

奶粉中出现黑色粒状物并拒绝检测

圣元优博事件暴露检测制度难题

■本报记者 陈青松

洋奶粉价格在中国全球最高被持续炒作，国产奶粉行业也并不平静。

近日，圣元奶粉被曝负面新闻：圣元优博奶粉中出现黑色粒状物，厂家称是奶粉遇到高温受热不均导致的焦糊颗粒，并以奶粉有合格的检测报告为由而拒绝为消费者检测。

近几年国内相继发生“毒奶粉”、“地沟油”等食品安全事件，然而消费者在买到问题食品想要取证维权时，却被告知“自行检测”，消费者也因此面临检测贵、检测难而不得不放弃。最终等来的是“要不起的真相”。

圣元优博被曝负面新闻

近日，有媒体报道称，圣元优博奶粉现黑色粒状物。

据了解，上个月中下旬，家住广州白云区的饶小姐购买了一罐价值288元的圣元优博奶粉后，当即将一勺奶粉倒入杯中准备给孩子食用，但开水倒入约5分钟后，杯子底部出现了不明的黑色粒状物。经饶小姐查看，奶粉并未过期。

对此，圣元营养食品有限公司相关负责人张女士称这种情况并非是奶粉质量出现问题，而是奶粉在生产过程中，遇到高温偶尔受热不均匀才会出现焦糊的状态，黑色粒状物是奶粉的焦糊粉。圣元还表示不影响身体健康，称国家标准允许少量检出，并以奶粉有合格的检测报告为由而拒绝为消费者检测。

此次事件发生后，消费者饶小姐就曾找到销售此奶粉的婴儿用品商店，店主当时就曾表示需饶小姐自行检测，饶小姐正是认为此举不合理才将此事投诉至媒体。

虽然距离事件的发生已有一个多月的时间，但对于黑色粒状物的真实身份，圣元公司仍未给出消费者明确答复，此事亦不了了之。

就在此事发生的前几日，有消息称，圣元优博奶粉结丝长虫，婴儿吃了腹泻致脱水。

据悉，国庆期间，福建泉州消费者许女士花238元购买了一罐圣元优博进口奶粉。但在许女士孩子食用这罐奶粉不久后，便出现腹泻的情况。此外，许女士发现了之前购买的圣元优博的奶粉中，居然有一条活虫，奶粉拉丝的现象也非常明显。在当地工商部门的协调下，许女士与圣元公司达成和解，圣元公司赔偿许女士孩子医药费3500元。

时光往前追溯：今年年初，圣元优博陷入“婴儿一死一伤”事件。有媒体报道称，江西都昌县一对不足5个月大的龙凤胎姐弟疑因饮用圣元优博奶粉后出现抽搐、腹泻、便血症状。最终，男婴抢救不治，女婴暂时脱离生命危险。当地工商部门随即对该批次奶粉下架。

不过，企业称产品合格，圣元国际发表一份“自辩”声明。圣元国际董事长兼CEO张亮表示，“这是与圣元产品无关的孤立事件”。

2010年8月，圣元奶粉因“激素



举证难、举证贵阻碍了大多数消费者维权。同时，也成为一些商家、厂家不想承担责任的有利借口。“追回一只鸡，得杀掉一头牛”人们常用这句话形容维权成本之高。

门”事件在社会上引起轩然大波。

相关资料显示，圣元营养食品有限公司始建于1998年，是集产品研发、乳品生产、市场销售、咨询服务为一体的专业乳品企业。2007年5月，圣元正式登陆纳斯达克主板。

公司主要产品有优博系列、优聪系列、名山系列、荷兰乳牛系列和米粉系列。

直击检测制度之痛

日前，德国喜宝公司发布的《奶粉行业报告》称，中国大陆在2012

态度

缺乏品牌理想企业行将不远

■陈青松

产品出了质量问题，检测是不可或缺的一环。但高额的检测费挡住了消费者的送检脚步和维权之路，同时也给了个别问题食品制造者和销售者以可乘之机。如何跨过这个维权门槛是维护食品安全不可忽视的问题。

针对高额检测费的问题，广州市质监局监督检测研究院食品业务部

部长蔡伟红表示，其实本不该由消

费者来承担检测问题产品的责任，相

关责任应由企业和政府相关部门来承

担。

时光往前追溯：今年年初，圣元优博陷入“婴儿一死一伤”事件。有媒体报道称，江西都昌县一对不足5

年上半年，已经走出“三聚氰胺”事件的阴影，恢复高速发展状态，中国大陆奶粉市场回到了良性发展的轨道，预计今年中国奶粉市场的销售额为400亿—500亿元，同比增长率为10%—16%。

报告还称，在国内主要奶粉品牌中，惠氏、多美滋均呈现2位数增长；国内主要品牌如圣元和飞鹤稍有下降。

在国产奶粉屡屡遭受负面新闻的时候，洋奶粉却在中国市场攻城略地。

据农业部奶业管理办公室副主任马莹透露，2008年三聚氰胺事件发生前，国产奶粉的市场占有率达到60%，但此后很大部分消费者转向洋奶粉，目前洋奶粉已占据我国奶粉市场的半壁江山。国产奶粉的产业链面临越来越大的冲击。

不仅如此，洋奶粉还在国内一波接一波地涨价，最终促成“全球最高价奶粉”。

针对此次圣元优博奶粉现黑色粒状物、消费者不满“自行检测”不合理投诉媒体才将此事曝光，有专家认为，在食品安全领域，消费者为了维护自身权益不可厚非，但“自行检测”制度确有不合理之处，“自行检测成为”消费者维权的拦路虎。

《中国企业报》记者了解到，除了食品行业存在检测难、费用高的问题，在其它行业，如家具行业也存在。

在多数维权案例中，因为“自行检测”制度的存在，让势单力薄且难以掌握专业技术知识的消费者维权费用上涨，维权难度提高，实质上提高了消费维权的门槛，在畸高的代价面前，消费者只得选择放弃维权。

记者了解到，中国民法规定，对于消费类的民事纠纷，本着“谁主张谁举证”的原则。然而，这种举证难、举证贵却阻碍了大多数消费者维权。

同时，也成为一些商家、厂家不想承担责任的有利借口。

“追回一只鸡，得杀掉一头牛”人们常用这句话形容维权成本之高。现在的食品检测成为消费者“要不起的真相”。有消费者买了几元钱的问题火腿，送到质检中心检验，最终花了1600元，才换回了一个“所检样品实物质量检验项目不符合标准要求，产品不合格”的结论。

有评论认为，相比于商家或厂家，消费者因为不够专业、势单力薄而且一般处于信息不对称的那一头，所以本身就处于消费关系中比较弱势的那一方，在这种情况下，权益受损还需要自己举证，这也变相给商家创造了堂而皇之的推卸责任的理由。

《中国企业报》记者了解到，除了食品行业存在检测难、费用高的问题，在其它行业，如家具行业也存在。

在的理由，反映了品牌为何而存在、希望为世界带来怎样的影响。

而我们所看到的与消费者“扯皮”、“交恶”的企业大都信奉的是利益至上。由于企业贪图眼前利益，企业虽对品牌逐渐开始重视起来，但当销量提升和品牌建设相矛盾的时候，它们往往抓销量，很难持之以恒地坚持对品牌的追求。

一个不容回避的现实是，中国缺乏世界级品牌，还尚未拥有一个世界顶级品牌。其中的原因更多的是缺乏真正的品牌理想，一个真正愿意为全人类命运前途而担当的责任意识。

MVP 整容整形医院首席院长崔寓植

“韩范儿”整容产业席卷亚洲

■刘伟 陈晨

“真善美是每个人的追求，而企业家更需要真善美的洗礼，通过考验的企业家才能称得上是社会的中坚力量。”MVP 整容整形医院首席院长崔寓植近日在接受媒体记者采访时如此表示。

作为世界级的整形外科专家，崔寓植是韩国整形界的新领袖，尤其是在鼻子、唇型整形上更是无

人出其右。韩国有着世界尖端的医疗整形技术，正受到世界瞩目，MVP 整容整形医院——作为专业的整形医院成为世界爱美人士向往的“整容圣地”。

崔寓植说，“韩国整形潮流已经席卷亚洲，我们 MVP 的业务覆盖亚洲的主要国家，患者主要来自韩国本土以及中国、日本、俄罗斯、东南亚等国。当然，也有一些欧洲客人。”而崔寓植此次来中国的主要目的

是扩大在中国的生意，他透露：“我这次来中国，是与国内的公益组织及基金会密切接触，未来 MVP 要在中国为这里的贫困及需要救助的人士献上没有国界的爱心。”

据透露，MVP 整容整形医院不久前与韩国麦粒福利财团合作为贫困的唇腭裂患者提供免费手术，他们还在印度尼西亚等国也开展了社会公益活动。作为“Beautiful Mind”的成员，MVP 还为残疾人和贫困群体准备了社会福利基金。

内讧升级 24券临近终点

■本报记者 郭奎涛

日前，知名团购网站24券突然以“休长假”的方式将网站暂时关闭，这把创始人杜一楠与马来西亚投资者成功集团创始人陈志远等由来已久的矛盾推向一个极端。

记者在采访中了解到，杜一楠和马来西亚投资方代表KK 在上个月相互指责对方“套空”公司，投资方后来单方面转移了已经到账24券的240万美元，杜一楠最终选择以暂停运营向投资方施加压力。

分析认为，双方矛盾的焦点或是，为了在新的投资或者新买家到来之前在股权方面占据更加有利的位置。如今，在内讧导致24券品牌价值受损的情况下，双方可能会转而寻求和解以避免24券被贱卖。

数次注资的“天使”

2009年，年仅26岁的杜一楠从哈佛休学并回国创立了24券团购网，这距离团购网站鼻祖groupon的上线仅仅过去几个月。

这种新的购物方式迅速吸引了很多网民的目光，随之而来的就是团购网站的井喷式出现。团800数据显示，2010年以后长达一年多的时间里，团购网站的总数一度上升到6000多家，高峰期国内每天大约有数百家团购网站涌现。

“前期你只能做规模，要烧钱要融资，规模越大这种情况就越严重，如此形成了恶性循环。当时资本市场虽然对于团购网站热情很高，但是毕竟儿狼多肉少，能够拿到融资的还只是其中很少的一部分。”一位排名前五的团购网站高管告诉记者。

就融资情况而言，24券无疑是幸运的。公开资料显示，24券成立至今共拿到6轮融资，共计约5000万美元。

2011年2月，24券获得马来西亚投资者MOL的A轮融资；2011年7月，获得美国伟高达及马来西亚成功集团陈志远的B轮融资；2011年11月，获得鼎辉创投的C轮融资；2011年12月，成功集团陈志远再度注资，伟高达、鼎辉创投等也都追加了投资。

可以看出，在24券众多轮投资里，后期一直主要投资的为陈志远等新加坡投资者。根据KK早前透露，今年8月总计700万美元的E轮融资中第一笔400万美元到账之后，陈志远在24券的累计投资已经达到2000万美元，成为24券第一大股东。

“套空”公司的魔鬼

好景不长，2011年下半年开始，国内团购网站在持续烧钱中仍然看不到盈利，国际上groupon上市以后市值却在高速蒸腾，资本市场对待团购的态度趋冷。根据团800的报告，如今团购网站总数几乎下降了一半，多数大型网站均出现了资金链难题。

鉴于上述原因，根据杜一楠今年9月的一封邮件，24券大股东成功集团在两个月前已经停止了对24券的注资，看到有新的投资方即将加入才回到谈判桌上来。

在上述邮件中，杜一楠还免除了马来西亚投资方代表KK和黄会计的职务，原因是他们正在筹划把公司“套空”，就是计划另外成立公司，宣布现有公司破产。KK则声称，24券账户上只剩下的200多万元早在8月份就被杜一楠“扣押”了。

关于矛盾的焦点，有观点认为，可能是引进新的投资之后，双方在股权分配方面僵持不下。也有来自24券内部的信息表明此事另有隐情，杜一楠已找到了新买家，希望低价回购投资方的股份，再向新东家高价出售。

作为应对之计，KK所代表的投资方单方面将已入24券账内的240万美元资金转移，E轮融资第二笔的300万美元已经中止。杜一楠则联合管理层发布24券集体声明，以暂停运营威胁投资方尽快归还被转移资金并妥善处理创始人与管理层权益。

未来或合作谋求出售

就在杜一楠和投资方争执不下的时候，24券又来了搅局人。

10月24日，下辖F团、高朋和QQ团购的CEO林宁对外表示，24券的马来西亚投资方正与高朋团队洽谈出售事宜，考虑到24券目前是负资产，品牌形象也比较负面，并购价格应该会比较低。

据悉，24券目前员工在300人左右，负债6000万元，每月亏损200万元。

“我现在邮箱中每天都收到很多团购网站寻求被收购的申请，不过，这些团购网站规模都很小。”林宁同时强调，高朋网的收购对象不仅仅限于24券。

知情人士透露，成功集团创始人陈志远近日来华，与国内有实力的团购网站沟通，洽谈并购意向，甚至愿意再拿出一笔钱偿还商户欠款。不过，KK对外表示，投资方对此并不知情，将与董事会其他董事开会讨论此事。

或许是作为回应，久不出声的杜一楠表示，团队与老股东的关系正在快速恢复中，双方都意识到“鹬蚌相争渔翁得利”的道理。而且正式并购只有在所有签字方都同意情况下才能进行，管理团队没有必要绕过老股东进行任何形式的并购或整合。

杜一楠还说，24券的财务状况并不像之前那么夸张，今年8月已经达到盈亏平衡。而且24券考虑出售的确包括高朋网在内，但是也不仅仅限制于高朋网。

上述团购网站高管认为，团购行业未来可能仅剩2—3家大型网站，目前10名之外的团购网站都可能面临收购或者关闭，24券的当务之急就是投资方和管理团队能尽快找到利益平衡点，通过合作消除公司负面并遏止收购方杀价。