

# 中国食品周刊

## FOOD WEEKLY

协办:中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司 辽宁道光廿五酒业集团 汾酒集团 广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:2256971059@qq.com

2013年3月1日 星期五 主编:李国政 责编:戴琳 编辑:李晓虎 版式:张彤 校对:梅健秋

企业家日报

9

## 茅台五粮液收到大罚单 消费者如何索赔?

贵州茅台和五粮液近日收到相关部门开出的我国反垄断史上的最大罚单。专家指出,生效已逾4年的《反垄断法》正在破除坚冰,此举必将震慑到包括汽车、高级服装和体育用品在内的多个行业巨头。

根据我国《反垄断法》第47条,经营者违反法律规定,滥用市场支配地位的,由反垄断执法机构责令停止违法行为,没收违法所得,并处上一年度销售额1%以上10%以下的罚款。

本次罚单上,贵州茅台被罚2.47亿元,五粮液被罚2.02亿元,均占其2012年销售额的1%。欧盟曾对英特尔开过10.6亿欧元的罚单,相当于其上年销售额的4.15%。不少人因此议论,对白酒巨头罚得太少了。

“绝对额不算少。”中国政法大学教授、竞争法研究中心主任时建中表示,“罚款不是终极目的,促使企业整改才是。罚款之前根据执法机构的检查,茅台废止了违反《反垄断法》的营销政策,有利于其获得一定的宽大处理。”

专家指出,类似于白酒这样的“纵向价格垄断”行为,在汽车、高级服装和体育用品等多个行业也普遍存在。这次反垄断“板子”打在茅台和五粮液身上,可以对其他滥用市场支配地位的巨头企业起到震慑作用。

有观点认为,茅台五粮液已进入奢侈品序列,且其涉嫌的“纵向垄断”,对竞争的抑制程度要比“横向垄断”轻得多。应把调查重点放到关系国计民生的、影响百姓普遍利益的“横向垄断”行为上去。

财经评论员余丰慧指出,茅台五粮液挨罚是个好的开端,但还远远不够。要对其他垄断企业的垄断价格、囤积居奇行为依法查处,比如通讯企业和石油巨头等。

### 消费者如何索赔

茅台实施“最低限价令”等违反《反垄断法》的营销政策,直接受害者无疑是购买茅台的消费者。因为“最低限价令”的存在,使消费者失去了以更低价格购买茅台的机会。

根据我国《反垄断法》第50条,经营者实施垄断行为,给他人造成损失的,依法承担民事责任。

根据去年5月最高人民法院出台的关于《反垄断法》的首部司法解释规定,公民可

直接起诉垄断企业。由于反垄断案件中存在原告举证难的特点,针对部分垄断行为,由被告承担举证责任。

应该说,这部司法解释为公民起诉垄断企业提供了便利。但时至今日,消费者起诉垄断企业的案例仍然不多,获得赔偿的就更少。以茅台为例,一位专家分析,可能有三方面的原因:

一是买的不多,觉得



打官司划不来。二是观望心态,等待别人打官司自己获益。三是茅台酒的消费中有一部分是公款,没有诉讼的动力。

“不过,随着《反垄断法》的实践普及,相信今后由消费者发起的诉讼会越来越多。”华东政法大学教授徐士英认为。

德国海德堡大学法学博士刘旭指出,今年1月1日生效的新《民事诉讼法》第55条规定:“对污染环境、侵害众多消费者合法权益等损害社会公共利益的行为,法律规定的机关和有关组织可以向人民法院提起诉讼。”

他认为,针对茅台这样的价格垄断行为,各地消费者权益保护委员会可以作为“法律规定的有关组织”提起诉讼,并请求法

院判处违法企业把多收的价款经消费者组织退还给消费者。这是一个比较理想的情况,究竟如何操作,还需各地消协摸索。

近期,酿酒板块持续震荡调整。以贵州茅台为例,截至2月25日午盘,其股价较去年6月266元的高点已跌去了三成。茅台、五粮液收到“天价罚单”的消息,也令前几日小幅反弹的白酒板块再次大幅下挫。

对茅台造成打击的不单单是反垄断调查。由于限制三公消费和节假日送礼,加之社会库存过大,高端白酒遭到囤货的现象越来越明显。上海杨浦区一位经营礼品回收生意多年的老板告诉记者,飞天茅台现在的回收价是750元,而往年可达1000元以上。

“现在不太敢收这款酒了,怕以后价格还要

跌。”

在京东商城,53度飞天茅台的售价已经从早先的2000元左右下跌至1268元,买一瓶还送一价值400元的白酒。

国都证券分析师卢珊指出,随着销售淡季的来临,预计高端白酒量价还将继续下跌。今后反腐、反浪费力度不会放松,高端白酒的消费仍将被抑制。随之而来的将是企业业绩的压力,预计很快会反映在报表上。

东兴证券研究员刘家伟表示,改革开放以来白酒经历过1988—1992年和1998—2003年两次深度调整期。预计在去行政化消费的压力下,第三次深度调整已经开始,白酒自2004年以来的黄金期或将落幕。

(新华网)

## 央视酒类广告 下月底或遭强退? 收入损失恐达30亿元

由于国家“限酒令”收紧,央视很可能失去每年贡献数十亿元广告收入的“金主”。近日,业内传出消息,因受到相关部门的施压,中央电视台将忍痛清退酒类广告,预计全国“两会”后3月底开始执行。

据有关消息称,央视内部人士透露,此事早在元旦前后就已传出风声,目前央视要强退酒类广告的指令已经确定。北京商报记者就此致电央视公关部,对方表示,“我们还没确定,如果消息确定,将会发布到我们的官网或是官微上。”

而酒企方面的反应则是一致表态不知情。在记者采访的泸州老窖等酒企中,均表示没有收到退还广告通知。其中茅台新闻发言人吴德望还特别强调,公司是央视广告合同的甲方,不会随便取消广告。

虽然消息未能得到当事方的明确证实,但相关部门对酒类广告的压制意图显而易见。而且据白酒营销专家杨承平透露,目前广告代理公司已经不能承接酒类广告,必须移交央视统一管理,具体限度有多大,全国“两会”后可能会有结果。

实际上,酒企是央视最不愿失去的客户群体。资料显示,在央视2013年159亿元黄金资源广告招标总额中,剑南春、五粮液、茅台、汾酒等白酒巨头共投入广告费用42.1亿元,占比超25%。一旦酒类广告被叫停,相当于割掉了央视的“心头肉”。正因如此,有消息称,央视已找了主管部门做工作,希望保留白酒广告。北京商报记者也从上述专家处了解到,最后的协商结果可能是部分清退广告,使央视相关收入从40余亿元降至10亿元。

“央视缩减酒类广告是早晚的事,往往酒企因电视广告太多而备受诟病,属于‘花钱不好’,这就警示酒企应该重视提高品牌美誉度,而不仅仅只是品牌知名度。”杨承平表示。而失去央视的传播平台,对正处于低谷中的白酒行业来说,无疑是一次雪上加霜的打击。“未来酒企广告可以转战地方卫视,但我建议酒企广告应该碎片化以及更精准地投放。”杨承平建议道。

(金晓岩)

## 中国食品安全监管政府失灵 地方保护主义最严重

### 探究食品安全监管的路径

从近年来发生的食品安全事故来看,如三聚氰胺毒奶粉事件及在美国发生的花生酱被沙门氏菌感染事件,这些食品中的毒物都不是由政府监管机构发现的,而是相关科研机构首先发现,之后向监管部门发出预警信息的,因此食品安全离不开社会监督。

### 食品安全事故的原因分析

根据公共选择理论学派的观点:与市场失灵一样,政府监管也会失灵。同样,在食品市场及政府食品安全监管方面两种“失灵”都存在,因此食品安全事故就不可避免。

究其原因,首先是政府食品安全监管机构不可能掌握食品生产供应企业的全面信息;其次,人们常以为政府监管机构会以实现公众利益为其根本目标,但实际情况常常并非如此,在具体监管过程中,监管机构的官员常常出于自身私利的考虑,可能会同被监管者私下勾结起来,充当被监管者的保护伞,更有甚者,甚至会根据被监管者的利益来制定或采取监管措施。这是“规制俘获”理论所阐明的道理,即监管者可能成为被监管者的“俘虏”,使得监管完全失效。

我国食品安全监管中的政府失灵,尤以地方保护主义现象表现得最为严重,地方政府以发展地方经济、促进就业为借口,与当地食品企业结成了利益联盟,或明或暗地支持当地食品企业的造假、掺假行为。如此一来,不安全食品生产供应企业自然就会肆无忌惮、有恃无恐。

### 食品安全监管的国外经验

为了更好地加强食品安全监管,一些发达国家在该领域不断探索新的监管方式。其中尤以建立食品安全利益相关者的广泛社会监督最为典型。在美国,为了弥补市场失灵和政府失灵可能并存的缺陷,在食品安全监管领域,引入了公众全面参

与监督的社会监管模式——第三方监管。

近些年来,欧美发达国家在实行从“农田到餐桌”的食品安全监管中,第三方监管机构全面参与食品安全监控,从食品源头的农产品质量控制、食品企业的审核、食品生产加工环节的监控到流通与消费环节的监督,层层把关,对各个环节进行安全风险评估,以保证食品的安全性。第三方检测服务只是第三方监管模式中的一个组成部分,它仅仅是食品安全风险评估活动中的一个环节。就食品安全保障而言,第三方检测作用单一且存在明显局限,因为其只对送交的样品进行检测,由于检测机构通常无法对样品的真实性和代表性做出判断,所以仅仅依靠第三方检测机构来保障食品安全是不现实的。

因此,为了保证大规模生产、供应及消费环节中的食品安全,政府除了进行各种定期或者临时检查之外,还必须通过提供食品生产供应企业、食品行业协会、食品科研机构、卫生部门、第三方社会中介机构及消费者组织之间的信息交流平台,使消费者广泛参与改善食品安全性的控制管理中来。

通过建立有效的食品安全信息传导机制,把有效信息作为食品安全公共管理的重要手段,定期发布食品生产、流通全过程的市场检测结果及不安全食品的风险预警等信息,为消费者和生产者服务,使消费者了解关于食品安全性的真实情况,减少由于信息不对称而出现的食品不安全因素,增强消费者的自我保护意识和能力。食品生产供应者和政府监管部门在认真对待食品安全动态信息的同时,及时改进生产、服务和管理工作,提高其社会责任感和应变能力。

### 完善食品安全监管的举措

我国目前的食品监管是典型的政府主导模式,虽然公众对食品安全的关注度很高,食品行业协会也得到了较大的发展,但他们在食品安全监管中的参与度是不够的,渠道通常也不畅通。建议可以委

托食品行业协会、具有一定食品科研实力的大专院校及研究机构或消费者协会进行食品安全状况抽样调查,或者委托具有相当资质的第三方食品实验室进行检测。及时通过平面媒体、广播电视、互联网及移动通信等各种媒体向公众发布食品安全信息,让民众了解食品安全真相,使各种有关食品不安全的谣言不攻自破。

同时,发动各社会团体、人民群众对各种从事不安全食品生产供应的企业、组织或个体的违法行为进行检举揭发,建立不安全食品举报有奖制度,使不安全食品出现率及致害风险降到最低。

总之,为了保证食品安全,我国今后的食品安全监管应该考虑架构公共机构(各级政府及食品安全监管机构)、市场、社会(行业协会、中介服务组织、人民团体、科研院所及新闻媒体)、公民“四位一体”的食品安全利益相关者监督网络。

首先,在建构公共食品安全规则体系之外,把重点放在扶持食品行业协会的发展上来,由于行业协会对该行业的技术、流程、品质、成本、管理等等均有充分的了解,拥有其他机构所无法掌握的内部信息资源优势,充分发挥其食品行业自律的监督者作用,对于食品安全监管的社会监督来说善莫大焉。

其次,大力推广第三方监管模式,培育具有一定专业水准、资质、独立并且中立食品安全评估机构参与食品生产供应企业的质量评估和全程监控,逐步推进食品行业生产、操作流程安全标准的统一。

第三,精心构建作为个体消费者的公民,以及新闻媒体如何参与食品安全问题防控系统中来的动力机制,预防、威慑并遏止食品企业的不规范生产行为;在进一步完善食品市场和相关法律的基础上,通过多种渠道,压缩市场失灵和规制俘获的空间,大力推动以食品安全利益相关者为主体的社会监督,逐步实现食品安全监管网络的良性互通。

(涂永前)

## 卫生部新规: 辅食营养补充品 拟许添加DHA

2月20日,卫生部就《辅食营养补充品》食品安全国家标准向社会征求意见。拟将产品的适宜人群扩大至36-60月龄儿童,并在可选择成分指标中增加“二十二碳六烯酸”(即DHA)。“意见”指出:DHA已经在婴幼儿配方食品和配方辅食中应用,美国80%以上婴幼儿配方奶粉中添加了DHA。新国标也计划修改叶酸和烟酸的含量要求,又规定产品必须标明“本品不能代替母乳及婴幼儿辅食”;

## 可口可乐 一款产品被曝含毒

屋漏偏逢连夜雨,可口可乐两款产品再登质量黑榜。2月20日,国家质检总局公布的2012年11、12两个月入境食品化妆品不合格信息,可口可乐饮料(上海)有限公司进口自美国的浓缩果汁因违规使用化学物质柠檬酸而被销毁,这款产品的生产商标注为GNT INTERNATIONAL B.V.;另一批由可口可乐台湾生产的爽健美茶因未提供所需证书被退货。据悉,受整体碳酸饮料市场地位逐渐下滑影响,该市场巨头可口可乐的地位已经岌岌可危。而两款产品被检出不合格再登质量黑榜,这无疑让近来质量问题缠身的可口可乐雪上加霜。

## 食品类价格趋稳回落

春节过后,各地食品类价格稳中趋降,其中蔬菜价格大幅度回落。专家分析认为,一季度我国价格总水平仍将保持平稳。监测数据显示,春节后,市场供需情况明显变化。主要蔬菜价格回落,黄瓜、芹菜、菠菜、油菜与前期高点相比降幅超过15%;猪肉价格下降2%左右。兴业银行首席经济学家鲁政委认为,随着食品类价格趋稳回落,一季度CPI仍将保持平稳运行。鲁政委说:“我们的判断是第一季度的CPI会整个地走出一个大概是一个小山的形状。也就是说2月份是这个季度当中最高的,2月份过后3月份的CPI会比上月有所回落。”

## 宜家卷入马肉风波 回应称原料来自厦门

“马肉风波”席卷欧洲,中国消费者熟悉的宜家家居也被卷入其中,其餐厅销售的特色食品“瑞典肉丸”在捷克被检出含有马肉成分。目前瑞典肉丸仍在中国宜家餐厅正常销售,宜家方面表示,中国餐厅内的瑞典肉丸来自福建供应商。2月26日,宜家发表声明称,宜家中国餐厅和瑞典食品屋出售的瑞典肉丸均来自福建厦门肉类食品供应商。“我们不会允许食品中使用任何在宜家的食谱规范以外的材料,且通过设立标准、产品认证和通过认证实验室对产品进行分析等手段来保证食品质量。”

## 电商突接“禁盐令” 下架食用盐?

淘宝日前发出通知,要求所有网店2月26日起停止销售食用盐,否则将强制下架。作为与百姓生活密切相关的日常必需品,自东周以来,食盐销售便由国家掌控。1996年国务院颁布的《食盐专营办法》,更是明确了食盐的国家专营制度。虽然向民营开放的呼声一直不绝于耳,但迄今未有破冰迹象。业内人士认为,按照通常的电商逻辑,食盐的线下实体店经销商在取得《食盐零售许可证》后,通过网店来扩大销售渠道再正常不过,但事实并非如此;因为食盐是由国家发改委统一制定价格框架后,由各地发改委根据当地市场情况进行微调的,各区域间存在价格差异。一旦上网销售,很容易导致窜货,使部分地区的经销商心生不满,向主管部门告状。

## 南非牛肉食品中 发现羊肉和驴肉

南非食品科学家2月26日表示,在南非贴错标签的牛肉汉堡和香肠中发现了水牛、驴和山羊肉。斯坦陵布什大学三位教授26日公布的一份调查研究发现,139份样品中有95个与标签不符,其中错误率最高的是香肠、汉堡和熟肉制品。这项研究的合作教授路易斯说:“贴错标签的肉类加工制品在南非司空见惯,在大量产品中发现驴肉、山羊肉和水牛肉等非常规食材,这不仅违反食品标示管理规定,也对经济、宗教、道德和健康产生影响。”

(编者整理)