日媒相关报道,针对日本前首相安倍晋三执政期间,作为新冠对策发放的“安倍口罩”,目前仍有大量库存问题,12月21日,日本首相岸田文雄表示,在产品检查过程中发现有15%的口罩为不良品。此外,检查口罩的质量等所用费用或超过20亿日元(约合人民币1亿元)。

报道称,21日举行的日本参议院会议中,日本首相岸田文雄对2020年度决算的概要报告进行答辩。针对前首相安倍晋三执政时期,分发的“安倍口罩”问题,岸田文雄表示,“2020年4月~5月,厚生劳动省进行产品检查时,发现7100万个口罩中,约有1100万个口罩,即15%的口罩为不良品。”关于原因,岸田称,“没有制定明确品质标准等的说明书”。

据报道,截至3月,“安倍口罩”尚有8200万的库存,保管费用超6亿日元(约合人民币3400万元),引发日本在野党担忧。另一方面,岸田文雄还表示,口罩的品质等检查费用总计超20亿日元,他强调,将从性价比的角度出发,讨论合适的对策。

此前报道,2020年4月,为应对新冠疫情蔓延,当时的安倍政府决定,给每户家庭和护理机构发放布口罩。安倍还戴着这种窄小的口罩出现在国会,被称为“安倍口罩”。此口罩曾因面积太小、质量堪忧等问题引发争议。

(石 楠)

国际观察

## 品牌光环不是“免死金牌”

□ 陈友敏

食材过期后仍继续用,做成多款畅销饮品售出;主管、店员“言传身教”篡改保质期,有的食材被人“延保”一周;承诺“开封后不过夜”的糕点,却又出现在第二天的货架上……若不是媒体记者卧底调查发现,很难相信这样“触目惊心”的场景会发生在知名品牌星巴克的门店内。事件曝光后,星巴克在其官

方微博账号发布声明承认,江苏无锡的两家门店确实存在营运操作上的违规问题,目前已经闭店调查整改。中国内地所有星巴克门店立即启动食品安全标准执行情况的全自查。

除了星巴克,近年来在国内“翻车”的国际知名品牌不在少数,涉及国民衣食住行方方面面。“衣”有加拿大鹅推出明显低于全球的“中国大陆专供”售后服务条款;“食”有联合利华公司旗下的梦龙冰淇淋被指中外用料不

同;“住”是宜家因生产销售不合格产品屡被处罚;“行”则是有些汽车品牌在全球召回时唯独“遗忘”中国市场……

一次又一次问题的曝光,都在透支着消费者对这些品牌的信任。让人不禁发问,为何国外知名品牌在进入中国市场后却频频“走样”?是对中国消费者合法权益的漠视?还是因为监管缺位?或者是处罚力度不够大,不能让其引以为戒?

纵

观现这些大品牌在国内的“翻车”事件处置流程,无一不是发布道歉声明,涉事门店停业整顿,处罚几十万元人民币。道歉、整顿、罚款后,即可恢复正常运营。待到下一次曝光,再走一遍上述流程。

消费者需要的并不仅仅是一张道歉声明、当前问题的解决措施,而是后续长远的产品品质及服务水平保障。但在足够高额的利润面前,仅仅几十万元的罚款,显然不足以震慑别有用心之人,仍旧会促使他们“铤而走险”。或