# 从日本“毒饺子”事件看政府危机公关(1)论文

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2025-06-01

*[摘 要] 2008年初的日本“毒饺子”事件引发了中国的食品安全危机，使中国的食品安全威胁论再度升级。中国政府展开的危机公关对此次危机的最终解决起到了不可忽视的作用。本文通过对此次事件的研究探讨如何进行危机公关。 【论文关键词】 “毒饺子”...*

[摘 要] 2008年初的日本“毒饺子”事件引发了中国的食品安全危机，使中国的食品安全威胁论再度升级。中国政府展开的危机公关对此次危机的最终解决起到了不可忽视的作用。

本文通过对此次事件的研究探讨如何进行危机公关。 【论文关键词】 “毒饺子”事件 危机公关

一、“毒饺子”事件回放 2008年1月30日，日本媒体称日本有一家庭三口人食用中国河北天洋食品厂的冷冻饺子后，出现食物中毒症状，经日本警方调查，系有机磷类药物甲胺磷可溶性液中毒，警方认为该药物可能在生产过程中混入饺子。事件一出，在日本一片哗然，相关官员在记者会上呼吁日本民众:暂时不要进食相关食品。

日本零售企业也纷纷暂停出售中国食品。 中国国家质量监督检验检疫总局于1月31日发表声明：对中国冷冻饺子中毒问题非常重视，为了详细了解事态状况，将与日方相关机构共同进行调查，并责令即日起停止一切相关企业产品输入。

中国公安部门也开始调查，并希望日方提供相关产品信息。同日国家质检总局食品安全局长王大宁紧急召开记者见面会，声明去年10月份河北省石家庄市的天洋食品工厂制造的制品样品的检查结果未发现有机磷杀虫剂。

并于2月3日派遣由专家调查团，赴日协助调查。日本调查团也于2月4日奔赴中国，开始对天洋食品厂的调查。

最终，在中国政府等多方努力下，毒饺子事件最终尘埃落定，日本查出的毒饺子主要是超市内用于防虫的敌敌畏药剂飞散后，附着在商品上造成的。天洋食品厂最终也摘下了“生产毒饺子”的帽子。

二、中国政府对食品公关危机的处理措施 中国的食品安全在国内外屡亮红灯，此次以日本三口之家吃饺子中毒为切入点，各大媒体纷纷炒作，口诛笔伐。中国的食品安全威胁论再度升级，不但河北天洋食品厂被媒体、消费者封杀，整个中国饺子行业遭遇风霜，个体危机已经演化为行业危机甚至中国制造危机。

对此，中国政府采取了一系列公关危机处理措施，对危机事件进行的快速处理起到了良好效果。具体表现在以下几点： 1.及时做出回应和声明，组建危机评估和危机控制小组 危机一旦爆发，往往会给社会组织造成措手不及的被动局面并引起公众和新闻媒体关注，此时如果组织反应迟钝，不能迅速查明真相，就会造成危机传播中的信息真空，公众就会用想象来填满所有的疑问，从而导致各种“小道消息”的流传，给社会组织带来更大的被动。

因此，当危机一旦发生，应及时做出反应，在第一时间采取切实可行的措施，化被动为主动，将危机带来的负面影响降低到最低限度，争取让事态向好的方向发展。 2.快速开始调查工作，对外宣布危机处理的进一步措施 危机发生后首先要认清局势，紧接着要采取积极得力的措施，在最短的时间内将危机事件的影响控制在最低限度，防止事态的进一步扩大。

危机的发生是一个加速的连锁反应过程，务必在第一时间最大限度地减少危机带来的损失，使受害方及社会有关方面感到满意，对组织方采取的措施表示理解和赞同。 2月1日，中国驻日本大使馆发言人就发生的日本消费者食用中国产冷冻饺子中毒事件发表谈话，首先对食物中毒的日本消费者表示慰问，并指出中国政府高度重视此事，立即暂停有关企业的生产和出口，并迅速派出调查组赴有关企业开展相关调查。

中国质检总局也责成有关企业立即与日方进口商联系，主动下架并立即召回这些企业在日本的产品和正在运输途中的产品，并商请中国公安部门介入调查。并且在2月3日派有关专家赴日本，与日方就合作查清问题进行协商。

3.充分利用新闻媒介与公众进行沟通，引导和控制舆论 著名的危机管理专家奥古斯丁对危及处理的最基本经验可以概括为六个字——“说真话，立刻说”。并搜集一切与危机有关的事实，充分利用新闻媒介与公众进行沟通，举办新闻发布会，向公众介绍正在进行的补救措施，借此去影响公众，引导舆论。

日本政府调查团于2月5日抵达北京，并同中国质检总局相关官员会面。同日中午，日方调查团进入河北省天洋食品工厂，进行调查。

2月6日，进行现场调查的日本政府官员在河北省石家庄市召开记者招待会，原耐治团长声明“天洋食品制造现场，进行着清洁的管理，并没有发现异常”。其间中国质检总局在配合日本调查团工作的同时，也积极向社会媒介公布最新发展情况。

4.积极采取善后工作，抵消危机造成的不良影响 在进行危机有关处理的同时，积极采取善后工作，有利于抵消危机带来的不良影响，最大可能的获得受害者的同情和理解，同时重新在顾客群中建立良好形象，尽快恢复危机前的正常秩序。 2007年25日中午，中国驻日本大使崔天凯来到神户一家中餐馆特意品尝了中国产的饺子，并借此了解本次“饺子事件”所带来的各种影响，并表示对饺子事件，中国政府高度重视。

希望两国政府有必要建立长期的合作机制，防止类似事件的再次发生。崔大使的举动，为中国食品从危机中尽快走出起到的良好的作用。

三、结论 随着经济全球化进程的日益加快，科技、信息的交流大大缩短了人与人、国与国之间的距离，也让个人、政府和企业组织面临着越来越多不可预测的、不确定的多变运动。危机给组织的生存和发展带来了巨大威胁，却也蕴藏着源源不断的发展机遇。

日本“毒饺子”事件虽然已经告一段落，但中国政府的危机公关给两国民众留下了深刻的印象。政府和企业应从此次危机处理中汲取经验，以应对更加复杂和纷繁的社会和随时可能出现的危机。

参考文献： 吴勤堂:公共关系学.武汉大学出版社，2004 朱光喜 胡 璇:政府危机公关初探.沙洋师范高等专科学校学报，2004

(3) 王欢明 刘鹤鹤:从“钉子户”事件看政府危机公关.西南交通大学学报，2007

(6)

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn