

马上评论

9月23日,国内109家奶制品企业和207家流通企业,以"中国奶制品产销企业质量诚信宣言"的形式向全社会庄重承诺:将视质量为生命、以诚信为根本,营造一个干干净净的奶制品市场。

9月24日,记者走进河南花花牛乳业有限公司,河南省质监局局长高德领介绍说:"质监部门对郑州市的两个奶粉企业和8个液态奶企业实行24小时驻厂监管,原料奶、产品奶逐批检验,本地产乳品质量100%安全。"目前,我市的乳品企业产量开始明显回升,市场消费信心正在重建。 新闻见本报今日A17版

"奶业诚信宣言" 得靠行动赢回信任

口鼓型

诚如宣言所述,三鹿奶粉事件严重危害了 广大消费者的健康和安全。

如果从安全感的角度考虑,三鹿作为一家全国知名品牌的所作所为,还连带着让公众失去了对品牌的信任。这种损害的表现形式很惨烈:一方面整个奶制品行业被社会戴上有色眼镜审视;另一方面公众也因为安全感的缺失而成为不知所措的"惊弓之鸟"。此时此刻,最关键的在于重塑奶制品行业形象,恢复公众对奶制品的消费信心。

应当说,公众的敏感情有可原。当三鹿奶粉出现问题时,三鹿方面的表态不也是百般狡辩,声称品牌值得信任,并不会存在问题吗? 既然三鹿可以玩弄诚信,那么生活在同一生态环境下的其他奶制品行业是否就可以独善其身呢?

这是处在危机中的奶制品企业必须面对的现实。正所谓"听其言,观其行",人们只能在不断地观察与检验中,逐渐恢复对奶制品企业的信任。

但同时,我们又必须看到,在市场经济中,除了相信自己的双眼和感受外,还应该相信他人。否则,再好的制度也不可能运转下去。制

度本身的优劣是一个问题,制度的基础却是包含信任、道德在内的基础秩序,它是根基,它的牢固程度直接决定了制度的坚固与否。其实,以三鹿事故为例,三鹿的检测不可谓不严格,它声称有1100道检测,质检的标准也不可谓不严厉,我们的检测标准并不比国际标准低。可是,因为诚信的缺失,所谓的检测都形同虚设,问题还是在现实中真实呈现。

所以,有人说,三鹿奶粉事件其实反映了中国企业的企业伦理问题——那些"没良心"的企业怎么能做出如此匪夷所思的事情来?但我们必须看到诚信在企业生存与发展中的极端重要性,因此,从基础秩序的视角看,奶制品行业的诚信宣言应该是一次针对性的危机公关,如果它们言出必行,我们看到的将是奶制品企业的重新崛起。

当然,诚信不是简单承诺就会出现的。我们需要承诺,我们也需要看到对诚信的约束,比如,对不诚信者的严厉处罚和舆论声讨,对不诚信企业的"零容忍"等。

我们希望看到,经过这次事件的洗礼之后,每个奶制品企业实实在在的努力,而不是 华丽的宣言。因为诚信是做出来的。



郑州光明山盟乳业有限公司 告消费者书

尊敬的消费者:

郑州光明山盟乳业有限公司严格按照 国家相关规定对奶源、生产过程和成品进 行检测和过程管理。市场上销售的"光 明"和"山盟"品牌液态奶经权威检测部 门检测,不含三聚氰胺,请放心饮用。







波司登58元起,雅鹿、冰洁38元起,艾莱依4折起,威鹏全场50元起,花花公子99元起,

详见店内公告或请洽66226688