

## •曝光台•

星巴克用过期原料，歌帝梵雪糕含致瘤物……

# “贵价舶来食品”接连翻车 消费者质问“良心不痛吗”

“卖这么贵还用过期原料，良心不痛吗？”近日，星巴克无锡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瘤物。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。

■新快报记者 陆妍思 杨依泓

## 事件始末：

### 星巴克确认门店存在违规行为

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无锡昌兴大厦店和震泽路店，发现存在大量食安违规行为。

12月13日，星巴克表示“深感震惊”，并在深夜再度回应“已确认两家无锡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面自查；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。

记者在无锡市市场监管局官网上查看到，无锡市市、区两级市场监管部门对两家涉事星巴克门店进行了重点检查，初步核实其有更改食品原料内控期限标识、使用超过内控期限原料的行为，已责成两家涉事门店停业整改。同时，市场监管部门同步对该市其他82家星巴克门店开展排查，发现从业人员未戴工作帽、加工区物品摆放零乱、消毒记录不全等15处问题，均已责令整改。该市市场监管局对星巴克（中国）华东北区进行了行政约谈，要求公司对存在的食品安全问题进行全面自查、落实整改。

“贵价舶来食品”翻车，星巴克并不是近期第一例。前不久，香港食品环境卫生署食物安全中心发布公报，建议市

民不要食用6款“GODIVA”（歌帝梵）法国进口雪糕，包括巧克力芝士蛋糕口味冰淇淋、牛奶巧克力黑巧克力冰冻甜点等，原因是相关产品所使用的稳定剂被检出含有欧盟禁用的除害剂环氧乙烷。

## 记者走访：

### 消费者“心里总会犯嘀咕”

昨日，记者来到位于天河区正佳广场及天汇广场的星巴克门店，发现有不少顾客光顾。记者留意到，店内有不少蛋糕、三明治、饼干等食品在售，均价在二三十元一份，保质期1到3天不等。门店工作人员告诉记者，平时过期食品会在门店摄像头下走销毁程序，无锡星巴克事件报道后，星巴克已经展开自查自检。至于门店生意是否受影响，工作人员对记者表示，客流量和平时相比没什么变化。

消费者许小姐告诉记者，作为星巴克的“忠实爱好者”，此次星巴克事件给她带来了不小的冲击，“虽然被曝出有问题的是无锡的门店，但是心里总会犯嘀咕，不知道全国的其他门店是不是也这样。”

记者来到广州天环广场的歌帝梵门店，餐单上已找不到被验出含有“环氧乙烷”的杯状冰淇淋。歌帝梵广东区域经理黎小姐对记者表示，目前广东门店都已经下架停售杯状冰淇淋。

记者在采访中了解到，不少消费者最难接受的是，本以为星巴克、歌帝梵这种品牌大、产品定价高的产品，品质应该可以让人更为放心，想不到原料仍会出现这么严重的问题。

## 影响：

### 品牌信任度衰减，消费更加理性

记者留意到，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。”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华市场投入，“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为理性。

“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。”

## 新能源汽车商业险专属条款出炉

涵盖新能源汽车行驶、停放、充电及作业的使用场景

**新快报讯 记者刘威魁报道** 业内期盼已久的新能源车专属条款终于来了。12月14日，中国保险行业协会发布《新能源汽车商业保险专属条款（试行）》（以下简称《条款》），将备受关注的新能源车“三电”（电池及储能系统、电机及驱动系统、其他控制系统）纳入保障范围，涵盖新能源汽车行驶、停放、充电及作业的使用场景。

### 车险首次承保车外固定辅助设备

所谓新能源汽车，是指采用新型动力系统，完全或主要依靠新型能源驱动，上道路行驶的供人员乘用或者用于运送物品以及进行专项作业的轮式车辆、履带式车辆和其他运载工具，但不包括摩托车、拖拉机、特种车。

日前，中国汽车工业协会发布的数据显示，今年1—11月，我国新能源汽车产销分别达到302.3万辆和299.0万辆，同比增长均为1.7倍，市场渗透率达到12.7%。基于消费者对于新能源汽车接受度越来越高，有专家预测，2025年我国新能源汽车销量将达到700万到900

万之间。

然而，新能源汽车爆发式增长也带来新挑战。新能源汽车以动力电池作为储能装置，车辆辅助设备延伸至充电设施，在车辆使用过程中，除了传统的交通意外风险，动力电池起火、爆燃引发的重大事故构成新的风险因素。

《条款》结合新能源汽车充电使用的特点，开发《自用充电桩损失保险》《自用充电桩责任保险》，既涵盖本车损失，又包含充电桩等辅助设备自身损失以及设备本身可能引起的财产损失及人身伤害；集中解决新技术应用中，辅助设施产生的风险。中保协方面透露，这是车险首次承保车外固定辅助设备，是车险领域内的一次创新和探索。

根据《条款》，保险期间内，被保险人或被保险新能源汽车驾驶人在使用被保险新能源汽车过程中，因自然灾害、意外事故（含起火燃烧）造成被保险新能源汽车车身、电池及储能系统、电机及驱动系统、其他控制系统，以及其他所有出厂时的设备的直接损失，且不属于免除保险人责任的范围，保险人依

照本保险合同的约定负责赔偿。上述使用新能源汽车的过程包括行驶、停放、充电及作业。

### 有望开辟财险新业务增长空间

《条款》还明确，保险期间内，被保险新能源汽车被盗抢、抢劫、抢夺，经出险地县级以上公安刑侦部门立案证明，满60天未查明下落的全车损失，以及因被盗窃、抢劫、抢夺受到损坏造成的直接损失，且不属于免除保险人责任的范围，保险人依照本保险合同的约定负责赔偿。

“新能源专属车险的诞生，有望为财险公司开辟新的业务增长空间。新能源车增量很大，各公司会积极应对的。”普华永道中国金融业管理咨询合伙人周瑾认为，随着新能源汽车量越来越大，承保新能源汽车有望跳出传统汽车的承保逻辑和市场环境，基于专业的风险管理及精算力量，对风险特性做更好的分析、预判及定价，并在新能源电池、充电桩以及无人驾驶技术等形成差异化竞争模式，新能源汽车有望为车险市场带来改变。

## 顺丰同城上市首日破发 即时配送市场份额战正酣

新快报讯 记者林广豪报道 12

月14日，港股“即时配送第一股”顺丰同城正式挂牌上市，首日上市开盘即破发，报收14.9港元/股，跌逾9%。在顺丰同城筹备上市的同时，闪送、UU跑腿等即配平台也在加快融资上市的步伐。快递物流专家、贯铄资本CEO赵小敏分析称，中国即时配送市场空间大，头部企业的要务是在此期间占据更大市场份额、实现规模效应，做精做专。

### 顺丰同城近三年亏损超15亿

“这行越来越难做，前几年一天还能跑三四百块，这两年一天能有两三百块就不错了。”一位达达快送的工作人员告诉记者，他以前是顺丰同城的配送员，虽然顺丰同城单价领先同行，但近年来单票收入一直下降。另外一位顺丰同城的配送员表示：“这几年业务竞争太激烈，外卖有美团，买菜有叮咚，而顺丰的急件跑腿订单会更多。”

对于顺丰同城上市破发，深度科技研究院院长张孝荣分析说：“同城快递竞争激烈，顺丰份额较小且优势不明显，一直处于亏损状态，市场信心不足。”他表示，这个行业属于劳动密集型，技术含量比较低，人力成本居高不下也有影响。云联研究院研究员丁琦指出，目前除了餐饮外卖之外，其他类型的“玩家”都还没有完全找到盈利模式，都存在不同程度的亏损。

招股书显示，近年来在顺丰同城订单量和营收增加的同时，其亏损也呈扩大趋势。2018—2020年顺丰同城订单量由7980万单增长至7.6亿单。这3年，顺丰同城分别亏损3.28亿元、4.70亿元和7.58亿元，2021年前5个月继续亏损3.53亿元。背靠京东的达达集团Q3财报显示，第三季度净亏损为5.43亿元，同比扩大25.12%。

### 即时配送头部格局已经形成

《中国物流与采购》杂志日前发布的“2021即时配送TOP10”榜单显示，美团配送、达达快送、蜂鸟即配排名前三，紧随其后的是独立的第三方即配平台顺丰同城、菜鸟直送、UU跑腿、闪送，最后是专注于生鲜宅配的多点配送、叮咚买菜和本来生活。榜单分析指出，经过了数年的发展，即时配送这一赛道的头部格局已经形成，头部玩家继续保持动态平衡。

在今年顺丰同城筹备上市的同时，其他即配平台也在加快融资上市的步伐。今年3月，闪送再获1.25亿美元D2轮融资，至此闪送已获10轮融资。今年6月下旬，叮咚买菜登陆美股。UU跑腿11月宣布，近期完成B+轮融资，融资金额数亿元。赵小敏分析称，中国即时配送市场可以容纳更多的选手参与市场竞争，市场空间还很大，头部企业的要务是在此期间占据更大市场份额、实现规模效应，做精做专。