

# 汤臣倍健涉嫌假召回 “无证生产”获利超百万

■本报记者 闻笛

继本报2013年3月12日,对汤臣倍健涉嫌冒充保健品的事件进行报道后,近来关于该公司销售的部分产品并未取得生产许可证的消息再次甚嚣尘上。

5月初,一位东北省哈尔滨市的消费者从先生向《中国企业报》反映,消费者于2012年12月19日购买的汤臣倍健公司生产的葛根提取物、左旋肉碱胶囊等产品,不仅食用后没有达到厂家和经销商所宣传的效果,更为严重的是,该产品经广东省珠海市质监局证明为尚未取得生产许可证,是非法生产销售并要求召回涉案产品。

## 无证生产可以不罚?

据记者了解,哈尔滨丛先生的遭遇并非个案,就在4月底,有媒体报道,广东揭阳人夏先生2012年11月购买了汤臣倍健的3瓶“十二篮左旋肉碱片”,结果发现包装上生产许可证“货不对板”,左旋肉碱片并未列入该生产许可证范围内。2013年4月,夏先生向珠海市质量技术监督局申请信息公开,发现珠海质监局曾立案查明汤臣倍健无证生产左旋肉碱片等产品58178瓶。据记者了解,58178瓶违法产品中,除了左旋肉碱片外,还包括苹果醋咀嚼片、针叶樱桃咀嚼片、果蔬纤维咀嚼片、牛乳钙片、胶原蛋白片等产品。

由消费者向记者展示的发票可以看到,每瓶汤臣倍健左旋肉碱片的售价从578元到308元不等,那么仅按珠海质监局曾经立案查处的该产品涉案金额就可能高达上百万。然而,丛先生还向记者提供了一份珠海市质监局2013年3月26日给出的《复函》中却这样答复,“经我局调查核实汤臣倍健股份有限公司2012年6月15日,至2012年10月11日生产左旋肉碱等产品……该公司在我局立案调查后,积极配合调查,主动整改,并召回部分涉案产品,未造成危害后果……2013年3月21日依法对该公司做出不予行政处罚决定。”

面对消费者和媒体的质疑,珠海质监局副局长张思源接受媒体采访时表示,珠海质监局早在2012年8月22日对汤臣倍健股份有限公司旗下的“十二篮左旋肉碱片”进行立案调查,但仍有市民在2012年11月后购买到相关产品。对此,珠海质监局表示,涉案产品的召回方式分为企业主动召回和行政责令召回。该公司在立案调查后是主动提出整改并召回部分涉案产品,但已流向销售终端的产品召回需要一定的时间。对于召回产品是否有相关时间约束,目前并未有明确的法律规定。

立案调查后,珠海质监局按照《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条第二款:“违法行为轻微并及时纠正,没有造成危害后果的,不予行政处罚”的规定于2013年3月21日依法对该公司做出不予行政处罚



图为消费者向记者展示的发票

的决定。张思源明确表示该批产品违反的是“存在超出食品生产许可证副页载明的食品品种明细范围生产左旋肉碱片等产品的行为”,但并无产品对人的身体造成危害的证据。张思源说:“该批产品申报的类别是属于食品并非保健品,而其产品包装标识中并没有任何宣传功效的内容。我们也没有收到权威机构关于该产品对身体造成危害的报告。”

消费者认为,他们所购买的如左旋肉碱、葛根提取物片等产品,早在2011年,就已经开始生产并在全国范围内进行销售了,涉案数额巨大;同时,在主管部门立案后,该公司仅召回了“部分”涉案产品,更为严重的是,就在2013年3月21日在珠海市质监局查处、召回违法产品并结案后,消费者在全国各地都还能购买到本该已经被召回的产品。另外,更让消费者从先生无法理解的是,珠海市质监局称,2013年3月25日汤臣倍健股份有限公司书面告知我局同意调解,但直至记者发稿前,该公司也并未主动同消费者联系并进行积极调解。

同时,丛先生的代理人冯先生认为,汤臣倍健公司生产销售的左旋肉碱片、葛根提取物片等产品均是冒用食品生产许可证,无证生产,违反了《中华人民共和国食品生产许可证管理办法》、《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国食品安

全法》及《中华人民共和国食品安全法实施条例》、《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》等法律规定。同时,冯先生认为,该企业在短时间内可确认的生产、销售的产品价值金额就高达200万元以上,没有被召回的违法产品销售金额、非法获利更是惊人。消费者认为应依刑法第149条第2款的规定,以依照处罚较重的规定处罚。

5月8日,记者在京东、淘宝等各大网购网站查询汤臣倍健生产的“左旋肉碱片”销售情况,发现大多处于缺货状态或已经下架,而汤臣倍健官方网站也没有了“左旋肉碱片”的任何介绍。记者向汤臣倍健公关部提出采访了解相关情况,但一直未获答复。

## 明星代言风险细化

记者注意到,除了消费者向汤臣倍健维权的诉讼外,还有一起关于该公司代言人姚明的诉讼请求格外引人瞩目。据记者了解,2013年3月,消费者从先生依据《食品安全法》第五十五条,社会团体或者其他组织、个人在虚假广告中向消费者推荐食品,使消费者的合法权益受到损害的,与食品生产经营者承担连带责任,“诉讼到了法院,追究姚明的连带责任,并赔偿精神损失。近年来,明星代言虚假广告,成

为问题食品损害消费者利益的帮凶,已引起舆论强烈声讨。如果明星代言问题食品不承担,这无疑会让一些明星代言虚假广告更加肆无忌惮,也势必会加重公众对食品安全问题的担忧。

就在5月3日,最高法、最高检出台《关于办理危害食品安全刑事案件适用法律若干问题的解释》的规定。对于明星代言问题食品代言要不要承担相应责任的提问,相关负责人解释说,这个问题要根据具体案情具体分析。对此,最高法司法解释:广告主、广告经营者、广告发布者明知广告内容虚假而做宣传的,应依法定罪。从一般理解来看,犯罪主体不包括广告代言的明星。该承担相应责任的要依法追究,而非此前被误读的“明星不需担责”。

就此,记者采访了专业法律人士陈伟,陈伟告诉记者,如果生产销售生产许可证没有列明的产品,这肯定是违法的,而且如果产品对消费者造成了危害,还可以追究刑事责任。而对于明星代言商品出现问题,明星是否承担责任时,陈先生向记者分析了明星代言问题食品广告,可能会面临两种责任。

一种是民事责任,就是明星代言问题食品广告,没有造成严重的后果,没有达到刑事处罚要求,但是,要承担相应的民事责任,作出相应的民事赔偿。上文中提到的丛先生就是以此为依据向法院提出对姚明的维权申请的。

另一种是刑事责任。前提是,明星在代言广告之前,明知所代言的食品是“不符合食品安全标准的食品”或者是“有毒、有害食品”,《解释》规定:“知道或者应当知道他人生产、销售假药、劣药,而有下列情形之一的,以生产、销售假药罪或者生产、销售劣药罪等犯罪的共犯论处……(四)提供广告等宣传的”。这里的“提供广告等宣传的”,自然包括为食品广告代言的明星。

# 降价“空袭”基本药物

降价基药或将面临弃产

■本报记者 范思琦

2013年4月25日,在全国药品交易会上,就有业内人士指出:“调整新版基药品种的最高限价确实是当前药品价格审评的工作重点。”于是,新版《基本药物目录》是否降价,成为企业关注焦点。

“目前,关于基药目录降价的政策还在研究之中,还没有形成具体的意见。”2013年5月10日,《中国企业报》记者致电国家发改委价格司,相关负责人宋先生告诉记者,此轮降价仍在“酝酿”之中。

神威药业集团有限公司营销医药事务部高级总监刘继鹏告诉记者,发改委已经向企业发出关于此轮降价的征求意见,其中就有中成药和基药目录两大板块。记者在采访中发现,大部分企业对于发改委有意降低基药目录药物价格的问题避而不谈,但言语中流露出“无奈”的语气。

“上一版基药目录的价格已经是底线了。”刘继鹏告诉记者,在上一轮的基药目录降价中,已经暴露出了一些问题。如果不及时解决,而是一再降价,那么企业发展将会遭遇“险境。”

目前,基药目录降价仍在“酝酿”,“酝酿”的是具体的实施办法,趋势仍是无法扭转。刘继鹏表示,一旦具体办法实施,企业仍会积极地响应并参与其中。但是,针对某一品种、某一剂型的超出“底线”的降价,从企业制造“良性药、放心药”的考虑出发,宁愿放弃该品种和剂型的生产,也要保住质量。

“制定《基本药物目录》的初衷是保证基本药的生产与供应,保证老百姓的用药需求。但是一味地盲目降价,可能会违背这个初衷。”中国化学制药工业协会常务副会长潘广成在接受《中国企业报》记者采访时表示,目前降价政策仍在酝酿,但要从目前企业和市场的实际出发,从药物经济学的科学原理出发,制定合理地、有层次的降价措施。

药品安全关系到人民的生命安全,质量应是生产药品的第一道关卡。然而,在盲目降价的驱动下,某些企业可能会舍弃了质量这道“生命线”。

刘继鹏告诉记者,在降价潮的“倾轧”之下,“唯价论”成为了行业招标的“潜规则”。由于大企业的运营成本较高,在招标中不占优势,而一些小企业由于成本较低,往往可以低价取胜。“基药目录中非独家药品要经过八轮招标竞价,竞争激烈的程度可想而知。压缩成本已经不能解决问题,为了保证质量,只能选择放弃一些品种和剂型了。”

葵花药业集团股份有限公司董事局主席关彦斌就认为,从短期来看,强行降低药品价格,似乎能够惠及百姓。但是长期来看,一味降价会严重扼杀和阻碍了民族医药工业的升级发展。

“降价应考虑到企业的生产经营,给企业一定的生存空间,否则药品质量难以得到保障。”潘广成表示,质量乃是“重中之重”,要设法促进医药行业的良性竞争与发展。

尽管新一轮药品降价仍在“酝酿”,未现雏形,但行业内人士纷纷表示“意料之中,并不意外”。长城战略咨询企业咨询部经理马宇文认为,新一轮药品调价是发改委的既定策略,如何加快医药企业的升级与转型,才是企业应该把握的关键。

“独家品种的定价采取议价形式,价格缩水程度在2%到3%。与此相较,非独家品种的定价采取竞价形式,价格的缩水有时高达20%。利润微薄,甚至是赔本经营。”刘继鹏告诉记者,独家品种的确有一定的价格优越性。

# 科伦药业 疑遭浑水式“狙击”

■本报记者 范思琦

深陷“质量门”的科伦药业,再爆涉“关联交易受罚”。“腹背受敌”的科伦药业于2013年5月9日,紧急停牌。

2011年,科伦药业曾使用4.26亿元超募资金收购君健塑胶100%股权。四川省证监局调查了解到,君健塑胶实际出资人是惠丰投资,而惠丰投资的实际出资人主要是科伦药业以及科伦实业集团员工。在科伦制药2010年年报及2011年年报并未对此收购事项真实、准确、完整地披露交易对方的情况及交易双方之间的关联关系。

5月9日、10日记者连续致电四川省证监局。然而,电话转接对方竟称“非四川省证监局电话”,令人心生疑惑。就在5月9日科伦药业停牌之日,记者致电科伦药业,除前台电话外,均无人接听。前台工作人员告诉记者,科伦药业全体员工都出外开会,办公室内空无一人。直至5月9日下午,科伦药业董事会办公室电话才被接通,相关负责人告诉记者,5月8日至5月10日为集团总部会议,而对当日停牌之事避而不答。科伦实业集团副总裁卫俊才告诉记者,公司正在开会研究此事,相关细节不便透露。

有专业人士分析指出,针对科伦药业连续抛出旧闻质疑,有蓄意做空的嫌疑。

“2013年1月31日,科伦药业被纳入可融资融券的标级。在今年一、二月份,融券余额只有十几万元,然而到了今年3月底已经足额提高,甚至连续四个交易日足额提高。”证券行业资深研究员李先生告诉记者。根据东方财富网的统计数据来看,科伦药业近期的融资融券余额变化确有异常,融券余额从几十万激增到几百万,甚至上千万元,尤其是在负面报道后,融券余额居高不下。

有内部人士揣测,此番波澜或与今年6月科伦药业的首发股解禁有关。“大股东的获利在60%左右,利用解禁抬高股价,这种‘兜底’的行为把融券做空做到极致。A股市场是明显的政策市和消息市,非常容易受到利空消息的影响,是很好的浑水式做空土壤。”

# 鞋服尾货电商扎堆网购特卖

(上接第十一版)

## 特卖“热恋期”后 假货或显现

“与传统百货零售渠道相比,由于线上零售持续快速发展,能带给传统消费习惯改变的网购消费者更便利的服务,尤其是物流网络发达地区更为明显。”中投顾问零售行业研究员杜岩宏对《中国企业报》记者表示。在他看来,零售行业的转型也是电商扎堆特卖的因素之一。

一直以来,服装品牌与传统百货渠道是休戚与共的关系。但去年,受

到网络购物冲击,零售渠道与服装行业相同,普遍增速放缓,令服装行业雪上加霜。

北京王府井百货(集团)股份有限公司2011年全年百货零售营业收入为162.54亿元,较上年增长20.30%,2012年该数字为182.64亿元,同比增长8.97%。

王府井百货2013年第一季度财报披露,归属于上市公司股东的净利润约为2.22亿元,较上年同期增长3.74%,而2012年一季度该数字为2.14亿元,较2011年同期增长6.833%。

除消费习惯转变、用户体验感等

因素外,网络购物的价格一向具有足够的优势。而品牌尾货市场更涉足的电商开始新一轮价格战。当当网尾品汇宣称,其产品以3折封顶。在凡客的特卖频道,鞋服产品价格普遍低于吊牌价5折。

专家认为,虽然品牌商品以折扣价格优势吸引眼球,但是数量有限,在整个销售领域只算九牛一毛,但同时做到了品牌宣传,也减少了过季产品的库存。

杜岩宏建议,品牌企业可以把自有产品分类,按类别进行差异化网络特卖,或者是按种类的数量,还可以把现有的产品销售时间错开,产品组

合捆绑更多样化,归根到底就是在产品配给上尽量差异化。

事实上,有业内人士向《中国企业报》记者透露,对服装行业而言,库存年年有,只是过去两年相对较为严峻。

对此,杜岩宏告诉记者,在库存大量消化之后,尾货市场货源数量也会大规模下降,有些厂家可能会提供假冒伪劣尾货以谋求私利。

他认为,以价格为优势的尾货市场要能保证其长期利益,需要保证货源的正规途径,并设定尾货市场的门槛,而不是沦落成假冒伪劣产品聚集地。