

## 谁惹出了香港“限奶令”

宋翎郡



“水客”是造成香港奶粉限购令出台的主要因素之一。

一直以来,作为自由贸易港的香港就是内地消费者代购的首选地。三鹿奶粉事件发生之后,内地顾客对港产奶粉及外国奶粉的需求突然增大,价格相对内地较低的香港奶粉日渐成为紧俏货。数据显示,香港每月进口约400万罐奶粉,本地婴儿每月消耗60万罐至70万罐。

此前,深圳、广州等地的居民便有赴港为孩子买奶粉的习惯,有时也会帮亲戚朋友捎点儿。随着网上代购潮的兴起,一些地理位置不太便捷的内地居民开始通过网络代购奶粉,其中很大一部分人选择从香港购买。比起欧美国家,从香港购买的邮费更加便宜,运输时间也相对较短。这个消费群体主要集中在内地的一线城市,包括二、三线城市中有一定消费实力的家庭。

不过,此次香港“限奶令”的直接导火索却是“水客”。所谓“水客”,是指利用边境两地物品价格及贸易管制差异的群体,他们以赚取“带工费”为目的,逃避海关监管,“少量多次”地携带受国家管制或应税货物、物品入境。这些“水客”之中,有内地人也有香港本地人。3月1日香港“限奶令”施行以来,仍有近90人被查出违规携带奶粉离港,其中60%为香港本地人。据深圳海关负责人介绍,2012年,深圳口岸的“水客”人数超过2万人。

## 一罐奶粉引发的连锁反应

一罐奶粉在香港被限购,能够引发怎样的连锁反应?

**中国大陆:**舆论风暴、部分“水客”开始转行、乳制品企业股价集体上涨、电商销售进口奶粉量价齐升。

**我国香港:**每月利润高达6亿港元的奶粉水货市场遭到严重打击,水货代购佣金飙升,促使依赖“水客”进货的大陆奶粉店不得不转而从国外进口商那里拿货。

**我国台湾:**台湾卫生署表示,台湾婴儿奶粉供求正常,且会尊重自由市场机制,不限制大陆顾客购买。

**德国:**为缓和因中国消费者抢购而日趋紧张的奶粉供应问题,Milupa奶粉公司已经开始了24小时连轴生产。此外,该公司还计划建设一条新的生产线以满足需求。(综合报道)

### 多国“限奶令”标准及时间

国家	时间	措施
美国	2012.6	限购5至12罐
新西兰	2012.9	限购2罐
澳大利亚	2012.10	限购3罐
德国	2013.1	限购4罐
荷兰	2013.1	限购1至3罐

2008年3月,三鹿问题奶粉事件浮出水面。2013年3月,香港“限奶令”再度令内地奶粉质量问题受到广泛关注。5年过去,我国乳制品行业依然深陷信任泥沼。

据多家媒体的相关调查显示,七成以上内地民众仍然不愿选择内地奶粉。近日,全国政协新闻发言人吕新华表示内地奶粉99%合格,然而,这一漂亮数据引发的回应却是一片嘘声,毕竟,没有人愿意拿健康去验证一个丑闻频出的行业是否真的良心回归。

食品行业的安全问题并非中国独有。无论是在发达国家,还是发展中国家,这类事故时有发生,当下发生在欧洲范围内的“马肉风波”和“假鸡蛋风波”便是例证。然而,整个行业陷入如此沉重的信任危机的情况十分罕见。

更加严重的是,危机并不仅仅存在于食品生产行业。无论是婴儿食品、用品,还是电子产品、奢侈品,在国人看来,“消费天堂”总是在海外——牛奶要喝荷兰、美国的,电器要买德国的,服装要穿意大利、韩国的,挎包要拎法国的……中国制造为何不能满足国人的消费需求?这不能不引人担忧与反思。



本报记者 宋佳旭 叶飞

### 压垮信任的稻草: 失败的危机管理

产品本身的质量问题毋庸多言。很多时候,压垮骆驼的最后一根稻草往往是失败的危机管理。令人痛心的是,遭媒体曝光后,推卸责任居然成为绝大多数国内乳制品企业的首选招数。

回首过去的5年,一起又一起食品安全事故不断挑战国人心理承受能力的底线,人们却总是得不到第一时间的回应,即便得到回应,问题也被推到“养牛人”的身上,正是这样“踢皮球”的态度激起了人们的反感情绪。

“危机公关的核心是行为修复,是要用成功的措施去改正错误。”华中科技大学从事企业危机公关研究的戴鑫副教授接受本报记者采访时说,“中国的奶粉乃至整个食品行业在质量问题曝光后,并没有从根本上解决问题,在应对媒体和大众质疑时也只是主观强调自己的产品没有质量问题,导致消费者对内地乳业信心丧失殆尽。”

美国食品制造商奥德瓦拉用一个月时间“起死回生”的案例或可说明一些问题:1996年10月,奥德瓦拉制造的苹果汁被指导致60多人腹泻、10多人住院,一名一岁半的儿童死亡。奥德瓦拉的销售额因此骤降90%,股票下跌40%,公司面临倒闭。危机时刻,奥德瓦拉于24小时内向华盛顿健康署申报,建立了每天新闻披

露机制,定时播出召回产品的最新情况,表达对受害者的歉意,并承担全部责任,详述大肠杆菌的并发症,向消费者解释如何处理问题商品。奥德瓦拉建立了加热工序,在不损害食品口味的情况下,恢复了食品安全性。一个月之后,奥德瓦拉的苹果汁重新上市,公司不但从危机中恢复,而且保持了顾客的信任,销售业绩奇迹般迅速回升。

对外经济贸易大学从事品牌管理研究的教师谢毅在接受记者采访时也表示,正确的危机管理手段在突发性事件中对于挽回品牌形象有一定的帮助。不过,危机过后,更加稳定的产品质量和品牌形象是这些危机管理手段产生真正效果所必须的条件。当事件牵涉的范围过大,企业将失去使用危机管理方法去缓解或解决矛盾的机会。

### 企业文化吓跑消费者: 忽视道德与社会责任

“多头管理是硬伤”“立法不完备让黑心厂家有空可钻”“执法不严推动利欲熏心”……乳制品乃至食品行业丑闻的诱因常常被归结于政府监管不力。事实上,中国一些企业过度趋向利益而忽视道德与社会责任的企业文化,也是导致其屡屡闯红线的的重要原因。

戴鑫认为,虽然企业销售产品属于商业行为,但作为一个合格的企业,尤其是从事食品生产这种关乎民众健康的商业活动时,企业必须提升

自身的道德水平,以强烈的社会责任感要求自己。很多中国企业在这方面做得并不到位。利润已经成为中国企业文化中最重要,甚至是唯一的生存原则。

从一些世界知名品牌或公司的发展历程中不难发现,产品的销量和利润并非其经营的全部。韩国三星集团是颇为重视企业文化的跨国公司,“分享”是其企业运营的重要理念之一。一直以来,三星集团参与的活动遍布社会公益、文化艺术、教育助学、体育运动等各个层面。其旗下还拥有三星地方环境研究所、三星社会志愿团等机构,主要任务是承担社会责任。这种富有亲和力的企业文化,为其积累了深厚的“群众基础”。

### 营销不得人心: 过度依赖广告

“一天一斤奶,强壮中国人。”这句广告词已经成为笑柄。我国企业的品牌塑造方式主要依靠广告,当广告站不住脚,品牌形象也就所剩无几。此外,为扩大营销效果,很多企业不惜砸重金进行网络、电视和报纸的广告宣传。为了平衡收支,便在产品研发和质量管控的预算中偷梁换柱,间接埋下隐患。

西方营销界正在兴起一股“回归营销本质”的潮流,呼吁企业从广告等营销手段回归到产品本身,把产品

澳大利亚和荷兰生产的奶粉并不是通过广告手段获得市场信赖,而是依靠口碑。

“中国企业应该重视生产环节的透明化,邀请专家、消费者代表走进生产车间,参观产品生产的全过程,用更加直观、实际的行动减少消费者的不安全感。”目前正在美国访问的戴鑫向记者介绍,美国好时巧克力公司打造的巧克力小镇是一个典型案例。这个发端于一家巧克力工厂的小镇如今已经成为满负盛名的巧克力主题旅游镇,每年吸引数十万名游客。在这里,游客可以参观该公司巧克力从原料筛选到加工再到包装的全过程。

在德国,啤酒品牌众多。比起在广告宣传上花费重金,德国啤酒坊大都选择依靠透明化的啤酒坊游览项目完成营销。德国各大啤酒坊都为消费者提供游览项目,酒坊为游客提供导游,介绍酒坊的历史、产品以及啤酒酿造的工艺,通过游览,游客几乎可以看到啤酒酿造的全部过程。这种旅游形式所蕴含的营销价值越来越受到欧洲国家的重视。

戴鑫建议,国内企业不妨多借鉴这类工业旅游项目,而不是只在广告中高呼产品健康、安全。公布所有生产环节的自信能为企业赢得信赖,对于树立品牌形象以及丰富企业文化均有很大促进作用。

### 高端品牌缺失: 文化附加值急不来

面对中国消费者消费能力的不断增长,国产品牌却没能异军突起,反而鲜有壮大。这一问题在奢侈品消费方面表现得尤为突出。

据世界奢侈品协会近日发布的一项统计报告称,2013年春节期间的一个月份内,中国人境外奢侈品的消费金额累计达到85亿美元,在欧洲市场,中国人的消费占到了同期市场销售总量的65%。数据表明,中国人已经成为节假日境外最具购买力的奢侈品消费群体,居全球之首,预计到2015年,中国人将买下全球3/5的奢侈品。

“建立在产品质量基础上的文化附加值能够带给消费者与众不同的独特体验,是外国经典品牌赢得中国消费者追捧的主要原因。”谢毅说,国际品牌塑造方式主要依靠广告,自己的品牌文化和高端定位,能让消费者感到自己是“全球公民”。

近年来,一些带有中国特色文化要素的国货受到部分“80后”“90后”的喜爱。但是,这些国货由于可复制性强、受众过于小众化、品牌管理不够系统等原因并没有发展成为强大的高端品牌,这无疑十分遗憾。

所谓文化附加值,其实也是品牌与消费者之间建立的一种信任关系。这种信任急不来。

### 海外头条扫描

## 韩国: 四千余名艺术教师支教中小学

2月28日,韩国文化体育观光部宣布将向韩国全国7254所小学、初中和高中加派4485名国乐等领域的教师,通过文化艺术课程强化学生的创意及品行教育。

此次艺术教师支援计划所涉及的学校占韩国小学、初中、高中总数(约1.16万)的63%,受益学生数将达到210万名至220万名。新增教师除了参与所分配学校的基本课程教学外,还将通过创意性体验等教学活动以及周末兴趣小组活动等,丰富学校的教学内容。此次新增的教师队伍中,包含了国乐、戏剧、舞蹈、漫画/动画、工艺、设计、摄影等专业的人才。

据悉,2000年,为了加强韩国中小学校的国乐教学,韩国文化体育观光部特派750名国乐教师进入533所学校进行相关教学活动,直到今年,这一名为“学校艺术教师支援工作”的项目已经持续了13年。2002年、2004年、2005年和2010年,韩国政府根据当时文化艺术领域的需求,陆续增加了戏剧、电影、舞蹈、漫画、设计、摄影等专业的教师。2008年10月,韩国文化体育观光部与韩国教育科学技术部签订“实务协议”,促使这项工作的规模迅速扩大,当年便有2243名文化艺术教师被派遣至3689所学校,从事相关教学活动。

(本报记者 宋佳旭 编译)

## 委内瑞拉: 查韦斯总统去世

当地时间3月5日,委内瑞拉副总统马杜罗宣布,该国总统查韦斯因癌症晚期医治无效,于当日16时25分去世,享年58岁。

1954年7月28日,查韦斯出生于委内瑞拉巴里纳斯州一个贫困家庭。1998年,查韦斯首次当选委内瑞拉总统,此后,除了2002年部分军官通过军事政变并建立新政府的短短3天外,查韦斯担任委内瑞拉总统长达14年。执政期间,查韦斯向贫困阶层提供了前所未有的医疗、教育、住房和基本食品服务,并因此被冠以“穷人救星”“慈善家”等称号。查韦斯任内的委内瑞拉与美国为首的西方世界关系持续紧张。2006年,他在联合国大会发言中8次以“魔鬼”指责美国时任总统小布什,并高呼“美国佬,滚出去”。

查韦斯有着浓重的中国情结,曾经多次访华。他曾说:“感谢上帝,世界上有了中国。”他推崇毛泽东思想,曾表示:“我是伟大舵手毛泽东的崇拜者和追随者。”

查韦斯去世后,委内瑞拉民众沉浸在巨大的悲痛之中,很多民众当街痛哭。巴西国会默哀一分钟表示哀悼。(焦波)



查韦斯

## 从婴儿食品到奢侈品

# 我们的「消费天堂」为何总在别处

### 观点交锋

全国人大代表、娃哈哈集团董事长宗庆后:

大家对食品安全问题反应过度了。现在舆论好像有种倾向,凡是有食品添加剂的都不好。这是一个认识误区,也是反应过度的表现之一。重建信心,最根本的还是让违法者付出沉重代价,而不是让买奶粉的人付出代价。

作家郑渊洁:

卖坏奶粉的不坐牢,买好奶粉的坐牢,童话都不敢这么写。

创新工场 CEO 李开复:

香港奶粉事件的谬论和回应:1.“应批评内地而非香港”:批评为何要二选一?毒奶粉、过高关税、荒唐徒刑我们都应批评;2.“挑拨香港内地人感情”:批评的是法律不是人,请勿乱扣帽子;3.“香港人买不到奶粉,所以法律合理”:请勿偷换概念:保护、限制两罐,甚至罚款都可以理解,离谱的是两年徒刑!

全国政协委员、香港特别行政区立法会委员霍震霆:

香港限购奶粉,本来不是一件很大的事情,一时挑起这么多纷争,说明香港、内地在文化背景方面还要加强交流。一方面,香港的发展离不开国家的支持。另一方面,现在两地旅游、购物都很方便,是好事。两地也应该通过这些交流加强了解,在香港年轻人对国家的认同上多做一些工作,这对国家的长远发展是一个很好的机会。

香港网友廖伟棠:

香港出台法令,主要针对“水客”和囤积居奇的奸商。法令出台一个星期后,我们已经可以陆续地买到我需要的奶粉,而不是此前一个月找遍我居住的地区都买不到一罐奶粉(我和我妈妈每天都去店里查问)。现在可以带两罐奶粉出境,是只满足基本需求,杜绝囤积。

内地女演员姚晨:

婴儿当然母乳喂养最好。问题在于,按世界卫生组织的建议,母乳喂养两年后,孩子还是要喝奶粉,那时又该怎么办?不光孩子,病人、老人都需要奶粉的营养补充,限购带来了大家对国内奶制品质量的又一次讨论。

SOHO中国董事长潘石屹:

内地孩子们挨饿时,香港同胞送一批奶粉过来都是应该的,居然出台这样的法律,把带奶粉的人处以两年徒刑。建议立法会重新考虑,修改此恶法。

微博网友扎罗:

香港“限奶令”让我想到20多年前武林广场一把火烧了温州皮鞋。不知道内地奶商有没有温州商人知耻而后勇的精神。

微博网友益民食品:

深圳家长表示毫无压力。一个周末两个人去两次香港就能带回8罐奶粉,宝宝的“口粮”根本不用担心,而且还能帮内地亲戚朋友代购,把港版奶粉当礼物送,说不定会是今年最流行的创意。

网友:

世界上最遥远的距离是:孩子在怀里,奶粉在别处。