

热点时评：用谎言“勾兑”的汤面谁敢吃 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E7_83_AD_E7_82_B9_E6_97_B6_E8_c24_645931.htm 近日,有媒体质疑,号称用猪骨熬制的味千拉面汤底其实是用专门的汤粉、汤料调制出来的,每碗汤的成本不过几毛钱。对此,味千方面否认“汤粉”的说法,但承认汤底是由浓缩液兑制而成,并强调浓缩液也是由猪骨熬制所得。味千的汤底到底是怎么出来的?目前,尚无第三方对上述两种说法加以论证,但确定无疑的一点是,味千撒了谎,忽悠了广大消费者。据报道,味千此前宣称汤底由“纯猪骨熬制”,一碗汤的容量是360毫升,含钙量高达1600毫克,但相关检测显示,一碗汤内的钙含量只有48.5毫克。在数据面前,味千辩称“钙含量计算错误”,并将相关营养数据和广告内容撤掉。无需多言,味千的“小动作”已经确证了它的谎言与心虚。“骨汤”是味千拉面的卖点,算得上是核心竞争力了,然而令人诧异的是,这样的竞争力却是拿谎言勾兑出来的。上世纪90年代,味千拉面就已进入中国内地,不知道这些年来,关于汤底的谎言已存在多久。也许,在不合格奶粉、染色馒头和瘦肉精等一系列食品安全事件中,味千拉面勾兑的汤底算不了什么,对公众频受刺激的神经也似乎造不成什么痛感。但是从本质上来说,偷偷摸摸的勾兑行为就是作假,就是欺骗,依然潜藏着极大的危险。谁能保证,今天的勾兑不会成为明天更为严重的违规或掺假呢?味千拉面的“骨汤门”经媒体报道后,在香港上市的味千控股股价一路走低,跌幅一度逼近10%。这正是人们对企业心怀忧虑和不满的体现。消费者已不是头一遭遇上商家的欺诈或作假,从最近的达芬奇家具事件往前列数,桩桩件

件,真是不知凡几。然而可悲的是,消费者在受了一次又一次骗,吃了一次又一次苦之后,似乎还没有摆脱再受骗、再吃苦的命运。究其原因,公众能不能充分督促权威部门履职是关键。当消费者维权艰难、职能部门监管乏力时,某些人作假的肆无忌惮以及事后的狡辩乃至傲慢也就不难理解了。“骨汤门”事发后,味千拉面没有诚惶诚恐地出来道歉,反而一再辩解,当是这“无畏”态度的一个典型了。在经受一次次食品安全事件之后,中国消费者的心理已然变得敏感而脆弱。这既是消费者身处的尴尬,也是商家以及权威部门面临的难题。让消费者有一个安全放心的消费环境,这是一个需要各方共同努力的事情,更是一个惠及各方的事情。相关推荐：[#0000ff>热点时评：规范烟包标识须有控烟执行力](#) [#0000ff>热点时评：给自行车留条道并不难](#) [#0000ff>热点时评：“院士富豪”怎么看](#)

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com