



谴责外企无良, 不如反思国标自贱

□ 吴龙贵

继“皮鞋奶”之后,茶叶也有毒?近日,某国际环保组织发布一项检测报告,把“立顿”抛到了风口浪尖上。该组织称,其送检的“立顿”绿茶、茉莉花茶和铁观音样本均含禁用高毒农药灭多威。联合利华也不甘示弱,立即反駁称符合国家标准。记者调查发现,原来,这又是一个“两套标准”的老问题:不符合欧盟标准,但符合我国标准。两相对比发现,我国标准比欧盟标准竟然“宽泛”了几十倍!《扬子晚报》4月25日)

该国际环保组织的报告显示,立顿茶共含有17种不同的农药残留,这17种农药中还包括有7种是欧盟尚未批准使用的,而这些农药被证明可能影响男性生育能力和胎儿健康,“若在欧洲肯定是不允许出售的”,然而讽刺的是,按照我们的国家标准,这些产品的农药含量不仅没有超标,有些甚至远远低于国标的限制规定。也难怪,当联合利

□ 李铁

不同的商品是为了满足不同的消费需求,有些商家把主要精力都放在营造概念和推销上,那是因为这些商品多半是为了满足一种心理或文化上的需要,卖的主要是一种主观感觉,是一个概念,一种文化。

但无论如何,谁都无法接受,药品行业也变成炒概念的文化产业。因为药品的用途极其清晰且单一,那就是治病。这是一个完全科学和客观的商品,与主观和文化不太搭界。药品理应与炒作绝缘,有没有效果、有多大效果,都很清晰的标准。医药行业的工作目标也很单一,就是研发和制造出效果更好的药品,至于广告和销售,只是向用户辅助说明而已,绝非药企的核心竞争力所在。

但奇特的是,在中国的一些制药企业中,却盛行着一种把药品当保健品来经营的炒作文化。一些企业不把主要精力放在研发和制造药品上,而是奉行广告为王、销售至上的经营思路。与其说他们卖的是药,不如说他们是在卖概念,卖的是一些疑似药的产品,卖的是一种被当作药来炒作的东西。

以我们天天在电视广告上看到的修正药业为例,该企业的宣传口号“良心药、放心药、管用的药”,已经随着每天的广告轰炸而

华获悉该报告后,不仅没有丝毫的歉意,反而是理直气壮地宣称,“我们的产品百分之百是合格的”。

这样的态度,当然让国人从情感上无法接受。对此,一种有代表性的说法是,“立顿在农药残留方面有双重标准,将这些达不到欧盟要求的产品卖给无数不知情的中国消费者,这对于中国的消费者是不负责的。”这种说法看似义正词严,但问题是,追求利益最大化,是企业的天性与本能,如果搞双重标准合法,外企何乐而不为?退一步说,我们的国标定得这么低,凭什么要符合国标的外企为我们的消费品负责?

外企把受质疑的产品销售给不知情的中国人,固然是道德有亏,但冷静想想,有一点依然值得肯定,那就是对法律和制度的严格遵守。联合利华在中国的一位负责人表示,联合利华的绿茶供应商主要都来自中国,这些供应商都要经过联合利华的一个可持续茶园项目考核,对出厂产品的企业检测

标准更高过国家标准。我们可以说外企不敬畏良知,但不能说他们不敬畏法律和制度,仅此一点,就比许多完全视国标为无物,随意往食品里添加有害物质的国内企业不知强了多少倍。

这不是为外企辩护,而是想说,我们与其谴责外企无良,不如反思国家标准为何如此自轻自贱。看看我们的四周,从儿童玩具到牛奶,从家具到空气质量检测,哪一个领域实行的不是相对落后的国家标准?一个我们无法接受的事实是,当国内食品安全风声鹤唳之时,我们的出口食品却在屡创奇迹。日本是一个对食品安全要求极为严苛的国家,但是我们出口到日本的食物,合格率之高,连日本人都惊叹不已。谁在搞双重标准?不光有逐利外企,还有我们自己,只是别人对自己人消费的要求严对外人消费的要求松,而我们是对自己人消费的实行低标准,对外人消费的实行高要求——我们有什么脸面去指责外企无良?

药企凭啥炒文化?



家喻户晓。但就是这样一个号称“做药就是做良心”的企业,最近有两款药物上了国家药监局铭超标的“毒胶囊”黑名单。

2010年,修正药业实现销售收入171亿元,2011年公司宣称有可能接近300亿元。很多人难以理解,这个日进斗金的企业为何要在每颗胶囊上省那四厘钱的成本?答案很简单,企业投入的重心在广告和推销上面,至于生产药品本身,就没那么重要了。

修正药业的发家故事只是中国药品行业乱象的一个缩影。先声药业集团董事会主任晋生曾感叹:“中国30多年的改革开放,各行各业都在飞快地追赶世界水平。然而,医药产业却是个长期停滞不前的特例,或许其不堪程度只有中国足球能比。”

任晋生哀叹的背后是这样尴尬的数据:全美国只有30多家制药企业,每年只有大约20多种新药通过认证,而中国目前有大約6000多家药企,中国药监局每年批准的“新药”多达几百种,算上仿制药则有千种以上。尽管数量极其庞大,但其实呢?在过去的60多年时间里,除了青霉素和三氧化二砷两种药,国际上基本没有中国新药的身影。权威部门曾对国内110家大型药企进行调研发现:研发人员100人以上的单位只有13家,50到100人规模的只有10家,没有专利和专职人员的有49家。“十一五”期间,医药企业研发投入占总收入比不到3%,重点药企研发投入占总收入比仅为5%。

没有技术研发能力,部分中国药企干得最多的就是改包装、改剂型的工作。不少缺乏严格科学验证程序的中药,更是成了骗子的方便避难所,其疗效和安慰剂相当。缺乏过硬产品的那些药企,自然只能靠广告炒作和卖力营销来赚钱,活生生把药品企业做成了文化企业。这是一种什么文化?这其实就是一种骗子文化。而毒胶囊事件,只是这个行业问题的冰山一角。

房价反弹 政府应慎用一刀切政策

□ 蔡鑫

在长期的房地产调控之后,国内市场近期对房地产市场开始透出一些信心。这种变化在股市上首先有所显现。4月25日沪指重上2400点,深圳成分指数也上升1.2%,收报10162点。值得注意的是,房地产股成为上升的主要动力,这是近一年来久违了现象。

更重要的原因是,市场预期国内政策面可能出现放松。日前有国内媒体报道,住建部正在考虑协调、配合相关部门,酝酿推出刺激楼市的政策,支持自住的刚性需求入市。还有消息称,一旦房地产投资增速下降过快,有关部门就可能储备政策推出。住建部部长姜伟新在部署2012年工作时明确提出,在遏制不合理购房需求的同时,要支持居民购房的合理需求。

希望大力推动楼市成交的还有地方政府。近期,多个二、三线城市住房公积金贷款额度上限悄然提高,上调幅度在15%-25%之间。此外,还有多个城市的银行开始放松对首套购房的贷款利率优惠。

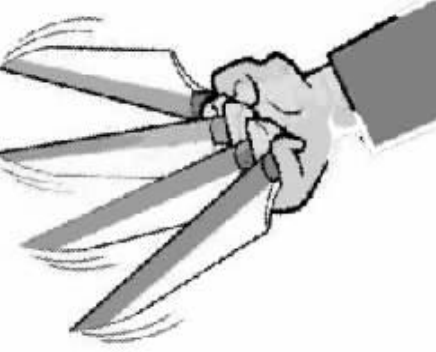
种种迹象显示,在长期执行房地产调控政策之后,中国经济增速放缓、地方财政遭遇普遍困难等事实,已使得地方政府、银行开始考虑如何突破限制,相信中央政策部门也在认真考虑房地产低迷的负面影响。从近期的微妙变化来看,国内一线城市的房价有可能出现反弹。

在中央强调继续调控、房价问题仍是敏感的政治问题时,一线城市房价如果反弹,将会引人注目,这肯定会引发公众对调控政策效果的质疑和争议。如何看待未来的房地产市场形势以及未来的调控政策?

无论是市场还是政策层面,都应该理性看待这个问题。有两点应该明确:第一,迄今为止,国内房地产调控的政策是到位的,效果也是显著的,房地产调控政策值得肯定。在宏观上,中国应该继续保持调控的基调。

第二,即使一线城市出现一定的房价反弹,政府也要理性看待。不能因为一线城市房价出现反弹,就立刻出台“一刀切”的政策来加以限制。中国各地的情况不同,调控政策的执行尺度也应该不一样。

在经济增长显著放缓的背景下,地方政府和银行已经开始松动对房地产的政策,国内一线城市的刚性需求释放可能推动房价反弹。但对此变化,政策层面要理性看待,切忌出台“一刀切”式的政策来硬压。



“红官窑”走俏的启示

长期以来,我国外贸出口基本上依靠数量扩张来占领国际市场,因而市场门槛并不高。在出口形势严峻的当下,以小微企业居多的外贸企业该如何从容应对?

“‘红官窑’瓷器的崛起,就很有说服力。”王忠奇告诉记者,“红官窑”是湖南华联瓷业公司的一个品牌,10年前初次接触到这家企业时,其出口额还不到300万美金,而去年这家企业出口额超过了5000万美金。

“诀窍在哪里?根本还在于品牌。”王忠奇介绍说,大多数陶瓷外贸企业都没有自己的出口品牌,而华联瓷业出口产品中,自有品牌产品占到了一半,“品牌代表了品质,拥有了品牌就拥有了国际话语权,自然也就更具竞争力。”

“红官窑”的发展路径,让王忠奇感触颇深,在他的倡导下,商会启动了一系列举措,先后与清华大学、陕西科技大学、浙江方圆检测集团等合作成立了中国箱包出口研发设计中心、中国出口鞋类技术研发中心、中国箱包出口质量服务中心等,旨在为行业提供面向出口市场的研发设计、质量控制、产品检测所需的公共技术服务,进一步提升出口轻工产品的附加值。

针对小微企业对国际标准法规缺乏了解的现状,商会组织业内专家共编写了5册《技



商会)主席(会长洪杰。
图为莆田市工商联(总

洪杰：商会争当排头兵

□ 朱金山 蔡昊

“随着海西战略部署的全面实施,莆田经济建设适逢天时、地利、人和,这正是广大莆商施展身手的绝佳机会。悠悠木兰溪,巍巍壶公山,既是大家梦开始的地方,更是梦实现的沃土。让我们以商会为纽带,精诚团结,擦亮‘莆商’这块招牌,汇聚莆商力量,参与家乡经济社会建设,为莆田新一轮腾飞贡献力量!”4月25日,在上海举行的莆田市异地商会第三次工作经验交流会上,福建省莆田市工商联(总商会)主席(会长)洪杰这样寄语莆田市各异地商会。

谈及异地商会的发展成效,洪杰对记者说,莆田市异地商会1998年开始成立,通过大家持续共同努力,商会价值和作用日益显现:成为了在外莆商的坚强后盾、莆商回归的重要桥梁、服务莆商的重要平台、家乡公益事业的新生力量,以及宣传莆田地位和形象和莆商品牌的重要窗口。

2012年是“十二五”发展承上启下的关键之年,“实现一二三·一五,突破项目促跨越”的目标任务催人奋进,也离不开各异地商会的持续助力。洪杰介绍说,围绕市委、市政府确定的今年目标任务,市工商联(总商会)今年提出了“七个一”工作要点:着力建好1座莆商大厦;倾力打造1个莆商品牌;着力推进百家异地莆田商会建设;着力办好1个工商联网站;着力出版1本《天下莆商》刊物;着力帮扶千家小型微型企业发展;着力组织异地莆田商会和会员企业开展“光彩帮扶新农村、助推莆田城乡一体化”行动。这些工作都需要各异地商会的持续大有作为,需要在外莆商的关心支持。

对于异地商会下一步工作,洪杰认为,要在服务会员、增进团结、推动回归等方面再下功夫。

洪杰说,在当前复杂的经济环境及小微企业生存困难的情况下,服务会员企业更显珍贵,积极做好宣传、信息、人才、维权、商务、融资、协调等服务,当好“小喇叭”、“小保姆”、“勤务员”,努力当好在外莆商的“亲娘家”,让商会更有吸引力和生命力,引领发展、联合发展、创新发展。现在外部经济环境更加复杂,团结既是莆商品牌所需,更是时代赋予的重任。独木不成林,一个好汉三个帮,但凡团结的商帮,必定释放成倍速的能量。而莆商之间的合作,反过来更能提升商会的知名度和影响力。同时,大家在创业有成的基础上,要争当“回归”排头兵,以商会设立“莆商回归联络办公室”为契机,广泛宣传发动,共同参与莆田建设,为推动莆田科学发展、跨越发展作出新贡献。

会长感言 | Huizhang Ganyan

□ 顾阳

作为中国轻工工艺品进出口商会会长(以下简称商会),王忠奇要面对的不仅有11259万会员单位,还有占据我国出口份额近一半的轻工产品。

“轻工工艺品出口在我国对外贸易中一直占据着重要地位,它在为全球市场提供物美价廉消费品的同时,也很大程度上解决了国内的就业问题。”王忠奇表示,加快外贸发展方式的转变,正契合了轻工行业转型升级的需要,“转”得好、“转”得及时,完全可以转出一片新天地来。

“头上时装”引发探索

“知道吗,主导当今欧美假发潮流的,不是北京、上海、香港这样的时尚大都市,而是位于中原腹地的许昌,这里是业内公认的‘头上时装之都’。”

谈及外贸发展方式转变,王忠奇首先从许昌的“假发经济”说起。

“过去,许昌做假发的只是些走街串巷的小商贩;现在,这个人口不到450万的地级市,注册发制品企业有200多家,个体工商户5000多个,从业人员达30万,发制品年出口额超10亿美元!”

早在2006年,许昌发制品产业的发展就

外贸形势好不好 商会都应有作为



©中国轻工工艺品进出口商会会长王忠奇

“外贸形势好时,商会要有所为;外贸增长放缓、出口低迷时,商会更应有所为!”在北京东南二环外的办公室里,王忠奇语气坚定地向记者表达了他的观点。

引起了商会的关注,并萌发了整合各方资源、建立出口基地、进一步提升国际竞争力的想法。“没想到与当地一拍即合,当年就启动了发制品出口基地的共建。”王忠奇回忆道。

让王忠奇更没想到的是,出口基地共建以来,许昌发制品产业获得了迅猛发展。如今,发制品已成为河南省最大的出口商品之一,许昌因此成为全国最大的发制品集散地和出口地。

许昌发制品出口基地的成功探索,起到了良好的示范作用。目前,商会与地方政府共建基地已达到26个,覆盖了河南、浙江、江苏、福建、广东、山东等地,涉及鞋、箱包、户外家具等10多个行业。在此基础上,商会还配合商务部实施了15个国家行业出口基地建设,形成了一批特色鲜明、具有较强竞争力的轻工产业集群。

“实践证明,通过出口基地的共建,商会与基地政府、行业和企业各方的协作更加密切了。”王忠奇表示,通过共办质量培训、交流地方转型经验、应对贸易摩擦、开展贸易促进活动等措施,扩大了区域出口品牌影响力,提升了出口产品质量,出口集群的优势更加明显,促进了地方出口和就业,推动了出口基地向先进性、专业性、示范性和可持续性发展方向发展。

术指南》和12册大宗产品《质量安全手册》,商品涉及鞋类、家具、箱包、陶瓷、塑料制品、玩具等,深受企业欢迎。

此外,商会与SGS公司签署了合作协议,为会员企业提供优惠的验货验厂、测试、培训等服务;为降低中小企业贸易风险,商会还积极加强与中国出口信用保险公司合作,为企业提供优惠服务,目前已有170多家会员企业从中受益。

“转变外贸发展方式不会一蹴而就,我们要做的,就是进一步整合优质资源、搭建服务平台、争取政策支持,引导企业转变出口经营模式,培育出更多的国际知名出口品牌!”王忠奇说。

【编后】..... 贴心·暖心·信心

作为政府与企业间的桥梁,商会的作用该如何发挥,如何协助企业培育新的出口增长点,行业服务公共平台该怎么建……在对中国轻工工艺品进出口商会的采访中,我们感到,无论是活跃在外贸一线的全国性行业组织,还是立足内需市场的各级协会商会,只要沉下身子、开动脑子、转变路子,就一定会有在这场转变发展方式的攻坚战中有所作为。