

---

## “瘦肉精”事件媒体应对预案

### 一、事件经过

3月15日，央视曝光了双汇在食品生产中使用“瘦肉精”猪肉：河南孟州等地养猪场采用违禁动物药品“瘦肉精”饲养，有毒猪肉有部分流向河南双汇集团下属分公司济源双汇食品有限公司。随后《第一财经日报》、《北京青年报》、《扬子晚报》、新华网、人民网等多家媒体进行了跟踪报道。

目前，农业部已在第一时间责成河南、江苏农牧部门严肃查办，严格整改，切实加强监管，并立即派出督查组赶赴河南督导查处工作。河南当地政府表示涉嫌使用“瘦肉精”生猪及猪肉制品全部封存，凡涉及的县市的畜牧局长全部停职。

双汇集团16日在其官方网站发表声明称，对于此事给消费者带来的困扰，深表歉意，并责令相关公司停产自查。17日双汇宣布召回全部问题产品。目前多地开始对双汇肉制品进行检测，部分超市双汇肉制品下架。15日双汇股票大跌10%，并于16日起停牌。

16日雨润股价下跌，雨润食品(01068)发布澄清声明，表示未有发现其产品出现任何质量问题。17日，雨润股价延续下跌态势。

---

## 二、风险评估

1、“瘦肉精”事件刚刚开始，接下来是否由对双汇一个企业的发难演变成为整个行业的地震，取决于多方面因素，包括媒体是否持续追踪、政府的态度、双汇及河南当地政府的危机公关能力和措施等。事态的演变方向目前尚不明晰，需密切关注。

2、公关部认为“瘦肉精”事件类似于08年“三聚氰胺”事件，但其破坏力将小于后者，影响持续时间也不如后者。对中粮来说，危机和商机并存。危机在于收购散养猪肉质量是否存在问题，需完全确定中粮旗下肉食相关产品质量安全并能够拿出有力证据。在媒体导向没有对整个行业进行讨伐的情况下，商机更大，短期受制于产能、渠道等客观现状，在市场份额上难有大的机会，但在区域市场及品牌形象塑造上存在机会，长期受益将在养殖基地建设、行业整合和政策扶植上。

3、网络上目前有传言，此事件为双汇竞争对手策划，论坛上大量帖子、言论将矛头指向雨润。09年，雨润也曾爆出“瘦肉精”事件。有媒体反映，此前雨润曾持双汇有关材料爆料，希望媒体进行报道。网上言论也不排除为双汇使用的转移视线的公关策略，但值得注意的是，目前出现了攻击范围扩大的趋势，开始提及金锣、中粮。公关部扩大监测范围并做好应对准备。17日情况来看此类言论没有升级的趋势，雨润也进行了相应的处置。

---

4、鉴于目前的市场份额、地位，在全国范围内，被媒体追踪要求回应的可能性不大，但在个别区域市场份额高的地区，需做好应对当地媒体的准备，如武汉、广州、深圳、香港。

### 三、应对方案

“瘦肉精”事件曝光后，中粮肉食各部门迅速开展了全面自检自查。17日自检结果显示全部没有问题，但官方的证明目前还没有拿到。

根据目前的形势，公关部建议如下：

第一，在尚未有有力证据证明中粮旗下肉食相关产品质量安全的情况下，应对媒体舆论采取保守策略，不主动对外发布言论，目前无需出面进行任何形式澄清，但在与消费者直接沟通上可以进行澄清，适度的推广。

第二、制定统一话术，由中粮肉食战略部副总经理李正芳担任新闻发言人，统一出口，正面回应媒体的质询。以书面回应为主要形式，原则上不接受电话采访，其他人不得擅自回答。集团公关部、中粮肉食及肉食下属公司做好采访登记，及时汇总反馈。

第三、集团公共部近期将持续就这一话题进行监测，监测情况随时与中粮肉食共享，中粮肉食及时将自查情况及外部检测情况反馈，并安排有关业务协助密切关注武汉、广州、深圳、香港等地方媒体、政府的动向。

第四，在拿到有关官方正面之后，将视事态及舆情发展情况择机

---

对外做主动传播，塑造可信赖的公众形象，但不宜表现出急于扩张市场份额。宣传的总调性为扎实、稳健、可信赖，宣传的重点在于如何下内功、保质量，抓产业链上游的建设，呼吁政策支持，避免直接谈“瘦肉精”话题。

第五，在拿到中粮肉食食品安全的官方证明后，组织材料上报国资委，阐明中粮肉食相关产品的安全性、发展现状、肉食行业发展的存在的问题、如何发展产业上游来保障食品安全、需要相关的政策支持等。

#### 四、应答话术

附件一为目前的话术建议，后续将视事态变化做调整。

---

附件一：

## “瘦肉精”事件媒体应对话术

### 一、媒体关注问题

#### 1、 关于食品安全

- 中粮旗下肉食产品是否含有“瘦肉精”？
- 中粮肉食加工中生猪的来源？如何把控生猪的质量安全？
- 中粮旗下肉食相关产品检测机制是怎样的？
- 中粮旗下肉食产品是如何保障入市产品的食品安全的？可以做到产品质量安全可追溯吗？
- 在禽肉食品安全方面中粮是怎么做的？

#### 2、 关于市场

- 此次双汇爆出“瘦肉精”猪肉事件，市场份额势必会下降，请问中粮有没有增加产能、扩大市场占有率的打算？

#### 3、 关于行业

- “瘦肉精”是否是行业的潜规则？中粮如何看待“瘦肉精”事件？

### 二、应对原则

- 在尚未确定中粮旗下所有肉制品质量安全情况下不主动做对外传播，仅作被动回应，对外口径要留有余地；
- 强调中粮踏踏实实把产品做好，保障食品安全，不急于扩大市场份额。

---

### 三、话术建议

#### 1. 回应话术

##### 1) 关于食品安全

截至目前，中粮肉食未发现旗下肉食产品出现任何质量问题。

中粮肉食致力于打造生猪产业链，从饲料加工到种猪、养殖、屠宰、加工、配送环节层层把控，保障肉食品安全。

中粮肉食在生猪产业链上游投资建设养殖基地，对饲料原料进行严格控制，防止农药、重金属进入活猪体内，饲料中不添加激素等违禁药品，整个养殖过程按照绿色食品要求进行喂养，从源头保障肉食品安全。目前，中粮已在湖北、天津、江苏建设 22 个生猪绿色自养基地，形成生猪出栏规模 70.4 万头，目前在建规模 54.6 万头，2011 年底将达约 125 万头。

旗下肉食产品严格执行 HACCP 食品安全控制体系，加工过程严格检疫、严把卫生关。其中，“家佳康”冷鲜肉在国内率先实现了高洁净状态下的工厂化密封包装，避免了运输、售卖过程中发生“二次污染”。

禽肉方面，中粮建立了鸡肉产业链，在山东、江苏布局 38 个肉鸡生态自养园区，从源头开始层层把控，严格执行国家相关法规、标准，进行药残检测，保障鸡肉产品安全，建立了肉食品安全可追溯体系。

---

## 2) 关于市场

从源头做起，是一个长效工程，不是一朝一夕能够完成的，我们将本着为消费者奉献营养健康食品的原则，扎扎实实、严把质量关，让消费者吃上放心肉。

## 3) 关于行业

“瘦肉精”事件只是个例，并非行业的“潜规则”。经过此次事件，企业会加强自律，政府相关部门会加强监督，市场环境将得到改善。

### 2. 规避话题:

1) 不对“瘦肉精”事件曝光的企业做评论;

## 四、背景资料

### 1. 政府应对:

- 农业部已在第一时间责成河南、江苏农牧部门严肃查办，严格整改，切实加强监管，并立即派出督查组赶赴河南督导查处工作。
- 南京、北京、青岛等地开始对双汇肉制品进行检测，北京、海口部分超市双汇肉制品下架。

### 2. 企业应对:

- 双汇集团 3 月 16 日中午发布道歉声明：济源双汇食品有限公司是双汇集团下属的子公司，经调查处理工作，目前已责令济源工厂停产自查，并派出集团主管生产的副总经理及相关人员进驻济源工厂进行整顿和处理。双汇集团要求

---

下属所有工厂，进一步加强对采购、生产、销售各环节的质量控制，严格把关，确保产品质量，进一步强化对产业链上下游的控制力，确保食品安全。对此事给消费者带来的困扰，双汇集团深表歉意。

- 雨润集团通过汇港通讯发布声明：雨润食品(01068)表示，近日留意到市场上出现一些有关问题猪肉的报导，集团澄清，直至目前为止，集团未有发现其产品出现任何质量问题，并重申，集团一直以来在原材料筛选、采购过程以至生产工序上，均执行严密内部监控程序。

### 3. 媒体报道:

- 3月15日，央视315特别行动节目曝光了双汇在食品生产中使用“瘦肉精”猪肉。
- 自中央电视台新闻频道曝光双汇“瘦肉精”后，《第一财经日报》、《北京青年报》、《扬子晚报》、新华网、人民网等多家媒体继续报道：河南孟州等地养猪场采用违禁动物药品“瘦肉精”饲养，有毒猪肉有部分流向河南双汇集团下属分公司济源双汇食品有限公司。

### 4. 其他言论:

- 国金证券认为：事件将加速产业整合，加速上游养殖和下游屠宰走向集中……此次事件必将加速国家对落后屠宰产能的淘汰，行业份额将加速向龙头企业集中。对于上游养



---

殖行业，我们认为政府将进一步推进大中型生猪养殖场的推广，降低散养及小规模猪场比例，从源头严控食品安全。