

□ 本组稿件采写 曾德金 丁华艳 吴厚斌 张帆



策划词 | CEHUACI

早在6年前,达芬奇家具“出口转内销”的造假行为就被揭露。奇怪的是,达芬奇家具能够在媒体曝光后继续坚挺6年顽强地造假!除了达芬奇家具蓄意而为、一部分消费者“只买贵的”这种炫富心理在支撑以外,相关监管部门也难辞其咎。这一事件不仅折射出社会商业诚信的缺失,同时也暴露了消费者对民族品牌自信力的缺乏。

延伸阅读 | Yanshen Yue du

达芬奇造假 六年前 曾被曝光

□ 吴厚斌 张帆

达芬奇造假并非一日之功。早在6年前,《北京商报》就曾以《洋家具“限量”牵出“纯进口”黑幕》为题,揭露达芬奇“出口转内销”的造假行为,不过当时关注度远不如今天,致使6年来达芬奇造假如故。

2005年10月中旬,达芬奇召开新闻发布会宣称其代理的30个国外顶级家具生产厂家联合决定对北京市场一年只供应3套家具,此举的目的是“通过限量发售,来遏制假冒品的泛滥。”2005年10月20日《北京商报》的报道中称,对达芬奇以“限量”来“遏制仿冒”这一说法表示质疑,认为这是一次“拙劣的策划”,并通过行家揭秘,揭出“中国制造”摇身变成“洋家具”的三种渠道,其中重要的一个渠道就是“出口转内销”冒充“纯进口”。

当时的报道援引一位在建材经贸大厦、红星美凯龙和中粮广场均开有专卖店的家具商表示,这种打着进口旗号的“出口转内销”产品可以说占到目前进口家具的95%以上。对于达芬奇超市宣称销售的产品100%是原装进口的说法,这位家具商明确表示这是“在胡说,在撒谎,在骗人”。

6年时间过去了,当达芬奇被央视曝光之时,人们才发现其造假手法和当年报道的手法如出一辙。一直只做进口家具的超舒适国际家居总经理王兰玉不愿对达芬奇的造假行为进行评价,但他表示,诚信经营是一个企业的道德底线,“任何不诚信经营的人,总有一天会搬起石头砸自己的脚”。北京市场协会家居分会秘书长刘晨则认为,如果央视报道属实,达芬奇不仅严重地侵害了消费者权益,对自身的品牌形象也是一个致命打击。

链接: 真功夫股权纠纷始末

●2006年,蔡达标前妻潘敏峰与其协议离婚,并把自己名下25%的股权转给蔡达标。蔡达标与潘宇海(原蔡达标小舅子)各持有真功夫50%的股权。

揭开达芬奇家居“洋皮” 暴露中国造自信“缺失”

事件 | SHIJIAN

A. 达芬奇造假“密码”被揭开

7月10日,中央电视台在“每周质量报告”中揭开了达芬奇的造假“密码”。在其豪华、高贵、纯进口这些漂亮字眼的背后,是一连串的造假劣迹。首先,涉嫌原产地造假,达芬奇宣称其意大利品牌卡布丽缇属意大利进口,而据

式造假,本是在东莞生产的家具,通过从深圳出口到意大利,再从意大利通过上海进关的方式,获得进口手续,摇身一变就成了“纯进口”家具,一款双人床从3万元的造价飙升到30万元的售价;第四,涉嫌品质造假,达芬奇宣称高贵的原装进口产品,价格高达30万元,顾客摆到家中却发出刺鼻气味,经质检机关检测,被判定为不合格产品。

美国品牌都在美国生产。

针对目前盛传的“达芬奇家具在国内生产,转到意大利,又转进口”的报道,负责达芬奇在欧洲、意大利采购的Jumbo公司执行总裁 Antonio Munafo 称,达芬奇意大利品牌家具均在欧洲生产,媒体报道不符合事实。

同时,目前被指使用高分子树脂材料、大芯板、密度板制作而陷入漩涡的卡布丽缇品牌总裁 Tino Cappelletti 回应称,传统中国的概念当中,百分之百实木就代表质量高,但是这个概念不一定对。凡是意大利生产的家具必须是百分之百实木,这个概念也是错的,是误区。

因在于,一是国内市场缺少监督,对于中国制造已经丧失信心;二是重于面子,对于奢侈品的变态崇拜。署名“V incent0991”的微博表达了相同看法,“达芬奇的问题说明我们对于大多国货的不放心。”有业内人士指出,达芬奇事件应引起行业反思。尽管中国出口家具制造水平已经能达到欧洲中高档水平,但缺乏“品牌价值”,归根到底是诚信体系的缺失。国外百年家具企业,往往是家族式传承,对自身品牌、信任度十分关注,不会为了卖产品而丢诚信。

回应 | HUIYING

B. 力辩产品是真正原装进口

7月13日,当达芬奇召开记者说明会,力辩自己的产品是真正原装进口。达芬奇家居有限公

司总经理潘庄秀华与供应商代表共18人出席说明会,回应称意大利品牌

都是在意大利生产,潘庄秀华同时承认与国内厂家合作生产美国品牌。潘庄秀华在发布会上邀请上游采购商、供应商帮助达芬奇回应质疑。她表示达芬奇所有代理的意大利品牌均在意大利生产、原装进口。而代理的美国品牌,如Hollywood等,则是全球采购,产地包括中国、越南、菲律宾、印度及印尼等。她表示,达芬奇一直将这一情况向客户进行过说明。她认为,消费者都知道不是所有的

反思 | FANSI

C. “假洋货”何以横行

“达芬奇事件”再次扒开了崇洋媚外的虚荣,市场有需要,制造商自然有办法,这引发了网民对于一些崇洋媚外的消费理念的批判,同时也暴露了“中国制造”自身的不足。这一事件的背后,是国产品牌整体实力的不足,难以赢得消费者的口碑,也正是这种消费心理给了“假洋货”很大的市场空间。

署名“李志起”的博客文章认为,“坑爹的达芬奇不是第一个,也不是最后一个。这个现象也说明了,中国本土企业品牌的知名度与国外品牌还是有差距,至少在中国消费者眼里是有差距的。而国人盲目的崇洋媚外和近乎畸形的消费心理,无疑成就了‘假洋鬼子’”。

署名“摇摆的风铃子”的微博说,一些消费者如此崇洋媚外的原



点评 | DIANPING

市场监管 “后知后觉”

有网民认为,这一次是家具行业出现了“达芬奇事件”,难道其他行业就没有这种欺骗消费者的恶劣行为?署名“纤纤柳絮”的微博说,“其实像达芬奇这种操作模式的公司到处都是,只是工商局没有去查,或者媒体没有曝光而已。”

达芬奇事件的出现,相关市场监管部门也负有责任。因为,消费者对于奢侈品的辨别能力还十分有限,这就需要市场监管部门来把关。

“达芬奇事件是一个以次充好的简单事件,却折射出中国社会的现状——无耻的造假商家,后知后觉的监管部门,不会太严厉的处罚,崇洋媚外的无知的暴发户消费者。”署名“南京一木”的微博说。

署名“李志起”的博客文章还说:“有关监管部门更是难辞其咎。当下,对已经发现的达芬奇家具等‘假洋鬼子’进行严厉的处罚,不仅要鼓励消费者去索赔,还要开出巨额经济罚单,更要把骗子纳入刑罚,这样才能提高违法成本以‘杀一儆百’”。

“光口头讲商家的诚信没有用。用雷霆万钧之力的制度弄得不法商人仰马翻的时候到了,不要总是隔靴搔痒。”署名“霏樵”的上海网民说。

传“真功夫”股权再起波澜 外资同行或成战略投资者



仅次于味千的19.2%。

对于高层考虑转让部分股权一事,真功夫未作正面回应。其公关部在声明中说:“真功夫近几年发展迅速,一直有不少风投机构来和我们接

洽投资事宜,公司也秉持开放态度,和他们保持着良好的沟通。”

记者尝试联系多家外资餐饮企业评论传言,其中味千(中国)投资者关系联系人表示:“部门并未听说管

理层有此计划。”至于正在收购火锅连锁餐厅小肥羊的百胜集团回复称:“并不了解事件,无法置评。”

分析: 股权纠纷仍处于微妙时刻

现时真功夫股权纠纷仍处于微妙时刻。4月蔡达标被逮捕归案后,副董事长兼创始人之一的潘宇海代理董事长。本月5日,广东省高院开庭审理蔡达标前妻潘敏峰(潘宇海之姐)诉其股权纠纷案,潘敏峰要求蔡返还25%的股份或折价赔偿47亿元;此外,广州市天河区法院也将审理真功夫监事窦效嫫(潘宇海之妻)诉蔡达标“董事损害公司利益赔偿纠纷”一案,原告要求蔡返还其在担任公司董事长及实际控制人期间,非法占用、使用公司资金3600万元。

此外,真功夫还传来管理层流失和营业额下滑的消息。公司声明称总部第二季度离职的管理人员有1人,个别高管离职,不会影响公司的业务运转。声明又指公司在3月、4月出现较大波折的情况下依然保持了高速扩张的势头,预计全年计划开店60家。

据了解,天河区法院早前已查封了蔡达标在真功夫餐饮管理有限公司持有的3%的股权并冻结蔡达标名下相应银行存款。

链接: 真功夫股权纠纷始末

●2006年,蔡达标前妻潘敏峰与其协议离婚,并把自己名下25%的股权转给蔡达标。蔡达标与潘宇海(原蔡达标小舅子)各持有真功夫50%的股权。

百年老牌 奥的斯电梯 又出事故 市场格局恐生变

□ 魏倩

奥的斯电梯中国区新任总裁李朝宝上任不到两月,这家百年品牌电梯公司就又发生了一起电梯事故。

7月6日上午,北京4号线地铁动物园站电梯事故最新的消息是,一名男孩死亡,3名重伤者生命体征稳定,另有27人轻伤,目前有9名轻伤者出院。运营方京港地铁正忙于善后,事故电梯奥迪斯10台被全部停用。对此奥的斯回应“等原因认定以后,我们会根据政府部门的要求和相关法律法规来制定赔偿方案”。

这是奥的斯电梯一年内发生的第二起伤亡事故。据《深圳晚报》报道,去年12月,深圳地铁1号线国贸站一台上行“奥的斯”自动扶梯突发逆行,导致25名乘客受伤。有网友称,她所在小区楼层“奥的斯”电梯,曾致其被关30分钟。



两起地铁扶梯事故,初步原因类似:扶梯驱动主机发生位移,造成驱动链条脱落,上行扶梯下滑。

这家具有150年历史的电梯公司在中国市场表现或将因此蒙上阴影。作为电梯的发明者——美国奥的斯(OTIS),目前也是世界上最大的电梯公司之一,自1984年在中国公司组建合资公司以来,现在天津、北京、上海、广州等城市设有九家合资企业,经营管理奥的斯、西子等四大电梯品牌。在中国市场上,奥的斯与三菱、日立、东芝、富士达、瑞士迅达等凭借品牌和技术优势扮演市场领头羊角色,美日欧三系品牌各占1/4。

实际上,伴随中国房地产业的迅猛发展及城市化进程,奥的斯、三菱、日立、东芝、迅达、通力等大型外资企业早在2007年就增资中国,将生产研发中心逐渐转移至中国。

中国目前已是全球最大的电梯市场。据特种设备安全监察局统计,截至2009年底,全国在用电梯总数达13.7万台,成世界上使用电梯最多的国家。中国电梯协会理事长任天笑在去年4月所作的工作报告中指出,我国电梯需求已经超过全球电梯需求的一半。

而城市化和轨道交通建设也为电梯业市场带来了巨大市场空间,使其增长后劲十足,市场经济日趋激烈。据中国交通运输协会城市轨道交通专业委员会主任高毓才日前透露,到2015年国内城市轨道交通建设总投资将超过1万亿元。

尽管目前国内电梯业市场几乎被国际知名品牌所垄断,但是以康力股份、江南嘉捷、苏州申龙等代表的本土品牌仍占到国内市场以及出口份额的1/4左右,且后劲十足。据去年媒体报道,继康力在国内A股市场上市后,国内排名前五的东南电梯、江南嘉捷及博林特电梯将在2011年登陆资本市场,通过融资升级技术,发力与外资品牌争抢市场份额。而在技术上,据任天笑去年接受采访时表示,国内电梯生产商均已与国际接轨,甚至保持国际先进水平。

业界分析,这些背景或将加大李朝宝的压力,国内电梯市场格局恐有变。

□ 刘俊

在创始人蔡达标因涉嫌经济犯罪被捕之际,国内最大的中式连锁餐饮集团真功夫股权或再生变数。

7月13日,一位接近真功夫决策高层的消息人士表示,包括一家知名外资餐饮集团在内的潜在投资者正和真功夫高层接洽,后者希望为公司引入战略投资者。

真功夫: 对机构接洽持开放态度

记者了解到,现时真功夫仍处于股权纠纷的微妙时刻,该公司13日回应称,公司对接洽“持开放态度”。

上述人士称,这些潜在的投资者包括一家大型外资餐饮集团以及一家投资控股有限公司。上述两大投资者有的希望购入部分股权,有的希望获得控制权。据介绍,有关接触仍处于初步阶段。

据调研公司Euromonitor提供的数据,2009年真功夫销售额比前一年增长15%。去年,真功夫占据国内亚洲风味快餐连锁份额约13.8%,