

先升后降 名利双收

直击家电价格战真相：仅4.2%的商品降价



15日，京东大战苏宁、国美的价格战正式打响，尽管各家都发布了骄人战绩，但不少守在电脑前的消费者却直呼“被忽悠”：实际优惠力度远没有那么给力。冷眼旁观的其他电商掌门人则给出了“炒作成分更多”的评论。那么，这场全民关注的两种零售渠道间的家电价格战背后有何真相呢？

京东谋求家电新三足鼎立

15日9时，电商大家电业务血拼价格战正式打响。京东商城CEO刘强东坦言，要将国美、苏宁大家电的毛利从20%打压到10%。通过此举，刘强东希望京东商城能与苏宁、国美形成“三足鼎立”之势，三分家电零售渠道。

对于选取“大家电”作为向苏宁开战的原因，刘强东表示，这一业务是家电连锁卖场中利润最高的部分，且占比较大。京东商城在大家电业务上仅有三年时间，预计今年会达到70多亿元的销售规模，但是为了明年大家电冲刺300亿元，这场战争势在必行，即使亏钱也要夺取市场份额。

比价显示仅4.2%商品降价

正所谓“鹬蚌相争，渔翁得利”，京东商城与苏宁、国美打价格战，却让直播价格波动的一淘网成为“人气王”。一淘网的监测数据也让守在电脑前捞便宜的消费者看清了这场价格战的真相：全网仅4.2%的商品降价。

苏宁易购、国美电器商城以及半路杀出的易迅平均降幅在8%左右。不过，记者登录三大电商网站发现，一些降价幅度较大的商品普遍缺货。以三星RS21S1HSL1/XSC双开门冰箱为例，尽管在国美、京东、库巴三家网站上，国美的价格最低，仅7159元，但该款冰箱三家全部缺货。整体看，电视、冰箱、空调等榜单中，有超过半数的商品缺货。

产品型号不同价格没有可比性

对于价格战双方宣称的“全线商品”比对手低5%甚至10%的豪言，在其他电商企业负责人看来是“不可能的”。“毕竟买的不如卖的精，厂家是商品价格的最终控制者。厂家可以给不同销售渠道提供不同型号，避免伤及自身。”曾是创维北京分公司总经理的左英杰深谙这一行规。

比如同样品牌、同样尺寸、配制相当的LED彩电，在苏宁的型号有可能是4008A，而在京东商城上可能查无此型号的彩电，但是可能有4008B。更有甚者，不同平台的同一品牌LED彩电有可能面板分别是一代和二代的，因此价格会有较大差别。

其实，通常情况下，商家用来打价格战的商品，在其他销售渠道很难找到同一品牌同一型号的产品。这些超低价商品发挥的是“赚眼球”的作用，尽管赔钱，但是可以拉拢客流。据北京商报报道

电商“价格战”需遵守法律

据新华社北京8月16日电 近日，京东、苏宁、国美等电商巨头爆发价格大战，引发社会高度关注。在16日举行的月度例行新闻发布会上，商务部新闻发言人沈丹阳回应了这个热点问题。

在回答记者提问时，沈丹阳表示，商务部已经关注到这一事件，并将继续关注此事的进展。他强调，有关企业不论采取何种方式开展促销活动，都必须严格遵守国家法律法规，自觉维护公平竞争的市场秩序，共同促进家用电器市场的健康运行和平稳发展。此外，应努力提升管理和服务水平，积极保护消费者和供货厂商的合法权益，履行好企业社会责任。

沈丹阳并指出，判断这场所谓的“价格战”是否违法，需要有法律法规作依据。现在与降价促销相关的法律包括《反不正当竞争法》《反垄断法》和《价格法》。这几家电子商务企业的行为是否违法，需要由相关执法单位，如价格主管部门、工商执法部门等执法主体来依法调查取证后方可作出判断。

电商拼价格，不是“学雷锋”

价格永远是商业竞争的利器，京东、苏宁和国美等电商正在上演的“价格战”或许又将证明这一点。几家商企争相降低商品价格，消费者自当欢迎。但是，这种欢迎不是没有底线，而是要看商家是否讲诚信、守法律，真正让消费者获益，让行业健康发展。

“买的没有卖的精”，电商拼价格，毕竟不是“学雷锋”，生存、发展才是他们的根本目的。两天“交锋”过后，已经有许多消费者“吐槽”，列举出电商们玩的“小把戏”：先涨价后降价、大量商品处于无货状态、相互之间商品种类“错身”等等，让消费者无从对比价格。此番“价格战”会不会就这样打下去，还有待观察，但这些“发现”已然提醒人们，不要对电商“价格战”寄予太多期望，以防被一场高明的促销活动所忽悠。

因此，人们还希望，商家在降低商品价格的同时，商品质量和服务质量不打折扣，甚至比以前做得更好。如此兴师动众地打“价格战”，也从一个侧面反映了我国商业流通企业缺乏核心竞争力。除了“价格战”，我们更欢迎“价值战”，让消费者在消费过程中体会到满足，才是商家竞争更高明的手段。据新华社北京8月16日电

成本增加价格下跌 生猪养殖利润缩水

本报讯(记者 侯爱敏 通讯员 李万勇)受养殖成本增加和生猪价格下跌的双重挤压，我市生猪养殖利润不断缩水。来自市农调队的调查显示，6月底，猪粮比价已经跌破6:1的盈亏平衡点，跌至5.65:1。

市农调队对上半年我市生猪养殖业的调查显示，半年来，生猪价格呈持续回落态势。6月底，生猪的收购平均价格为13.5元/公斤，比5月底的14元/公斤下降3.6%，比4月底的14.4元/公斤下降6.3%。与去年同期相比，降幅达25.8%。

与此同时，养猪的成本却在不断增加。饲料价格不断攀升。饲料成本的迅猛上涨不断吞噬着养殖户的利润。至6月底，玉米、配合饲料价格分别涨至2.3元/公斤和2.99元/公斤，比上年同期分别上涨4.5%和9.23%，麸皮价格也比上年同期上涨10.05%。人工费用不断增加。养殖户纷纷反映，当前生猪养殖不易招工，很多本地人不愿意从事养殖业，招一个本地工人，每月工资需要2000元左右，同比增加500元，增长33.3%。

防疫费用不断上升。上半年，我市每头生猪从出生到出栏防疫费用、兽药及保健共计需要30-40元，同比增长10元左右，增长25%。在养殖成本增加和生猪价格下跌的双重挤压下，生猪养殖户的利润不断缩水。一些养殖户反映，一头猪的利润仅有几十元甚至十几元。

但调查也同时显示，生猪养殖户并未失去信心。他们认为，生猪价格基本接近底线，猪价有望保持平稳甚至上升。因为目前能繁母猪存栏量并没有出现大幅增长，所以生猪供应难以有实质性增长。其次饲料用粮价格持续走高，生猪养殖成本增加，有望带动猪价回升。

我省加大绿色建筑推广力度

本报讯(记者 黄永东 实习生 张琼)昨日，全省绿色建筑发展技术研讨会在郑召开。记者获悉，今后我省将加大绿色建筑推广力度，政府投资的公益性建筑将率先执行绿色建筑标准。

国家要求，到2014年，直辖市、计划单列市及省会城市的保障性住房全面执行绿色建筑标准。省住房和城乡建设厅要求，今年每个省辖市、有条件的省管县都要拿出1至2个项目，按照绿色建筑标准进行设计、施工，开展试点示范。

据悉，今后我省将加大绿色建筑推广力度，尽快制订本省推广绿色建筑经济激励政策，鼓励建设单位和房地产开发企业树立绿色发展理念，用绿色引导消费。

单笔契税1.72亿元 刷新全省地税纪录

本报讯(记者 侯爱敏)记者昨日从郑州新区地税局获悉，全省最大单笔契税共计1.72亿元日前正式入库郑州新区地税局。

据悉，郑州新区地税局严格把握税收政策，定性郑州市国际会展中心房产和土地使用权无偿划转给郑州建投集团应依法征收契税；并确定契税计税价格为协议的实际成交价格43.13亿元，适用征收税率为4%，应缴契税1.72亿元。

作为该项目的受让方，市建设投资有限公司日前在郑州新区两税分局办税服务厅申报缴纳契税1.72亿元。据悉，该笔税款不仅是该分局成立以来组织入库的最大单笔契税收入，也刷新了全省地税系统最大单笔契税收入纪录。

网购化妆品 让人不省心

本报讯(记者 郑磊 实习生 孟婷)一方面是让人心动的低价诱惑，另一方面则是假货或过期化妆品泛滥。面对网购化妆品消费新形式，不少年轻人心态很纠结。

记者采访发现，近年来网购化妆品的人群比例明显增加，其中以大学生居多。“像彩妆、面部护肤品等化妆品我都会选择在网上购买，并且会选择和宿舍的室友一起团购，这样优惠更多。”大学生郑楠坦言。

“网购是年轻人青睐的购物方式，但也存在一定风险。”有着八年网购经历的吴盈告诉记者，也有朋友网购化妆品后出现过敏，所以网上买化妆品还得慎重。

对此，业内人士表示，因为网上购物见不到实物，所以质量不好把控，买到假货或过期品的概率就会增大；此外，相关部门对网络购物市场监管体制还不完善，这都会导致网上化妆品市场鱼目混珠，给消费者造成极大困扰。

奥运明星成为网店商品卖点

本报讯(记者 宋华 实习生 张琼)伦敦奥运会过后，奥运明星不知不觉成了某些网店推介商品的卖点。

记者在淘宝网上看到，奥运冠军孙杨和叶诗文尤为炙手可热。某体育用品品牌已经推出了孙杨奥运专款T恤，他们还成为某些商家泳镜、泳帽等体育装备的卖点。就连小食品也打着他们的旗号聚拢人气，比如孙杨爱吃的零食五香卤鸭蛋，孙杨喜欢吃的瓜子仁，孙杨爱吃的香辣牛筋牛蹄筋，孙杨爱吃的椰子片、绿豆糕、泡腾片、鸭舌头、豆干，叶诗文喜欢吃的蛋糕……就连孙杨常在镜头前出现的头戴式耳机也没有被放过。某网店甚至在产品名称中特意注上“祝贺叶诗文夺冠”的字样来博取点击率。此外，和奥运首金得主易思玲佩戴的极为相似的彩色三角形发夹在网上卖得也是异常火爆，最近成交量暴增。



中国成为世界第一风电大国

8月15日，记者从国家电网促进风电等新能源发展新闻发布会上获悉，截至目前，我国并网风电达到5258万千瓦。其中，国家电网调度范围并网风电达到5026万千瓦，六年年均增速87%；2011年风电发电量706亿千瓦时，年均增速96%。我国已取代美国成为世界第一风电大国，国家电网成为全球风电规模最大、发展最快的电网，大电网运行大风电的能力处于世界领先水平。

图为在江苏如东海上风电场，风机吊装现场(资料图片)。

新华社发

二七工商集中整治美容美发用品市场

本报讯(记者 宋华 实习生 张琼 通讯员 赵正银)针对日常巡查中发现一些美容美发用品店销售的洗发水、定型水、发泥等多为“三无”产品的问题，二七工商分局决定对美容美发用品店进行集中整治。

据了解，郑州市的美容美发用品店大多集中在大同路和南下街，仅德化街工商所辖区内就有108家，产品批发到郑州市及省内各地。昨日，工商执法人员在南下街一家美容美发店检查时，发现店内地上摆放着洗发水，还有白色的塑料桶，桶上没有任何标识。老板称是定型水，每桶5公斤，25元一桶，洗发水也是5公斤装，每桶15元。从洗发水瓶上贴的标识看，只显示广东产，没有具体地址，没有生产日期。检查中还发现一种名为发泥的玻璃小瓶，瓶体包装上只有英文。老板均提供不出这些产品的进货手续和质检报告。

德化街工商所在对106家美容美发用品店的检查中，发现15家店内销售“三无”美容美发用品。工商执法人员当场责令这15家店主将“三无”产品全部下架、撤柜，并下达了责令整改通知书，如拒不整改，将依法查封物品，从重处罚。

记者调查

今年的水果为啥贵了?

本报记者 宋华 实习生 张琼

随着人们生活水平提高，水果在日常饮食中扮演着愈加重要的角色。据统计，近年来，水果消费在家庭总支出中所占的比例越来越高。然而，很多市民反映，今年的水果比往年都贵，让不少家庭望“果”兴叹。

涨价因素知多少

记者从市物价局价格监测中心获悉，纬四路市场近日的香蕉价格在3元/斤，西瓜1元/斤，分别比去年同期价格上涨了50%和25%。工人路市场梨和桃的价格与去年同期比各涨了32%和20%。问及水果涨价的原因，商贩张师傅说：“现在物价都涨，水果涨价有啥稀罕的。我们也知道涨了不好卖，但是各

种成本都在提高，不涨就得赔本卖。”记者调查得知，水果价格上涨除因化肥、农药等种植成本提高外，包装、运输等流通成本上涨也是重要原因。近来随着油价上涨，水果的运输成本大幅提高，这是造成涨价的最主要原因。记者从相关部门了解到，随着国民经济结构的变化，从事水果种植的劳动力越来越少，人工成本的提高是水果涨价的另一个重要原因。随着人们娱乐活动形式的多样化发展，各大中高档酒店、KTV、美容、洗浴等娱乐会所推出的特色果盘也是花样繁多。不少水果批发商表示，和小摊贩相比，跟这些大酒店、会所做生意的利润空间更大，因而也就在无形之中抬高了水果的批发价格。此外，节日因素也成为近期水果涨价的有力推手之

一。据了解，不少水果商惜售，想多备存货以求在即将到来的七夕、中秋等节日大卖，所以特意提高水果售价。但专家提醒，水果有保质期，存放过久必然会影响品相和口感，加之到时候各大水果商抢占市场，价格恐怕会走低。

生活影响有几何

记者走访得知，大多数市民每月的水果消费比例占到家庭总支出的10%，甚至更多，然而，面对当前居高不下的水果价格，不少人开始望而却步了。市民刘女士告诉记者：“以前夏天还买点葡萄、苹果什么的，偶尔也吃个‘贵族’水果。但今年的水果实在太贵了，就只能吃西瓜，也不敢像以前那么放开

吃了，往年六七毛一斤，现在都卖到一块了。”不过，也有人表示水果涨价不会过多地影响到家庭的生活水平。家住高新区的贺先生就表示，水果对于家人的健康非常重要，现在已经成为家庭饮食结构中必不可少的一部分，涨价不会使家庭降低水果的购买力。此外，记者走访了15家中高档酒店了解到，特色果盘的赠送一直是夏季餐饮的亮点，而今年由于成本的压力，各商家送的果盘多为西瓜，往年的繁多花样今年不复存在，且不难发现，就连西瓜的量较之以往也有所减少。酒店的负责人纷纷表示，以前送果盘，现在不送的话肯定会流失一些常客，但是照往年那样送负担起来又有些吃力，因此只能想办法在水果的种类和数量上开源节流了。当记者问及是否会因为送果盘带来的附加成本而选择涨价时，他们均表示不会，“我们不能因为水果的价格涨了就把饭菜价格也涨上去，否则就与我们赠送果盘的初衷背道而驰了。”