

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 双汇集团 广告热线:028-68551386 新闻热线:13908058548 电子邮箱:1722428646@qq.com

2013年9月27日 星期五 主编:李国政 编辑:李晓虎 版式:张彤

企业家日报

9

双汇成为全球最大猪肉供应商



● 双汇集团董事长万隆

多美滋再涉贿赂名单

据央视《东方时空》报道,近日,媒体连续报道了多美滋公司贿赂医生、护士,给刚出生的婴儿喂食自己品牌奶粉。21日,一位知情人再次向记者提供了多美滋公司贿赂医院的详细资料。

4月给医务人员打款近50万

知情人向记者提供了一台电脑,据其说,在多美滋公司只有主管以上职位的人才配有这样的电脑。电脑里有多美滋公司各区销售人员之间的邮件往来,其中有今年4月北区汇款情况及改错。知情人说,一个表格上显示的是打款账号发现错误情况的统计,一个表格是给医护人员的讲课费,还有一个写着“私”的表格就是多美滋公司给医护人员私人的汇款。表格内显示省份、城市、姓名以及金额。付款日期一栏中,写的是6月7日。

粗略统计,表格涉及北京、辽宁、吉林、河北、天津、内蒙古、黑龙江等七个省市区。记者计算了一下,仅仅今年4月份这一个月,多美滋公司就给这七个省市区的医务人员打了将近50万元款。

在一封北区负责人发给各个销售代表的邮件当中,有这样一句活,“接下来,就要看我们如何教育HCP拉动市场需求了”。知情人说,这里所谓的HCP指的就是医院的医生和护士。这封邮件统计了2013年前五个月,多美滋公司在全国的销售情况。涉及全国30个省市区,而其中有一栏内容就是“纯医务增长率”。纯医务指的就是和医生之间、在医院由医生完成的销售情况。

以今年2月为例,纯医务贡献的增长率在各省市区都超过10%,个别的更是接近60%。据了解,去年多美滋配方奶粉在全国的销售额就将近60(57.33)亿元,成为我国奶粉市场中销售额最大的企业。

记者目前掌握的这七个地区的贿赂资料还仅仅只是一个北区的,而多美滋公司在我国一共有六个大区。

医院报信应付8部委联合检查

这些邮件当中,还有对公付款的凭证,这些汇款凭证中一个是给吉林的一家妇产医院的,汇款金额一万元,这些款项都是通过一个公司汇出的。

知情人说:“这是我们公司和医院对公付款的一个方式,一般是下面写申请,然后发给总部,总部批复,批完之后再由总部给到我们,统一拨款,然后通过广告公司给到相应的部门。”

在这份名为“医院交接”的文件当中,写明了与各个医院的合作方式,口头推荐,新客户80元每个,医院轮奶,7000元每年。知情人说,所谓“轮奶”指的就是医院给新生儿喂奶的费用。值得注意的是在“支付方式”一栏当中,除了现金之外,写的是“医师协会”。“也是为了规避检查,也是我们公司一个专门的部门教我们如何保护自己。”

在今年6月的一封信名为《8部委的检查》的邮件中,这样写道:“刚刚接到深圳同事的电话,目前深圳各医院已经接到了8部委联合检查通知,医院已经通知我们的同事目前要尽量少到医院了。”这封邮件被抄送给了多美滋公司多个地区的销售人员。

同样是为了应付8部委的检查,这位北区负责人在另外一封邮件中明确要求通知所有办公室务必进行一次电子、纸质文件及资料的清理工作。

(京华时报)

据中国之声《新闻纵横》报道,美国东部时间24日上午10点多,北京时间当日22点过,远在美国弗吉尼亚州首府里士满,中国双汇国际控股有限公司以71亿美元收购全球最大生猪养殖和猪肉加工企业史密斯菲尔德公司,终于完成最后一步——史密斯菲尔德公司股东大会投票通过,支持收购!自此,迄今为止中国企业最大规模在美投资案画上圆满句号。而双汇国际也成为全球最大的猪肉供应商。

新闻纵横在24日晚股东大会后第一时间拨通了正在美国的双汇国际公关经理万宏伟的电话,对方对投票结果和交易完成时间做出独家回应。

记者:收购案是不是已经在股东大会上通过了?

万宏伟:是的,是已经通过了。

记者:接下来的这个收购交易是不是很快就会完成,有媒体说是在9月26日,是这样吗?

万宏伟:我们的初步安排是的。

同时,北京时间25日凌晨,美国史密斯菲尔德公司向中国之声发来独家声明,“在刚刚结束的特别股东大会上,公司以超过96%的绝对多数投票通过了这一收购案。双汇国际将以每股34美元的价格收购史密斯菲尔德公司股票,交易将于2013年9月26日完成。”

从5月29日宣布收购,到今天走过所有程序,直到终点,这起收购案到底经历怎样的4个月?这场“强强结合”未来会带来

中国市场什么样的变化?

双汇上一次站在聚光灯下,还是因为2011年的瘦肉精事件。在那起足以载入食品安全史册的事件中,集团董事长万隆在公众面前,起立,鞠躬,道歉。而这一次他终于可以骄傲地昂起头,因为这笔价值71亿美元的大买卖,将助他写入另一本史册——中国企业跨国收购史。

交易从一开始就注定瞩目:收购方,是中国最大的肉类加工企业,也是最大肉类上市企业双汇发展的控股股东,双汇国际;被收购的,则是全球最大生猪养殖和猪肉加工企业,美国最大猪肉制品供应商,史密斯菲尔德。收购金额,71亿美元,折合人民币437亿。如果成功,这将是迄今为止中国企业规模最大的在美投资案。

集团董事长万隆:总是的71亿,其中它的股值是47个亿,它的债券是24个亿,我们这一次收购史密斯菲尔德公司,是我们双汇国际在境外的收购,所以这一次在完成境外收购以后,它也是同属于双汇国际在境外下属的子公司。

从5月29日宣布启动这笔跨国收购到今天,整整4个月,对于双汇国际,是遭遇问题和解决问题的过程。首先,是价格。史密斯菲尔德公司最大股东是对冲基金starboard Value,拥有公司5.7%的股份。它认为公司价值90到108个亿,远远超出双汇70亿的报价,也因此曾一直是反对收购的主力军。

卓创资讯畜牧业分析师姬光欣:他那个大股东想把史密斯菲尔德拆成三块嘛,这样的话可能卖出更好的价格。其实我认为可能也只是他们进行信息炒作的一个噱头,为了提升公司的股票值。

双汇董事长万隆此前也曾私下告诉记者,花这四五百亿是值得的,若不是对方最近两年业绩滑坡,花多少也买不来。幸运的是,此次股东大会前的最后一刻,市场传出消息,最大股东已经松口表示支持。市场分析,受时间和财政条款限制,恐怕难以找到更高价的买家,只能转变态度。不过这句“支持”扫去了双汇国际收购路上的最后一块绊脚石。记者24日从正在美国的双汇国际公关经理万宏伟处得到证实。

记者:现在第一大股东相当于已经转变态度转为支持了,这个是已经确实的消息吗?

万宏伟:在美国这已经有媒体报道出来了,第一大股东StarboardValue是已经宣布支持这次交易了。

双汇国际收购的第二个难题,是美国政府。对于中国企业在美国这起庞大的收

购案,美国政府从第二天也就是5月30号开始就启动安全审查。出于对国家食品安全和国内供应不足的担心,这个漫长的过程几乎涉及了美国所有的相关部门。美国参议院农业委员会就先后表达关切。

执委会主席:整个过程,从国家安全审批,到美国证监会审查,到多个国家反垄断调查,再到参议院听证会上,史密斯菲尔德公司CEO拉里·波普一再强调收购对美国社会没有负面影响。

Larry Pope:需要澄清的是,双汇会保留史密斯菲尔德公司的管理团队、工厂以及所有员工,双汇认可史密斯菲尔德一流的操作体系,出色的食品安全操作,以及46000名勤奋的工人。收购对我们美国以及世界的操作流程不会产生任何影响。

最终,在9月6号,双汇国际宣布收购4个月,交易获得美国联邦政府外商投资委员会批准,完成所有政府审批,只剩最后一步,公司股东大会。卓创资讯畜牧业分析师姬光欣认为,双汇之所以战胜所有对手,冲关到最后,这其中高盛集团的作用至关重要。

姬光欣:中间还有高盛在里面嘛,它在双汇和史密斯菲尔德两边都持有股份,其实像以前就是史密斯菲尔德所在的这个州的州长,他之前也提出反对,包括境外投资委员会这一块,但是最终还是通过了,这里头应该说高盛也起到了一个很大的作用。

有媒体预测,股东大会投票通过后,双方最快将在9月26日完成交易。

记者:投票通过以后,是不是后面就是只差完成这个交易过程了?

万宏伟:对,我们后面还有一些相应的法律文件,一些最后交割的文件签署。

在过去的10年间,国内猪肉产量年均1.5%的增长率,早已无法满足国内猪肉消费逐年增长的需求。去年,我国鲜冻猪肉产品进口量高达135万吨。目前双汇的产品更多集中在中低端市场。业内认为这次收购,将有助于双汇开拓高端市场和欧美市场。不过中原发展研究院副院长郑祖玄表示,收购最大的意义在于,对中国现代养猪业的启迪。

郑祖玄:史密斯菲尔德的整个业务链更长一些,除了屠宰加工,还有很重要的养猪业,也是在它的业务链当中的,现代化的养猪业,是中国非常非常非常缺乏的,双汇有,但是规模非常小。近年来中国的劳动价格上涨得很快,我想双汇可能考虑到了这方面的问题,提前做好了相应的准备,为中国未来的养猪业,这个链条具有非常好的借鉴意义。

(中国广播网)

工信部否认组建乳企“国家队”

有报道称,工信部已确定了奶粉“国家队”名单,伊利、蒙牛、飞鹤、完达山、高原之宝5家企业最终入围。对此,工信部消费品司副巡视员高伏表示:“这是错误的报道,没有奶粉‘国家队’的概念,谁应该进‘国家队’?谁又不应该进‘国家队’?从关系上都不对!”高伏同时证实,近期确实将有一些高端乳粉品牌将被扶持并集中推介,至于哪些品牌将入选,主要由乳制品工业协会主导。“是乳制品工业协会,而不是政府部门,市场行为的事,政府部门是不能来做的。”高伏强调。

工商总局五措施落实新商标法

在近日召开的全国工商系统贯彻落实新商标法电视电话会议上,工商总局局长张茅表示,将认真组织相关培训,及时制定、修改、清理配套法规规章,不断提高商标审查评审效能和质量,依法加强监管执法,加强干部队伍建设,贯彻落实好新商标法。

张茅强调,要依法加强监管执法,特别是按照新商标法规定,规范和引导企业正确使用驰名商标,及时提醒和纠正驰名商标的不规范使用行为;进一步加强代理监管,坚决贯彻落实新商标法中对于违法商标代理机构实施市场禁入的规定,严厉打击商标代理行业违法行为。

农业部：今年粮食“十连丰”在望

农业部预测,今年秋粮丰收有基础,有希望,加上已经丰收的夏粮,全年粮食有望实现连续十年丰收。农业部农情调度显示,今年秋粮整体长势好于常年。特别是东北、西北和华北主产区的旱地作物,由于雨水丰沛,长势明显好于常年。虽然前一阶段,东北主产区遭遇了洪涝灾害,但灾害是局部的。今年东北地区秋粮面积增加550万亩,水稻增加240万亩,这为丰收奠定了面积基础。

今年全国投入秋收的农机将达80多万台。秋粮跨越区域广,收获时间长,农业部要求各主产区科学安排跨区作业,确保粮食颗粒归仓。

质检总局公布14家伪造变造检验检疫证书企业名单

为进一步引导企业树立守信便利、失信惩戒的理念,加强对失信企业的监督管理,质检总局9月22日公布了第二批伪造、变造、买卖检验检疫证书(包括原产地证书)企业。质检总局此次共公布了14家企业名单:上海买道电子商务有限公司、大连君洋国际物流有限公司、金华豪庭家具有限公司、安徽省天艺工艺品有限公司、闽侯县兴诚工艺品有限公司、青岛琪琴水产食品有限公司、宁波合羽国际贸易有限公司、厦门桦南贸易有限公司、佛山市顺德区海成国际货运代理有限公司、深圳市金艺峰家具有限公司、深圳荣兴饰品有限公司、义乌市明宇进出口有限公司、义乌市赛贝亚有限公司、义乌市巨冠进出口有限公司。

据国家质检总局有关负责人介绍,质检总局已将这些企业列入严重失信企业名单,对其违法行为按照规定进行处罚并严加监管。

国家卫生计生委发布加强食品安全标准工作的指导意见

9月23日,国家卫生计生委发布《关于加强食品安全标准工作的指导意见》,要求各地进一步加强食品安全标准工作。

《指导意见》明确了地方食品安全标准工作的工作职责和具体要求,包括:依法履行食品安全标准工作职责、加强食品安全地方标准工作、做好食品安全企业标准备案工作、开展食品安全标准研究和跟踪评价工作、做好食品安全标准宣传贯彻工作、加强食品安全标准评审委员会委员管理和加强食品安全标准工作能力建设。

《指导意见》要求,各地加强食品安全地方标准制度建设并严格食品安全地方标准范围,坚持科学合理、公开透明的原则,推进标准贯彻工作顺利执行。省级卫生计生行政部门要加强食品安全企业标准备案制度建设,明确食品安全企业标准备案范围,坚持企业是食品安全第一责任人原则;同时省级卫生计生行政部门要增强服务意识,简化备案程序,以方便公众查询。

《指导意见》要求,省级卫生计生行政部门加强食品安全标准工作能力建设,明确食品安全地方标准和企业标准、标准跟踪评价等工作的管理机构,加强人才队伍建设,落实食品安全标准工作的监督激励和考评制度。将标准工作经费纳入各级地方财政预算,落实各项保障机制。

(编者整理)

商家最终解释权属霸王条款 消费者可找消协讨公道

有些甚至闹上法庭。

记者调查发现,这类案例多出现于会员卡、优惠券、VIP折扣这些“听上去很划算”的促销手段中。在名目繁多的说明条款里,不少商家都会利用“最终解释权”打埋伏。一旦交易发生纠纷,商家就亮出“护身法宝”,消费者多半忍气吞声,自认倒霉。

“最终解释权”如此受商家青睐,它究竟是否名正言顺呢?湖南省消费者权益委员会工作人员余知都告诉记者,“最终解释权”这一条款,相关法律法规有明确解释说明,属于格式条款,也就是典型的“霸王条款”。“隐含的意思就是商家说了算。这不利于维护消费者的正当权益,既不法也不合规。”

记者查阅发现,近几年,全国各省、市工商部门陆续下发规定、通知,告知商家“最终解释权”的说法不合规。既然国家已明确“最终解释权”不合法,商家为何还明目张胆使用,甚至让其泛滥成灾?业内人士指出,信息不对称是“最终解释权”这类霸王条款产生的主要原因。一些经营者单方面制定合同条款时会从利己的角度出发,合同条款本身就不公平。同时,由于合同条款名目繁多,消费者很少要求商家一一解释说明,因此留下了可操作空间。

余知都说,“最终解释权”所解释的那些令消费者无奈或者气愤的霸王条款,大多数情况下商家不会主动说明。“这里面的情况属于误导,不存在主观欺诈。有的情况是故意欺骗,性质比较恶劣。”

维权从何入手? 监管从哪开始?

很多消费者都遭遇过“最终解释权”的纠纷,他们中的多数人像徐女士一样最终不得已吃了“哑巴亏”。

长沙市工商局12315指挥中心副主任袁俊告诉记者,尽管媒体屡屡曝光“最终解

释权”纠纷,网络上也有消费者“吐槽”,但近年来接到的相关正式投诉却并不多。

“一方面,不少消费者、包括商家都对相关法律法规不了解,大部分消费者维权的知识能力欠缺,并不知道‘最终解释权’是不合法的,另一方面,很多消费者虽然吃了亏,但是嫌麻烦所以就不投诉了。”袁俊说。

事实上,许多消费者不知道的是,关于“最终解释权”的投诉,消费者找回公道的几率很大。“这属于我们平时说的霸王条款。所以一般碰到这种纠纷,工商部门都会按照有利于消费者的方向进行调解。”

袁俊举例,比如在酒店消费,对打折额度的范围,如果商家没有做出“酒水、海鲜不参与打折”这样的明确说明,那么遇到此类纠纷,工商部门就会按照“全部打折”来处理。

维权应该从何入手?余知都、袁俊等人建议,在遭遇“最终解释权”纠纷时,消费者首先应该和商家主动沟通,“有的商家是由于缺少经验和法律意识导致的,不属于欺诈”。在沟通无果、且明确损害消费者利益的情况下,可拨打“12315”消费者投诉热线向工商部门投诉,“如果商家了解情况仍不改正,则涉嫌欺诈,将严肃处理”。

面对泛滥的“最终解释权”,监管又该从哪开始?业内人士认为,一方面,应该加大对商家法律意识的普及,让商家清楚了解到“最终解释权”是不合法的;另一方面,也应加大此类违法成本。

“对‘最终解释权’,有相关的法律法规进行了明确说明,认为其不合法,但却没有明确的惩处措施。亟须增加相关的条文规定,指出如果商家有这种行为,该怎么惩处。一旦有了明确的强制性惩处措施,就会增加商家的违法成本,有利于规范其行为。”袁俊说。

(袁汝婷 周楠)