

转载——《参考消息》专访卡内基国际和平基金会中国项目主任、高级研究员裴敏欣

当前，从有毒宠物食品、有毒牙膏、不安全玩具、问题轮胎到不合格水产品，一系列的负面新闻和炒作使“中国制造”在美国甚至在世界的声誉大受损害，“中国制造”正面临着一场前所未有的危机。如何看待这场“中国制造”危机？“中国制造”怎样才能走出危机？本报驻美记者就此进行了联合采访与调查，请看——

“中国制造”如何走出危机

美智库知名中国问题学者裴敏欣：“中国危机公关应更积极”

《参考消息》驻华盛顿记者 刘洪

从有毒宠物食品、有毒牙膏、不安全玩具、问题轮胎到不合格水产品，一系列的负面新闻和炒作使“中国制造”在美国的声誉大受损害。如何处理目前的这场危机，本报记者就此采访了美智库知名学者、美国卡内基国际和平基金会中国项目主任裴敏欣。

“美国人对外来商品不放心”

《参考消息》：目前在美国可以看到大量关于中国产品质量的报道，一些人也批评某些报道存在“妖魔化”中国产品的倾向，那您怎么看目前这场“中国制造”危机？

裴敏欣：我想，也并不是所有美国媒体对中国产品的报道都是故意存有恶意，因为媒体都有一个特征，就是所谓的“羊群意识”，炒作都有一种内在逻辑，不大可能一直持续。你如果仔细看最近的媒体报道，前两个星期对中国质量问题的报道强度很大，这星期的力度就要弱了一些。

应该说目前反映的问题是，美国消费者对外来商品并不是特别放心。中国向美国出口商品那么多，种类也很多，虽然中国产品有价廉物美的特征，但一些中国产品，比如来自中国的食品和牙膏等，美国人并不是十分了解，也就很容易受到媒体报道的影响。

“向公司学习危机处理经验”

《参考消息》：每个公司都有自己的危机公关策略，一个国家也有它的危机处理程式，您认为中国应该如何面对和处理目前这场“中国制造”危机？

裴敏欣：一般公司的危机公关策略，都会是主动认错，宁愿过头一点，但这样可以让消费者放心和满意，并从危机阴影中迅速摆脱出来。我认为，中国可以向公司学习这些危机处理的经验。

第一，作为具体策略，政府的应对措施透明度要高。我认为在目前的"中国制造"危机中，可以成立一个国际调查委员会，请一些国际知名人士和专家作为成员，让他们看一看，中国的商品安全与其他国家比到底怎么样，特别是在引起争议的牙膏等产品方面。该委员会可以定期，比如说，三个月或半年提交一个报告。这样的举措会显示一个政府对危机严重程度的重视，这一点很重要。

第二，应马上禁止销售有关问题商品。从目前来看，中国在引起争议的含二甘醇牙膏方面，已禁止进出口这种牙膏，但在国内则尚未禁止，这会让国际会感到疑惑。

另外，在质量控制方面，要大大加强相关措施。

《参考消息》：但是目前美国媒体有关中国产品质量的报道还很多，一些过火的报道也产生了非常消极的影响，怎么改善这种舆论环境？

裴敏欣：一些报道肯定对美国消费者产生了消极影响。媒体的最大目标读者就是消费者，只有消费者买它的报纸，它有一定的发行量，才有能力去吸引广告。但一些报道有时也使消费者产生恐慌，现在"中国制造"危机就让消费者产生恐慌了。但我认为，最终消费者还是会明白过来，问题并不是这样严重，目前的危机就像一阵风，如果没有大的事故发生，他们还是回归常态，购买自己的食品。

还有一点，我需要补充的是，中国的危机公关应该更积极、更快一点，现在则比较被动。中国也应该在美国做一些广告宣传，把一些真实的数字拿出来，比如说，中国每年向美国出口约 3000 亿美元的商品，真正被拒绝的恐怕不过 10 亿美元，应该把这个百分比拿出来，同时也应该把美国的其他主要贸易伙伴，比如印度、墨西哥、甚至欧盟的被拒绝商品比例拿出来。

在食品方面，尤其要注意做一些广告，这个钱要舍得花，钱也不一定要中国政府出，可以让一些中国食品出口商自己捐助，或者让一些中国大公司主导，这就是所谓的"反公关"，对媒体恐慌进行消毒。这一招应该马上做。

《参考消息》：一些分析人士也认为，中国应该请美国一些人士到中国，看一看中国在质量安全方面所做的工作。您对此怎么看？

裴敏欣：我想，这种参观可能不会起大作用，因为一些人可能会说：“我参观的时候肯定挺好，但我走了以后你们会怎么样呢？”我想最重要的是中国国内各个环节的质量关要把住，因为中国的有效管理确实存在一些问题。

“危机影响可能得有两三年”

《参考消息》：我们也看到，在其他一些国家，比如美国也曾碰到类似食品的质量安全危机，您认为美国的哪些经验教训值得中国学习？

裴敏欣：首先，就是政府采取的行动非常快，中国方面目前则相对比较慢。具体来讲，一碰到质量安全问题，美国采取的措施宁愿过火一点，比如三根香肠发现不对，整个一批都销毁。为了公众安全，有些是不计成本的。其次，美国方面向消费者发出的警示通知也非常快，这样的快速反应会让公众对政府的措施有信心。

《参考消息》：现在一些美国人确实对“中国制造”产生了信任危机，您怎么看这个问题？到底如何评价“中国制造”在美国的声誉？这场危机大概什么时候能够过去？

裴敏欣：对中国制造的食品，可能打击会非常厉害。对被美国指责为铅等重金属含量过高的中国玩具，可能也会有一些影响，对这一点我比较担心。但对其他中国产品，比如电脑、鞋帽等产品，影响基本不大，而这些才是中国对美出口的大宗产品。

这场危机的影响可能得有两三年。从食品行业来看，中国要想恢复产品在美国的声誉，继续靠低价营销的策略可能不行，以后主要靠包装、靠质量、靠提高消费者信心。如果要想继续打入美国市场，我认为，中国相关厂商可以请一个信任度比较高的第三方，对其产品进行检测，比如说，自己出钱，请美国食品和药物管理局对中国相关产品进行全面检测，然后利用这些检测数据作广告宣传，进行品牌的修复。