

金龙鱼再遭网络攻击 食品安全谣言警钟再起





主办：省食安办 省食药监局 齐鲁晚报
食安山东 品牌引领
诚信联盟QQ群：209588708 电话：18678859550
食药监管投诉举报：12331

本报记者 李岩侠 张召旭

近日，一则关于“金龙鱼收购地沟油”的失实报道又开始在各类社交媒体上疯传，这也是今年以来这条视频在网上的第二次发酵。记者了解到，近几年来，每逢粮油消费旺季的春节、中秋等传统佳节到来时，金龙鱼都会遭到网络食品安全谣言的恶意攻击。不论是市场不正当竞争还是有好事者故意制造消费恐慌，网络谣言在给金龙鱼品牌造成反复伤害的同时，也再次将食品安全推到了风口浪尖。

今年5月24日，金龙鱼及其母公司益海嘉里集团在北京宣布悬赏1000万元，追讨“地沟油被金龙鱼回收”的网络谣言黑手，并出资3000万设立专项打击网络谣言基金。7月3日，两名涉嫌造谣传谣“地沟油被金龙鱼回收”网络谣言的涉案人员被天津警方刑事拘留。本次金龙鱼再度“躺枪”，也为国内食品行业再次敲响了食品安全谣言泛滥的警钟。

金龙鱼发起亮剑行动 千万悬赏还中国食品清白

为反击网络谣言，今年5月24日，益海嘉里宣布了金龙鱼“亮剑网络谣言”行动计划：向发布谣言的微信公众账号提起诉讼；悬赏1000万追查近年来屡次散播“金龙鱼地沟油事件”的制谣传谣者，同时率先出资3000万元成立反击网络黑公关专项基金，与行内企业联手打响网络自卫反击战。此举得到中国食品工业协会、中国粮油学会、国家互联网信息办公室、国家食品药品监督管理总局新闻宣传司以及众多食品企业的积极呼应。

益海嘉里的高调反击，撕开了网络谣言的冰山一角。相关调查显示，网络黑公关已成为一条利益链，长期活跃在各大社交网络及电商销售平台，其以几元到几百元不等的价格，向购买者提供发帖、顶帖、转发点赞、甚至“网络水军”等服务。对此，中国粮油学会会长王瑞元表示，粮油企业在应对互联网环境下的舆情处置还缺乏经验，对一些不良意图和阴暗手段没做到有效抵制甚至有些姑息。这次“亮剑网络谣言”行动可以看做是食品行业互相声援积极应对的开始，这对维护中国食品行业的整体形象和有序发展有着重要意义。

辟谣已成传统佳节“固定栏目” 金龙鱼已多次被谣言中伤

眼下，中秋和国庆双节将至，这也是食品安全谣言的集中爆发期。近段时期，“葡萄上有白霜是打了农药”、“蜜桃使用防腐剂”等各类谣言在社交媒体疯传。就在最近几天，一条关于“金龙鱼收购地沟油”的失实报道又开始在朋友圈泛滥。

然而真相是，该失实报道源自2014年5月14日的人民网，涉事记者在调查过程中误将“嘉里油脂化学工业(天津)有限公司”当作“嘉里粮油(天津)有限公司”，将化工原料误以为食品原料，对此该记者已向益海嘉里公开道歉，发布该报道的媒体也作出了更正说明。

真相虽然大白，谣言却屡禁不止。每隔一段时间这段视频就会被人利用重新发到网上，不仅制造消费恐慌情绪，也给金龙鱼品牌造成反复伤害。就在今年5月，这则失实报道就已经被网络黑公关恶意翻炒过一次。

类似的遭遇并不只发生在金龙鱼身上。据相关数据显示，各种网络谣言中食品类虚假信息已占到45%，食品行业已成为谣言重灾区。这些打着“食品安全”幌子的谣言不仅给企业造成了直接而巨大的经济损失，削弱了政府行政的公信力，而且挫伤了公众对中国食品安全的信任，给消费者造成了极大的“安全焦虑”，并由此造成了非常恶劣的国际影响。

目前，新食安谣言由不解误解而造谣传谣向同行或对手有组织有预谋恶意造谣传谣转化，黑公关与不良企业共同形成造谣传谣黑色产业链，不良信息发生的背景更深专业组织性迷惑性更强；凡此种种，不但给食品行业造成了巨大损失，同时造成社会恐慌，使得公众对于食品行业的不信任感逐渐增强，也为推动食安治理、强化食安监管制造了新的障碍。

践行国家品牌责任 聚正能量共铸消费信心

对食品行业的了解和信任，金龙鱼早在9年前就主动开放工厂，自觉接受公众和媒体的监督。目前已累计开放重点工厂19家，接待消费者超过110万人次，赢得了市场和消费者的信任。

今年5月10日首个国家品牌日，金龙鱼助力中国美食走进纽约联合国总部，让全世界认识真正的中国味道。一直在为国计民生不遗余力的金龙鱼，更是在2017年伊始就以行业领跑者特邀企业身份入选“CCTV国家品牌计划”。

近日，英国知名品牌评估机构发布了“2017全球食品集团综合品牌价值十强”排行榜，金龙鱼母公司丰益国际综合品牌价值被列入十强榜单，成为亚洲唯一入榜的食品集团。精益求精的工匠精神，稳定优良的健康品质，以及严谨务实的科研态度，正推动着我国从“粮油消费大国”向“粮油技术大国”转变。

作为谣言的受害者，益海嘉里负责人表示，一个行业就是一个利益关联体，一荣俱荣，一损俱损。此次联合同行出手回击，不仅仅是为自己证个清白。作为全球食品行业最受赞赏的公司，中国最大的食品品牌之一，益海嘉里不仅在生产研发、产品品质上走在世界前列，在树立中国食品形象，打响“国家品牌”在世界的美誉度上也有所作为。

事实上，为了增强消费者

要扒咱就扒到底 金龙鱼到底是条什么样的鱼？

本报记者 李岩侠

最近几天，那则关于“金龙鱼收购地沟油”的“陈年”谣言再次引起记者关注。记者了解到，这则谣言其实源自2014年的一则失实报道，当时，涉事记者已向益海嘉里公开道歉，发布该报道的媒体也早已作出了更正说明。但最近几年，这则失实报道却数次被网络黑公关恶意翻炒。对此，多次“躺枪”的金龙鱼及其母公司益海嘉里集团在今年5月24日宣布悬赏1000万元，追讨网络谣言黑手，并出资3000万设立专项打击网络谣言基金，表明了其打击网络谣言的坚定态度和决心。

众所周知，诞生于1991年的金龙鱼，已经陪伴了中国几代人的成长和生活。但是，谣言的兴起说明了，其实公众并不了解金龙鱼“这条大鱼”的背景和实力，而金龙鱼的母公司益海嘉里集团则又太过低调。如今，即然网络黑手总是对金龙鱼“咬”住不放恶意攻击，不妨让我们一起看看，细数一下金龙鱼的前生今世。如果你了解了它，你就会知道这条“鱼”不但不会制造食品安全问题，反而恰恰是食品安全的坚定捍卫者。

圈内人士普遍都不会相信金龙鱼这些谣言，为什么？因为这条“鱼”身体里流淌的，是爱国爱家的热忱之血。

这还要从金龙鱼的“身世”说起。生产金龙鱼的益海嘉里，它的母公司——新加坡丰益国际，是全球三大粮油集团之一，至今已连续6年荣登《财富》世界500强，蝉联《财富》杂志全球最受赞赏公司排行榜食品生产行业第一名。这样的羽毛还不至于小心翼翼么？舍得让几桶地沟油玷污了么？显然不会。

丰益国际的掌舵人是著名爱国华侨郭鹤年老先生。郭鹤年祖籍福建福州，是马来西亚首富，全球华人富豪榜第四，曾被誉为“亚洲糖王”。

郭鹤年的父母是马来西亚第一代华侨，日本侵略中国之后，其父郭钦鉴更出任新山华侨筹赈委员会主任，和家族成员一起积极筹款，支援祖国。郭母郑格如毕业于福州协和大学，她干涉家族生意，却对子孙管教甚严，曾在铁板上刻下“儿孙能如我，何必留多财，倘若不如我，多财亦是空，不为自己求利益，但愿大众共安宁”的金玉良言。

上世纪七十年代，一个偶然的机会，郭鹤年接受了中国委托，为当时缺糖的中国购买30万吨糖。这个消息如果被外界知道，国际糖价的涨幅一定超过20%。他不但通过各种渠道解决了国家的购糖需求，还通过做期货为中国赚到了上百万利润。

郭鹤年在接受《大公报》

访谈中曾经说过：“我的心分成两瓣，一瓣爱我生长的国家，一瓣爱我父母生长的家乡。”

建一家有“理想的企业”是何种境界？

郭鹤年先生的侄儿，现丰益国际董事长郭孔丰先生一直希望把丰益国际建设成为一家“理想的企业”。所谓“理想”，不仅关乎良性循环的商业轨迹，更意味着跳出功利，让社会来评判企业的价值与贡献。

“我从来都没有把建设最大的集团当成我的人生目标，我希望建设的是一个理想的集团，她会因为优异的产品质量、真诚的价值观念、创新和高效的员工，赢得社会的高度尊敬。”郭孔丰先生在丰益国际25周年年会上如是说。

秉持这一理念，丰益国际在不断提升产品质量和创新企业发展的同时，长年投身公益慈善事业。为此，集团旗下的益海嘉里信托基金与金龙鱼公益基金先后展开了助学、复明、助行、赈灾等行动，集团慈善事业捐赠款项已累计逾3.26亿元。

其实你不知道的事还有很多！

应该说，中国人今天的吃油习惯与金龙鱼是有莫大关系的。上世纪90年代，金龙鱼生产出中国第一瓶小包装油，改变了中国人持续数千年的散装油食用习惯，之后金龙鱼又推出著名的1:1:1，把营养健康观念带进了中国食用油领域。

作为食用油领域全球总销量排名第一的金龙鱼，也是中国“食用油脂制品系列国家标准制修订基地”，包括“欧丽薇兰”、“胡姬花”、“香满园”、“海皇”、“丰苑”、“洁劲100”等在内的很多品牌都是金龙鱼的亲兄弟。

当然金龙鱼不止产油，还有大米、面粉、挂面等众多产品。麦当劳、肯德基和必胜客等快餐店的豆乳也都是采用金龙鱼产品。

金龙鱼在全国有29个大米基地，其中22个是被保护的大米生态基地。金龙鱼在湖北建立了亚洲最大的大米工厂，其产业链创新技术获得中国粮油学会科学技术奖一等奖。

说到这儿让人不禁感慨：燕雀安知鸿鹄之志？在益海嘉里构建的食品帝国里，你可以看到，科技如何带动食品产业飞跃，最大限度利用资源为人类服务；食品如何为人类提供更优质的能量，促进人类体质的提升。在他们的努力下，一粒稻米可以吃，可以炼油，可以燃烧发电，可以做轮胎原料，可以给农民带来更多的回报。这些都是你吃不出来的情怀和志向。但了解一下，至少不会轻易被谣言利用。