

FOOD-MAFIA



WEHREN SIE SICH GEGEN DIE SKRUELLOSEN METHODEN
DER LEBENSMITTELINDUSTRIE
MARITA VOLLBORN & VLAD D. GEORGESCU

食品黑手黨

瑪麗塔·沃爾本·弗拉德·喬治斯可

——著——

張淑惠、黃秀如、黃慧珍、李雪媛、鄭秀慧

——譯——

揭露食品產業黑心結構 食安問題連環爆的真相

食安問題層出不窮，絕不僅是個別奸商的問題。
想要根除食不安的恐慌，唯有從背後的黑心結構著手。
本書為你掀開食品產業的層層黑幕，
看清財團與政府如何聯手葬送你我的健康！

FOOD-MAFIA

食品黑手黨

瑪麗塔·沃爾本、弗拉德·喬治斯可 —— 著

張淑惠、黃秀如、黃惠珍、李雪媛、鄭秀慧 —— 譯

食品黑手黨：

揭露食品產業黑心結構、食安問題連環爆的真相

原書名 / Food-Mafia: Wehren Sie sich gegen die skrupellosen Methoden der Lebensmittelindustrie

作者 / 瑪麗塔·沃爾本 (Marita Vollborn)、
弗拉德·喬治斯可 (Vlad D. Georgescu)

譯者 / 張淑惠、黃秀如、黃慧珍、李雪媛、鄭秀慧

編輯協力 / 林嘉瑛

責任編輯 / 鄭凱達

企劃選書 / 陳美靜、鄭凱達

版權 / 黃淑敏

行銷業務 / 張倚祺、石一志

總編輯 / 陳美靜

總經理 / 彭之琬

發行人 / 何飛鵬

法律顧問 / 台英國際商務法律事務所 羅明通律師

出版 / 商周出版

臺北市104民生東路二段141號9樓

電話：(02) 2500-7008 傳真：(02) 2500-7759

E-mail: bwp.service@cite.com.tw

發行 / 英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司 城邦分公司

臺北市104民生東路二段141號2樓

讀者服務專線：0800-020-299 24小時傳真服務：(02) 2517-0999

讀者服務信箱 E-mail: cs@cite.com.tw

劃撥帳號：19833503 戶名：英屬蓋曼群島商家庭傳媒股份有限公司城邦分公司

訂購服務 / 書虫股份有限公司客服專線：(02) 2500-7718；2500-7719

服務時間：週一至週五上午09:30-12:00；下午13:30-17:00

24小時傳真專線：(02) 2500-1990；2500-1991

劃撥帳號：19863813 戶名：書虫股份有限公司

E-mail: service@readingclub.com.tw

香港發行所 / 城邦（香港）出版集團有限公司

香港灣仔駱克道193號東超商業中心1樓

E-mail: hkcite@biznetvigator.com

電話：(852) 25086231 傳真：(852) 25789337

馬新發行所 / 城邦（馬新）出版集團

Cite (M) Sdn. Bhd.

41, Jalan Radin Anum, Bandar Baru Sri Petaling, 57000 Kuala Lumpur, Malaysia.

電話：(603) 9057-8822 傳真：(603) 9057-6622 E-mail: cite@cite.com.my

封面構成 / 廖勁智

印刷 / 高典印刷有限公司

總經銷 / 高見文化行銷股份有限公司 新北市樹林區佳園路二段70-1號

電話：(02) 2668-9005 傳真：(02) 2668-9790 客服專線：0800-055-365

■ 2015年7月30日 初版1刷

Printed in Taiwan

Copyright © 2014 Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main

Complex Chinese translation copyright © 2015 by Business Weekly Publications, a division of Cite Publishing Ltd.

All Rights Reserved.

定價 400元

版權所有·翻印必究

ISBN 978-986-272-818-5

城邦讀書花園

www.cite.com.tw

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

食品黑手黨：揭露食品產業黑心結構、食安問題連環爆的真相 / 瑪麗塔·沃爾本 (Marita Vollborn)、弗拉德·喬治斯可 (Vlad D. Georgescu) 著；張淑惠、黃秀如、黃慧珍、李雪媛、鄭秀慧譯。--初版。--臺北市：商周出版：家庭傳媒城邦分公司發行，2015.08

面：公分。-- (新商業周刊叢書：BW0574)

譯自：Food Mafia: wehren Sie sich gegen die skrupellosen Methoden der Lebensmittelindustrie ISBN 978-986-272-818-5 (平裝)

1. 食品工業 2. 食品衛生

463.1

104008978

目錄

前言 食品產業：誰是既得利益者／5

第一章 貪得無厭的集團／11

第二章 奈米食品：消費者成了白老鼠／65

第三章 道德，再見：德國肉品生產的真面目／83

第四章 深奧難解的農作習題／181

第五章 食品安全的監理機制嚴重不足／203

第六章 牛奶萬能？／227

第七章 我們該如何自保？／275

注釋／328

FOOD-MAFIA

食品黑手黨

瑪麗塔·沃爾本、弗拉德·喬治斯可 —— 著

張淑惠、黃秀如、黃惠珍、李雪媛、鄭秀慧 —— 譯

目錄

前言 食品產業：誰是既得利益者／ 5

第一章 貪得無厭的集團／ 11

第二章 奈米食品：消費者成了白老鼠／ 65

第三章 道德，再見：德國肉品生產的真面目／ 83

第四章 深奧難解的農作習題／ 181

第五章 食品安全的監理機制嚴重不足／ 203

第六章 牛奶萬能？／ 227

第七章 我們該如何自保？／ 275

注釋／ 328

前言

食品產業：誰是既得利益者

如果你控制了糧食，你就控制了所有的人；
如果你控制了石油，你就控制了所有國家；
如果你控制了貨幣，你就控制了全世界。

——季辛吉 (Henry Kissinger)

本書書名結合了「食品工業」和「黑手黨」這兩個字眼，乍看之下或許會覺得太誇張，不過實際上本書的內容無關傳統的組織犯罪機制。如果它們隱藏在本書所述的行為背後，我們身為消費者雖然束手無策，但也期待能將希望寄託在有作為的政府組織，可以打擊及制止這種不公平和非法的商業活動。

但食品黑手黨的背後隱藏著指標性企業、政治說客、官員以及重量級的國會議員集結而成的網絡，無論是奈米食品、複製肉品或實際上形同虛設的食品控制，食品黑手黨在我們不知情的情況下，罔顧消費者的健康風險，決定我們該吃什麼、不該吃什麼。和組織犯罪者不同的是，食品黑手黨以潔白無瑕者之姿，不擇手段地獲取個人和集團的利益，因為這關係到龐大的金錢利益。

德國食品工業於二〇一三年「營業額達一千七百五十二億三千萬歐元，繼汽車工業、機械製造和化學工業之後，為德國第四大產業。該產業成長的動力來自占總營業額三〇%」的出口業務。德國是全世界第三大食品出口國，經濟首長和高階政治人物無不齊聲宣導，經濟成長和出口是德國競爭力的基石。但他們沒說的是，龐大的經濟總成本和目前農業生產問題造成的影響嚴重性仍不斷攀升。因此，歐盟單單為了畜養歐盟境內的牲畜持有量，就必須進口大量的黃豆，等於使用了歐盟境外約三千五百萬公頃的農作面積，相當於德國的總面積。³農業的資源高消耗（歐盟國家境內也是如此）、環境污染、使用易患疾病的高性能品種以及大量藥物進行工業式養殖牲畜，以及使用大量的藥物進行工業式養殖牲畜，使得社會成本不斷上升，這些成本，例如：農業補助津貼等，全由納稅人買單。而原本應該負責維護基本價值、保護社會和文化標準、降低風險，以及訂定能長期鞏固人民生活基礎的政府，無論是德國還是整個歐盟地區，卻絕大部分只圖利於農產大企業和食品工業。

政府單位在食品領域的無能造成消費者莫大的損失，是其他領域無法比擬的，例如：跨大西洋貿易及投資夥伴協定（Transatlantic Trade and Investment Partnership, TTIP）就傾向於廢除民主制度以及將食品慣用的品質標準最小化。

複製和貼上不僅是德國高層政客過去在進行博士論文時最有效的方法，現在歐盟議員的提案書內容有部分也常和企業及各種利益協會的說客言論不謀而合。⁴這種將整篇文字段落套用到後來的法律條文上能保證剷除跨國企業的絆腳石，幫它們更接近利潤最大化的目標。這種將私利與法律責任網綁在一起的法律關係到五億零五百萬歐盟民眾，破壞了成員國宣示民主治理歐盟的誓約。

歐盟的農業政策將目標集中在增加生產力和出口上，這種不公平的政策不僅在發生德國和歐洲，

也在全世界製造了無數的犧牲者。補助津貼的發放沒有實質的效果，公共福利和環保只扮演次要的角色。高額補貼費一直都是那些因其規模、機械化投入程度或有其專業性的企業取得，但補貼金對這些企業而言只是錦上添花，因此既有的不平衡無法因此消弭，反倒更為惡化。除此之外，獲得補貼的出口產品還會干擾國際市場，因此單方面的經濟考量，使得多重因素的農業問題越來越嚴重。農莊消失的情況持續蔓延，歐洲農民的收入平均只有一般勞工的三三%，從事農業的人數持續減少，就像農產品的生產價格一樣直直落，飼養業追求補貼金，而畜養種類減少、地表水品質不良，以及土壤肥沃度下降等環境問題不斷增加，消費者利益受損，歐盟不去對抗世界的飢荒和貧窮，反而制訂農業政策毀了開發中國家無數農民的生計，因為這些人的農產品價格無法與透過國家稅收資助的歐洲農產品相抗衡。

這一切當然還會衍生出獲得高額的國家稅收資助的食品行業如何達到公平正義的問題，特別是還不清楚這樣的食品行業能帶來什麼樣的社會成效。單單二〇一三這一年，歐盟就直接支出六十二億歐元，獲得補貼的對象包括備受爭議的公司如化學公司巴斯夫股份公司（BASF）、能源集團的德國意昂電力集團公司（Eon）和德國萊茵集團（RWE）以及坦克製造商德國萊因金屬公司（Rheinmetall）。且公司越大，補貼所得越多：羅佩勒（Rhönperle）農業合作社（杜林根邦公司（Thüringen））約二百萬歐元，和德國大型雞蛋生產商之一的斯平哈根（Spreenhagen）蛋雞培育公司一樣。此外，糖業巨頭南糖（Südzucker）則超過二百萬歐元，德國最大乳製品商德國乳品事務有限公司（Milchkontor）則享有超過七十萬歐元的補貼金。二%的企業就占了補貼總額的三〇%；四分之三的補貼金接受者的金額應大幅降低，約每公頃二百九十歐元即可。小型企業的補貼金可不是

「農民的哈茨四失業金」(Hartz IV)。¹⁰ 歐盟拒絕引進超過耕種面積上限就沒有歐盟基金補貼的作法，因此耕作面積超過一千公頃以上的持有人是最大受益者。然而得到國家稅收資助的受益者在解決當前社會問題的共同責任上有何助益？相對地，消費者能得到他們期待的農業和食品生產方式嗎？

製造恐懼、不安和欺騙是農業企業的利益代表為達利潤最大化和為現有系統辯駁等目的常用的手段，他們不斷向消費者洗腦，告訴消費者目前的食物生產方式雖有疑慮，但也只有目前的食物生產方式能保持或繼續提升目前的生活水準。如果改變了生產方式，產品價格就會上漲，進而出現供應危機，以及隨之而來的德國經濟生產總額下降，收入或甚至工作機會減少等嚴重後果。許多消費者考慮到上述情況，於是開始妥協並接受他們原本反對的事情。聰明的農業和食品工業市場早就找到挑起這種消費者矛盾心理的方法，他們在電視廣告和各種精美廣告中對他們的工業生產產品營造完美的形象：快樂的乳牛在綠油油的草地上吃草，畫面洋溢著充滿優格香氣的鄉村景色、滑稽的綠色小矮人穿梭在森林裡採收綠色豌豆芽。如果是乳製品、香腸或起司等廣告，產品名稱加上「鄉村」兩個字肯定大賣。政府對這些誤導消費者的策略不僅視而不見，甚至還加以支持，例如：隸屬於德國聯邦食品及農業部 (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, BMEL) 的國家食品法典委員會中，除了有來自食品監督單位、科學家、消費者組織的代表以外，也有來自食品行業的代表。因此，從以前到現在，茶的包裝盒上可以印上黃色小李子或梨子的圖樣，即便產品內根本不含這些水果；檸檬汽水裡沒有檸檬，但產品名稱還是可以有「檸檬」兩個字；而產品名稱「阿拉斯加鱈魚」的產品其實是染色的鱈魚替代品。¹¹

許多政治人物（尤其是保守派和自由派的政治人物）一直以來都受制於財力雄厚和影響力強大的

企業以及協會，其中包括德國賴夫艾森協會（Deutschen Raiffeisenverband, DRV）* 和德國農民協會（Deutschen Bauernverband, DBV）。這些政治人物為企業發聲，不僅能獲得可觀的額外收入，還使得農業工業將其觸角和影響力提升到最高政治層面。而德國農場合作協會目前在政治和經濟的影響力和其對等協會在奧地利擁有的地位相當，已對國家的民主制度造成威脅。

食品工業對於消費者而言就像是披著羊皮的狼，他們擁有讓農業政策轉彎以及使工業妥協的權力。因此本書的出版也是為了所有置身於該領域的人，我們會用案例告訴讀者該如何對抗食品黑手黨，以及改變消費者的購買行為，為食品生產的改變奮鬥的重要性。

* 譯注：德國賴夫艾森協會主要由經營農產品交易及農產品加工的企業組成，目前有二千三百一十六名會員，共同創造年營業額達六千六百萬歐元（資料來源：<http://www.raiffeisen.de/der-drv/>）。

第一章 貪得無厭的集團

看過喬治·歐威爾（George Orwell）《一九八四》的讀者，對於前段篇幅所述食品產業寡頭壟斷的情形應該會聯想到這部小說中的「老大哥」，然而與歐威爾所杜撰出操弄命運的社會政治極權主義的擴張相較之下，我們現今的世界或多或少存在著連作者歐威爾也覺得不可思議的事實：一邊是全球性集團不斷成長的經濟地位，另一邊則是不自覺的消費者，他們興高采烈地在獵取廉價品的行為中養成錯誤的消費習慣，也從不懷疑自己所選來的人民代表以及經濟龍頭和協會官員所做的決定。因為這早已不是商業行為有待商榷的單一企業，而是一大堆由子公司和各種入股等交織成國際性網絡的壟斷集團，跨產業吞食，贏取最大利潤，完全不必為這種有害資源的擴張行為帶來的負面副作用負責任，更別提要求這些集團拿錢出來了。

超級市場貨架上琳瑯滿目的品牌隱藏了整個食物鏈早就是寡頭壟斷的犧牲品的事實，經濟合作暨發展組織（OECD）二〇〇三年的一項研究結果顯示，未來「全世界只會剩下四或五個連鎖超市」以及「二十至二十五個跨國集團……主導全世界的食品行業」。

少數集團主導市場的情況下，消費者的自由選擇也會受到限制，因為消費者無法認知到相同產品類型的差異性，因此也無從依據特定的條件，諸如：生產方式、成分、環保或動保角度來選擇產品。

表一 十大集團的市場占有率

領域	十大集團市場 占有率 (%)	國際市場龍頭
飼料	16	卜蜂集團 (Charoen Pokphand)，泰國
動物育種	99	艾里希魏斯尤寒 (Erich Wesjohann)，德國
種子	74	孟山都 (Monsanto)，美國
農藥	90	先正達 (Syngenta)，瑞士
肥料	55	雅苒 (Yara)，挪威
穀物、黃豆交易	75	嘉吉 (Cargill)，美國
加工	28	雀巢 (Nestlé)，瑞士
零售	11	沃爾瑪 (Walmart)，美國

資料來源：蘇珊娜·古拉 (Susanne Gura)，「農業極權，集團掌控食品生產的權力」，希爾須路赫 (Hirschluch)，二〇一一年十月十五日。

模糊化是這個產業的基本策略之一，雖然業者宣稱會朝著另一個方向努力，不過這些集團對於消費者知的權利絲毫不感興趣，還承諾以提供不會令人遺憾、無負面後果的美食來賺錢，例如：光是雀巢、聯合利華 (Unilever)、達能 (Danone)、菲仕蘭康柏尼 (Friesland Campina) 以及肉品集團維揚食品 (Vion) 每年合計營業額就高達一千四百億歐元。² 集結各種救援和發展組織的樂施會 (Oxfam)，致力於開創公平正義、無貧窮的世界，計算出全球十大食品和飲品製造廠商³的總營收每天超過十一億歐元，可口可樂 (Coca Cola) 自豪全世界每秒鐘就喝掉一萬九千四百瓶它們生產的軟性飲料。⁴

德國政府經常為大型工業的利益護航，無論是相關的政策決定或慷慨發放的補貼金，其中出口補貼的最大受益者包括糖業、乳製品、肉品和其他食品集團如維揚食品 (六百七十萬歐元)、南糖 (三千五百萬歐元)、奧古司特史托克 (August Storck) (三百三十萬歐元)、騰尼斯 (Tönnies) 肉

品（二百七十萬歐元）、諾德乳業（Nordmilk）（一百八十萬歐元）、卡夫食品（Kraft）（二十五萬歐元）、卓德（Zot）和雀巢（各二十五萬歐元），以及專事植物性和動物性殘餘產品處理的雷特曼（Rehmann）家族集團（二百六十萬歐元）。其實政府可以重新分配農業補貼，而不是隨意將百萬歐元的人民納稅錢送給早已身價不凡的集團，才能讓農業更環保，畜牧業保持物種平衡，進而使農場增加更多工作機會，得以繼續生存下去。

食品集團經常身陷於道德和倫理備受爭議的情況中，它們不時因自身的廣告而遭受消費者權益保護者的責難和呼籲，也被期待能更誠實地關心食品中有關健康的議題。誇大和誤導之間的界定通常是模糊的，而特別受到爭議的是與健康相關的廣告內容以及對孩子的吸引力。尤其是和食物有絕大關聯的文明病，如糖尿病、中風、某些特定的癌症和心臟疾病等，這些疾病的迅速蔓延讓醫生越來越憂心，也造成國家衛生系統的負荷。這些理由足以讓國際性科學家團隊針對消費和疾病之間的關聯進行研究。根據最新的評估，二〇一〇年有三千四百五十萬人死於非傳染性疾病，而二〇一〇年以前可能已經有五千萬人死亡。知名的《刺絡針》（*The Lancet*）醫學期刊所發表的研究中，研究人員的結論是國際食品集團和其產品是流行病蔓延的最關鍵因素，然而這些集團同時還因消費者對這些不健康食品的高度消費而大發利市。食品工業「主宰人類」？研究人員的評價很明確：集團運用了和煙草工業一樣的方法，有系統地破壞國家衛生政策。他們認為目前政府要求廠商自我承擔和自我宣言式的策略是失敗的，他們也認為和大集團商討制訂其產品中的糖分、脂肪和鹽的添加上限也是無意義的：「自我承擔就如同委託破門而入的盜賊來幫忙安裝門鎖一樣。」⁷

二〇一〇年，工業引進食品紅綠燈的方式標注販賣至全歐的產品內其糖分、脂肪和鹽含量，雖然