



■ 本报撰文 本报记者 栾鹤 徐森

进口商品： 盛名之下，其实难副

进口商品历来承载着消费者的厚爱，然而，频繁出现的质量问题，却让进口商品盛名之下，其实难副。

最近，国家质检总局在官网上公布了最新一批进口不合格食品名单，超过23吨洋奶粉被禁止入境，不合格食品名单中不乏国内消费者熟悉的“大牌”。而除了食

品，涉及消费者吃穿行等生活各个方面的进口商品也纷纷陷入质量危机。

一段时间以来，媒体陆续披露了服装、化妆品、食品、汽车等国际品牌内外价差显著的问题。有报道指出，一方面，中国市场上，不仅国际奢侈品价格高居世界第一，连进口的

饼干、啤酒等日常食品价格也高得离谱。

一直以来，笼罩在各类产品质量安全阴霾之下的国内消费者渐渐趋向于高价进口产品，但接踵而来的是，进口商品真的安全吗？对得起咱花的大价钱吗？

买贵的还是买好的，消费者也分不清了。

美国“大杏仁”不是李逵是李鬼

扁桃仁冒充大杏仁？美国“大杏仁”跟杏仁半毛钱关系都没有！一个惊天骗局因为坚果行业标准制定而得以被识破。

美国扁桃仁原料价格在每公斤23元至31元之间，而以“大杏仁”的身份进入中国后，便可以卖到每公斤120多元，售价是成本的5倍。

美国大杏仁的“李鬼”身份其实早有人揭穿，但受利益驱使，一些进口商、销售商知假卖假，让“美国大杏仁”的身份成为牟取暴利的噱头。

点评：美国扁桃仁之所以能够在中国市场横行十几载，关键是消费者买账，你看，美国杏仁就是比中国杏仁好，粒大饱满，就连跟普通杏仁外形迥异也没人怀疑。

除了口感，国内消费者之所以选择进口食品，还是因为对国内食品丧失了信心。你一天要吃进去多少食品添加剂？喝罐可乐吧，那棕色是着色剂焦糖色糖，味道发酸是添了食品磷酸。那吃巧克力吧，“牛奶般丝滑”的美妙口感，是因为用了乳化剂。心情烦躁，嚼块口香糖呢，各种口味都是香精调出来的，木糖醇是甜味剂，就连嚼完吐出来的那块脂胶质也是种食品添加剂。恐怕只有穿越回山顶洞时代才躲得过食品添加剂——没办法，中国人在周朝已用肉桂增香，2000年前的东汉初年已学会卤水点豆腐，800年前的南宋就开始用亚硝酸盐做腊肉了。

许多人认为，国内食品添加剂标准低于欧美，因此进口食品更安全一些。“那可不一定，在美国，养猪养牛用‘瘦肉精’莱克多巴胺是被允许的，为此，中国台湾地区、韩国多次爆发游行示威，抗议进口美国牛肉。”中国农业大学食品科学与营养工程学院副院长籍保平说。

食品工业上，很难有什么技术和工艺是只有国外有而国内做不到的，关键是在质量监控和保障上是否下工夫去做。简单地用进口还是国产来判断哪个好是不靠谱的。

洋化妆品“坑姐”不是两三天

近日，美国国家食品与药品管理局(FDA)网站上一则关于化妆品含汞超标的报道引发关注。FDA反保健欺诈协调员称，美国至少有7个州发现了一些含有有毒金属汞的化妆品。这些化妆品大多是在亚洲、非洲或中东地区的商店和网络在线销售。

而年初，加拿大环保组织一份《潜藏在化妆品中重金属的危害》的报告也指出，包括倩碧、欧莱雅、封面女郎等49个知名品牌的部分化妆品，都含有多种有毒金属。其中，雅诗兰黛旗下倩碧品牌的幻真控油粉底液和法国欧莱雅的Bare Natural睫毛膏含有砷、铍、镉、镍、铅和钨6种有毒物质。

点评：“部分进口化妆品含重金属早已不是新鲜事，其中，铅和汞是检测出来最多的有毒物质。”曾供职于第三方谱尼测试中心的一位业内人士告诉记者。

用“二八定律”形容中国的化妆品市场一点也不夸张。据中国化妆品网行业研究中心日前发布的《2011至2012年度中国护肤品市场调研报告》显示，目前，国内化妆品生产企业数量已超过5000家，中小型化妆品企业数量超过90%，但他们的市场份额不到20%。而外资、合资企业如欧莱雅、宝洁、雅诗兰黛和LVMH则牢牢占据中国化妆品市场超过80%的份额。

花大价钱买来的却是不安全，进口化妆品着实让人心里堵得慌，国产品牌有了越来越多的拥趸。消费者徐小姐说：“自然堂、佰草集、相宜本草这些国产品牌主打草本、纯天然的东方概念，而且，国产品牌的产品线也更加齐备，不再局限于面霜、护手霜和洗面奶，眼霜、隔离霜、粉底等品类应有尽有。”

对于国内化妆品而言，最差的时代已经过去，生存下来的国内品牌都经过了外资大牌围剿的考验，逐步找到了独特的定位。更可喜的是，国内消费者已日趋理性，对国产化妆品青睐有加。

“大牌”服装 撞上“有毒门”

继去年发布运动品牌服装的有毒物质检测结果后，国际环保机构绿色和平组织日前发布报告《时尚品牌有毒有害物质残留调查》，并指出全球20家时尚品牌的服装在生产过程中使用了有毒有害物质，其中不乏阿玛尼、CK等国际大牌，MANGO、ZARA、GAP、维多利亚的秘密等街头潮牌，以及中国消费者熟知的H&M、ONLY等大众品牌。而在此之前，中国市场上的外国名牌服装产品也屡被曝光出现严重质量问题。

穿在身上的衣服都不靠谱了？很多崇尚“大牌”的中国消费者开始为自家的衣柜担心起来。

点评：随着中国消费者消费能力的不断提高以及洋名牌日益增多的广告轰炸，洋服装在中国市场受青睐的程度总是居高不下。很多中国消费者都对这些昂贵的进口服装品牌如数家珍，更有甚者出于“只买贵的，不买对的”的畸形消费心理，不惜“下血本”提升自己的衣着“品位”。

然而，又有多少人怀疑这些进口服装的质量问题呢？检验检疫部门相关负责人指出，进口服装都是在大陆或一些东南亚国家和地区制造的，成品之后发回品牌原产地进行验货，最后再发往世界各地销售。而这些国外服装企业，从某种意义上说只是将最后的工序留在了本国，而其他工序交由并不具备与其相同制衣品级的、散布于世界各地的零散工厂。

在服装行业从业多年的沈均验证了这一看法，他说：“不排除一些国际品牌是中国贴牌生产的。”但他同时对记者表示，一个真正国际化的品牌进行全球化生产是很正常的，只是商品在中国生产的部分占比多少的问题。

沈均认为，国际品牌在中国市场问题频发，也反映了中国质检标准不断提高与更加严苛。此外，在定价方面，的确有很多国际品牌在中国的价格大大高于海外。但随着中国国际化程度不断提高以及越来越多的高级品牌进入中国市场，激烈的竞争之下，价格将逐步回归理性。

进口汽车 为何总在中国“高傲”

截至2011年，我国已连续3年成为全球第一大汽车市场，但在国际品牌全球化的召回中，中国市场往往被排除在外。据媒体统计，今年，全球车市大规模的召回事件达30余次，而涉及中国车市的召回只有6次。2010年，美国汽车销量达1150万辆，召回2000万辆；中国汽车市场以破纪录的1806万辆保持销量世界第一，而被召回汽车只有117万辆，勉强达到美国的1/20。这个数据说明什么？中国市场的召回率远不及国外，是中国市场上销售的汽车质量好吗？

点评：“最终召回的成立受多重因素制约，一般来说，要通过消费者投诉才能启动，但与国外消费者相比，中国消费者，尤其是中低端汽车的消费者投诉意识不强，汽车出了问题第一想到的往往是去4S店修车，而不是维权。”知名汽车分析评论师张志勇在电话中对记者表示，“国际品牌全球化的召回中，中国市场总被排除在外，这与中国消费者的消费理念有很大关系。”但他同时表示，由于汽车使用的零部件与执行的标准不同，所以，国际汽车品牌在其他市场进行召回也不一定代表中国市场就要召回。

此外，在法律层面，过去，中国市场对汽车召回的约束力也不够。“过去，中国市场关于汽车召回的法律法规层级较低，在某种程度上纵容了跨国公司。在旗下车型出故障时，更多情况下，跨国车企会通过负面影响小、损失不大的售后服务解决问题，而不是范围更大更广的召回。”张志勇表示。

不过，将于明年1月1日实施的《缺陷汽车产品召回管理条例》将在这方面对汽车市场予以整顿，缺陷进口车不能与他国同步召回的局面将改变。

但是，仅靠国家立法是不能解决全部问题的。“首先要明确的是，这个条例是对所有汽车一视同仁的。但问题的改善不仅要有法律法规的约束，还需要有执行力度严格的主管部门提供保障。召回条例提供了更好的政策依据，但仍需软硬环境共同升级才能达到最终效果。”张志勇表示。

谁是“洋货教徒”？

雅斯培·昆德在《公司精神》一书中谈及星巴克品牌时用了“咖啡宗教”一词。他认为，星巴克的“咖啡宗教”是由具有大致相同的人生情调和社会身份的人组成的一个共同体。鉴于时下有这样一类对洋货倍加推崇的国人，我们不妨称其为“洋货教徒”。

星巴克主席兼CEO霍华德·舒尔茨说：“我们追求的不是最大限度的销售规模。我们试图让我们的顾客体会品味咖啡时的浪漫。”霍华德的这句话太对了，4美元一杯的美国街头咖啡到了中国就成了情调、优雅时尚元素。中国“洋货教徒”爱戴的不止是星巴克，还有依云矿泉水——这种法国的“农夫山泉”，到了中国立马成了精致生活的代名词。据说，“依云迷”认为只有这种精美绝伦的水才能与自己的品位搭配，所以，在饮水上的投入可以达到每月近千元。至于古巴雪茄，它似乎已经成了成功男士的必备之品，所以一度导致珠三角地区雪茄水货泛滥。拜托，这个国人眼里充满资产阶级情调的奢侈品，不过是另一个社会主义国家的出口创汇产品罢了。

找完自身原因，再来说说“无良”进口商品生产商们对商品生产质量控制的职责缺失以及对中国市场和消费者的藐视。就中国市场而言，一般来说，在为进口商品质量把关的环节，进口商是十分重要的一环，商品质量出问题，进口商难辞其咎。进口商们首先是“商人”，有着追求利润最大化的原始本能。但是，进口商也不能因为进口劣质商品而砸了“自家的招牌”，“洋货教徒”虽人数众多，但总不能忽略了他们的智商吧。

“商家可以从两方面努力，进而保证进口商品质量：其一，代理知名度较高的公司的产品，公司的知名度一定程度上代表了产品的质量水平，知名度越高，产品的质量水平也越有保障；其二，选择正规的进货渠道，商家切不可为了蝇头小利选择非正规进货渠道，否则只会增加进口商品的质量风险。”中投顾问高级研究员薛胜文说，“进口产品频现质量问题，职能部门、商家和消费者均有责任，以食品行业为例，首先，职能部门对进口食品监管不严，导致劣质进口食品能够进入中国市场；其次，商家为了追求利润，违规代理销售劣质进口食品；最后，消费者对进口食品的盲目崇拜增加了进口食品进入中国市场的动力。”

广大的“洋货教徒”，抛开对进口商品天然信任的时刻已经到了，理性选择自己需要的消费品吧。



就事论事