

出售非法转基因大米 “双重安全标准”令沃尔玛身陷谜局

在国际消费者权益日，一份来自国际环保组织绿色和平（下称“绿色和平”）的调查报告，使得沃尔玛等零售巨头陷入转基因谜局。

3月15日，绿色和平公布了最新的《超市生鲜散装食品调查报告》，该调查报告称，沃尔玛出售非法转基因大米、伊藤洋华堂超市出售非法转基因木瓜。同时，在部分零售商销售的蔬果样品上，还检测出含有国家明令禁止生产和使用的农药。

在今年的两会期间，农业部副部长危朝安曾表示，农业部从未批准任何一种转基因粮食种子进口到中国境内商业化种植。同时，目前我国仍未允许转基因大米的商业化生产和进入市场流通。

“此次在湖南长沙沃尔玛超市黄兴南路分店出售的转基因大米属于非法转基因大米。”绿色和平食品与农业项目主任王伟康指出。

不过，目前关于转基因大米的商业化一直处于争论之中。我国著名的“杂交水稻之父”袁隆平院士曾表示，自己正打算带头来吃抗虫抗病的转基因大米，并希望能召集一批青年志愿者来吃这种大米，为科学事业、为人类发展承担风险。

“沃尔玛正密切关注此事的进展，目前内部正在积极沟通，希望能尽早给消费者一个交代。”同日，沃尔玛公关部门人士回应称。

身陷“转基因”

选择在国际消费者权益日公布最近的调查报告，绿色和平筹划已久。

2009年10月至11月，绿色和平就对国内8个城市的9家大型连锁超市的19个门店展开调查。据了解，调查中，绿色和平共在超市生鲜散装产品（蔬菜、水果和大米）柜台随机购买了83份样品，并委托有资质的专业检测机构对这些样品分别进行转基因成分检测和农药残留检测。

检查结果发现，沃尔玛、中百仓储、伊藤洋华堂都在出售非法转基因产品。其中，在沃尔玛长沙黄兴南路店和中百仓储武昌区水果湖路店的抽样中，检测出有转基因大米在售。而四川成都伊藤洋华堂超市双楠店出售的是未经国家



认可产地的转基因木瓜。

据记者获得的进一步的消息确认，沃尔玛长沙黄兴南路店抽样获取的转基因大米，生产厂家是汨罗市龙舟米厂，而产地为汨罗市红花乡东冲村。中百仓储武昌区水果湖路店被检测出的转基因米厂家标识是湖北银欣，产地为监利新沟开发区。转基因木瓜国家认可的产区只有广东地区，而绿色和平检测的转基因木瓜产地，分别来自于海南、泰国等地。

绿色和平认为，转基因食品一直备受争议，许多研究报告对其长期安全性提出警示，并表明转基因食品对健康具有不可预知的后果。因此，要求沃尔玛和伊藤洋华堂立即采取行动，切实承担起责任。

此外，此次调查的超市出售的蔬果中还发现了危害较大的几类农药，而超过1/3的被检测食品样品上混合农药残留十分严重。在北京伊藤洋华堂超市西直门店抽取的草莓样品上，检测出含有国家明令禁止生产和使用的农药甲胺磷。

不过，绿色和平并未对所委托的专业检测机构名称进行公布。而沃尔玛称，目前内部正在积极沟通。

商业化争议

在业内人士看来，沃尔玛此次陷入转基因事件是撞到了枪口上。目前，国内正加大对食品安全的控

制力度，而我国并未放开对转基因大米的商业流通。同时，近年来转基因农作物的安全性和好处也受到质疑。

绿色和平在对我国棉花主产区江苏进行调研时发现，江苏盐城的转基因棉花种植户，由于病虫害和种植成本的原因，正决定在2010年降低对转基因棉花的种植面积。其中，成本的构成主要来自于转基因种子高昂价格和与之相关农药的投入。

而在美国转基因大豆的研究上，来自孟山都公司的Roundup Ready（抗草甘膦）转基因大豆的减产，致使美国农民在2008年出现了数以亿计的损失。绿色和平引用美国农业部的数据显示，该国85%的转基因大都是上述品种，而2008年该品种比普通大豆减产了5%。

消费者对于转基因大米也持谨慎的态度。根据相关数据显示，我国人均每年的大米摄入量是97公斤，我国每年要消费1.7亿吨大米，占到了我国粮食消费总量的35.7%。来自益索普市场研究咨询有限公司2007年针对北京、上海、广州的调查报告显示，65%明确选择非转基因农产品，77%的消费者明确未来选择非转基因大米消费。

不过，来自学术界的意见也有对转基因大米的支持意见。

2月24日，国家发改委副主任张晓强到武汉进行战略新兴产业发展调研时，向中科院院士、华中农业大学教授

张启发问及转基因大米安全问题，张启发举例说明称，食用转基因大米带来的危险，不会比喝水的危险更大。

3月3日，在参加两会期间，袁隆平也表示，转基因粮食既需慎重对待，也需科学对待。袁隆平称自己愿意为科学承担风险，带头来吃抗虫抗病的转基因大米。

围绕转基因的争议仍在继续，不过，这并不能让沃尔玛对转基因大米的销售拥有足够的借口。事实上，沃尔玛、伊藤洋华堂还正陷入双重标准的争议。

据了解，在中国违法出售散装转基因大米的沃尔玛超市，在英国已经向消费者作出“非转基因”政策承诺，即不会向英国消费者出售任何转基因产品；而在中国农药残留问题严重的伊藤洋华堂超市，在日本已经建立了完善的产品追溯和控制体系，并且承诺将其产品上的农药使用量减至平均值的一半。

“非典型”案例？

“此次事件应该是沃尔玛本土化的‘非典型’事件。”在沃尔玛前生鲜采购部门负责人钟升看来，从调查结果看，转基因大米并非出现在沃尔玛每家门店。

钟升称，沃尔玛一直贯彻中央集权的集中采购模式，在不同业态上，采购部门间会进行资源共享，集中采购对于供应商的资质和质量控制都很严格。“而这种集中采购，随着沃尔玛现任中国区总裁陈耀昌的本土化策略有所改变。”

据了解，基于中国市场的广阔和地域差别，陈耀昌上任后，力推本土化策略，以此提高沃尔玛的灵活性和竞争力。于是，门店权利和区域权利在沃尔玛内部得到了提升，采购也相应出现了符合地方特色的地区采购与中央采购的划分。

“问题就应该出在地方门店授权上。”钟升认为。王伟康则认为，沃尔玛等超市在中国的双重标准，与国内正不断收紧的食品安全政策相悖。

(21世纪经济报道)

【评论】

企业责任心怎能“双重标准”

即使围绕转基因是否可推广商业化

的争议未绝，不代表沃尔玛等对转基因大米、转基因木瓜的销售拥有足够的借口。一个国家有权决定何时推进转基因大米的商业化进程，有权决定何时允许其进入流通领域，但在相应的法律法规未放行之前，企业提前私自推进的做法，均属违规违法。

卫生部已经在《转基因食品卫生管理办法》第二十八条明确规定，“列入农业转基因生物目录的农业转基因生物，由生产、分装单位和个人负责标识；未标识的，不得销售。”沃尔玛、伊藤洋华堂、雀巢为代表的洋品牌在销售产品过程中，并未正视此规定。

人既生而平等，想必肉体并无实质差异。转基因食品在美国出售与在中国出售，其隐患同样存在。所不同的是，各国“防火墙”设置厚薄不一。对比欧美相关法规可知，中国的法律法规在食品安全方面的保护，实在说不上严格。但在明文法规面前，也不见得口口声声有社会责任的洋品牌们遵守。

或许，沃尔玛等仍停留在企业社会责任思想的起点：亚当·斯密(Adam Smith)的“看不见的手”。古典经济学理论认为，一个社会通过市场能够最好地确定其需要，如果企业尽可能高效率地使用资源以提供社会需要的产品和服务，并以消费者愿意支付的价格销售它们，企业就尽到了自己的社会责任。

毕竟现在已是21世纪，企业不但创造利润、对股东承担法律责任，还要承担对员工、消费者、社区和环境的责任。同时，也不应因为在不同的国度就有不同的标准。沃尔玛等企业在中国一直在强调其不断重视并深化企业社会责任。但双重标准的事实，无疑暴露其“虚伪”。当然，目前最需要做的是，中国要依法惩处，而不是将之视作公共争议。

(李 银)



福州百货：贵宾卡太“亲民” 服务难保证

VIP本指“非常重要的人”(Very Important Person)，即通常所说的“贵宾”。不过，记者近日走访市场时注意到，福州多家百货猛降VIP门槛。业内称，这样固然能在短期内争夺客源，暂时提升百货竞争力，但长远看来，将得不偿失。因为VIP泛滥，大多以降低VIP服务为代价，贵宾卡成了大众卡，俨然一鸡肋。

VIP卡零门槛

福州主流百货的VIP都有2万~5万人之多，他们的消费为各百货的业绩增色不少。此前，多数主流百货的VIP门槛是，当日消费满1000元以上，方可办理。但今年起，门槛不再，有的甚至

“沦落”到了零门槛。

福州一旧一新两百货近日打出的宣传令人有些心动。

在福州拥有3家门店的主流百货称，“VIP集中营，现金消费满300元即可免费办理VIP一张”。之前该百货的VIP门槛一直是，当日消费满1000元以上或当月累计消费满3000元以上。前后一比对，降了一大截。另一家年初刚开业的新晋百货更是令人瞠目结舌：“VIP招募集结号：任意消费”。该百货试营业期间，甚至可以“持本市任何一家百货、超市贵宾卡”，或“持银行信用卡”即可申办VIP卡。

卡多了优惠少了

“VIP门槛猛降，固然与福州目前的百货业界的竞争态势有关，短期内确实可以迅速起到争夺客源的作用，但长期看来，不能不说是一种‘堕落’的行为。”在业内人士看来，福州百货业急速扩容，从2006年底时仅有的4家百货门店，3年多的时间即大幅扩容至11家。“明争”折扣不说，新老百货间的各种“暗斗”也分外眼红。降低VIP门槛，短期实现争夺客源，但这更多的却是以降低VIP服务为代价的。

让这些百货的VIP疑惑的是，百货又给他们这些贵宾什么增值服务？小许是外贸企业的金领，自5年前工作以来，各式各样的VIP卡就侵占了他的卡包。“早

些年，这些卡还曾是种身份的象征，但这些年随着VIP的愈发泛滥，VIP卡大多只剩积分作用，而且这些积分经常在自己不知情的情况下被商家清零。商家更多的是通过当初办理VIP留下的资料，拼命往手机发促销信息，仅此而已。”多位持有不同商家VIP卡的市民也对记者抱怨，现在手中的VIP卡越来越多，可实惠越来越少，有的VIP卡虽然可以打折，但得到的服务也打折，“贵宾”跟“大众”基本没差别。到了节日生意火爆时，商家还设置各种门槛限制贵宾，以免减少利润，诸如店庆日不积分等。

短视行为很可惜

在长期关注商业的营销学专家、福州大学管理学院教授陈章旺看来，目前很多商家的VIP服务渐沦为鸡肋，可以说是有名无实。陈章旺介绍说，从现代营销理念上来说，顾客VIP服务实际上是商家锁定顾客的一种手段，就欧美、日本等发达国家的经验上看，他们都针对顾客的忠诚度、贡献程度来提供有区别的VIP服务，这样有质量的服务反过来又增加了客户的黏着性。但现在国内的大多数商家并没有在顾客服务上下功夫，只是通过各种卡把消费者领进门，并没有跟进提供相应的服务，导致了这种卡变得可有可无，“这种短视的行为从长远的商业利益来看非常可惜。”

(海峡都市报)



试吃水果被罚款 超市顾客谁有理？

日前，芜湖市民李小姐来到市消协，称自己只在超市试吃了一颗龙眼，却被超市罚款50元，感到很不公平。

原来，李小姐当天来到市中心某大型超市，在水果区看到有新鲜龙眼出售，便试吃了一颗，不料被超市工作人员发现。工作人员喊住李小姐，要她交50元罚款，双方争执了一会，李小姐最终交了50元离开超市。随后，李小姐来到市消协投诉，认为当时试吃的顾客不止她一个，而且一颗龙眼也不可能价值50元。市消协在调查了具体情况后表示，李小姐在超市试吃龙眼确有不妥，但是超市没有权利随便对顾客罚款，没有法律赋

予超市罚款权。近日，记者得知该超市已向李小姐退还了50元罚款，李小姐为自己的试吃行为向超市赔偿2元损失费。

记者随后来到该超市水果区，看到有龙眼出售，价格每公斤约17元钱，台子周围散落了不少剥落的龙眼壳。对于试吃行为，市民观点不一。“买前试吃一下才晓得这个水果是否新鲜，味道如何，在水果摊买沙糖桔、龙眼等都可以先尝后买的。”一位市民说，她在家门口买水果，水果摊老板都会说先尝一下，不甜不要钱，所以试吃是能够理解的。但是也有市民认为，超市和水果摊的销售、服务方式不一样，超市空间大、商品多，供顾客

自由挑选，管理更困难，对试吃行为也很难界定。所以有些超市会在醒目位置明确告知消费者不能试吃以及由此可能承担的责任。

安徽申腾律师事务所徐宗保律师表示，消费者和商家在法律上的地位是平等的，消费者试吃不可试吃的食品是有过错，需要承担与自己过错相适应的法律责任，即向商家赔偿损失，比如消费者试吃了未拆封的食品，就需要将该食品购买下来。超市作为商家是没有处罚权的，不能随意对顾客罚款，即使发现顾客有偷盗行为，超市也只能将其转交给公安机关处理。

(大江晚报)



上海部分超市自包装商品“不足秤”

上海市质监局日前公布的计量专项检查结果显示，超市自包装商品净含量合格率68.4%。执法人员透露，自包装商品不合格的主要原因是部分超市自包装柜台计量意识不高，存在“去皮不够”或“未去皮”现象。虽然大部分一次性包装盒和保鲜膜仅有区区几克，但以内装商品的同等价格进行搭售，还是损害了消费者的合法权益。

近日，上海市质监局执法人员对家乐福超市万里店进行了突击检查，共抽查了海鲜、肉类、熟食和水果等50件自包装商品，经现场检验，净含量合格33件，不合格17件，抽样合格率为66%。净含量标注、计量器具配备和法定计量单位使用方面全部符合要求。

当天对家乐福的抽查只是近期专项计量执法检查的一环。自2月10日以

来，质监部门共查了38家销售企业的1223件商品，其中20家大型超市海鲜、肉类、熟食等单价较高的自包装商品1000件，经检验净含量合格率为68.4%。

抽查结果显示，抽样合格率差距明显，有的100%合格，有的合格率仅有40%左右，如乐购、欧尚、家乐福、大润发和江苏时代超市的个别门店。

(新闻晨报)