

麦当劳肯德基供应商用过期肉

7月20日，东方卫视披露，记者卧底两个多月发现，麦当劳、肯德基、必胜客等国际知名快餐连锁店的肉类供应商——上海福喜食品有限公司存在大量采用过期变质肉类原料的行为。20日晚间，上海市食药监部门表示，已经连夜行动查封该企业，要求上海所有肯德基、麦当劳问题产品全部下架。

□调查过期原料被优先在中国使用

7月20日，东方卫视披露，记者卧底两个多月发现，麦当劳、肯德基、必胜客等国际知名快餐连锁店的肉类供应商——上海福喜食品有限公司存在大量采用过期变质肉类原料的行为。

这家公司被曝通过过期食品回锅重做、更改保质期标印等手段加工过期劣质肉类，再将生产的麦乐鸡块、牛排、汉堡肉等售给肯德基、麦当劳、必胜客等大部分快餐连锁店。在记者提出质疑后，其工作人员甚至侃言：“过期也吃不死人。”

记者调查发现，2014年6月18日，18

吨过期半个月的冰鲜鸡皮和鸡胸肉被掺入原料当中，制成黄灿灿的“麦乐鸡”。记者还获悉，这些过期鸡肉原料被优先安排在中国使用。另外，肯德基的烟熏肉饼同样使用了过期近一个月的原料。

记者还发现，供给百胜的冷冻腌制小牛排过期7个多月仍照样使用，小牛排已经发霉发绿。2014年6月11日和12日，该公司加工的迷你小牛排使用了10吨过期的半成品，这些材料原本都应该作为垃圾处理掉。但是，经过处理，保质期又重新打印延长了一年。

报道称，为应付检查，公司还做了对内、对外的两本账。

□应对有关部门连夜查封涉事企业

上海食药监部门7月20日晚连夜突击检查，由上海市食安办副主任、市食药监局副局长顾振华带队，他现场作出肯德基、麦当劳立即下架福喜提供的所有食品的决定。

记者20日晚间在现场看到，在被曝光后，监管人员于当晚7点半第一时间赶到福喜厂区。但是面对监管人员的突如其来，厂区人员显然有点措手不及，却“应对有方”：四五名保安拦住厂区大楼的大门，就是不让监管人员进去检查，还声称“上级领导没有同意”。僵持了一个多小时至晚上9点左右，直到公安赶到现场，保安才不得已离开门

口。

□回应即刻封存并停用相关食品

对于媒体报道的麦当劳个别供应商存在的问题，麦当劳方面20日晚表示，已第一时间通知全国所有餐厅，立即停用并封存由上海福喜提供的所有肉类食品。同时，公司立即成立调查小组，对上海福喜及其关联企业展开全面调查，并将尽快公布结果。

肯德基、必胜客所属的百胜餐饮集团20日深夜回应称：即刻封存并停用由上海福喜提供的所有肉类食品原料。因停用上海福喜产品会造成3款产品出现临时断货。

>>链接

上海福喜食品有限公司

上海福喜食品有限公司隶属于美国OSI集团，后者是世界上最大的肉类及蔬菜加工集团，也是麦当劳、百胜集团等重要的全球合作伙伴之一。

上海福喜是上海市政府批准成立的一家美国独资企业，其位于上海市嘉定区马陆工业区内，主要从事为国际知名快餐连锁店提供肉类、海鲜、米面制作及蔬菜产品的生产和加工业务。公开资料显示，企业占地面积21000平方米，拥有形成二条生产流水线的加工车间，一条是鸡肉加工生产线，另一条是牛肉/猪肉加工生产线，具有年产超过12000吨冻肉制品的生产规模。

OSI集团分别在山东乳山、河北廊坊、昆明和上海开设了工厂，其亚太总部位于上海。

□镜头1 过期肉变诱人麦乐鸡

2014年6月18日，根据生产计划，原料解冻间当天要使用18吨麦乐鸡原料，这其中含有大量过期的鸡皮和鸡胸肉。这批麦乐鸡的生产订单号为26677，货架上的鸡皮原料生产日期为2014年5月28日和5月30

日，产品包装袋上标注的保质期限是6天，也就是说，原料已经过期了将近半个月。而此时，工人在现场却表示：“过期了，没关系的，搬上去。”

过期原料就这样被工人送至绞肉区，经过大型绞肉机粉碎乳化，过期的鸡皮和鸡胸肉被裹上了3层浆粉，经过200度高温油炸，一块块麦乐鸡被源源不断地生产出来，形状整齐，金黄诱人，再也看不出本来的面目。

□镜头2 冰鲜过期转成冰冻品

7月1日凌晨1:30，在上海福喜车间1号解冻间，记者记录下了这样的现场：环境温度保持在4度以下，生产原料处于冰鲜状态。工人们从6月30日下午3点半开始生产KFC的烟熏肉饼，使用的原料是这样的猪肉，以及这样的鸡胸肉。

这批原料同样是冰鲜转冻品，但货架上的这批产品解冻日期是6月25日，也就是说，这批产品不是在重新解冻后立即使用的。即便按照重新解冻后的时间，距离现在已经有7天的时间，超过了冰鲜状态6天的保质期。

□镜头3 次品重新混入生产线

5月16日，记者被安排到麦乐鸡生产

线，担任煎炸成型后的次品挑拣员。一个小时，记者挑拣出的次品就装满了3个盒子，而这些次品竟然被工人直接推到了原料绞肉区。经过200摄氏度高温油炸后的次品将和0度左右的鸡肉原料混在一起重新利用。

经过一系列成型、裹粉、油炸工艺后，混合次品的麦乐鸡诞生了。而其二批麦乐鸡产品中的次品，又将被挑拣出来，再次混入原料，每一批次品都被周而复始反复添加，实现了生产原料最大化利用。对此，工人们告诉记者：“你添加进去也看不出来，添加都是有比例的，不能加太多，太多了口感不一样。”至于添加多少，工人们表示：“一般加5%。”

□镜头4 冷冻臭肉变身“小牛排”

2014年6月11日，记者在上海福喜车间解冻区域注意到，这里堆放着上百箱冷冻小牛排，工人们正在利用机器对这些冷冻小牛排进行解冻，奇怪的是这批小牛排的外包装和其他原料都不一样，箱子上只是手写了产品名称、生产日期、重量，而没有保质期、生产企业、批号等关键性信息。就在生产的前一天，福喜生产部、质量部、仓库等部门的主管同时收到了一封邮件，“以下物料请帮忙延长保质期至本周末，明天安排生产”。现场的工人直接告诉记者，“这个是不正常的

产品，是臭肉！”

记者注意到，在同一封邮件中，还附有一张表格，冷冻小牛排生产日期为2013年5月8日至12日，对应的过期时间为2013年11月3日至8日，保质期180天，如果按照邮件要求延长保质期至2014年6月15日，意味着这批产品已经超过保质期7个多月。

而这批过期冷冻小牛排进入生产后，只是简单地切割成小片，再重新包装后，内袋上打印的保质期就又延长了一年。

□追问福喜常年修改生产数据

数据被随意自改，也就意味着，外界很难知道如此大型的食品公司内部的真实情况。但是，福喜内部的公开邮件却对违规记录进行了非常细致的记录。对此，福喜公司的员工也是直言不讳：“检查的时候，那一天才是真正的生产，就像皇帝下去微服私访，先打好招呼，老百姓排队，欢迎欢迎，他要直接偷着去呢？他就可以看到真实的情况。”

记者的调查并不能证明，麦当劳、百胜集团等全球知名餐饮巨头们是否知食品工厂内发生的这些行为，但调查却可以证明，这些行为绕开了很多看似严格的监管体系，这种制度的失守，伤害的可能不仅仅是消费者的权益。

(据《京华时报》)

品尝特色菜 找餐饮联盟

欢迎饭店加盟周口餐饮消费联盟

倡议、发起者：周口报业传媒集团酒水餐饮部
周口晚报时尚消费周刊

联盟宗旨：推荐美食，引导消费，加强交流，服务大众，繁荣市场
联盟会员活动：周口餐饮消费联盟形象展示

- 一品美食节(春、秋两季)
- 餐饮企业3·15诚信宣言
- 市民大众品菜团
- 名厨旅游美食秀
- 消费联盟祝贺版
- 周口美食高峰论坛
- 周口美食大搜索
- 全市烹饪厨艺大赛
- 公务套餐展示



厨艺大赛



划拳大赛



大众品菜团