

打疫苗，说幸福

文/彭友茂 图/臧 强



“网红餐饮打卡地”岂能变“胃疼打卡地”

承诺现杀的活蟹其实是“隔夜蟹”，变味儿的肉品继续卖，变质的土豆简单加工后送上餐桌，清洗土豆、鸡爪的水槽一整天不换水……“网红餐饮打卡地”变成“胃疼打卡地”，令人作呕！

近日，“小龙坎”火锅店、“蜜雪冰城”奶茶店、“华莱士”快餐店、“杨国福”麻辣烫店、“奈雪的茶”奶茶店、“大润发”超市等多家知名网红餐饮品牌纷纷陷入食品安全丑闻，节操碎了一地，也把人们的眼镜跌得粉碎。网红餐饮屡屡“翻车”，频频“暴雷”，人们不禁要问，“舌尖上的安全”该如何保障？网红就不能变长红吗？

网红，是互联网时代的产物，

往往自带滤镜和美颜，会讲故事、善于包装，会讲情怀，能够得到年轻人青睐。借助互联网营销，网红不断圈粉，门店得以快速“复制粘贴”，就像病毒一样四散传播。这种模式符合资本扩张、赚快钱的天性，但也会导致管理跟不上扩张，特别是对一些加盟店的经营行为缺乏有效约束。

由于网红企业在短时间内就能吸引眼球、积累人气，加上消费者的从众心理、跟风“打卡”，即便企业不守规矩、损害消费者利益，最终也能赚得盆满钵满，这也是为什么网红餐饮圈内呈现“你方唱罢我登场，各领风骚数十天”的混乱局面。

这种牺牲安全和品质的赚快钱模式，十分可怕。任何领域都不是法外之地，“网红餐厅”人气旺、消费者众多，更应该成为监管的重点，对食品安全问题必须要达到“零容忍”。相关部门要构建多方参与、监督，共建共治的食品安全工作格局，打造让消费者满意的、符合食品安全标准的“网红餐饮”。而身为网红餐饮企业，也不能一味追求红、追求利，更应该认真思考如何摆脱“短命”魔咒，打牢“长红”根基，承担起更多社会责任。其实，“流量担当”就是“责任担当”，有多红，责任就

有多重。

消费者在享受网红经济带来的多彩生活时，也要擦亮眼睛，理性消费，要明白“网红餐厅”并非天然值得托付信任。



微信公众账号



微博

抖音

讽刺与幽默报强国号
(下载学习强国APP,点击“我的订阅”,添加讽刺与幽默报强国号。)

扫一扫
关注我们