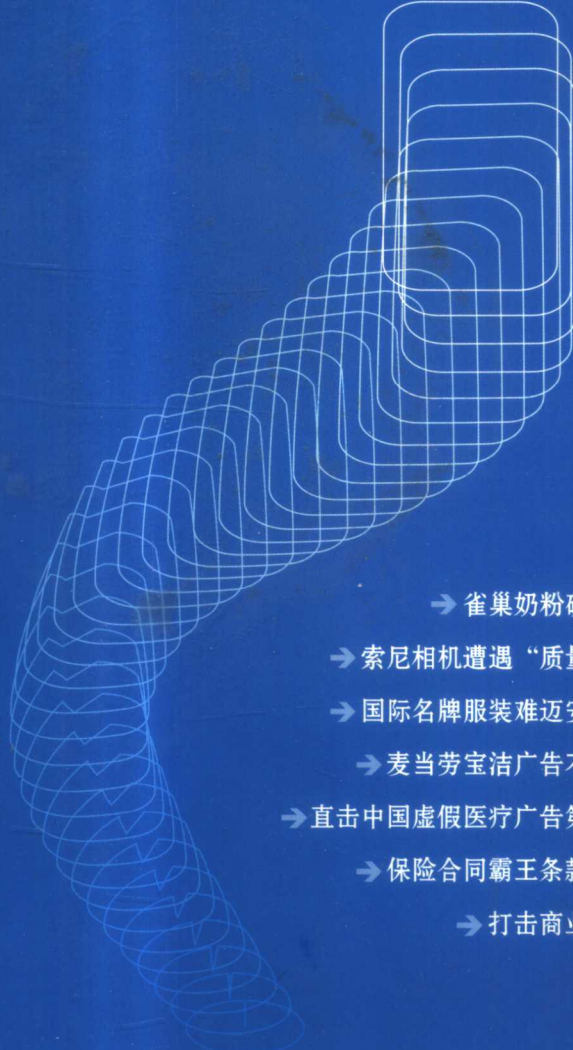


实录

○浙江工商现象透视○

监管风云实录

◎金
桥
主
编

- 
- 雀巢奶粉碘超标
 - 索尼相机遭遇“质量门”
 - 国际名牌服装难迈安检槛
 - 麦当劳宝洁广告不自洁
 - 直击中国虚假医疗广告第一案
 - 保险合同霸王条款破冰
 - 打击商业贿赂

中央文献出版社

○浙江工商现象透视○

监管风云实录

江苏工业学院图书馆
藏书章

◎金桥 主编

中央文献出版社

图书在版编目(CIP)数据

监管风云实录 / 金桥主编. — 北京: 中央文献出版社,
2006.9

ISBN 7-5073-2186-X

I. 监... II. 金... III. 工商行政管理 - 监督管理
- 案例 - 浙江省 IV. F203.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 111159 号

书 名: 监管风云实录

作 者: 金 桥

责任编辑: 吕 庆

出版发行: 中央文献出版社

地 址: 北京西西北大街前毛家湾 1 号

邮政编码: 100017

经 销: 新华书店

印 刷: 杭州长命印刷有限公司

开 本: 787×1092 毫米 1/16 开

字 数: 276 千字

印 张: 20.375

印 次: 2006 年 9 月第 1 版 第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5073-2186-X

定 价: 36.00 元

监管风云实录

责任编辑：吕 庆
装帧设计：新天地文化

序

QIANYAN

本书收集了去年以来我国行政监管中发生的一些案例。这些案例有两个特点，一是都是全球经济一体化推进过程中发生的行政监管事件，与一体化的市场秩序构架紧紧连在一起，而且在全国乃至全球都产生了广泛的社会影响，也因此这些事件有人称之为“监管风云”；二是这些事件都与浙江省工商行政管理部门联系在一起，可以说都是该局主动行政的结果，正因为此，当中央电视台联合几大部门共同推出“2005年质量先锋年度人物奖”时，人们把这份沉甸甸的荣誉授给了浙江工商，这是这个年度唯一的先锋集体。也因此有人把这一年行政监管的这些事件称之为“浙江工商现象”。而其实叫什么并不重要，重要的是其背后的意义。

经济一体化推进的过程实质上是全球性的资源、市场在经济体系格局中的一次重新排序，它以不可抗、不可挡的特性模糊着人们对它合理性的反思和责问。无须讳言，经济一体化推进的过程实际上是以市场经济先发国家为核心和标杆的，因为先发，一些国家和企业有意也有能力在设定对后发者的控制。索尼公司生产的产品在本国、欧美和亚洲实行不同的标准体系就是一个典型案例。这种做法不一定违背国家的法律（恰恰是钻着法律的空子），但违背着一体化的大理性。正如浙江省工商局郑宇民局长指出的那样，“我们履行着一体化的义务，却没有享受到一体化的权益”。因此如何理性审视一体化的进程，积极而不是消极、主动而不是被动地因应这其中的各种变数，有意识地控制其

所谓的“不可挡、不可抗”特性,是我们需要共同面对的重大课题。这一课题随着加入 WTO 后变得更为迫切,关税壁垒一经突破,行政就全面走到了维护国家、国民利益的第一线。理性的执法正在考量我们的行政智慧。书中收录的关于洋品牌消费的案例都折射出这种智慧,这也许正是这些案例给我们最直观的感受和启示。

执法理念如何凸现以人为本,是这些案例给我们展示的另一方面意蕴。市场经济经过 20 多年的历程,在创造了一个又一个经济发展神话的同时,也出现了以“二元结构”为主要特征的和谐发展问题,城乡的二元、贫富的二元、东西的二元,物质和文化的二元等等。在消费领域也同样出现了品牌消费和低价消费的二元结构,品牌的盲目和低价的盲目都呼唤着理性引导和执法维护。同时转型阶段的矛盾还表现在特殊领域的霸权和消费者弱势的冲突中。本书收录的关于农村维权网络建设、格式合同规范破冰、虚假广告严惩等案例都具有典型意义。

本书的编辑出版得到了中央文献出版社的大力支持,从选题立项到素材甄选,编辑部领导十分重视并付出了辛勤的劳动。同时,本书收录了大量散见于各类媒体的新闻报道和相关评论,在此一并表示感谢!

编者

2006 年 9 月

目 录

MU LU

雀巢奶粉碘超标 跨国公司陷入信任危机

002 新闻回放

政府加大食品安全整治力度
公布儿童食品专项检测结果
雀巢公司从拒绝认错到接受处理

003 决策过程

将儿童食品确定为监测重点
揭开雀巢奶粉碘超标灰幕

004 权威表态

国家有关权威部门作出反应
法律界人士纷纷发表看法

006 传媒报道

《北京晨报》5月27日：雀巢奶粉碘超标让家长乐不起来
《北京青年报》5月31日：女孩母亲向雀巢公司要说法
新华社：丑闻暴露跨国企业在质量监管方面的双重标准
《江南时报》6月1日：“自洗清白”是企业病态的“自慰”
央视国际6月15日：雀巢是一支“牙膏”吗？
央视每周质量报告6月12日：雀巢事件再起波澜

019 公众评议

可悲的雀巢

“雀巢事件”透露出的歧视性经营

“雀巢”还能说什么？

“雀巢”事件：公众意志受阻

网评网议

索尼数码相机遭遇“质量门” 剑指一体化的质量标准

030 新闻回放

公布检测结果

索尼公司声明

索尼公司同意退货

031 关注焦点

产品质量标准问题如何浮出水面

一波三折的维权之路：将退货进行到底

033 传媒报道

中央电视台：浙江工商局：索尼6个型号的数码相机有质量问题

《人民日报》：浙江禁售6种型号索尼数码相机

央视每周质量报告：索尼数码相机遭遇“质量门”

新华社：问题相机追踪：浙消协对问题相机投诉进行登记

《京华时报》：索尼问题相机遇退货高峰

044 网评网议

索尼数码相机事件是否钻了国家标准的空子？

索尼为何不召回缺陷数码相机？

索尼为何屡现“质量丑闻”？

期待国产品牌的腾飞

记者手记：我们是战友，我们的光荣永远在路上

047 观察与思考

观察：索尼老矣，尚能应对危机否？

央视国际：洋品牌频陷“质量门”，探询个案背后的逻辑

《广州日报》：工商局与索尼“结梁子”？ 专家：这是对公众负责
索尼遭遇前所未有的信誉危机 谁为信任买单？

相关链接

国际名牌服装难过安检槛

品牌消费误区揭秘

062 事件回放

公布检测结果

对厂商予以查处

受理退货

063 关注焦点

服装消费安全，一个曾经被人遗忘的“角落”

销售歧视与标准差异

名牌“低头”与国人“挺腰”

066 焦点快评

消费安全问题 不只出在食品上

国际著名品牌服装患上了“皮炎症”

对国际名牌“迷信”与民族品牌“不自信”

当心洋品牌的陷阱

国际名牌服装“集体作弊”的背后

国际名牌服装：来源混乱出了问题难找“娘”

选购服装不能只看价格，看清质量才是关键

对名牌需理性看待

075 传媒报道

《人民日报》：国际名牌服装质量抽检合格率仅 23%

央视每周质量报告：穿衣警告

《香港文汇报》：国际名牌仅 40% 合格

085 网评网议

走出对国际名牌盲目崇拜的误区

为什么没有严格的人关条件？
国际品牌怎么难让消费者放心？
为什么又是浙江省工商局？

叫停麦当劳“跪乞”广告 凸现一体化下的道德和民俗尊重

088 事件回放

广告中消费者“下跪”情节
浙江工商率先紧急叫停

090 传媒报道

新华社 2005 年 6 月 23 日：浙江省工商局紧急叫停麦当劳和宝洁
涉嫌违法广告

《河南日报》2005 年 6 月 22 日：麦当劳广告内幕：“下跪”未获
认证擅自播出

《今日早报》2005 年 6 月 24 日：“跪乞”广告未经审批反映广告
播放审批流程漏洞

中央电视台 2005 年 6 月 30 日：麦当劳广告涉嫌违法被叫停
工商部门立案查处

《上海证券报》2005 年 4 月 19 日：洋品牌一到中国就变样：谁是
“最没有道德”品牌？

095 专家评论

跨国公司从麦当劳跪乞事件应该学些什么？

“广告风波”缘何一再出现？

麦当劳广告能否“少些作为”？

“跪乞”广告忽视了民俗文化禁忌力量

100 网评网议

你喜欢麦当劳吗？可是……

外国的月亮真的那么圆么？

麦当劳怎能让人下跪？！

我们是否应该自省？

102 整治虚假违法广告

十一部委将用一年左右时间专项整治违法广告

《虚假违法广告专项整治工作方案》

《整治虚假违法广告专项行动部际联席会议制度》

国家工商总局副局长：力争年内基本消除虚假医药保健食品广告

宝洁广告不自洁

直击虚假宣传

116 事件回顾

工商立案

发布《行政建议书》

宝洁公司声明

117 传媒关注焦点

《东方早报》：宝洁广告何以是非不断

《北京现代商报》：美国警告宝洁等必须注明产品未经安全鉴定

《京华时报》：宝洁广告涉嫌违法北京遭调查 潘婷海飞丝等在列

《北京现代商报》：中外化妆品监管模式比较

《南方周末》：“宝洁”再陷“广告门”

让头发坚韧十倍 宝洁广告精确还是虚夸

精准还是精心——数字成“把柄”

广告与法——模糊的是谁？

谁来为虚假广告买单

130 公众评议

好的广告给我们带来的未必就是好产品

玩转中国市场的宝洁，要被中国市场玩了

追踪苏丹红事件

拷问食品安全问题

134 事件回放

紧急检测追查“苏丹红一号”

紧急约见杭州肯德基有限公司负责人

135 决策过程

职业敏感性——省内检测机构快速检出

要做负责的政府部门——再送上海复检

沉稳的监管模式——流通领域食品质量预警机制

相关链接

142 传媒报道

新华网：浙江共查获含苏丹红食品近 5000 公斤（摘选）

浙江电视台：浙江惊现“苏丹红”

浙江在线：浙江发现含苏丹红食品 工商消协联合发布警示（摘选）

《现代金报》：浙江公布 13 种含有苏丹红的产品名单

新华社：肯德基被查出含苏丹红一号 发表声明向公众致歉

新华社：北京从亨氏辣椒酱中检出“苏丹红一号”

147 公众评议

人民网：一份迟来的报告（摘选）

人民网：苏丹红为食品添加剂监管敲警钟（摘选）

《中国经济周刊》：后“苏丹红”时代（摘选）

《北京晚报》：两大食品安全事件敲山震虎（摘选）

浙江在线：应放松谈“苏”色变心态（摘选）

《现代金报》：肯德基的尴尬 两次苏丹红危机引发的四大疑问

海南新闻网：即食食品（速食品）的新安全危机

《北京青年报》：苏丹红事件凸显食品安全博弈（摘选）

“苏丹红”风暴全记录：耗资不菲的围剿战

苏丹红警示：食品监管须加力

清除保险行业“霸王条款”

彰显公共领域公平

165 事件回放

发出不合格条款修改通知书

全国保险业格式条款全面修改

166 关注焦点

保险合同问题条款多达 12 类 2100 多条，令人哗然

如何破解浙江修改与全国备案的难题

与保监会的关系：综合监管和专业监管的统一

合法性与合理性之间的选择

最后期限

168 传媒报道

央视新闻联播 2005 年 10 月 19 日：《浙江要求修改 2100 多条
保险合同不平等格式条款》

央视新闻 30 分和整点新闻 2005 年 10 月 19 日：《浙江叫停
2100 多条保险合同不平等格式条款》

《每日经济新闻》：回应浙江工商局 保监会要求保险公司限时修改

新华社：浙江保险霸王条款超 2000 条 工商局通报批评

《经济日报》：浙江为保险合同霸王条款“动手术”

《国际金融报》：面对国际惯例 保险业“问题条款”是严人宽己

红网：非改不可与雷阵无雨

保险业：“霸王”之忧，行业之困

热评之评：“跳出”保险看保险

消协应对：不想打“口水战”

杜绝霸王条款监管应先行

打破商业贿赂潜规则

塑造市场竞争新标杆

190 治理商业贿赂背景

来自中央的决策：治理商业贿赂纳入反腐败体系

民生回应：打击商业贿赂该动真格

195 浙江工商亮剑出鞘斩魑魅

“攻大奸戒小过” 执法理念的映印

公布十大典型商业贿赂案件

阻击商业贿赂：“治贿风暴”席卷全省

200 传媒报道

《人民日报》：浙江八项举措阻击商业贿赂

人民网：浙江公布商业贿赂案件 苏宁电器海王药业上榜

中国新闻网：浙江揭商业贿赂黑幕：医药是重灾区名企也涉案

《浙江日报》：浙江公布十大商业贿赂案例 举报者最高可奖 30 万元

《钱江晚报》：反贿赂风暴无穷动（摘选）

《钱江晚报》：铲除滋生不公平竞争的土壤

《中国文化报》：公布“商业贿赂十大案例”的标本价值

中央电视台：直击商业贿赂——界定商业贿赂有多难？

《IT 时代周刊》：苏宁被判商业贿赂 总裁公然说谎？

中国应尽快制订《反商业贿赂法》

遏制商业贿赂泛滥 还需专业立法

商业贿赂成“潜规则” 中国经济环境受损害

公关、贿赂仅一线之隔

应出台《反商业贿赂法》

商业贿赂：促进还是阻碍经济发展？

《瞭望新闻周刊》：看国外怎样治理商业贿赂

构架农村消费安全体系

制度创新促和谐

238 创建历程

农村食品安全长效监管机制建设提上议事日程

监测体系建设思路确立

消费维权监督网建设开始起步

万村放心店工程正式启动

万村放心店工程上升为政府民心工程

239 监管体系

准入体系——万村放心示范店工程，放心店进家门口

监测体系——定性定量检测并举，快速反应在现场

维权体系——群众监督网，维权民兵遍村庄

240 传媒报道

中央电视台：浙江省农村消费安全网建设

中央电视台：浙江：农村小商品准入有规章

中央电视台：浙江省建立农村食品安全长效监管机制

中国消费网：浙江三级农村维权网全面建立

“放心超市”能否成为农村消费安全治“根”之药

直击中国虚假医疗广告第一案

确立广告执法标杆

252 案件回放

2005年7月：虚假医疗广告诱人出街

2005年11月：上当患者集体投诉要说法

2006年3月：工商部门介入依法严查

2006年3月：案情严重移送公安部门

2006年6月：省消协助力弱势群体讨公道

2006年6月：华夏医院上演起诉闹剧

2006年8月：华夏医院状告工商败诉

256 焦点透视

焦点1：“香港国际类风湿病研究院”是否真实存在？

焦点2：事先不坦白事后反咬一口能作数吗？

焦点3：杭州华夏医院“涉港”合作非法？

焦点4：工商执法有悖“一事不再理”原则？

焦点5：医院的陈述、申辩权是否被剥夺？

焦点6：庭审三大疑问

263 华夏医院之“罪”

虚假广告 “谋财害命”

轻率动刀 “草菅人命”

268 传媒报道

《中国青年报》：工商部门首次以“虚假医疗广告罪”向公安移送案件

《法制日报》：虚假广告引人上钩 揭秘杭州部分民营医院敛财术（摘选）

中华广告网：医疗广告就像是城市的伤疤

《工人日报》：让虚假医疗广告成为“过街老鼠”

《法制日报》：治理虚假医疗广告腰杆为何不硬（摘选）

《人民日报》：不要放走“忽悠”及背后的“托”

杭州网：缺德岂能为医？

《人民日报》：虚假医疗广告的罪与罚

《浙江市场导报》：从“华夏虚假医疗广告”看浙江工商激活

虚假医疗广告罪的“标本”意义（摘选）

法制网：专家谈“华夏案”示范意义（摘选）

《中国工商报》：治乱世用重典

央视每周质量报告：意外的伤害

287 专家评说

严格整顿 严肃处理

华夏医院构成虚假广告罪

要依法追究刑事责任

攻大奸大恶 扶弱势群体

证据确凿 定性准确

刑事移交 史无前例

292 追踪报道

杭州华夏医院状告浙江省工商局行政违法被判败诉

杭州华夏医院发布虚假医疗广告案回顾

附 录

296 《浙江日报》：维权卫士 质量先锋

305 部分“洋品牌”在中国缘何陷落“质量门”？

军“娃娃”事件，使消费者对奶粉安全产生严重担忧，在奶粉市场，最致命的一招——信任危机，由此中伤奶粉行业。雀巢奶粉作为中国奶粉市场的领头羊，此次事件无疑对其品牌信誉造成严重打击。面对此次危机，雀巢奶粉中国公司表示，将积极配合相关部门调查，并承诺对消费者负责，确保产品质量安全。



雀巢奶粉碘超标 跨国公司陷入信任危机

当人们还没有完全从安徽阜阳劣质奶粉“大头娃娃”事件的阴影中走出，雀巢奶粉——这个以高品质、高营养著称的国际品牌碘含量超标无疑深深刺痛了中国消费者的神经。

如果说小作坊低价奶粉质量问题更多地反映出我国市场经济内源机制的自我完善过程，那么像雀巢这样具有 130 余年历史的跨国大公司的产品在中国出现质量问题，则直击跨国公司在进入我国后的社会责任，并由此引发出对洋品牌的理性认知。