

中国阿胶行业盟主秦玉峰：排除门户之见 壮大阿胶产业

中国中药协会阿胶专业委员会21日在中国阿胶发源地山东东阿成立,中国胶类行业巨头东阿阿胶、北京同仁堂、太极集团、杭州胡庆余药业有限公司、长沙九芝堂等会盟东阿,共推国家级非物质文化遗产东阿阿胶制作技艺代表性传承人、东阿阿胶总裁秦玉峰出任中国中药协会阿胶专业委员会首任轮值主任。



中国中药协会阿胶专业委员会成立当天,即发布了“管理办法”、“诚信宣言”和“自律公约”。上述盟约要求行业内同仁恪守行业道德,“在中国中药协会领导下,进一步更好建立行业规范,推动行业转调升级,带动行业发展,适应大健康发展趋势,创建阿胶行业和谐发展环境,树立良好的行业形象,促进阿胶行业持续、稳定、健康发展。”

当选中国中药协会阿胶专业委员会首任轮值主任的秦玉峰接受记者采访时说,感谢业界同仁对他的认同和赞赏,在这个位置上,他深感责任重大。作为阿胶专业委员会首任轮值主任,他认为阿胶专业委员会的使命,是排除门户之见、摒弃私利之争,共同维护、发展、壮大阿胶产业。

据秦玉峰介绍,阿胶发源于山东东阿,现在已经流传全球,它不仅是一种药材,更融汇了中华传统文化理念和中医精髓。阿胶在

走过的三千多年历史中,获得不断创新并以传承,经过炼胶技艺的创新和一代代名医临床实验总结,阿胶的药理功效已获医学界公认,现代科技在制胶领域的运用,已将“旧时王谢堂前燕,飞入寻常百姓家”,阿胶如今已不再像古代那样只是一种宫廷“圣药”,而成为中药中一个不可忽视的品类。

然而,经过千百年的自由发展和无序竞争,中国阿胶行业尤其在当代显得尤为鱼龙混杂,企业行为不规范,行业标准无法执行,以次充好,甚至用牛皮马皮冒充驴皮制胶,价格失控等行业乱象,已经严重侵害消费者健康和利益,同时也危及整个阿胶行业的形象与信誉。行业自律,排除门户之见、摒弃私利之争,共同维护、发展、壮大阿胶产业,已经是全行业的共同诉求。

中国中药协会会长房书亭在出席阿胶专业委员会成立大会时强调,阿胶专业委员

会的成立是为了实现阿胶行业严格自律、规范阿胶市场秩序,提高阿胶产品质量。

作为阿胶这一行业专业委员会首任轮值主任,秦玉峰除了要保证自己门下的东阿阿胶起到行业示范作用,还得为全行业寻求未来发展方向。据秦玉峰介绍,东阿阿胶在上世纪七十年代开始的传承方式革命中,已经引领整个行业从手工作坊式生产提升为标准化工业生产,这个变革使阿胶产品质量可稳定控制在统一的行业标准上,近年来,借助国家胶类中药工程技术和院士、博士工作站的设立,他们又率先开始了现代小分子生物工程科技革命,料将阿胶行业全面跨入未来时。中药学家屠呦呦今年获得诺贝尔奖,给坚持主张中药高科技化和国际化的秦玉峰以极大鼓舞。

同日举办的中国“胶类中药工程技术论坛”上,国家胶类中药工程技术研究中心主任周祥山在题为《胶类中药质量标准及真伪鉴定研究与应用》的发言中介绍了包括羟脯氨酸控制、铬元素检测、DNA鉴别等方法在内的“阿胶质量标准体系”。他说,该技术能够查出阿胶产品中是否掺入革类、碎皮等杂质。

国家胶类中药工程技术研究中心自动化实验室副主任白相林提出,通过运用“机械手”、自动化生产线等智能设备,提高产品质量。

据统计,中国有14个省市42家企业生产药品阿胶,山东、河南、河北3省20家企业生产保健食品阿胶,23个省市67家企业生产34个含阿胶的药品,13个省市81家企业生产103个含阿胶的保健食品,仅山东省就有近200家阿胶食品企业。

中国将建快递业违法失信“黑名单”和联合惩戒制度

■ 辛晶

寄快递,先看看“黑名单”。近日,国家邮政局表示,将建立违法失信“黑名单”和联合惩戒制度,并表示将于2020年完成快递业信用体系建设工作。

将建快递企业信息公示系统

近日,国家邮政局印发《关于加强快递业信用体系建设的若干意见》,到2020年底,建立快递业信用建设的规章制度和标准体系。

《意见》明确工作任务,包括:加快推进政务诚信建设、健全快递业信用制度和标准体系、完善快递业信用管理体制、完善信用信息采集和公示工作机制、强化信用信息的应用、加强行业诚信文化建设等。

此外,《意见》表示,快递信用体系将以建立违法失信主体“黑名单”和联合惩戒制度为重点,并将先期建立企业信息公示系统和邮政行业监管信息系统等工作。同时,鼓励邮政各级管理部门,结合本地实际,因地制宜,先行先试。

快递服务延误投诉最多

此前,消费者寄收快递遇到问题,可通过国家邮政局申诉网站进行申诉。申诉条件为,向企业投诉后,七天内没有任何处理结果或者对企业的处理结果不满意。

根据国家邮政管理局统计,截至今年10月,通过“12305”邮政行业消费者申诉电话和申诉网站共受理消费者申诉68715件。其中,涉及邮政服务问题占总申诉量的3.2%,涉及快递业务问题占总申诉量的96.8%。

通过分析,申诉涉及43家快递企业。申诉比较集中的问题是投递服务、延误和丢失短少问题,占比分别为41.6%、25.5%和17.8%。

此外,与上月投诉相比,增长幅度较大的服务问题是延误、丢失短少、违规收费和投递服务,环比分别增长42.6%、41.3%、38.7%和20.8%。

拉萨海关推进企业信用管理

21日,拉萨海关开展了以“服务外贸便捷企业”为主题的政策宣讲活动,宣传国家以及海关企业信用管理制度、工作成果,解读企业信用管理制度,为有意愿参与认证企业管理的企业营造良好的进出口环境。

记者了解到,《中华人民共和国海关企业信用管理办法》(以下简称《信用办法》)是海关按照国家简政放权、转变职能,全面深化改革精神要求,切实落实国家举措,推进社会信用体系建设,建立企业进出口信用管理制度,保障贸易安全与便利。

《信用办法》出台后,拉萨海关通过在互联网门户网站、12360平台,发布海关公告、办事指南等方式,第一时间向企业宣讲海关信用管理新政策。同时,通过开展企业认证培训和送政策上门活动,主动走访重点企业,了解企业需求,面对面对企业宣讲等,为企业进行政策解读和答疑,鼓励企业参与海关认证,提升信用等级。

据悉,《信用办法》实施后,企业信用等级由以前的五种类型优化为三种,根据企业信用状况将企业认定为认证企业、一般信用企业和失信企业,按照诚信守法便利、失信违法惩戒原则,分别适用相应的管理措施。

拉萨海关透露,新政实施以来,目前已开展上门辅导、约谈辅导、电话辅导等有针对性的辅导培训累计上百次,实现申请企业辅导培训的全覆盖。此外,今年4月份,拉萨海关相关职能处室开通了“企业协调员微信群”,目前已有90多家外贸企业加入微信平台,方便了企业获取海关相关政策信息。

截至目前,拉萨海关已与西藏4家企业签订关企合作备忘录,并完成对400多家企业信用等级的过渡以及关区内企业认证工作,对不达标企业下发《企业规范改进通知书》8份,上调符合信用等级企业11家,下调信用等级企业2家。

(白玛卓玛)



跨境电商提前鏖战“黑五” 渠道灰色等问题亟待解决

■ 郑全

“双11”网购狂欢节刚刚告一段落,由跨境电商提前发起的“黑色星期五”促销活动再度掀起,美国的黑色星期五,相当于中国的“双11”,为此包括洋码头、亚马逊海淘、蜜芽宝贝、网易考拉等跨境电商纷纷加入这场盛宴当中。

提前鏖战“黑五”

黑色星期五源于美国商家为了感恩消费者,在每一年感恩节后的第二天进行大促销活动(也就是本月27日),自首批跨境电商城市试点放开后,我国跨境电商企业便遍地开花,业务模式主要有进口保税、直购或出口。同时在各大品牌电商企业、物流企业以及各大零售商品企业纷纷入驻,呈现不同的规模发展趋势。

经过这两年的发展,例如洋码头(直购、直购、直邮)、亚马逊海淘(自营跨境B2C平台)、蜜芽宝贝(垂直型自营跨境B2C平台)、网易考拉(自营+保税区)等逐渐摸索出自己的商业模式,在2015年希望凭借“黑色星期五”有所表现,并且上述跨境电商网购平台已经提前启动了“黑五”促销活动。

有业内人士告诉记者,跨境电商采取“保税区模式”,对消费者而言,一方面降低了价格,另一方面,购物更为方便快捷。以网易考拉为例,消费者下单之后,货物将直接由我国保税区发出,而不是从海外发货,大大缩短了物流配送时间。

新市场面临新“课题”

尽管如此,进口跨境电商在发展中仍面临一些难题,以奶粉为例,据了解,在我国国内销售、境外生产的婴幼儿奶粉需要经过国家认监委的认证才可以销售,但目前大部分跨境电商所售奶粉并未得到认

证;此外,按照国家规定,进口婴幼儿配方奶粉最小销售包装袋上必须有中文标签,且不得在境内加贴,但很多跨境电商进来的奶粉产品并无中文标签。

奶粉专家宋亮在接受记者采访时表示,国家对此相当重视,并积极制定相关政策,“关于跨境电商奶粉征求意见稿已经出来了,明年政策将会落地”。

除奶粉外,目前跨境电商进口方面,还有化妆品、保健品、服装、食品、生鲜、轻奢产品等需求量比较大。有资深业内人士表示,这些产品涉及消费者吃穿用等方面,如果按一般贸易进口,都需要商检,很多还涉及许可证等。但目前的情况是,在消费者所购买的产品中,几乎99%的商家都不能搞定这些许可证,厂家授权等。而上述国外生产、国内消费的奶粉没有认证就是一个例子。

除此之外,进口跨境电商在进口渠道方面,海外供应链条、商品品控等方面存在诸多障碍,上述业内人士表示,具体来看,目前大部分进口商品是通过灰色渠道进来:

海外供应链整合方面,作为B2C平台的跨境电商,因为C端用户购买量少,直邮物流成本高,集货(时间等待较长,用户体验较差),备货(需要提前了解消费者需求,不然卖不出去,还占有大量资金)难度高。

另外,需要注意的是,随着风投资本的进入及大量企业涌入跨境电子商务领域,跨境电商的竞争势必越来越激烈,而消费者选择哪一家平台很大程度上取决于哪家更具有价格竞争力,怎么保证跨境进口商品的品质和和低价呢?很多平台为了保证海外商品质量,采取买手模式,洋码头就是最典型的例子,但问题是,买手就一定能够保证商品品质吗?如果采用和海外品牌商直接合作,价格上是否有竞争力,也要打一个大大的问号。

“毛驴议案”再获升级 驴与牛羊“同等待遇”只欠东风

■ 李欣 曾洁

首届中国驴业发展大会23日在山东东阿举行,“毛驴待遇”又一次成为山东、河南、新疆、青海、内蒙古、甘肃等地毛驴从业者热议的话题,他们再次呼吁为毛驴争取与猪、牛、羊一样的待遇。

2015年年初,山东省“两会”上,省人大代表秦玉峰一篇《关于将草畜范围由牛羊等扩大至毛驴的议案》,被媒体誉为“毛驴议案”而成为舆论焦点。为驴争取和牛羊平等待遇,一时间成为全国各地毛驴养殖户、驴产品企业、相关畜牧业专家学者的共同心愿。

11月23日,在山东东阿举行的首届中国驴业发展大会上,驴肉生产企业、驴奶加工企业、阿胶生产企业代表共同表示,毛驴短缺,已致驴产品原料全线涨价,消费者对此怨声载道。中国驴业发展大会与会代表呼吁,必须提高“毛驴待遇”,增加上游毛驴养殖数量,才能根本性突破产业瓶颈。

巧的是,年初在山东省人大提出“毛驴议案”的秦玉峰,22日竟高票当选为中国畜牧业协会驴业分会首任会长。一年不到,这位为毛驴争待遇的人大代表,被同行加冕为全国“驴王”。秦玉峰在当选现场向全国驴业同仁表态:任内最大的目标就是毛驴产业的整体快速发展,他会不懈努力,为毛驴争取到同猪、牛、羊同样的国家养殖补贴待遇,推动政府更加重视毛驴养殖,创立可复制的高效养驴模式。

内蒙古自治区赤峰市敖汉旗旗长于宝君,曾于今年6月16日在全国现代畜牧业建设工作会议上告诉中新网记者,以草畜养殖为主业的敖汉旗主要有六个品种的养殖产业,牛、羊、猪、鸡等产业现在都有明确的政策支持,独驴、鹅等尚无明确国家政策扶持。如国家在政策上给予倾斜,驴产业一定会得到发展,成为一项实实在在的富民产业。

李利凯:将过剩产能带出去 把创新技术引进来

由中国与全球化智库主办的第二届“中国企业全球化论坛”20日在海南三亚举行。在“民营企业对外投资:中国企业海外投资主力军”平行论坛中,北京广盛律师事务所创始合伙人、云研社创投管理合伙人李利凯就中国企业海外投资分析了“中国企业海外投资的必要性”和“投资与并购的多维空间冲突及其管理法则”这两个具体问题:

一是中国企业海外投资的必要性。李利凯认为,改革开放30年以来,过去中国通过外资外商外包完成了30年积累。导致了现在大量的产品过剩,因此中国必须把过剩产能带出国门,吸收西方国家先进的东西。他认为,当下中国在寻找的很多转型创新技术,西

方国家已经在很多年前已经发明了,都在智库里闲置。所以,今天的中国企业需要的创新技术,需要走出国门去寻找这些技术。如今的中国已经到了必须转型创新的时刻,未来30年就是转型创新的红利,因此中国企业海外投资特别是寻求技术和创新资源是非常必要的。

二是投资与并购的多维空间冲突及其管理法则。李利凯说,多维空间冲突指的是中国人走出去可能会面临很多问题,会和世界产生一些文化冲突,非文化冲突,非法律冲突,导致并购失败。

李利凯谈到中国人到以色列投资收到欢迎的成功案例。以色列在纳斯达克上市的公司仅次于加拿大和中国,排在全球第三位。而

以色列才740万人口。可以说以色列虽然具有非常高的创新力,但是由于国家太小,人口太少,他们任何技术都需要输出。以前以色列技术没办法在中国产业化,过去60年,以色列技术都卖给美国,卖到欧洲。而现在以色列已经把技术转向中国,就是因为中国对外软实力形象越来越好,所以以色列特别欢迎中国人去投资。

他还提到,人才是促进中国企业更加顺利地对外投资的关键之一。他说,企业去海外投资或并购,应当多懂得当地国家语言、文化和法律相关知识的人才。双方交接各自背景更容易交流和促成交易。加之不违反当地法律,这样投资的成功率更高。

(文小柳)