

提起强生,许多人不会感到陌生。2005年以来,这家全球知名品牌,世界500强企业旗下,至少13家子公司及其至少27种药品医疗器械、护肤用品等,或因质量瑕疵或因安全隐患发生了至少51次产品召回事件,但有48次将中国列为不召回之列。

强生全球51次召回:中国48次“被例外”



据报道,强生产品涉及医药、保健、医疗诊断、医药器械和个人护理产品、消费品等十几个领域。旗下有泰诺、邦迪、美林、仙特明、维思通、吗丁啉、达克宁、采乐、露得清、可伶可俐、李施德林漱口水等几十个知名品牌。2012年,强生以650亿美元的经营业绩,在世界500强企业居中位居第138位。

然而令人惊讶的是,2005年以来,这家以“因爱而生”奉为立业之基的全球知名品牌,世界500强企业旗下,至少13家子公司及其至少27种药品医疗器械、护肤用品等,或因质量瑕疵或因安全隐患发生了至少51次产品召回事件。更令人惊讶的是,在强生此起彼伏的这51次召回事件中,竟然有48次将中国列为不召回之列。

2008年8月,强生旗下麦克尼尔公司在确认产品存在瑕疵后,雇佣私人承包商秘密从加油站、便利店回购药品。国会调查人员公布的一份强生公司内部备忘录上写着:经销商建议工人们“迅速进入每家商店,找出所有

美林(布洛芬)产品,全部购买,拿到收据后迅速离开。”并进一步指示:“购药时,你应尽量表现得像一个普通顾客,切勿提及任何有关药品召回的信息。”

来自美国纽约州的民主党国会议员、美国众议院监管与政府改革委员会主席埃多尔弗斯·汤斯表示,“我在调查过程中发现的信息表明,这家公司的诚信有问题。它对自己的描述是骗人的、不实的,而且给许多孩子的健康带来了威胁。”来自加州的共和党国会议员达莱尔·伊萨称,“家长和医生都坚信这些药物有助于患儿的康复,而制药厂竟然使药品遭到污染,这完全是道德和社会责任感的缺失造成的。”

从2010年1月8日召回泰诺关节炎止痛片,到12月29日召回因包装缺陷可能被污染的107批次58.5万捆手术缝合线,强生以其贯穿全年的20次召回事件,被舆论和业内戏称为“强生召回年”。当年强生出现了上市67年来,首次年度营业收入下滑,全年营收跌至616亿美元,因产品召回造成的损失高达约6亿美元。

截至2013年5月3日,从2005年4月至今涉及强生旗下至少13家子公司,八年间强生至少27种药品发生的至少51次召回事件中,上述产品大多在中国内地销售,但至少48次都未在中国组织召回或者调查。当舆论质疑强生在中国实施“双重标准”时,强生几乎次次都不外乎两种表示:要么所召回产品批次批号不涉及中国内地,要么在中国生产的

所有产品完全符合中国的标准。

今年5月3日,因生产流程的灌装部分机器失灵,导致药品主要成分浓度的失控。强生在韩国召回所有儿童用“泰诺退烧止痛糖浆”。

这是继4月23日,因药物主要成分“对乙酰氨基酚”超标,存在损坏儿童肝脏的危险,韩国政府迫使强生韩国公司,召回韩国市场上约162万瓶“泰诺止痛糖浆”和“儿童泰诺悬浊液”后,十天之内强生在韩国的第二次召回事件。这是今年以来,在不到五个月的时间里,强生公司发生的第7次产品召回事件。这也是2009年9月以来,在不到四年的时间里,强生出现的第46次召回事件。

韩国召回第二天,上海强生发表声明称:“此次韩国召回的产品只在韩国生产和销售,未进入中国市场,中国消费者可以放心使用。”

同样的药品,同样的成分,同样的剂量,同样适用人群的泰诺,也遍布中国市场,但同以往历次召回事件一样:这次的强生召回,中国又一次例外。

强生召回和强生召回的中国例外由来已久。最早可以追溯到1982年10月的“泰诺”包装漏洞事件。除了这一次是不法分子利用“泰诺”包装漏洞,在胶囊中投毒导致的停产召回外,此后发生的51次召回,都是与其产品设计、生产控制标准或质量管理有关。但其中48次召回,中国都被例外了。

(据中国时刻网)

强生“召回”中国为何总被“例外”?



强生在全球召回产品,中国市场却总是被排除在外,这是为何?记者留意到,对于各种原因的召回,强生解释不涉及中国的理由只有一个:“召回产品没有销售。”

产地差异,某种程度上也许能作为一种解释。但值得关注的是,强生在全球51次召回事件中所暴露的,无疑是其整个公司内部管理体系的问题。

据悉,强生于1944年在纽交所挂牌上市后,便开始加速扩张和分散经营:1959年,其收购了瑞士的茨拉格化工和麦克尼尔实验室,后者是专门生产儿童泰诺处方药的厂商;1961年,收购了比利时的杨森药业;1986年,购买了LifeScan的血糖仪生产线;1994年收购露得清护肤产品。此后,强生还陆续并购了Cordis及其心脏和动脉支架产品、生物科技公司Centocor和辉瑞药业的消费保健品部门(包括旗下的Listerine漱口水、Bengay止痛剂和Visine滴眼液等品牌)。

自从1982年的召回事件后,仅强生美国子公司的数量就增加了三倍,达到近一百家,如此大范围地扩张使其管理部门实行监控的难度大大增加。

一方面规模在扩大,经营也更分散,但强生的盈利能力却更强。据悉,强生在1990年的运营利润是17.7%;在2010年却达26.8%。业内有分析称,其正是通过不择手段地削减成本来增加利润。而强生出现的一系列生产质量问题,恰恰反映了其削减成本及整合部分业务所带来的负面效应。

既然是内部管理出现了问题,强生在华又如何能独善其身?

同时,也有评论指出,“强生频频召回,中国市场却成了‘例外’,很有可能是由于中国监管制度的漏洞与跨国企业强大的手腕相作用而成,最受危害和蒙蔽的是广大中国消费者。”

(据《羊城晚报》)

美国会议员埃多尔弗斯·汤斯表示,“我在调查过程中发现的信息表明,这家公司的诚信有问题。它对自己的描述是不实的,而且给许多孩子的健康带来了威胁。”

强生召回:一次又一次的中国例外

连年不断的召回事件,不仅让强生百年营造的品牌形象在美国和欧洲遭到经常的批评和诉讼,其召回事件中的一次次中国例外,更让中国消费者感到困惑。以2013年为例,前四个月强生产品的六次召回中,有五次中国例外。

2013年1月14日,由于单独包装的舒日、亮眸两款隐形眼镜有可能未完全密封,影响隐形眼镜的无菌性,强生召回部分型号批次的角膜接触镜;1月30日,美国FDA公告称,在强生AVEENO品牌的婴儿舒缓乳液中,检出凝固(酶)阴性葡萄球菌超过许可标注,FDA要求强生下架这款婴儿舒缓乳液;2月15日,强生旗下公司因安全问题召回Adept品牌髌关节植入产品;2月22日,美国FDA再次发布一级召回公告,要求强生召回旗下DePuy公司生产的LPS的骨干套筒植入式矫形外科设备;3月25日,强生在全球范围召回和更换由旗下LifeScan公司生产

的OneTouch血糖仪。这批超过200万台的血糖仪,在患者的血糖达到每分升1024毫克这一需要立即就医的危险水平时,不但不报警,反而会关闭,从而延误患者救治的时间。这是强生第三次召回该产品。尽管强生血糖仪目前在中国销售的“稳豪”品牌有4款产品,但这三次召回,中国都被例外。

据不完全统计,从2005年4月至2013年5月3日,涉及强生旗下至少13家子公司,覆盖从儿童用的漱口水、婴幼儿舒缓液、止痛贴到成人用的碳酸钙口服液、胃药、隐形眼镜;从常用药泰诺、美林、仙特明到不常用的楷莱、妥泰、利培酮、万珂;从外科植入式矫形设备骨干套筒到心脏介入手术用的球囊扩张导管……至少27种药品发生的至少51次召回事件中,上述产品大多也在中国内地销售,但48次都未在中国组织召回或者调查。

美国FDA被公认为是世界上产品标准最严格、管理最完善的食品和药物监管机构之一,而强生许多被FDA查出有问题的产品,在中国却没有问题。当舆论质疑强生在中国实施“双重标准”时,强生公司几乎次次都不外乎两种表示:要么所召回产品批次批号不涉及中国内地,要么在中国生产的所有产品完全符合中国标准。

强生作为世界级的超级公司帝国,其产品质量应该是一流的,但其大批量的产品召回,让人怀疑这家公司的成色了。事实上,在美国强生产品因种种问题多次遭到美国药品监管机构、司法当局,甚至国会的调查、听证和数十亿美金的巨额罚款。民主党国会议员埃多尔弗斯·汤斯表示,“我在调查过程中发现,这家公司的诚信有问题。它对自己的描述是不实的,而且给许多孩子的健康带来了威胁。”

(据中国时刻网)