

贝因美再曝食品安全问题：代工面条被检出致癌物

■ 叶春华 报道

2013年乳业反垄断后,贝因美调低售价收入大降,此外食品安全问题频发影响负面。

刚公布第四任董事长人选的贝因美又曝出食品安全问题。

2月24日,吉林省食品药品监督管理局发布《近期全省食品抽检信息公示》,其中显示,一款由浙江贝因美公司生产的黑芝麻营养面条被检出亚硝酸盐超标。

自2011年4月在深交所中小板挂牌上市以来,贝因美三年三换董事长。此前,该公司刚对外公告,春节前就悬空的董事长一职由原公司总经理王振泰出任,而一直负责生产和质量的黄焘则被升为公司总经理。“在近几年奶粉行业频发信任危机的大背景下,贝因美从未出现重大安全事故,且在行业中率先实现了产品的全程信息化管理和追溯体系的建立,黄焘功不可没。”话音未落,贝因美面条便被检出问题。

中山大学公共卫生学院营养系主任蒋卓勤介绍,在中国《食品安全国家标准婴幼儿谷类辅助食品 GB 10769-2010》中有规定,亚硝酸盐在婴幼儿谷类辅助食品中的污染物限量应该不大于2mg/kg。

“国家严禁在婴幼儿食品中添加亚硝酸盐,如果检出量超标要不是人为违法添加,要不就是原料中自带,只要对生产原料进行检测就一目了然。”蒋卓勤说。

2月26日晚间,贝因美发布紧急澄清公告,承认问题面条为该公司委托代工产品,但坚称产品检测合格。

与此同时,贝因美亦遭遇重大的营销变革考验。2013年遭遇反垄断调查并降价后,贝因美存货持续增长,销售费用大幅增加,通过设立营销子公司并由经营团队部分持股效果如何,将成为贝因美新任董事长的一大考验。

问题面条疑云

该款面条并不是由贝因美亲自生产,而是由一家名叫上海京元食品的公司代工。

据吉林省食品药品监督管理局披露,该款被检出亚硝酸盐超标的问题面条产品由浙江贝因美生产,产品规格为208克/盒,生产日期为2013年10月1日,抽样地点



是长春润泰商业有限公司,但该局并未公布问题产品的具体亚硝酸盐含量。

作为国家允许使用的食品添加剂,亚硝酸盐目前主要用于肉制品,一方面赋予肉制品特有的肉红色、改善产品的组织结构;另一方面作为防腐剂,对肉毒梭状芽孢杆菌具有较强的抑制作用。但由于亚硝酸盐可以与血红蛋白结合形成高铁血红蛋白而失去携氧功能,严重时甚至窒息致死,同时具有致癌作用,又因为婴幼儿比成人更易感受亚硝酸盐的危害,因此被禁止在婴幼儿食品中使用。

记者查阅该款产品的配料表,发现除了小麦粉以外,还包括乳清蛋白粉、蛋黄粉、脱盐乳清粉、低聚果糖、碳酸钙、磷酸氢钙、焦磷酸铁、氧化锌等多种化合物,并未显示有添加“亚硝酸盐”。

尽管贝因美一直对其面条产品的宣传都强调“无添加任何增白剂、香精、防腐剂和食用盐碱”,但该款面条并不是由贝因美亲自生产,而是由一家名叫上海京元食品的公司代工。早在2013年8月,贝因美旗下的两款婴幼儿面条因为包装不符合国家相关规定而被常州工商部门查处并处罚,其中一款就是黑芝麻营养面条。

据贝因美表示,2013年12月13日,上海市松江区质量技术监督局在得到国家食品安全风险评估中心转送的吉林省食品药品监督管理局对“贝因美黑芝麻营养面条”抽检亚硝酸盐超标信息后,派出执法人员对公司委托生产方上海京元食品有限公司进行执法检查,并对生产工厂留样同批次产品进行执法抽样检查。

贝因美同时表示,在出厂前及获知吉林省食品药品监督管理局的抽检情况后,

公司已将批号为20131001的黑芝麻营养面条先后送往南京、上海、杭州的三家独立的第三方检测机构进行检测,结果均为亚硝酸盐指标合格。该批次产品共生产20844盒,销售收入计1473万元。

据贝因美最新财报显示,2013年上半年该公司非奶粉产品的收入均出现了不同程度下滑,其中米粉和其他产品的收入分别为8591.48万元和6570.91万元,同比下降了6.35%和27.18%;而与奶粉和米粉高达60%以上的毛利率相比,该类产品的毛利率为38.79%。

从2013年3月开始,根据举报,国家发展改革委价格监督检查与反垄断局对合生元、美赞臣、多美滋、雅培、富仕兰美素佳儿、恒天然、惠氏、贝因美、明治等奶粉生产企业开展了反价格垄断调查。2013年7月,贝因美承认被调查,并宣布从7月10日起,对旗下婴幼儿配方奶粉主要品项标准出厂价下调5%-20%。受消息影响,公司股价一度从35元高位跌至29元。

中投顾问食品行业研究员简爱华分析认为,2013年乳业反垄断后,贝因美自动调低产品售价,导致收入大幅降低,此外频频发生的食品安全问题也对贝因美的品牌进行蚕食,“在三聚氰胺事件后,大家对食品安全极其敏感,若处理不当很有可能变成企业的极大危机。”简爱华表示。

事实上,贝因美就是在2012年伊利汞含量超标事件后登上国产奶粉销售一哥宝座,伊利、雅士利、合生元和飞鹤居其后。

渠道变革压力

“在奶粉限价下,经销商进货谨慎,

导致公司存货有所增加。”

自2014年2月8日起,贝因美名称由“浙江贝因美科工贸股份有限公司”变更为“贝因美婴童食品股份有限公司”。早在2012年年末,浙江贝因美科工贸股份有限公司就向母公司贝因美集团出售了旗下的婴童用品等非食品业务。

创始人谢宏“面向婴童行业综合运营商”初衷亦失败告终。2月24日,贝因美宣布王振泰成为公司第四任董事长,并出资4400万元成立8个营销控股子公司。

乳业专家宋亮认为,贝因美此次调整旨在做强做精婴幼儿食品。“经历了前两年的业绩飙升后,贝因美去年出现了销售增速放缓的情况,加上国家相继出台了多项针对乳制品市场的调控措施,在奶粉限价下,经销商进货态度较之前谨慎,导致公司存货有所增加。”宋亮说。

2013年贝因美的存货持续增长,从一季度的432亿元升至第二季度的546亿元,到了三季度更高达628亿元,与此同时,公司销售费用也大幅增加,三季度销售费用为7.05亿元,同比大幅增加44.76%。

目前贝因美的销售渠道主要分为经销商、KA关键客户、大卖场和其他三种,其中经销商是公司最大销售渠道。此前,贝因美在全国设立了28家分公司,但营销一律由总部统筹。去年一季度开始,公司尝试转向分产品分渠道的精细化管理模式。

根据贝因美公告,此次贝因美合计出资4400万元分别成立贝因美宁波、上海、杭州、南京、西安、武汉、合肥及郑州8个营销控股子公司,贝因美在营销公司中占股80%,经营团队占股20%。

在宋亮看来,通过在重点销售区域设立营销子公司并由经营团队部分持股,一方面可以稳定经营团队;另一方面,过往贝因美对渠道管得较死,在销售有相当规模的情况下很难再有大幅增长,因此赋予营销公司有自主经营权,总部仅负责生产发货,可以激励业绩的同时减少数据造假。

此前在湖北等部分市场就曾经出现过由于经销商压货过多的情况,导致某地级市一个月的量是本地真实需求的2倍多,最后公司要通过扣点来处理。加上今年贝因美的产能将从6万吨提升到10万吨,建立起有效的营销团队将成为贝因美新任董事长的一大考验。

联通电信反垄断案3年无果 反垄断效果何在

■ 孙政华 报道

2月19日,国家发改委价格监督检查与反垄断局局长许昆林透露,此前遭到发改委反垄断调查的中国电信和中国联通日前已分别提交最新整改情况。发改委正在根据反垄断法相关规定,对两家公司是否完全履行承诺、相关整改措施是否消除了涉嫌垄断行为后果等情况进行评估,并将根据评估结果,依法作出处理决定。

一段时期以来,中国联通、中国电信的反垄断调查甚嚣尘上,引起社会广泛关注。而有业内人士分析,中国第一例央企反垄断案很可能将以“企业认错,政府终止调查”而收场。

涉嫌垄断 关键是限制竞争行为

2011年11月,国家发改委已就宽带接入问题对中国电信、中国联通展开反垄断调查,调查的主要内容是:中国电信、中国联通在宽带接入及网间结算领域是否利用自身具有的市场支配地位阻碍影响其他经营者进入市场。发改委表示,若能认定违法,两家公司将被处以“上一年度营业额1%至10%”的巨额罚款。

这一消息不仅在媒体间引起轩然大波,社会公众也极为关注。因为网速、网费问题争论已久,电信、联通等网络供应商的服务与收费行为一直以来也是备受诟病。同时有报道称,截至2010年,我国宽带上网平均速率排名全球第71位,不及美国、英国、日本等30多个经济合作组织国家平均水平的十分之一,但平均一兆每秒网速的接入费用却是发达国家平均水平的三到四倍。

面对执法机关的强硬态度及社会公众的普遍质疑,电信、联通于2011年12月2日在官方网站同时发出声明,承认在互联网互通以及价格上确实存在不合理行为,同时承诺整改,将提升网速并降低宽带资费。

“通过自查,发现中国电信集团公司与其他骨干网运营商之间的互联互通质

量未完全达到相关主管部门的要求,没有实现充分互联互通。同时,在向互联网服务提供商提供专线接入业务方面,由于竞争和管理原因导致价格差异较大。”中国电信在声明中表示。

中国联通也表示:“自查中发现公司在向互联网服务提供商提供专线接入业务方面,价格管理不到位、价格差异较大。”

国务院反垄断委员会专家咨询组组长、对外经济贸易大学法学院教授黄勇在接受记者采访时表示,两家被调查的关键是“价格歧视”,如何实现“互联互通”的问题。

反垄断效果何在

“对消费者来说,最重要的是提升消费者的上网速率,降低收费标准,消除涉嫌垄断行为。”许昆林介绍,按照发改委的要求,两个公司分别在2012年和2013年把整改情况作了报告,最近的一次报告是2013年12月23日和2014年1月7日,中国联通和中国电信向发改委进行了报告。从报告和初步了解的情况看,互联互通质量有较大幅度提高。

在实际生活中,中国联通和中国电信的整改措施究竟如何?

记者在北京公主坟一家电信营业厅中了解到,中国电信绑定座机的宽带套餐2M年费1200元,4M年费1500元。

“事实上去年也是这个价格。”一位工作人员表示,并未感觉到明显降价,但是这款去年主打的套餐现在已经不推荐使用了,因为“不合算”。目前推荐使用的是月缴费95元的4M新套餐,但须购买600元手机一部,同时还可以赠送189手机号。记者了解到,联通今年也推出了一款类似服务。

许昆林表示,调查时要求两个公司必须实现充分的互联互通。之前有关部门协调一个政策,就是联通要跟电信互联互通时单向向电信每个G交13万元,联通有抵触情绪,使得两家公司在互联互通上有障碍。在了解了情况之后,相关部门要求他

们实现免结算。2012年以来,两家公司按照要求大幅度扩容,原来他们之间的互联互通只有277G,现在增加到757G,翻了几番。

许昆林表示,从2013年1月1日起,两个公司实行了对等互联互通不结算,建立起了有利于互联互通的良性基础。

这种改革是反垄断的作用还是市场本身的作用?“今天的通讯市场较3年之前有很大不同,各项技术的提升加速了整个市场的发展。”黄勇说,技术进步在其中起了一定作用,到底反垄断能起到多大作用还要评估。而诸如“互联互通”的问题,依靠企业自身改革也很难实现。因为背后是巨大的利益,相对于联通,中国电信的利益蛋糕更为巨大,想要撼动其利益显然需要借助外力。

同时从事IT业务的律师赵占领强调,事件本身涉及的是价格歧视、互联互通的问题,跟民企准入没有关系,对民企没有直接影响。

为民营进入电信业开路

“对于中国电信、中国联通的声明,发改委应该组织听证会,请电信行业相关人士、反垄断法专家、潜在的利益受损方、存在利益竞争者、社会公众人士等几方面代表出席,对此事发表意见。”中国政法大学教授、反垄断专家李曙光表示,发改委反垄断局既然已经介入调查,就要给公众一个清晰、全面、透明的交代。

根据记者了解,中国联通、中国电信两家公司称,已向发改委提交中止反垄断调查申请,发改委也证实收到其申请,正在按反垄断法进行审查。如果发改委经审查接受了中国电信、中国联通的中止调查申请,则本案的调查结果就是——中国电信、中国联通的行为既不会被认定为违法,也不会被认定为合法,而是被要求遵守其向执法机关申请中止调查时所作出的“承诺”。

记者了解到,依据反垄断法承诺制度(是指在反垄断法执法机关调查垄断案件时,如果经营者向执法机关作出停止或修

正特定行为的承诺,执法机关认为经营者的承诺足以消除行为的消极影响,则可接受该承诺并据此作出决定,要求经营者履行其承诺,从而结束案件调查程序的垄断行为处理方式),发改委可以中止反垄断调查。

而对于“承诺”,从事反垄断相关业务的律师王文书指出,本案曝光之后,公众关注较多的是两家公司是否真的实施了价格歧视等垄断行为,这是本案的实体问题。而“承诺”决定是一种垄断行为处理方式,属于程序性制度。承诺决定作为一种极为特殊的垄断行为处理方式,其适用必须慎重,因为它不仅可能影响人们对实体问题的看法,也可能在适用中带来诸多消极效应。

事实上,此案调查了3年,时间如此之长,人们并未看到发改委对电信、联通的罚单,至今也没有结案。

虽然还没有结案,但是中国电信和中国联通在遭到反垄断调查后,承诺降低资费和宽带接入费,消费者还是享受到了一部分益处。对此,黄勇认为所谓的“打老虎”对彰显反垄断法的威力是有作用的。

黄勇表示,之前国有企业对反垄断法都比较陌生,一些涉嫌违法的行为仍被一些企业和行业协会认为具有正当性。

此外,通过对涉嫌垄断行业的调查,可以引起和推动决策层对于行业管理体制的重新认识。“打老虎”的一个更为深远的意义在于:引起对下一步行业管制体制改革、引入竞争机制、评估竞争政策在垄断行业可行性和路径的价值重视。

黄勇表示,从垄断到逐步走向市场化,电信这样的垄断行业就用了3年的时间,可见反垄断的不易。“在这3年里,从虚拟运营商牌照落地,到电信业务资费标准审批的取消,盘踞市场的格局被逐步打破。”黄勇说。

对电信业的调查,受访专家认为,发改委的最终判定结果将对电信业未来格局产生重要影响,能为民营进入电信业敞开大门。北京大学教授曹凤岐表示,发改委的反垄断调查会有助于民营企业进入部分垄断行业。

迅雷或联姻小米 布局移动终端

■ 李娜 报道

近日有消息称迅雷已获得小米公司2500万美元战略投资,并做好了赴美上市准备,上市时间最快为今年的第二季度或者第三季度。

对此,迅雷以及小米双方显得较为低调,前者尝试致电迅雷CEO邹胜龙,对方以短信方式对记者表示并未有明确结论。而在早前,其向媒体透露,此前确实和一些互联网领头羊企业就战略合作包括战略投资进行过深入的接触。关于重启上市,目前也在积极关注,如果时机合适,迅雷也会认真考虑。

目前,迅雷已获得IDG、晨兴、联创策源、Google等多家机构的投资,2011年曾赴美上市,但最终铩羽而归,而此次迅雷传出引入小米投资,则被业界视作今年将再次启动美国上市信号。

联姻小米?

早在去年年底,坊间就传出了小米与迅雷已展开资本层面接触的消息,消息称双方将在视频资源、下载加速等多个方面紧密连接。并且,迅雷和小米此前已经在路由器方面达成合作,迅雷为小米路由器提供存储加速等软件服务和迅雷看看的内容服务。

“合作将会集成双方的优势,覆盖更多的人群,对于双方来说,是一次好的尝试。”易观国际分析师庞亿明对记者表示,小米方面可以共享迅雷旗下的视频内容资源,并借助其渠道,进而在小米电视、小米盒子乃至小米手机等终端进行播放,而这也利于小米在视频方面的布局。而对于迅雷,则可以加速在移动生态圈的布局。

迅雷成立于2003年初,凭借着下载速度快的特色,超越网际快车等其他同类下载软件,成为下载领域的领先者,但随着移动网络带宽的增大,WiFi、3G、4G网络的普及,手机下载,甚至在手机上直接看视频已经成为新的趋势,这让迅雷不得不重新考虑自己的定位。

“靠视频或者下载的概念来上市,迅雷目前的情况相比比其他视频企业并没有一个特别好的亮点,不管是在流量还是广告收入,版权的投入上都没有很强的竞争优势,在这样的情况下,如果还是想以视频来讲故事上市还是很困难的。”庞亿明表示,迅雷已经意识到这一点,在这两年已经开始加速在其他领域布局,并且在移动端投入了不少精力。

此前,迅雷看看发布了电视端APP产品“看看TV”,在手机端,迅雷看看还与VIVO、AUXEX等硬件厂商达成战略合作。而在去年11月,迅雷发布“迅雷会员100+雷鸟”定制手机,整合了迅雷会员增值服务,并内置了手机迅雷、云播、迅雷看看等多款APP。

“而此次与小米若是合作成功,将能够获得更多的关注。”庞亿明说。在双方合作中,迅雷可以通过和小米的合作把自己包装成小米的“视频外包提供商”,通过广告分成和用户会员付费获得收益的“新故事”赢得投资者的青睐。

新故事仍存挑战

事实上,最终能否依靠小米获得资本市场的青睐,依然是一个未知数。

迅雷内部人士对记者表示,目前移动端视频的盈利模式主要有三种,一种是以贴片为主要形式的广告,一种是数字内容发行,还有一种是视频直播的个人增值收费业务,即SNS视频。但上述人士也坦言,从目前视频网站的赢利模式来看,主要收入仍来源于广告营收,特别是品牌广告的收入,视频移动营销目前更多的是处于探路阶段。

迅雷看看负责人刘丰在去年接受采访时也表示,从目前行业发展的情况来看,移动端的视频还没有真正盈利,所以还没有成熟的分成模式。

“但是现在和硬件厂商分成的模式可以有多种,目前运营商们比较认可的合作模式是与硬件厂商一起做数字发行,成熟后再利益分成,这样就找到了一条路,就是硬件加互联网增值服务的通路。”刘丰当时表示,正在寻求多家手机厂商合作的机会。

艾媒咨询CEO张毅认为,移动端和客厅视频发展的兴起给了在线视频网站更多的盈利空间,在线视频网站可以为消费者提供各种终端在内的点播服务,最后和合作方通过分成等方式实现盈利。

他对记者表示,北美在线电影点播市场的第一名Netflix就是典型的例子,没有自己的传输网络,甚至连整个服务平台也是租用Amazon的云平台,但目前已经拥有2700多万订户,可以为用户提供支持PC、手机、Pad、TV、PS3、Wii和XBox等各种终端在内的点播服务。

“不管是和小米的合作还是和更多的硬件厂商合作,迅雷在讲故事的同时,将原先PC业务上的用户带到其他业务上面才是增长的关键。”张毅对记者说。

