

天猫商城食品现质量问题

消费者可在收货地起诉

新民诉法解释出台 网购以收货地为履行合同地。消费者在天猫商城购买食品出现质量问题,将天猫及网店起诉至法院,然而天猫却以《服务协议》中的约定事项为由,提出管辖权异议。3月16日记者从海淀法院获悉,法院最终认定天猫公司提供的管辖协议无效。

天猫称官司应在浙江打

由于消费者黄先生在天猫商城某网店购买的商品出现了质量问题,遂将该网店及天猫公司诉至北京市海淀区人民法院。海淀法院在受理该案件后,收到了天猫公司提交的管辖权异议。

天猫公司认为,所有消费者在天猫购物都必须注册淘宝账户,注册淘宝账户时会显示《淘宝服务协议》,消费者需点击“同意并注册”,方能注册该账户。而在《淘宝服务协议》中有如下约定:“您与淘宝平台的经营者均同



意以被告住所地人民法院为第一审管辖法院”,为此,天猫公司认为本案存在其与消费者的管辖权协议,应适用协议管辖,因其住所地为浙江省杭州市余杭区,故应将案件移送到浙江省杭州市余杭区人民法院审理。

法院认为协议未清晰明示

据了解,2015年2月4日起施行的最高人民法院于适用《中华人民共和国民事诉讼法》的解释第31条规定,“经营者使用格式

条款与消费者订立管辖协议,未采取合理方式提请消费者注意,消费者主张管辖协议无效的,人民法院应予支持”。海淀法院经审理认为,本案天猫公司提供的“同意协议并注册”选项,直接默认原告对《淘宝服务协议》的内容予以认可,在点击该选项时,“协议管辖”内容未予明示,需另点击“《淘宝服务协议》”查阅,而《淘宝服务协议》内容繁多,“协议管辖”条款夹杂在大量繁琐资讯中。

故此,海淀法院认为《民诉法》解释中的“采取合理方式提请消费者注意”指在通常情况下,应该用明确且显而易见的方式,使一般民事主体可以正常获悉与其权益密切相关的信息。而本案天猫公司以以上方式提供的管辖协议,并没有达到上述标准,消费者不能清晰了解相关信息。

天猫“霸王条款”被认定无效

海淀法院法官介绍称,我国《合同法》规

定“提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的,该条款无效”。“就网站购物而言,原告和大多数消费者一样,购买的商品通常价格不高,居住地或合同履行地也与天猫公司住所地相距很远,如果《淘宝服务协议》管辖条款有效,消费者需要额外负担比商品价格明显过高的差旅费用和时间成本,很有可能阻却了消费者合理的权利诉求。”据此,海淀法院认定天猫公司提供的管辖协议无效。

消费者可在收货地起诉

法官表示,根据《民诉法》解释第二十条规定“以信息网络方式订立的买卖合同,通过其他方式交付标的的,收货地为合同履行地”,本案中涉案买卖合同的收货地为黄先生在海淀区家中,海淀法院最终裁定驳回了天猫公司的管辖权异议。据了解,目前天猫公司暂未表示是否上诉。

(黄晓宇)

去年安溪茶叶电商年交易额超20亿元

近年来,安溪县茶叶电商蓬勃发展,安溪县委县政府顺势而为,出台相关扶持政策、制定条例公约等,进一步规范电子商务市场,茶叶电商交易量逐年攀升,稳居全国茶叶电商头把交椅,2014年安溪茶叶电商交易额超20亿元,突破2013年15亿元的交易纪录。

年交易额超20亿元,占全国1/5

谈起2014年,祺彤香茶叶负责人苏清阳满意之情溢于言表。“去年全年总销售量,超出前年16%,销售状况良好。春节也是销售旺季,我们经常从早上忙到夜里12点,打好马年最后一战。”

采访中,安溪县电商协会会长郝健佐向记者出示一份国家茶叶产业技术体系经济研究室对全国12座城市24247份调查问卷统计。数据表明,消费者茶叶品类偏好依次为:铁观音17.29%,龙井15.9%,普通绿茶12.97%,碧螺春11.4%,茉莉花茶9.06%,普洱茶7.6%;从茶类消费区域看,铁观音分别以9.8%、17%、17%,在南部、北部、西部市场占有率均为第一。

受消费者青睐,安溪县茶叶电商一直处于持续爆发式增长中。据统计,2012年,安溪茶叶电子商务销售额达12亿元,排名全市第一,全国第三;2013年,安溪茶叶电商交易额超15亿元,茶叶市场占有率21.3%;2014年全年交易额超20亿元,占全国比例(总量)五分之一以上,稳坐茶叶电商头把交椅。

成长有烦恼,安溪铁观音被假冒

传统茶产业插上电子商务翅膀,能够飞得更高更远。近年来,安溪县精心“织网”,抢占茶叶电商高地。然而,商机的背后,安溪铁观音电商平台正遭遇“成长的烦恼”。

安溪城区特产城茶商林连发说,网上开淘宝店,准入门槛低,目前,安溪县外的铁观音茶叶总产量远远超过安溪本土。“这些冒牌茶叶,在网上都是以传统安溪铁观音茶叶销售,价格低,正宗的安溪铁观音完全没有价格优势。”

记者打开淘宝网,搜索“铁观音”,销量比较靠前的价格基本在50元至150元之间。对于网上盛传每斤9.9元的“白菜价”,有几十年铁观音茶叶制作经验的陈两固表示:“肯定不是正宗安溪铁观音。即使采用机械化生产,加上人工、种植等成本,每斤茶叶成本价至少也得二三十元。”

“也有商家会在特定时间举行促销活动,提升品牌知名度。”专注电商的世界峰茶业负责人王源峰认为,企业可以以低于成本价的茶叶做促销活动,但要保证安溪铁观音原产地茶叶质量,不能用冒牌、粗制滥造的茶叶,以价格战扰乱铁观音茶叶市场。消费者网上选购茶叶方便,但不要只看价格、排位,而应选择有工商注册、QS认证和规模较大的正规商家,同时还要提高茶种和品质的辨识能力。

自规自律,助力安溪电商稳坐龙头

“2014年春茶电商平均客单价(客单价=销售额÷顾客数)同比增长30%,达80元/斤左右;而秋茶平均客单价90元左右,同比增长近40%。这与两年前安溪县通过成立电子商务协会,制定出台《安溪铁观音电子商务发展自律公约》,着力引导电商企业规范化、品牌化发展密不可分。”资深业内人士林荣溪认为,“郝健佐分析,尽管茶叶市场格局向着多元化方向变化。但是,从铁观音的产品属性看,它的香气、外形、滋味独特,价格区间大,适应人群广,而且全年都有新茶,性价比合理。无论是居家办公,还是商务礼节,安溪铁观音无疑都具有优势。”综合分析,安溪铁观音拥有相当大的市场基础和广泛的消费群体,竞争优势不减,牢牢占据茶叶主流地位。”

(赵磊 苏连锦 刘紫燕)

获评五星级茶馆 奖励50万元

《贵阳市促进品茗业发展的实施方案》近日出台,提出要制定质量评定标准,并为品茗业评级,力争用3至5年时间,把品茗业打造成贵阳市旅游休闲的特色名片。

根据《方案》,贵阳市将统一制作全市品茗业logo,并研究制定品茗业质量评定标准,从茶品质量、服务设施、从业者茶艺素质、服务水平等方面进行标准化要求,对贵阳市品茗业进行定级。对首次评定为五星级、四星级、三星级的茶馆茶社,分别一次性给予50万、40万、30万元的资金扶持。

《方案》还要求每年举办1至2次品茗节庆会展活动,支持办好贵州国际绿茶博览会、南明“黔茶飘香·品茗健康”茶文化系列活动,鼓励在品茗业中开展文化活动,在品茗业中融入演艺、阅读内容的,可纳入公共文化服务示范区建设范围,按相关政策给予扶持。

此外还将通过贵阳学院、贵州农科院等

院校、科研院所建立培训机制,每年培训茶艺人员500名,支持开展茶艺师技能大赛和茶艺新入职人员礼茶仪式以及茶艺师、品茶师等专业人员的评定工作,提高从业人员素质。成立贵阳市品茗业协会,规范市场行为,提高行业整体服务质量和经营管理水平。

《方案》还提出将贵州茶作为重要的地方特色产品纳入贵阳旅游商品给予扶持,在贵阳市旅游景区和旅游宾馆、饭店设立品茗场所的,可被视为“物爽贵阳”特色旅游商品店,达到相关要求的可享受奖励政策。而从从事品茗业的微型企业,符合条件的也可按程序申请“3个20万”扶持政策。

▼相关链接

两年内改造新建茶馆34处

今明两年,贵阳市将改造提升21处茶

馆茶楼,并在13处选点新建茶馆,此外还要发展1到2个面向群众的社区、乡镇茶社茶馆。

根据《方案》要求,贵阳市将制定品茗业发展规划,培训形成茶馆网点布局。改造提升一批、新建一批、发展一批茶楼、茶馆、茶社、茶吧,并以阳明文化、茶道文化、生态文化、民族文化等为主题,开展国学讲座、都市观景、茶艺曲艺表演、艺术品交易等活动。

其中今年之内,贵阳市将改造提升阳明祠、文昌阁、弘福寺、黔灵湖、观山湖公园、十里河滩、小车河湿地公园等14处的茶馆茶楼,明年要完成太升茶城、黔明寺等7处改造。

此外,今年要在多彩贵州城、喀斯特公园、青岩古镇、白云区政府广场、新堡渡寨诗画园、时光贵州小镇等10处选点新建茶馆。明年则要在东山古玩城、高新区人才城、花溪公园3处选点新建。

(周然)

进口品牌加速入场奶粉

厂家将面临母婴门店“挑肥拣瘦”

进口品牌加速入场、拼奶源拼技术、欲在中国市场分一杯羹。

这边厢,乳业巨头恒天然受威胁引发资本市场、汇率市场“蝴蝶效应”,那边厢,新年伊始,进口品牌正加速入场中国。记者了解到,婴幼儿配方奶粉仍首选母婴专门店渠道,而掌握渠道优势的门店可能加剧对品牌的“挑肥拣瘦”。

此外,记者获悉,中国已成为仅次于美国的第二大孕婴童产品消费国,虽市面上中外产品百花齐放,但仍有新品牌不惧竞争、入局分羹。

母婴专门店仍是“霸主”

“婴幼儿配方奶在电商平台增速很快,毕竟起点低;但跟传统KA卖场或母婴专门店

相比,其市场份额依然非常小,尚不足以构成很大威胁。”资深乳业研究员宋亮告诉本报记者,母婴专门店“霸主”地位仍难撼动。

来自乳企的反馈同样如此。3月17日记者从韩国乐天食品婴幼儿奶粉发布会获悉,其旗下EX金装宝贝登陆中国将首选母婴专门店进行推广。

中国母婴消费排第二

而记者了解到,今年母婴专门店的奶粉厂家较量或将加剧。“因为渠道优势依然明显,所以不少奶粉厂家将面临母婴门店砍减品牌、连锁系统门店推出更多新品牌的问题,从而使厂家常驻母婴门店渠道的难度加大。尤其在一线城市,有母婴专门店反映,部分国产奶粉但凡滞销两三个月,就可能面临

被砍局面。”一位行业观察人士表示。

记者获悉,日前CBME行业报告显示,中国已成为全球仅次于美国的第二大孕婴童产品消费国,2015年母婴市场规模有望达2万亿元。

而母婴市场产业链覆盖维度众多,今年孕婴童市场的消费潜力将催热婴幼儿配方奶粉、辅食产品、婴幼儿服饰、玩具等相关产业,其中婴幼儿配方奶粉仍是重点领域。

据了解,近年来,国外进口婴幼儿奶粉在中国市场可谓百花齐放。“欧美品牌多强调品牌、奶源和技术等;而像韩国乐天食品、日本雪印奶粉等则在表明其欧洲、澳大利亚奶源的同时,突出其亚洲配方属性,以争取在中国市场分一杯羹。”对此一位行业观察人士表示,预估今年有更多进口品牌入局参与激烈竞争。

(涂端玉)

11批次美国“宝氏”麦片再登不合格“黑榜”

美国“宝氏”麦片营养强化剂不合格被退货,“亨氏”番茄汁超出保质期被销毁、APS牛初乳粉因镉、亚硝酸盐元素超标被退货……这些消费者熟悉的大牌美国进口食品,近日登上国家质检总局2015年1月份公布的不合格进境食品“黑名单”。

名单显示,18批次的美国进境食品被检不合格。其中发现11批次的美国“宝氏”葡萄坚果薄片、蜂蜜扁桃仁燕麦片、蓝莓早餐麦片、蜂蜜燕麦片因营养强化剂超出GB14880-2012《食品营养强化剂使用标准》允许的使用量被检出。

据了解,美国“宝氏”麦片不止一次登上国家质检总局公布的不合格进境食品“黑名单”。2014年12月份国家质检总局公布的不合格进境食品名单显示,12批次的“宝氏”麦片因铁、维生素B12、叶酸和维生素含量不合格被检出,并做出销毁的处理。

中国食品与营养信息交流中心研究员阮光峰对媒体表示,“营养强化剂,不是有害物质,主要用来弥补食品在正常加工、储存时造成的营养素损失。”

我国《食品卫生法》第五十四条规定,食品中需要强化的营养素包括人群中普遍供给不足的,或由于地理环境因素造成地区性



缺乏的,或由于生活环境、生理状况变化造成的对某些营养素供给量有特殊需要的营养成分。

针对美国“宝氏”麦片检出营养强化剂不合格问题,阮光锋表示,“我国食品添加剂标准规定营养强化剂是推荐性标准,不是强制执行标准;营养强化剂超过推荐性标准不一定有害,主要还需要明确具体物质、具体标准的食用量多少。”

此外,对比名单还发现两批次美国进境

的APS牛初乳粉因镉、亚硝酸盐元素超标被检出;“亨氏”番茄汁超出保质期被检出;普斯蓝莓谷物早餐麦片和杂果粉因水分超标被检出;大西洋油鲱鱼、大西洋鲱鱼和山谷泉水天然饮用水因标签不合格被检出。

国家质检总局表示,本次所查出的美国进境不合格批次食品,已经在入境口岸检验检疫机构实施检验检疫时发现,都已依法做退货、销毁或改作他用处理,不合格批次的食品未在国内市场销售。

(李楠)

新闻集装箱

●英国《每日邮报》网站上的一张图表显示,500克一罐的“多味好”意大利面酱含糖量超过6块方糖,相当于一块玛氏能量棒;亨氏西红柿汤含5块方糖;一罐红牛饮料含5.5块方糖;一杯加了奶油的星巴克热巧克力含糖量相当于9.5块方糖;一个芒果含糖量差不多等于9块方糖。世界卫生组织建议,为了身体更健康,每天摄入量最好不要超过25克。世卫组织3月初公布的调查结果显示,北美和中美洲地区居民平均每天摄入糖分95克,南美洲居民达到130克。

●国家食品药品监督管理总局近日公布《食品召回管理办法》,该办法将于2015年9月1日起施行。《办法》对食品生产经营召回时限进行了规范。其中,一级召回是食用后已经或者可能导致严重健康损害甚至死亡的,应当在知悉食品安全风险后24小时内启动,并在10个工作日内完成。

●据媒体报道称,在荷兰就有一家拥有400家门店的连锁超市计划出售昆虫食品。推出这一惊人举措的是荷兰连锁超市Jumbo。这些昆虫食品售价每份在5.95到6.79欧元(合人民币45.5到52元)之间。而且,超市还有多种口味可供顾客进行选择。事实上,荷兰早已有批发商在市面出售可食用的昆虫食品。早在2012年,一群荷兰食虫者还发行一本专门的昆虫食谱,里面包含一些相当独特的配方,像如何给巧克力松饼组合添加蠕虫,或给意大利蘑菇烩饭加蚱蜢。然而,超市正式售卖昆虫食品在荷兰还是头一回。“通过推出这一新产品,我们将为客户提供一种健康的、可持续的鱼类及肉类替代食品。”该公司在一份简短的声明中说。

●浙江宁波鄞州江国昌茶厂负责人唐军良与区政策性农业保险共保经营首席承保人——人保财险鄞州支公司签订了茶叶低温气象指数保险投保意向书。他表示,400亩茶园有了低温受灾损失的保障,即使发生倒春寒之类的天气,投入的物化成本也基本能得到补偿。据人保财险鄞州支公司副总经理纪凤兵介绍,该险种的保险金额为每亩2000元,保费为每亩100元。在保险有效期内,被保险的茶叶遭遇低温天气,即达到0.5℃(含)以下视为保险事故发生,被保险人就可以获得赔偿,而且是离春茶采摘期越近,赔付金额越高。当天签订茶叶低温气象指数保险意向书的还有宁波市五龙潭茶业有限公司和鄞州塘溪董山茶艺场,3家试点茶园面积共1000亩。

●日前,由英国知名的权威杂志《Drinks International》评选的“2015全球最受欢迎葡萄酒品牌”的榜单中,深圳经典好年全国专柜现热卖的品牌有19个之多。据了解,这批上榜品牌包括桃乐丝、奔富酒庄、滴金酒庄、干露红魔鬼、新玛利酒庄、莎普蒂尔酒庄、玛歌酒庄、拉图酒庄、奥比安酒庄(侯伯王)、保罗斯、木桐酒庄、澳洲杰卡斯、卓林酒庄、蚝湾酒庄、白马酒庄、利达民、帕图斯、拉菲酒庄、里鹏酒庄。经典好年作为专业的葡萄酒服务商,同时是华润万家超市、Ole精品超市、Bh精品超市、天虹超市等大型零售商家的进口葡萄酒供应商,在全国各地拥有123间大型零售商场直营专柜。

●3月17日,记者从山东省日照市食品药品监督管理局获悉,根据山东省《关于开展低劣红酒专项检查的紧急通知》要求,日照市日前在全市范围内开展了低劣红酒专项检查,清除市场上的不合格红酒。据了解,本次检查将围绕食品生产、流通和餐饮环节开展低劣红酒专项检查。重点检查外购葡萄酒原酒加工灌装红酒的生产企业,从严从重严厉打击无葡萄酒使用食品添加剂勾兑、滥用非食用物质、无证生产及制售假冒低劣红酒的“黑窝点”;重点检查明显低于市场正常价格的红酒,以及红酒生产企业资质证明和产品检验报告;重点检查低价红酒,以及进货无票证或票证不全的产品;必要时应抽样检验。日照市各县区食品药品监督管理局将对发现的问题产品、问题单位一查到底。对违法违规行为要依法严肃处理;涉嫌犯罪的,及时移送公安机关。

●近日,“山东3·15晚会”曝光了济宁“泗水张洋酒业有限公司”生产的解百纳全汁红葡萄酒、菏泽“定陶非法加工窝点”生产的标称为烟台山邑葡萄酒有限公司的经典红赤霞珠红葡萄酒等低价红酒。山东省食药监局已对上述企业进行查处外,也提醒市民,红酒价格太低可能是假货。山东省食药监局相关负责人提醒已购买上述曝光红酒的市民,请立即停止饮用,并留存红酒及购买票据等相关证据,及时向当地食品药品监督管理局投诉。

●“邹校林”牌虾仁香蕉味调味面制品等7种食品因抽检发现不合格,18日被北京市食药监局通报在流通领域采取停止销售措施。这是“辣条”今年内第9次在京上黑榜。其余6种被下架的不合格食品是“小五哥”牌串串香(其他豆制品)、“湘舟牌”泡豇豆、“老豆味”牌香酥椒花生米、“怪怪”牌重庆怪味胡豆、“庄味夫”牌花生米、天津市柳园食品制造有限公司生产的蓝梅果。北京市食品药品监督管理局提醒消费者:凡已购买上述不合格批次产品的消费者可凭购物小票和外包装向销售单位要求退货。

(编者整理)