

麦当劳在华再遭信任危机

洋品牌变坏到底谁的错

据《中国青年报》报道,遭遇“3·15”信任危机后,3月22日麦当劳北京三里屯店悄然重新开业,并且在其店外用易拉宝张贴道歉信,“对于我们给您带来的不便深表歉意,请您接受我们诚挚的道歉。”在中央电视台“3·15”晚会节目中,麦当劳三里屯店被揭露鸡翅超过保温期后不被取出、甜品派以旧充新以及食材掉地上不加以处理继续备用等。节目播出后,麦当劳通过微博致歉,表示将对这个个别事件进行调查,以行动向消费者道歉。在央视“3·15”晚会曝光的,除了麦当劳,还有家喻户晓的超市巨无霸家乐福。洋品牌又一次集体在中国遭遇信任危机。

洋品牌一度在国人心目中是高质量、高价位,更是高品牌。现在洋品牌在中国市场上不断变坏,包括衣、食、住、

行等方面商品问题增多,关不上门的西门子冰箱,虚抬价格到减少气垫的耐克篮球鞋,后尾灯缺陷的丰田汽车……不一而足。洋品牌在国人心目中失去了昔日的光环,褪去了色泽。

中国社科院2011年11月发布的《中国企业社会责任报告》称,被选中评价的300家企业,26家得分为0甚至负分企业中外资企业占了大头,共有19家。其中,阿迪达斯、戴姆勒·克莱斯勒、可口可乐等均“榜上有名”。

洋品牌到底怎么了,为何在中国市场变坏了?

羊毛出在羊身上,洋品牌的问题还是出在外商自己身上,并非是受国内市场的影响。

或许会有外商或国人认为,是中国的质量环境使然,更是诚信和道德缺失

的影响,中国有句古话,“近朱者赤,近墨者黑”嘛。笔者以为,事情并非如此简单,倒是有洋品牌“搬起石头砸自己脚”之嫌。

让我们看一个事例。2011年1月,家乐福被曝光涉嫌价格欺诈,其在一些城市的部分超市存在虚构原价、低价招徕顾客高价结算、不履行价格承诺、误导性价格标示等多种价格欺诈行为。对此,国家发改委责成相关地方价格主管部门依法予以严肃处理,没收违法所得,并处违法所得五倍罚款,没有违法所得的或无法计算违法所得的,最高处以50万元的罚款。中国现在的市场环境已经今非昔比,一些洋品牌的小算盘很难逃过规则的惩罚。相反,中国许多品牌却步步为营,通过重视质量,提升品质,一跃成为国际品牌。

洋品牌变坏还是自身不检点,是自己坏了名声,而非别人的错误。

首先,洋品牌的双重标准害了自己,对发达国家输出的产品是一个标准,对发展中国家却是另一个标准。尽管解释为参考本土标准和消费国的实际,其实就是降低了产品的标准。

其次,某些洋品牌心目中对中国消费者存有的不平等念头。由于洋品牌对发达国家和发展中国家标准不统一,意味着消费者享受不到与发达国家同等的待遇,结果更肆无忌惮。

再之,洋品牌享受某些特殊“优待”,让其找不到北,沾沾自喜,夜郎自大。既然不诚信的违法成本很低,为追求高利润而偷工减料就在所难免,于是洋品牌一再“失身”。

(参考)

江苏省政协副主席、统战部部长罗一民一行调研隆力奇



徐之伟(右一)向罗一民(左二)作隆力奇小城镇建设汇报

3月23日,江苏省政协副主席、统战部部长罗一民一行来隆力奇参观指导。隆力奇董事长、总裁徐之伟陪同参观考察。

江苏隆力奇生物科技股份有限公司董事长、总裁徐之伟做了详细的工

作汇报,26年来,隆力奇在品牌推广、渠道创新、科研投入等方面下了很大功夫,在未来发展规划中,隆力奇将继续抢抓优势,集中精力整合资源优势,全力发展化妆品、养生保健产品、医疗保健仪器产业;目前隆力奇已在



隆力奇集团总裁徐之伟(左)向江苏省政协副主席、统战部部长罗一民(右)介绍隆力奇全球八大研发机构布局

全球成立八大研发中心,形成美国、日本、法国的“三足鼎立”研发格局;为确保发展后劲,隆力奇斥资3亿元建造世界一流的“智能化新工厂”,提升企业产品质量、档次、产能;投资上亿元建造全球直销中心,完善硬件

设施服务;为丰富员工的生活,未来隆力奇将进一步完善隆力奇总部小城镇的建设;隆力奇以“民族隆力奇、世界隆力奇、百年隆力奇”为发展目标,目前在全世界183个国家注册商标,产品出口50多个国家和地区,2012年将在全世界20多个国家成立销售分公司。

罗一宁详细了解了隆力奇休闲文化养生园的发展规划,说健康、养生产业是新时代的阳光产业,隆力奇在建设企业文化的同时,做大做强养生产业盘子。罗一民一行先后考察了隆力奇研发中心、产品展示厅、爱家生活旗舰店、全球直销总部、真武观、木器厂,对现阶段的发展遇到的问题也详细了解和关心。

(高燕 本报记者 周俊)

龚兵:长安逸动今年目标 4.5 万台 明年 10 万台

TOM 汽车: 请问逸动今年制定的销量目标是多少? 目前有多少订单?

龚兵: 45 万。我们希望通过良好的产品品质、杰出的服务标准,使逸动产品深入人心。

逸动上市前只有部分地区经销商开展提前预订。但首批车次我们公司内部员工购买都供不应求。明年目标 10 万辆。

TOM 汽车: 请问逸动主要面向哪一个细分市场? 主要锁定哪些竞争品牌和产品?

龚兵: 逸动的主要是面向目前市场份额最大的 A 级车市场。

广义说这个细分市场的品牌都是我们的竞品。车型上讲包含自主品牌和部分合资品牌,比如克鲁兹、悦动等产品,当然也包含同等价格区间的产品,比如 AO 级别的合资品牌。

TOM 汽车: 请问逸动相对于市场上同级产品,最大的竞争优势是什么?

龚兵: 长安逸动强大的“体系驱动力”是其最大竞争优势,全面均衡、全面领先。主要包括:时尚动感造型;高效动力;五星安全;舒适驾乘这四大优势。

TOM 汽车: 长安逸动具体什么时

候什么地方上市? 主要的上市区域是?

龚兵: 逸动将在 3 月下旬,有待最终确定。

TOM 汽车: 今年长安乘用车将推出包括逸动在内的 5 款全新车型,这种新产品的高密度,集中投放,有什么战略考虑? 在产能、经销商网络等方面长安乘用车做了哪些准备?

龚兵: 长安紧锣密鼓推出 5 款新车,是水到渠成的事情,集中展现了长安多年以来自主研发的成果。

2012 年因为众多车型的上市,我们会加强渠道建设,制定科学合理的渠道规划,创新渠道发展模式,加快开拓二三级市场,并逐步下沉到三四级市场。

TOM 汽车: 众多的补贴政策不断退出市场,各地实施限购政策也是一个趋势,这些对于自主品牌可以说是一种打击,请问长安如何看待这一现象? 对逸动有无影响? 面对汽车市场下滑的现象,长安如何应对?

龚兵: 此前国家对汽车消费的扶持政策终止,车市回归理性是正常现象。油价不断上涨也暂时抑制了一部分消费者的积极性。

汽车消费还在增长,逸动凭借出色



长安汽车股份有限公司副总裁兼长安轿车销售事业部总经理龚兵

的产品竞争力,会有一个很好的发展前景。

TOM 汽车: 面对外资品牌的冲击,长安如何提升竞争力?

龚兵: 全面的竞争是好事、更是机会,只有充分的竞争,才能成就伟大的企业。为此,从长安汽车来讲,我们已经制定了面向未来 10 年发展规划——“远景 2020”,目标就是把长安汽车打造成世界一流的汽车企业。

“十一五”期间,长安汽车累计投入 160 亿元,建成了碰撞安全、振动噪声、高低温环境等 12 个领域的实验室,具

备汽车开发的所有试验能力手段。

目前,形成了一支近 6000 余人的科技人才队伍,拥有来自 10 个国籍、世界一流汽车企业的专家博士 130 余人,其中 10 人入选国家“千人计划”,是中国企业最多。未来,长安将进一步加大在自主创新方面的投入,提升核心竞争力,打造一系列适合百姓的节能环保、安全时尚的经典产品,让自主品牌成为中国汽车市场的“主角”,让更多全球的消费者享受到汽车文明。

(来源:TOM 汽车)

河南省检验检疫局领导莅临华英指导工作

近日,河南省出入境检验检疫局副局长周举文率法综处、认证监管处、食检处、动检处负责人到河南华英农业发展股份有限公司指导检查工作,重点对华英公司食品安全工作、欧盟注册工作、实验室建设、养殖场备案工作给予

指导,中共潢川县委常委、县委宣传部部长胡国平、华英公司董事长曹家富等陪同参观。

在随后召开的汇报会上,华英公司常务副总经理张家明代表公司就华英 2011 年的主要工作、食品安全控制情

况、下一步的工作打算及需要协调解决的问题作了汇报,曹家富董事长就下步食品安全工作、出口注册工作、检验检疫中心建设工作做了表态性发言。

周举文副局长充分肯定了华英在欧盟注册工作中取得的好成绩,同时要

求华英要将出口食品安全工作、注册工作常态化,持之以恒,稳固建立一支管理团队、一支检验团队,进一步深入强化食品安全管理工作,争取将各项工作做细、做扎实,做得更好。

(本报记者)

重庆涪陵餐饮企业 为消费者意外伤害投保 最高可获赔 5 万

高高兴兴去餐厅、宾馆消费,谁也不想受到意外伤害。可意外却总是让人猝不及防。一旦涉及赔偿,商家、消费者又常因举证困难而陷入纠纷。近日,记者从涪陵区消保委获悉,该委同该区餐饮行业协会,向其会员单位发起为消费者意外伤害投保的倡议,已有企业积极响应。

类似这些消费纠纷,经常会因为双方举证困难而陷入困境。”涪陵区消保委秘书长张维伟说。

消费者最高可获赔 5 万

去年当地两家餐饮企业率先“试水”,为消费者购买了“公众责任险”。每年投入 7000 多元保费,总保额为一年 50 万元,每次人身伤害赔偿金额最高为 5 万元,财产赔偿金额最高为 1 万元。去年,其中一家企业,在碰到一位消费者不慎摔伤尾椎骨后,消费者就获得了 9000 多元赔付。

“这是充分发挥行业协会优势,根据餐饮行业消费维权的难点,有针对性地保护消费者合法权益的一次有益尝试。”张维伟说,目前,该区已有 87 家餐饮行业会员单位为消费者购买了“公众责任险”。投保企业根据自身经营状况,确定投保额度。今后,还将对经营面积 100 平米以上的餐饮店发出投保倡议,以更好保障消费者权益。

(华龙网)

吉峰农机“行贿门”拖累发债 凸显内控制度监管趋严



向来通过率极高的公司债,却令吉峰农机栽了跟头。吉峰农机近日发布公告,公司申请发行公司债被否的原因正是缘于去年两家公司高管“行贿门”的影响。不同于以往公司债主要因偿债能力因素被否的原因,此举彰显管理层在核准再融资时对内控制度的要求趋向严格。

吉峰农机 3 月 26 日正式收到中国证监会《关于不予核准吉峰农机连锁股份有限公司发行公司债券申请的决定》,其主要内容包括:创业板发审委在审核中关注到,吉峰农机报告期内存在重庆吉峰及其董事(总经理)赖顺犯单位行贿罪、吉林吉峰金桥公司负责人刘波涉嫌对单位行贿罪等情形,“法院判断公司内部控制制度的完整性、合理性、有效性”。发审委会议以投票方式对公司发行公司债券的申请进行了表决,同意票数未达到 3 票,申请未获通过。鉴于公司发行公司债券的申请未获创业板发审委会议表决通过,中国证监会对吉峰农机发行公司债券的申请作出不予核准的决定。吉峰农机如再次申请发行证券,可在该决定做出之日起 6 个月后,向中国证监会提交申请文件。

2011 年 12 月,吉峰农机董事会通过非公开发行公司债议案,拟向不超过 10 名特定对象非公开发行不超过 36 亿元的公司债券,发行期限不超过 5 年。回首以往公司债的审核,通过率极高。记者查询中国证

监会披露的监管信息后发现,除吉峰农机之外,近一年以来仅有德豪润达、东方集团、诚志股份、抚顺特钢和广济药业等 5 例公司债审核被否。其中,德豪润达 2008 年至 2010 年扣除非经常性损益后的年均净利润为负,公司主要收入来源于 LED 项目政府补助,主要因偿债能力存在重大不确定性而被否;东方集团因主营业务持续亏损,诚志股份也因经营业绩波动较大,偿债能力存在重大不确定性等因素而被否;广济药业因报告期盈利能力持续下降,扣除政府补贴后 2010 年主营业务实际处于亏损状态等原因被否;抚顺特钢则因严重环境违法,受到处罚,而其在申报材料中未予以披露。

分析人士由此指出,从监管层把握的尺度变化来看,以往公司债被否的案例,主要原因集中在公司偿债能力上。鉴于吉峰农机多年以来快速增长的业绩表现,其并不存在偿债能力的担忧。显然,监管层的监管重心,并非只看重偿债能力,而对公司治理是否完善以及内控制度欠缺可能导致的风险更为重视。目前企业内部控制规范试点已经在主板上市公司施行,未来也将在中小板和创业板上市公司择机实行,也是上述监管思路的体现。吉峰农机“行贿门”正是在其高速发展的过程中埋下了隐患,其发债被否向上市公司尤其是高速成长的创业板公司传递了强烈的警示信号。

(宋元东)

贵肥公司打响春季食品卫生“保‘胃’战”

购材料、买设备、搞施工、参加健康查体……3月中旬以来,山东能源肥矿集团贵肥公司 10 所职工食堂的员工们,一天到晚忙得“呼呼地喘”。原因是,为打好春季食品卫生“保‘胃’战”,谨防各类传染性疾病发生,确保员工身体健康和饮食安全,以优异成绩迎接公司工会生活福

利监督检查工作委员会,将于 4 月上旬进行的春季食品卫生达标复查验收,他们必须马不停蹄地“连轴转”,昼夜加班往前赶。否则,就有挨“批”的危险。

今年 3 月 16 日,位于贵州省毕节市的山东能源肥矿集团贵肥公司工会生活福利监督检查工作委员会,根

据公司领导要求,对公司总部机关食堂和分布在织金、纳雍、威宁 3 县的 9 座家属煤矿职工食堂进行了一次食品卫生专项检查,发现了一些问题。为谨防“病从口入”问题发生,该委员会根据相关规定,起草下发紧急通知,对食品加工场所、加工人员、采购管理、储存方法、设施设备管理,

以及食堂环境卫生等多方面提出了卫生达标标准,号召从公司总部到各单位职工食堂要高度重视,迅速行动,坚决打好打胜春季食品卫生“保‘胃’战”。仅以食品加工场所为例,“各进出口都要有纱网;防鼠门(框)下半部分镶嵌 40cm 高的铁皮,门口有 60cm 高的

挡板;厨房内使用脚踏式垃圾桶,其他部位垃圾桶要带盖;拖把等清洁工具不得放在厨房内;安装在食品暴露正上方的照明设施要使用防护罩”等。同时,连“面盆用白色的、菜盆用绿色的、肉盆用红色的、海产品盆用蓝色的”,以及洗刷消毒程序为“除残渣——碱水(或餐洗净)——

(石长荣)

清水冲——热力消——保洁”的顺序操作;蒸汽消毒,水煮沸后时间保证 30 分钟;红外线消毒一般控制温度 120℃ 保持 10 分钟以上”等,也作出明确规定。所以,这些看似不大的“小事”要在半年内全部落实到位,没点“紧而又紧”的精神是难以实现的。

(石长荣)