

经济时评

一边是出手阔绰的营销，一边是塑化剂含量超标。时隔一天曝出的两条新闻，让白酒企业陷入了舆论的漩涡。对此，白酒企业应尽快彻查并消除危害

一边是海水 一边是火焰

谈近期与白酒有关的两则新闻

朱 磊

这两天，在网上点击率很高的两则新闻都与白酒有关。

11月18日，12家白酒企业砸重金参与央视2013年黄金时段资源广告招标。出手阔绰的营销，显示了白酒企业厚实的家底儿。

仅仅相隔一天，则白酒 塑化剂含量超标 260% 的负面消息突然曝出。对此，资本市场迅速作出反应，白酒板块当日遭遇重挫。众多知名白酒股大跌，白酒股市值单日蒸发达300多亿元。

一件热得像 火焰 ，一件冷得像海水，把两个事件放在一起着实耐人寻味。喜好杯中之物的饮酒者，一边要看央视铺天盖地的白酒广告，一边暗暗计算随着白酒喝掉了多少塑化剂，还要考虑以往表现不错的白酒股票是留还是抛。

如果不看塑化剂事件，白酒企业之前的表现还是相当不错的。不光是在资本市场，在销售市场上白酒也是一路走红，这样的前提下花钱砸营销无可厚非。从行业的特性来说，白酒品牌的认知度直接关乎销售量，这

也是许多企业不惜血本投广告的目的所在。但有些白酒企业行事比较高调，作风也比较张扬，树大了难免招风。这次的塑化剂事件，有人猜测是幕后推手做空白酒市场。真要闹大了，既打击了白酒行业又打击民族企业，受损的是整个白酒行业。

塑化剂的破坏力大家都有耳闻。去年台湾食品行业就因其受到重创，至今尚未恢复元气。料想大陆白酒企业的高管们对此一定记忆深刻，但仅凭他们自己的解释是没有说服力的。因此，政府监管部门必须介入，看此前有没有标准，检验白酒产品到底符合不符合国家标准，给公众一个说法。

白酒企业应彻查并消除危害。产品质量真要出了问题，花再多的钱做广告都是打水漂。如果白酒产品所含塑化剂真超出了标准，就算是企业没有故意的成分，但客观上对饮酒者造成了伤害。必须不惜一切代价消除这种危害，重塑消费者的信心。

在这方面，乳业是前车之鉴。这两个行业经历类似，都是近年中快速成长的行业。但有的乳品企业只顾竞争扩张，而忽略了消费者的根本利益，违规

添加，恶意竞争，导致市场乱象丛生，让消费者相当失望。这次的塑化剂事件与乳业违规添加的事件十分相似，乳业一定要引以为戒，千万莫要重蹈乳业覆辙。

资本市场的反应让人暗暗担心。喜爱这些白酒品牌的消费者其实很希望火焰能够蒸干 海水，让整个行业平安度过危机。但这毕竟只是良好的愿望，一旦监管部门查出问题确实存在，相关企业必须受到惩罚，甚至接受法律制裁。这对整个行业的健康发展未尝不是一件好事。而如果塑化剂事件如被证实属于恶意炒作，也请监管部门追究相关负责人的责任，从严处理，给企业一个清白，给行业一个公道。

链接

中国酒业协会发布声明

规模以上白酒企业塑化剂含量远低于国外标准

中国酒业协会今天发布公告，声明协会从未授权任何媒体、单位以及个人发表针对有关白酒塑化剂事件的回应。目前，中国白酒规模以上企业的白酒产品中塑化剂含量远远低于国外相关食品标准中对塑化剂含量指标的规定。

中国酒业协会公告指出，希望有关媒体能够以科学、客观、负责任的态度对待中国白酒。目前，我国白酒标准正在研究白酒产品塑化剂含量标准限定，某些媒体在缺乏依据的情况下就断言白酒产品塑化剂超标，这种做法是不负责任的行为。
(刘瑾)

岂能任凭 网上开锁培训 泛滥

近日，辽宁鞍山警方抓获一名屡次开锁入室盗窃的嫌犯，令人吃惊的是，他的开锁技术竟全部从网络上自学而来。

按照犯罪嫌疑人向公安机关交代的作案手段，记者在网上输入 技术开锁 字样，发现有关教授开锁技术的学习班，兜售视频光盘及各种开锁工具的信息应有尽有。

面对网上开锁技术泛滥，有关部门需加强管理，及时删除有关信息，同时广大居民也要多加防范。类似在网上教授开锁技术等有害信息，相关部门如不严格管理对社会危害性极大。

此外，如何界定网络有害信息及建立屏蔽有害信息的长效机制，是相关部门需要着力解决的难题。
(宗文)

蒋跃新作(新华社发)



E记者观察
JIZHEGUANCHAO

奥康胜诉的启示

李子阳

面对贸易摩擦，是忍气吞声、彻底放弃，还是拿起法律武器维护正当利益？中国鞋企奥康为我们提供了寻求法律途径积极应对的样板。

欧盟高等法院日前正式下达判决书，裁定奥康诉欧盟皮鞋案措施涉及的欧盟反倾销法规的某些条款解读正确，并推翻此前欧盟普通法院作出的一审裁定。19日晚间，奥康正式公告此事项，标志奥康最终赢得了抗辩欧盟反倾销的胜利。

中国皮鞋业与欧盟之间的贸易摩擦始于2006年10月。欧盟决定对中国皮鞋征收为期两年的16.5%的反倾销税，且在反倾销税期满后，再以落日复审为名，将反倾销措施再延长15个月。奥康等5家中国企业奋起抗争，上诉至欧盟初级法院。2010年4月，在欧盟初级法院宣布驳回中国5家鞋企的诉讼请求并宣布中国鞋企一审败诉后，其余4家鞋企宣布放弃上诉，而奥康则继续坚持上诉至欧盟高等法院，最终胜诉。

奥康有关负责人坦言，反倾销让奥康学会应对国际贸易纠纷，学到了更多的国际贸易相关法律知识，这对奥康的国际化十分有益。而在反倾销的抗争中，奥康出口的产品结构生产工艺得以改进，单价也达到20美元以上。

有专家指出，奥康的胜诉不仅为公司今后发展带来积极影响，也有助于促进欧洲法院对反倾销调查的相关条例进行完善，减少对中国外贸企业的针对性，促进公平的市场环境。同时，更对行业具有标杆性的指导作用，为中国企业树立了积极应对贸易摩擦的榜样。

随着全球化进程加快和我国对外经济交往的扩展，中国与美欧等发达国家和部分发展中国家贸易竞争日趋激烈，贸易摩擦日益增多。尤其是中国鞋服业等制造行业在国外市场有较大价格优势，很容易成为反倾销调查的重点对象。10年间，针对中国的反倾销、反补贴保障措施、特殊保障措施690余件，涉及金额约400亿美元。国际金融危机爆发以来，世界经济复苏进程艰难曲折，贸易保护主义抬头，贸易摩擦不断加剧。10年间，中国企业也经历了由不敢应诉到积极应诉、由被动应诉到主动通过法律诉讼等途径维护合法权益的转变。但是，由于缺乏用法律进行自我保护的意识，加上高昂的国际诉讼成本，许多中国企业往往不敢或无力维护自身的正当权益。

奥康胜诉告诉我们，面对贸易摩擦中国企业必须勇敢应对，要学会拿起法律武器保护自身利益，寻求法律解决是最有效的途径，其他方法不可长远解决问题。奥康艰难曲折的胜诉过程也提醒中国企业，在走向国际化的进程中，要做好准备迎接挑战。这其中，除了企业自身要提高素质，积极学习法律知识，政府和行业协会也应发挥更大作用，形成合力，共同应对。

本版编辑 董庆森

Email: mzjjgc@163.com

SDIC
国家开发投资公司
STATE DEVELOPMENT & INVESTMENT CORP.

责任投资 绿色发展

