

肯德基后厨卫生被指触目惊心：

炸鸡用油 4 天才换一次

食品安全卫生问题频频曝光，继肯德基豆浆非现磨、麦当劳汉堡面包暴晒之后，数名曾在肯德基工作过的人士告诉记者，在肯德基的后厨里，用于炸鸡的油 4 天才彻底更换一次，期间每晚把油渣滤掉后第二天继续用。鸡在水里简单过一遍还滴着口水就直接裹面了，用于洗鸡的水都浑浊了也无人更换。高峰时，按照规定应该炸 7 分钟的鸡翅不到 4 分钟就被捞出来。

在食品卫生受到质疑的同时，食品安全同样令人担忧。据几位在肯德基做过兼职的内部人员向记者透露，对于汉堡、原味鸡等肉类品种，本应过了一定时间就不再售卖，但工作人员常是把日期更改之后继续卖给顾客。

而肯德基在员工投入方面也是做得相当“省钱”，据接受记者采访的人士反映，肯德基员工经常无培训直接上岗，且兼职较多，尤其在学校放假期间。这种不用给员工上社保的用工方式在中国消费者协会律师邱宝昌看来，是在打擦边球。

“食品的问题会使得顾客对洋快餐的诚信信任值下降，制作过程的公开透明很有必要。并且，相关部门也应应对食品具体的操作规范制定详细的规定以便于监督。”邱宝昌表示。



对于洋快餐来说,今年是个多事之秋。资料图片

冷冻鸡过水就下锅 炸鸡用油新油兑旧油

对于肯德基来说,每个门店主要由后厨、总配室、前台和大厅顾客区组成。后厨专门出肉类产品,包括原味鸡、辣鸡腿、鸡翅等等。总配室负责汉堡的制作,由总配室把食品放到加热区,前台的工作人员就可以从加热区直接拿到做好的成品出售给顾客。

先从后厨说起,据肯德基北京某店面工作人员向记者透露,用于炸薯条等的油是放在一个方形池子里,长约 70cm,宽约 40cm,高 60cm 左右。通常这个池子里的油 4 天左右更换一次。

在炸鸡用的高压油池里,因其高度达到了近 150cm 左右,清洗起来比较费劲,一池油用的时间更长。“每晚都会过滤油渣,无油渣的油和新油一样清澈,就是颜色变黑了,第二天继续用。”位于北京市内

一家肯德基门店的员工向记者表示。

而对食用油使用频次的问题,记者致电国家药品食品监督管理局内部人士,对方表示,通常检验食用油能否继续使用是用 PH 试纸测试,看其过氧化值、酸值是否已经达到规定中不能使用的范围。这样的检测试纸国家相关部门都会派发到相关餐饮门店。肯德基也在其中。

这个问题也得到了肯德基内部员工的肯定,“是有的,按规定每天都需要检验,但没人去做这项工作,多数时间是直接把塑料板上的日期改成当天的就完事了,防止区长来检查。”另一位北京市内肯德基门店的员工告诉记者。

与鸡相比,油的问题可谓是小巫见大巫了。据在肯德基打工的学生反映,从冷冻室里拿出来的鸡直接放在一个直径

和高度约为 30cm 的桶里过一下水就捞出来了,“鸡身上的血根本没洗干净就直接裹面了,并且洗鸡用的桶里的水都变浑浊了,上面飘满了鸡身上的黄油,都没人换。”有员工表示。“尤其在高峰时,按照肯德基规定,鸡翅应该炸 7.5 分钟以上,但经常是不到 5 分钟就捞出来。烤翅等同样存在时间不足的情况。”这名学生继续说。

现阶段,国内对于肉食的具体制作标准并没有统一的规范,国家药品食品监督管理局内部人士指出,像这种鸡翅该炸几分钟的问题很难做出统一的规定来。

而中国消费者协会律师邱宝昌认为,国家相关部门还是应该就相关问题制定相关的标准,起到监督作用,保证食品的卫生安全问题。

员工上岗无培训 洋快餐引发诚信危机

对于肯德基来说,员工的流动性是非常大的。尤其是在假期,年龄在 18~25 岁之间的年轻学生员工很多,并且多为兼职。在采访过程中,内部员工反映,通常他们都是直接上岗,岗前没有培训。听说会让大家看操作录像,但从没看过。

邱宝昌认为,兼职员工不属于劳动派遣制合同,是不用单位交社保的,给单位省下的是很可观的一笔成本。也就是说,多招兼职员工对于企业来说是在打《劳动合同法》的擦边球。

还有些曾在肯德基工作过的人士告诉《证券日报》记者,在后厨和总配室制作食品的员工,很少佩戴头套。

国家食品药品监督管理局内部人士表示,餐饮行业对新员工的培训是必须有的,对于直接从事烹饪的后厨员工来说,头套是必须戴的,这样会防止头屑、头发等掉入食品中。

根据从 2010 年 5 月 1 日起施行的《餐饮服务食品安全监督管理办法》第 11 条规定,餐饮服务提供者应当依照《食品安全法》第 32 条的规定组织从业人员参加食品安全培训,学习食品安全法律、法规、标准和食品安全知识,明确食品安全责任,并建立培训档案。应当加强专(兼)职食品安全管理人员食品安全法律法规和相关食品安全管理知识的培训。

而第 16 条也同样规定需要熟制加工的食品,应当烧熟煮透。

对于近期洋快餐频频出现的食品安全卫生问题,邱宝昌表示,国家应该出台相关政策制定相关标准。上述国家食品药品监督管理局人士指出,目前国家对国内外餐饮业都是一视同仁,一样的标准去管理,没有区分。

洋快餐的顾客信任度在下降,诚信危机逐渐显现。顾客的信任度对餐饮行业的发展有着举足轻重的地位。提升顾客的信任度,食品制作过程的公开透明就显得非常重要了。“过程的透明虽然不能完全消除食品卫生的全部问题,但会极大地提高食品卫生的程度。”相关行业分析师指出。

邱宝昌则指出监管的重要性,“老油反复使用就会产生可以致癌的物质,怎么监管这个问题非常重要。”

(据新华社电)

食物掉在地上继续卖 生产日期随意更改

在采访过程中,肯德基内部工作人员向记者透露,在后厨里,经常会不小心把炸出来的产品掉在地上,但多数情况下,都是捡起来抖抖上面粘的污垢后,直接扔进去继续售卖。而后厨的地面也是肯德基里比较脏的,洗肉类洒下的水都会在地面上残留。

同样有这种情况的是蛋挞的烤制,肯德基工作人员反映,在烤制蛋挞的过程中,经常会有从烤箱上多时积累的污垢掉进去,而工作人员就直接用牙签把掉进蛋挞中的物质取出来后,继续卖给顾客。

记者对在肯德基用餐的部分顾客进行过采访,多数人表示,来这里就餐多是因为一是速度比较快,二是这里比较干净,吃着放心。

关于生产日期的问题,受访人员一句“一般情况下,白天没有作废的食品”引起了记者的注意。据悉,肯德基的产品都是有时间限定的,汉堡过了 40 分钟就不再售卖,原味鸡过了 60 分钟就不再售卖等。

而这个问题多位肯德基内部员工均向记者表示,过了指定时间就重新贴一个

生产日期标签,更改一下生产日期,一个小时前已经生产出来的食品就变成当下生产的了。对于汉堡,就直接把里边已经蔫了的菜换成新的再刷上酱继续卖给顾客。这样一天下来,一般情况下,没有因生产日期被作废的食品。

而这种无生产日期、保质期概念的问题在相关行业分析师看来,除食品安全的

问题之外,就是洋快餐的诚信问题,“不见得汉堡包过了 40 分钟就坏掉了,不能食用,但肯德基关于食品过时不卖是它告知消费者的,众人皆知,也是体现他食品安全的一大亮点。从这个方面来说,他这样做辜负了顾客对他的信任。”同时表示,一个品牌给消费者带来的诚信度对品牌的发展是非常重要的。

近期知名餐饮品牌负面传闻一览		
事件	时间	简述
麦当劳“蛆虫门”	2011 年 8 月	内含异物
永和豆浆“豆浆门”	2011 年 8 月	涉嫌误导
农夫山泉“虫卵门”	2011 年 7 月	内含异物
雀巢奶粉“菌落门”	2011 年 7 月	菌落超标
肯德基“豆浆门”	2011 年 7 月	涉嫌误导
味千拉面“骨汤门”	2011 年 7 月	涉嫌欺诈