

郑州麦乐鸡销售如常

国家药监局组织卫生安全监测,北京等地已启动 郑州还没接到通知



小小的麦乐鸡块让麦当劳再次站上了舆论的风口浪尖。

美国麦当劳销售的麦乐鸡,被检测出含有“聚二甲基硅氧烷”和“特丁基对苯二酚”两种泥胶和石油中的化学物质,引发了国人关注的目光。7月6日,国家食品药品监督管理局表示,已会同有关部门组织对全国麦当劳餐厅的麦乐鸡及相关产品进行卫生安全监测。郑州市市场麦当劳经营情况如何?麦乐鸡的销售是否受到了影响,记者进行了探访。 晚报记者 左赞

记者调查

郑州麦乐鸡销售如常

7日中午12时,麦当劳碧沙岗店,上座率超过了50%,顾客在享受凉气的同时,惬意地边吃边聊。麦乐鸡也在正常销售中,单点一份5块装的为6元钱,中份套餐为16.5元,大份套餐则是18.5元。

“放心,国内麦乐鸡的原料和国外的不一样,不存在在美国出现的那种问题。”当记者表示以前常吃麦乐鸡,是否对身体有害时,一牛姓餐厅经理微笑着回答。

说话间,不时有市民陆续进入餐厅。

“树大招风。前段时间麦当劳出了‘有毒杯子’事件,现在又是麦乐鸡。但可以肯定的是,国内麦当劳的食品都是安全的。”牛经理说。

在记者待的半个小时里,陆续有3拨顾客点了麦乐鸡。

“应该没事吧,有问题政府还能让它卖?”刘女士带着儿子和外甥一起来吃,并为他们点了一份麦乐鸡,“这两个小子都喜欢吃这,拦都拦不住。”

“我经常吃麦乐鸡,也没啥不得劲。”一位20多岁的小伙子说。

“现在是暑期旺季,所有品种都在热销中。麦乐鸡的销售也和以前没有差别。”牛经理表示。

部门行动

北京等地已启动对麦乐鸡添加剂的调查

此次麦乐鸡事件,引起了国家食品药品监督管理局的关注。据报道,7月6日,国家药监局就“麦乐鸡事件”召开了专家论证会。与会者均表示,根据国家相关标准,“聚二甲基硅氧烷”和“特丁基对苯二酚”这两种物质允许使用,但关键是具体含量是否超标,仍有待检测。

国家药监局表示,已会同有关部门组织对全国麦当劳餐厅的麦乐鸡及相关产品进行卫生安全监测。同时,北京等城市已启动了对麦乐鸡中这两种添加剂的调查。

昨日下午,郑州市药监局食品安全处的工作人员告诉记者,目前尚未接到对麦当劳及麦乐鸡进行卫生安全监测的通知。

企业回应

麦当劳发媒体函称麦乐鸡安全

7月7日上午,记者致电麦当劳河南分公司,询问经常吃麦乐鸡是否影响健康。

总机郭小姐在咨询过相关负责人后,转告记者,“国内麦当劳的麦乐鸡不存在安全问题,我们也一直在吃。有关麦乐鸡事件,麦当劳中国公司已经在官网上发表了声明,消费者可上网查询。”

在网上,麦当劳公司就此事发布的媒体函表示,“在中国,麦当劳售卖的麦乐鸡中聚二甲基硅氧烷、特丁基对苯二酚两种物质的含量完全符合现行国家食品添加剂使用卫生标准,对消费者的健康无害。”此外,对于添加剂含量,麦当劳给出的回应是,“聚二甲基硅氧烷的含量标准是10PPM,特丁基对苯二酚的含量标准是200PPM,麦当劳在中国售卖的麦乐鸡中上述两种成分的含量均完全符合该标准”。

当日,麦当劳(中国)对麦乐鸡事件作出了正面回应,表示,正积极配合国家食品药品监督管理局的检测,相信其产品安全没有问题。

消费者反应

八成网友不会购买麦乐鸡

网友对“麦乐鸡事件”反响强烈。据新浪网进行的相关调查显示,“您是否相信麦乐鸡中的化学成分对人体无害?”有近七成网友表示不相信;“您是否还会购买麦当劳麦乐鸡食品?”,近八成网友表示“不会”。

从麦当劳餐厅出来后,记者也在街头就此进行了一个小型调查。在随机采访的10名市民中,有5人表示近期将不会去吃麦当劳;3人表示会去麦当劳,但不会吃麦乐鸡;一人表示不会受到影响,“问题不大”;还有一人则称自己从来不吃麦当劳。

市民张女士听说“麦乐鸡事件”后,摇摇头对记者说:“以后得让小孩儿少吃点儿。”而姚先生则表示,他压根就没带孩子去过洋餐厅。

郑州地税上半年税收超百亿 增幅居中部六省省会城市之首

本报讯 今年前6个月,郑州地税共完成税收103.97亿元,同比增长43.71%,增收31.62亿元,税收增幅位居中部六省省会城市之首。

从全省来看,全省地税部门组织各项收入428.16亿元,同比增长31.1%,增收101.64亿元。其中,营业税、企业所得税、个人所得税分别增长33.2%、40.5%和31.8%。

晚报记者 程国平 通讯员 刘琰 王辉

本市成立领导小组严打 非法集资

本报讯 为加强对全市打击和处置非法集资工作的组织领导,最大限度地保护人民群众的根本利益,维护正常的经济社会秩序,市政府决定成立“郑州市打击和处置非法集资工作领导小组”。

领导小组的主要职责是,研究和制定全市打击和处置非法集资工作原则、工作制度和工作方案,确定全市打击和处置非法集资工作的目标和规划,组织、协调对重大非法集资案件性质的认定工作,协调跨县(市、区)案件的处置工作。

晚报记者 孙娟

托市价想买夏粮已不容易

本报讯 经国家统计局核准,今年河南省夏粮总产量达到618.14亿斤,较上年增加5.14亿斤,增长0.8%;平均亩产776.6斤,较上年增长0.5%。夏粮总产量为连续八年增产,连续七年创历史新高。

根据河南省2010年小麦最低收购价执行预案:国标一等白麦0.94元/斤,按照水分、杂质、容重等的不同,相邻之间等级差价为0.02元/斤,与往年同等级比较,分别提高了3分钱。

不过,现在按照托市价,从农民手中收购粮食并不容易。昨日,中华粮网高级研究员孟凡军说,今年,农产品的价格轮番上涨,再加上种粮成本的上升,强化了农民对粮价高企的预期和惜售心理。并且,随着粮食收购主体的增多,收购市场竞争激烈,市场价水涨船高。孟凡军说:“现在,小麦市场收购价已经达到了一斤1.02元至1.04元,远高于国家托市收购价,一些地方已经停止托市收购了。”

晚报记者 徐刚领

生活资讯

贝舒乐厦门峰会盛况空前 欲争百亿纸尿裤市场



近日,贝舒乐“首届全国经销商峰会暨2012终端风暴起航仪式”在厦门隆重举行,来自全国各地的500余名经销商和媒体代表齐聚厦门,一同见证了此次盛会。贝舒乐此次也联手酷妈小S,打造了一场星味十足的时尚妈咪SHOW。据悉,峰会现场订单数近3亿元,充分展示贝舒乐强劲的市场冲击力,在今年整体销售平稳的国内婴幼儿市场上,显得尤为突出。

作为百润集团(香港)旗下高端婴幼儿品牌,贝舒乐自去年年底登陆中国以来,发展态势迅猛,目前全国经销商已达到500家之多,市场销售一再攀升,从数十个品牌中脱颖而出,特别是一系列针对中国宝宝的产品设计也广受市场青睐,成为国内纸尿裤品牌的强势新秀。

值得一提的是,百润集团此次还特别安排了一次“快乐之旅”,邀请与会经销商和媒体参观了其位于福建泉州的大型生产基地,该基地专业生产“贝舒乐”、“百润”婴儿纸尿裤、纸尿裤、湿巾等近百种规格、系列的产品,日均生产规模达到240万片。

卡仕达荣登“中国500最具价值品牌”榜



6月28日,在北京世界品牌大会上隆重发布的2010年“中国500最具价值品牌榜”中,近几年来新兴的汽车影音导航领军品牌——CASKA卡仕达随中国移动、海尔、工商银行等一同上榜。以336亿的品牌价值荣登榜单第269位,这也是其继今年1月荣膺“中国驰名商标”之后,品牌价值再获肯定。

“中国500最具价值品牌榜”历经七年,与“世界品牌500强”一脉相承,均由世界品牌实验室主办发布,其评价标准同国际接轨,成为反映中国品牌竞争状况的权威指标,也是检验国内品牌知名度和美誉度的行业权威标准。此次上榜的品牌,集中在大型的金融、地产、快消品等行业,而像卡仕达这样的新兴科技品牌可谓一枝独秀。中国汽车影音导航市场在经历若干年激烈的“群雄纷争”之后,必将面临行业升级,而卡仕达此次上榜,也预示着品牌的竞争将愈演愈烈。

据了解,卡仕达系属广东好帮手科技股份有限公司,是一家拥有自主研发技术,并全面涉足汽车电子领域的国家高新技术企业。历经12年,卡仕达已成为汽车影音导航业的标杆品牌。

东鹏瓷砖第7次荣膺“中国500最具价值品牌”

日前,世界品牌实验室正式发布2010年“中国500最具价值品牌”榜,中国著名瓷砖品牌东鹏卫浴排行榜内行业冠军宝座,据悉,这是东鹏连续第7次入选该排行榜。在欧盟对我国瓷砖发起反倾销调查的形势下,东鹏品牌价值的提升,成为突围贸易保护主义的重要砝码,具有深远意义。据了解,自2004年荣登“中国500最具价值品牌”榜以来,东鹏瓷砖已经连续7年跻身该品牌榜,并卫冕排行榜内行业冠军宝座。7年来,东鹏品牌价值一路走高,从2004年的8.55亿元增长到2010年的36.95亿,增幅达57.03%,品牌价值位居行业榜首。

世界品牌实验室主席、1999年诺贝尔经济学

奖得主罗伯特·蒙代尔教授表示,“中国500最具价值品牌”排行榜,是基于对企业财务分析、消费者行为分析和品牌强度分析而得出的,体现的是企业核心竞争力在带动品牌价值增长方面的驱动力。

近日,欧盟对我国瓷砖发起反倾销调查,如果不应诉,中国输欧瓷砖的反倾销税或将达到430%,届时对欧盟的出口将完全陷入困局。有专家表示,随着国际市场贸易保护主义势头的兴起,东鹏荣膺“中国500最具价值品牌”,在艰难的国际贸易态势中增加了竞争筹码。目前,东鹏已积极参与应诉,更体现出其对产品与品牌的自信,以及在危机来临之时,品牌的深厚支撑。

都市丽人2010秋冬新品发布 BY2现场助阵

作为国内内衣行业的引领者,都市丽人每一次新品发布会都会成为众人关注的焦点,2010也不例外。6月29日到7月2日一场华丽而绚烂的都市丽人2010秋冬新品流行趋势发布会在东莞岗辉辉会酒店精彩上演。亚洲超人气BY2作为都市丽人品牌代言人助阵发布会,可爱的装扮,略显成熟的声音很好的体现了都市丽人的产品内涵。

2010新品闪耀发布会

笔者来到现场,千余款秋冬特色新品在五千多平米的展厅立体呈现,给人以全新的视觉体验,整个展厅布置得错落有致,趣味横生。记者在现场了解到,都市丽人今年秋冬新品的亮点主要体现在产品的花型、款式设计和引领流行趋势上。其中,保暖衣以精美的刺绣、娇艳的烫银、迷人的印

花和植绒的应用为主,精致的做工、上等的材质以及独特的设计从不同角度凸显了都市丽人所倡导的大众风尚、追求品位与时尚的特点。而都市丽人各大品类内衣则以“田园牧歌”、“新怀旧”、“优雅丽人”作为2010秋冬的主推产品:清新甜美的“田园牧歌”系列,以纯真的糖果色、自由的色块拼接表现悠闲、舒畅自然的田园生活情趣;采用中国传统元素——刺绣花边搭配中国结的“新怀旧”系列,则意在重新塑造出新潮和性感的女人味;以从容的姿态出现,像悠扬的苏格兰风笛的“优雅丽人”系列更用全新的视角彰显了都市丽人的柔媚。三个主打系列充分诠释了今年秋冬内衣流行趋势,以及全新的内衣生活主张,显示了都市丽人对内衣潮流和趋势的精准把握。