

正新鸡排陷“蛆虫门”事件背后—— “万店帝国”的食安危机

5月16日,一则冲上热搜的网传视频中,被掰开的鸡腿里蛆虫肉眼可见,网友纷纷留言表示“好恶心”。正新鸡排再度因食安问题陷入舆论漩涡。

贵州省仁怀市市场监督管理局发布情况通报称,对于网传视频高度重视,经查,该涉事门店证照齐全。该局已对现场同类产品进行封存并送检,将根据检验结果依法查处。

当天,记者尝试联系正新鸡排总部获取事件最新进展,其招商部门工作人员表示此事由品牌部门处理,并记录了记者联系方式承诺转达,截至发稿未能收到回复;其客服部门的工作人员表示不清楚具体情况,但是“听说已经处理结束了”。同日,仁怀市市场监督管理局工作人员告诉记者,后续若有情况更新会在官方渠道发布。

而在正新鸡排“鸡腿生蛆”事件背后,这家由演员黄渤代言、曾坐拥2.5万家门店的小吃“巨头”,门店数量已“腰斩”至约1万家,其“十万门店梦”已经渐行渐远。

多次被爆出 食品安全问题

演员黄渤代言的正新鸡排,已经不是第一次触及食安问题。

2022年10月,北京市房山区市场监督管理局发布关于餐饮业食品安全大检查发现问题

的处置通报,其中提到,正新鸡排北京首香餐饮中心店当事人加工、制作食品的工具用具未能专用的行为,违反了相关规定,北京市房山区市场监督管理局对其下发责令改正通知书,要求其立即改正。



网友爆料“鸡腿生蛆”

2023年11月,湖南省张家界永定区市场监督管理局执法人员对一家正新鸡排门店进行查封,原因是该店存在食品安全问题。据媒体报道,涉事门店操作间有老鼠出没。

2024年7月,有网友发帖称其在江西省赣州市章贡区的一家正新鸡排店打工时,发现该门店存在苍蝇污染食物、烹炸用油反复使用20多天不换油等卫生安全隐患。章贡区市场监督管理

局及时介入,对涉事门店的用品问题展开专项检查。

细细数来,正新鸡排近年多次因食品安全问题被曝光,涉及卫生不达标、使用过期原料、老鼠出没、员工操作不规范等多种情况。

在原料运输或解冻环节污染的可能;还暴露出员工培训不到位的问题,导致员工卫生意识淡薄、操作不规范等。”

记者了解到,正新鸡排在食品安全问题上多次被曝光,但其回应多为“正在核实”“部分情况不属实”等,口径往往来自官方客服或者涉事门店的工作人员,鲜少把明确且具体的整改措施告知公众。在其官网、官方公众号、官方微博上也都没有检索到关于食安事件的相关声明或情况通报。

门店数量较巅峰期 已“腰斩”

官网显示,陈传武于1995年创办温州市白云食品有限公司,生产和代理速冻食品。2000年,公司业务开始转型,并在浙江温州开设第一家正新休闲小吃店,后逐步发展成为现在的万店品牌——正新鸡排。

正新鸡排也曾有过辉煌时刻,其曾提出森林计划——“十万门店,千亿产值”。2019年,正新鸡排的门店数量便突破2万家。2020年,正新鸡排曾做到“单月单店签约突破600家”。2022年年初,正新鸡排的门店数量一度高达2.5万家。

而“低价”则是正新鸡排的营收法宝。2023年,正新鸡排发布过一个武汉某加盟门店营业额暴涨5倍多的案例,并透露其

秘诀是“正新9.9元散称炸鸡引领增长,整体营业额占比55%,有力拉高营收。”陈传武也曾对外表示:“我们提倡大众化消费,走低廉价格,盈利主要靠走量。”

2020年,陈传武接受媒体采访时曾表示,正新鸡排通过直营带动加盟,利用直营店进行前期人才储备,并通过员工激励制度如“店长责任书”“个人承包制”“单店入股制”等,将员工利益与品牌深度绑定。

不过,正新鸡排也曾被曝经营不善。2023年12月,正新鸡排网站和微博发布声明称,有个别账户冒用上海正新食品集团有限公司名义,伪造公司公章,发布含有“公司经营不善,资金链断裂等多种原因,无法继续提供服务……”的不实内容,公司目前一切经营正常,不存在上述情况。

然而,门店数量下滑却是事实。窄门餐眼数据显示,目前正新鸡排的门店数量为10695家,与其巅峰期的2.5万家相比已经“腰斩”。

詹军豪指出,正新鸡排的优势在于品牌知名度高,门店分布广,产品价格亲民,有稳定的消费群体。劣势是对加盟商的管理不足,导致食安问题频发,损害品牌形象;产品创新不足,难以满足消费者日益多样化的需求;在年轻化营销方面滞后,错失与年轻一代建立情感连接的机会。

据贝壳财经

假冒政府机构账号卖假货 假冒官媒账号敲诈勒索 标注“官方”的“假官号”为何屡禁不绝?

短视频平台上,“xx文旅推荐”“邮政官方直播间”等账号层出不穷,简介标注“官方”、头像使用机构LOGO,主页却充斥带货链接与问题商品。

近年来,仿冒官媒及政府机构账号的“李鬼”乱象愈演愈烈——从虚构“文旅局长”人设吸睛引流,到假借邮政名义销售贴牌商品,仿冒者利用公众对权威信息的信任攫取流量,甚至衍生售假、欺诈等灰色产业链。尽管2024年网信部门处置仿冒网站平台超500个,平台封禁违规账号数千个,但“假官号”仍屡禁不止。

为何仿冒行为屡禁不绝?如何破解“李鬼”背后的信任危机与监管困局?记者对此展开采访。

冒牌官媒泛滥

今年年初,在云南工作的王先生刷短视频时刷到“xx文旅推荐”账号,一度以为这是家乡文旅局的官方平台——账号简介自称“官方”,头像使用文旅局LOGO,内容多为当地景点和文化习俗。然而,点进主页后他却发现端倪:视频中频繁插入带货链接,推销的商品发货地址不在本地,账号也缺乏官方认证的“蓝V”标识。他向平台举报后,该账号很快

被封禁。

像这样的情况不在少数。2024年,河南文旅因“宠粉”营销爆红后,短视频平台上涌现出大量昵称含“河南文旅”“河南旅行推荐官”的私人账号,部分在简介中标注“官方小号”,实则夹带旅游卡、特产等带货链接。更早之前,自称“宁夏文旅局长”“四川文旅局长”的账号通过劈砖、舞剑等夸张表演吸睛,实际运营者与官方毫无关联。

近期,在第三方消费者投诉平台和社交平台上,有大量消费者投诉一些打着“邮政官方”名号的直播间。这些直播间以“地名+邮政”命名,头像使用邮政LOGO,宣称售卖“邮政合作商品”。然而,不少消费者称收到的却是货不对板的减肥咖啡、美白粥品甚至贴牌酒水。

记者检索邮政官网发现,其并没有售卖上述产品,真正的邮政官方账号既未开播,也未开通带货橱窗。与此同时,冒充媒体的账号也屡见不鲜,导致财产损失、媒体公信力下降等情况的案例不少:2024年,蔡某全等人伪造央视证件,以“央视资深编导”名义诈骗企业6.82万元;彭某钢等运营的名义发布企业负面视频,借此勒索12万余元。

相关部门和平台持续打击和治理:2024年,中央网信办处置违法违规网站平台518个;抖音、微信等平台也封禁数千个违规账号。

触犯法律红线

自媒体名称和官媒近似甚至一样,或是在主页简介中自称“官方”,这样的做法是否违法违规?

中国传媒大学人类命运共同体研究院副院长、教授王四新指出,此类行为已违反《互联网用户账号信息管理规定》。根据该规定第八条,互联网用户注册、使用账号信息,不得假冒、仿冒、捏造政党、党政军机关、企事业单位、人民团体和社会组织的名称、标识等;不得假冒、仿冒、捏造新闻网站、报刊社、广播电视机构、通讯社等新闻媒体的名称、标识等,或者擅自使用“新闻”“报道”等具有新闻属性的名称、标识等;不得假冒、仿冒、捏造国家(地区)、国际组织的名称、标识等。

“部分自媒体利用人们对官方账号发布信息的信任,恶意假冒、仿冒官方账号名称和头像进行信息传播,以获得公众信任和关注,违反了法律规定,侵害了官方账号的权益,对官方账号及其传播信息的权威性造成不良

影响,损害官方机构的公信力和形象,混淆视听、误导公众,导致信息传播的混乱和误导,破坏了正常的网络传播秩序。”王四新说。

此类乱象为何屡禁不止?江苏警官学院副教授高新分析,根源在于三重矛盾:部分自媒体从业者缺乏正确的经营观念,通过模仿官方账号的名称、头像和简介,以博取眼球和吸引流量,将假冒、仿冒官方账号视为快速赚钱的捷径,违法违规经营;部分公众账号信息服务平台履行公众账号管理主体责任不到位,自媒体平台注册机制不健全,账号注册审核机制不完善,执行制度不严格;部分地区监督管理执法工作不及时、不到位,对本地区仿冒官方账号等相关违法违规行为监督查处不力。

建立封禁机制

受访专家一致认为,破局之道在于平台、执法与公众共筑防线。

高新建议,自媒体应当遵守法律法规,遵循公序良俗,履行社会责任,端正守法依规经营观念,不得在账号名称和头像方面仿冒官方账号名称和头像,未取得相关资质,不得从事相关信息传播活动。

平台应当落实公众账号管理主体责任,强化账号信息审核,建立动态核验巡查制度,适时核验生产运营者注册信息的真实性、有效性。严格落实相关规定,发现账号名称、头像和简介与注册主体真实身份信息不相符的,特别是擅自使用或者关联党政机关、企事业单位等组织机构或者社会知名人士名义的,应当暂停提供服务并通知用户限期改正,拒不改正的,应当终止提供服务;发现相关注册信息含有违法和不良信息的,应当依法依规及时处置。加强对本平台公众账号信息服务活动的监督管理,及时发现和处置违法违规信息或行为。对违反相关法律法规的公众账号,依法依规采取警示提醒、限制账号功能、暂停信息更新、停止广告发布、关闭注销账号、列入黑名单、禁止重新注册等处置措施,保存有关记录,并及时向主管部门报告。

网信部门要强化自媒体监督管理执法,会同有关主管部门建立健全协作监管等工作机制,监督指导公众账号信息服务平台和生产运营者依法依规从事相关信息服务活动。公众账号信息服务平台和生产运营者违反法律法规的,网信部门和有关主管部门应依法处理。

据《法治日报》