

“受益于家庭收入的显著增长，我国消费者对高端产品的需求已经从酸奶等快速消费品逐渐延伸到汽车、金融等更广泛的领域，进入到消费升级的新阶段。”尼尔森大中华区创新咨询副总裁许丽平在2013年一季度《中国消费者信心指数》发布会上如此表示。

据尼尔森的研究成果显示，消费升级缘于我国消费者经济状况的改善和购买行为的改变。“如今，我国消费者的购物需求已由从前的功能性需求发展到个人情感需求，从满足基本的生活需求发展到彰显个人品位

的需求。”许丽平指出，“除了最基本的需求外，我国消费者还开始追求更为优质、健康的生活，追求技术更为先进、更加彰显个性的商品，追求辛苦工作之余放松心情享受的机会。因此，纯天然绿色产品或者有特殊功效的专业性商品将在消费升级的潮流中赢得更多消费者的青睐。”

快速消费品市场的消费升级最初是从小件商品开始的，比如酸奶。如今，消费者愿意为与众不同的产品支付更多的费用，消费升级的趋势已相当明确，几乎出现在各类

快速消费品中，从婴幼儿配方奶粉到液态奶，从护肤品到牙膏。

研究数据显示，在2012年，高端产品的销售额占我国牙膏和饼干品类商品总销售额的55%，占面部保湿产品和液态奶总销售额的49%。需要指出的是，消费升级并不是富人的专属。尼尔森曾对我国130个高端家庭和私人护理品牌进行研究，结果显示，和更富裕的消费者相比，我国中等收入消费者更愿意购买高端产品。

郑州商家 掘金端午市场

本报记者 武 斌

消费微观察 栏目记者 武 斌

电商年内征税可能性不大

关注：日前，“电商预计年内开征5%税收”的消息一经报道就引起广泛热议，而近期美国电商税法案刚刚获得通过，更令这一消息备受关注。值得注意的是，国家税务总局今年4月1日正式施行《网络发票管理办法》，被认为是向电商征税的前兆。

不过，6月5日，商务部电子商务司相关负责人表示，“网店开征5%的税收”的消息并不属实。目前只是在调研阶段，并没有“具体措施”。国家税务总局相关人士也表示：“电商征税不会很快实行。”

观点：报告显示，2012年中国电子商务市场交易总额达到80163亿元，比2011年增长31.7%。截至2012年底，中国网络购物用户规模达到2.42亿人，同比增长24.8%。分析人士指出，对中小电商企业征税势在必行，特别是苏宁董事长张近东今年“两会”在提案中直指C2C平台无税销售现象严重，挑起业内“战火”。如果美国电商征税最终立法，影响很可能会扩散到其他国家。

缴税有利于行业公平竞争，目前京东商城、苏宁易购、当当网、亚马逊中国等大多数自主营销型B2C电商平台已经具备了完善税收制度，消费者在其网站上购买的商品均有正规发票。

然而，“电商要不要征税的争论，背后是实体商家和网商小卖家的博弈。”对于征税，也有不少观点偏向网商。电子商务分析师李成东认为，苏宁的大家电能够拿到的返点要高出普通零售商10%-15%以上，因此征税对于苏宁易购这样的企业影响不大。而淘宝上大量的中小卖家如果被纳入征税的地步，将会大大压缩他们的生存空间，而增加的税收可能会转嫁到商品价格中，最终由消费者买单。

专家认为，电商征税不能一刀切，需根据行业利润的大小来定，设立门槛，或者可采用“代扣代缴”税款的方式，从支付体系解决电子商务收税监管中的隐性性问题。而对单位和个人自建网络平台的，凡是按税法规定月营业额达到起征点的，一律由银行等结算金融机构代扣代缴应纳税款。

餐饮业亟待转型升级

关注：日前，中国烹饪协会发布了“2012年度中国餐饮企业百强名单”及2012年度中国餐饮百强分析报告。报告显示，2012年餐饮百强企业营业收入同比增长16.8%，比2011年百强降低11.52个百分点；餐饮百强企业平均净利润率为7.73%，比2011年百强降低3.85%，跌入近年来的新低。

从净利润增长来看，15%的企业净利润增长在10%以上，20%的企业增长率在1%以下，30%企业增长率在1%-5%之间，还有4家企业出现亏损。

观点：为什么2012年餐饮业增速创22年来最低值？不少业内人士认为，2012年上半年开始，食品原料价格持续走高，劳动力成本上升，餐饮业成本负担加重，竞争压力骤增同时，八项规定、厉行节约等政策出台对餐饮行业的增速有所影响。

中国烹饪协会会长苏秋成表示，餐饮业当前面临各种风险和机遇，传统发展模式难以为继，产业升级迫在眉睫。对于餐饮业的出路，专家认为，餐饮企业尤其是高端餐饮企业要加快转型升级步伐，如调整高端品牌产品结构，通过并购、合资等方式进入多领域，并尝试“走出去”；而大众化餐饮企业需创新服务模式，拓展市场领域。

据了解，2012年百强餐饮企业中河南仅三家入围，其中，河南零叁壹壹澳门豆捞餐饮管理有限公司排在第73位，河南百年老妈餐饮管理有限公司排在第76位，河南阿五美食有限公司排在第86位。

虽然2012年比2011年多入围一家，但整体来看，河南餐饮企业发展相对落后。在河南阿五美食有限公司董事长樊胜武看来，2013年是餐饮企业的“洗牌期”，转型升级在服务态度、菜品、经营模式等各方面下深工夫，此外，河南餐饮企业还需特别解决的问题是要增强品牌意识。

消费提醒

“保修”不是“包修” 家电“延保”不等于“三包”

眼下，很多家电卖场都推出延保服务，鼓励消费者多支付产品价格的5%至10%，购买更长的保修期限。可是真正到了消费者要享受延保服务的时候，家电维修照样得掏钱。专家提醒，“延保”已成为消费纠纷热点，提示顾客谨慎购买这一服务。

日前，市民小赵家用了5年的洗衣机出现故障，购买时他参加了“延保”，商家承诺“12年保修负责到底”。但小赵找到商家时却被告知，他们只是承诺“12年保修”，但超过国家包修期后零配件需付费。

和这件案例一样，几年前开始在各大家电卖场流行的延保服务，现在进入兑现期后，频频引发纠纷。很多销售人员当初向消费者推销这一服务时，都将它解释为延长“三包”时间，让消费者误以为在延保期内“三包”规定的所有权益商家都应该履行。但实际上，商家推出的延保只是延长了保修时间。

国家“三包”规定中，“包修”主要是指在“三包”有效期内，厂商应提供完全免费的维修服务。而“保修”是指厂商在一定期限内提供免费维修及保养的服务，但要收取所需零件的成本费。专家表示，消费者在购买“延保服务”时，一定要详细了解延保服务的内容，以免产生不必要的纠纷。赵明

端午节将至，在郑州市各大商超和烘焙食品专卖店，选购粽子、香包等端午产品的市民热情高涨、络绎不绝，作为上半年最后一个“小黄金”假期，端午节消费市场也成为百货商场、购物中心和家电企业争抢的关键“阵地”，诸多商家纷纷推出新一轮营销活动，以期抓住掘金好时机。

粽子、香包成卖点

在丹尼斯郑花店、家乐福国贸店等大卖场的超市进口处，均设有端午民俗香包和粽子礼品区，从十二生肖到各种鸟类、花卉图案，小巧可爱，香气扑鼻；从精致礼品到零散包装，口味各异，品牌俱全。

“像这款水晶粽和含有三种不同口味的台湾风味粽都是今年的新品，卖得非常好。”家乐福超市一导购员向记者介绍某畅销品牌的粽子。

记者看到，“买粽子及粽子礼盒满100元送100元福券”的活动海报悬挂在家乐福超市，上面清楚标注了活动细则，而粽子礼品区旁边的葡萄酒和白酒也搭配推出买一赠一的活动。据其工作人员介绍，这是大卖场推出的活动，像思念粽子单张购物小票满1000元返5%家乐福购物卡，以此类推。

为了宣传和促销，各品牌展位都增加了几个从厂家调过来的销售人员。“端午节前一天的促销力度最大。”丹尼斯郑花店一销售人员告诉记者，今年的粽子价格并无太大涨幅，礼盒也刮起了平价风，从口味到包装都比较亲民，加上团购盛行，散装粽子卖得更好一些。另外，体现端午文化的香包、葫芦挂件、五彩手绳等用品也非常受消费者青睐。

另据了解，郑州市几家知名烘焙食品专卖从四月底就开始接受粽子预订，并提前预热炒作。业内人士认为，端午市场份额很大，烘焙行业拥有良好的消费基础，而且敢于口味创新，紧盯粽子商机实属必然。

买粽子 警惕“返青粽叶”

据了解，“返青粽叶”是个别商家使用化学物质将粽叶染色返青，这样一来虽然粽叶表面光鲜、色泽鲜绿，但可能对人体健康造成不良影响。

所以，消费者购买粽叶后应通过“一看二煮三闻”辨别粽叶真假。首先看粽叶颜色，原色粽叶的颜色发暗发黄；返青粽叶则呈均匀的青绿色，且表面鲜亮。而煮粽叶则是通过高温蒸煮判断粽叶真假，原色粽叶经高温蒸煮后，煮出的水呈淡黄色；返青粽叶加热后，煮出的水呈淡绿色。另外，通过闻味也可以辨别，由原色粽叶包制的粽子煮熟后散发粽叶清香；返青粽叶包制的粽子煮熟后不但粽香味不浓，反而有淡淡的硫磺味。

线下、线上齐上阵

记者获悉，即日起至6月16日，永乐电器将在全省40余家门店重磅推出端午“全民互惠”活动，力度不低于五一期间。永乐电器业务总监张柳青称，国家节能补贴政策已经结束，但永乐后节能补贴来临，本周启动制冷家电节，价格平均降幅20%-50%，并针对空调推出六大免费服务项目，还有数万件的赠品奉送。

除永乐电器外，苏宁电器、国美电器等家电卖场也已于近日推出花样百出的营销活动提前预热。在争抢“端午经济”这块“蛋糕”上，家电行业表现最为强劲，无论是促销方式还是活动力度，均排在消费市场最前沿。张柳青告诉记者，端午三天小黄金周对各大家电卖场而言，也是上半年的收官之战。

那么，对于端午营销，百货商场和购物中心显然不会“沉默”。其中线下活动包括“45当100花”、“限时抢购”等内容，以丹尼斯百货花园店为例，6月8日至6月12日全馆流行服饰7折起，本周末于丹尼斯百货花园店购物的消费者还能从购物小票上寻找到惊喜，如显示有“粽香端午”、“端午飘香”等字样即可至12F贵宾中心领取1000百货电子礼券或格物电风扇。

随着新媒体营销手段运用日渐成熟，商家推出的线上活动也更加吸引人。端午期间，市民在国贸360广场逛街时，凡与商场内的5个不同造型的灵犀拍照，发微博@郑州国贸360广场即可领取奖品，同时，微信会员还能收到各家商户的优惠信息推送，而新世界百货则在其官方微博与粉丝进行端午节提问互动，再抽取对对的幸运粉丝赠粽子一包。

事实上，和其他节日相比，端午节的营销相对较弱，但由于市场竞争的激烈，商家首先要在人气上一比高低，从营销来体现聚客能力，父亲节、年中庆……渐入传统消费淡季，郑州商家的营销活动将更加活跃。

消费热点

快时尚 拿什么拯救你的质量

日前，北京市消费者协会公布82个童装样品测试结果，GAP等快时尚品牌再登“黑榜”。对于媒体频繁爆出的快时尚“质量门”事件，近年来司空见惯，质量问题一直都是快时尚粉丝的心头恨，尽管销量仍不受影响，但这个“隐疾”如不解决，或将成为快时尚发展的硬伤。

慢思考 直面隐疾

众所周知，快时尚向来坚持快速扩张的路线，在郑州这几年的发展也显而易见，如今，无论是国贸360广场还是中原或二七万达广场，每个快时尚品牌店内均保持着高涨的人气。

“ZARA的衣服真不耐穿，洗了几次就起球。”市民小付说，“尽管如此，还是抵不住快时尚的款式设计和平价定位，即便牢骚不断还是停不下抢购的脚步。”事实上，小付这样的消费者绝不是个别，快时尚生意依然红火，但是，求快不求好，真的就不需“慢思考”了？

业内人士认为，快时尚品牌“上黑榜”，多数是因为纤维含量、色牢度、pH值等原材料问题。出于控制成本的考虑，快时尚品牌一方面在设计阶段就已将高质量、使用长期的面料排除在外；另一方面，其代工厂商选择成本更为低廉的国家，而随着中国等代工厂的劳动力成本不断增加，为维持低价，快时尚品牌不得不再压缩成本。

在庞大的市场需求和更新速度之下，速度和性价比也成为快时尚曝曝质量问题的“隐疾”。产品更新的时间限制，让其没有足够的时间充分把握质检环节。产品出现质量问题，究其根本，是检测环节把控不严。

抓质量 迎接考验

据了解，为了避免产品质量良莠不齐，互联网快时尚品牌凡客诚品在2012年开始学会做减法，尝试精细化管理，主动精简优化了供应商，并且设置了新的质检流程，还成立了公司内部第三方的“质检中心”。从实际操作看，精简供应商、增加内部检测环节都会延长产品的上架时间，但这样做的结果是，消费者对产品质量的好评度明显提高。快和慢并非不可调和的矛盾。

专家认为，在服装业竞争激烈的今天，作为提升附加值和避免产品同质化的关键因素，设计的改进和营销模式的创新固然重要，但狠抓质量才是留住顾客的根本。对快时尚品牌来说，不如将速度一分为二看待：在设计上，自然是“越快越好”，前瞻性的潮流设计，可以为品牌留出更多的生产和物流配送时间；但在质量把控上，还是应当严格遵守检测流程，慢一点，但为“时尚”留出检测的时间。因为只有质量有保证的时尚，才经得起市场的考验，获得消费者的认可。武斌

阿五美食再获“中国餐饮百强企业”



5月31日至6月2日，由中国烹饪协会主办的2013(第七届中国餐饮产业发展大会在北京召开，我省3家餐饮企业上榜，阿五美食作为豫菜代表，第五次入围“中国餐饮百强企业”。

本届大会以“创新驱动谋发展，智慧转型促升级”为主题，针对当前形势，通过政策指引、信息发布、经验分享等方式和途径，为餐饮企业更好地适应消费需求升级发挥重要作用。大会发布了“2012年度中国餐饮百强企业名单”及2012年度中国餐饮百强分析报告。每年举办一次的中国餐饮百强企业评选是为了扩大中国餐饮企业在国内外的影响，展现中国餐饮龙头企业及企业家的风采，树立餐饮行业品牌，推广成功经验，推动餐饮业向前发展，迄今为止已持续开展12年。

中国烹饪协会常务副会长兼秘书长冯恩援说：“今年餐饮业将面临比2012年更为复杂的市场环境。内外部环境迫使餐饮行业进入转型升级期。我国餐饮业面临多个发展瓶颈，如成本

负担的叠加，餐饮业陷入微利或无利的困境等。面对严峻挑战，餐饮企业尤其是高端餐饮企业要加快转型升级步伐，如调整高端品牌产品结构，通过并购、合资等方式进入多领域，并尝试“走出去”，而大众化餐饮企业需创新服务模式，拓展市场领域。”

中国餐饮百强企业河南占据三席，分别是河南阿五美食有限公司、河南零叁壹壹澳门豆捞餐饮管理有限公司、河南百年老妈餐饮管理有限公司，作为唯一一家中餐企业，阿五美食在2012年一直保持着稳健的发展趋势。产品定位、市场细分，让阿五美食具有一种亲民性，在高端餐饮业的“寒流”中迎来了“春天”的机遇，敏锐捕捉市场变化，快速响应市场需求，在不断加强内部管理水平的同时，在点餐、订台等方面加大科技投入；在菜品研发上，建立健全相关机构和制度，推陈出新，自开业至今先后创制新菜1000余道；在经营上，在不断扩大经营规模的同时，阿五美食也面临着“四高一低”的困境，但仍然坚持

惠民经营，主动降价，让利于民。此外，2012年，阿五美食积极组织参加国内外餐饮活动，先后赴美国、韩国、英国、马来西亚、新加坡、荷兰、法国等国家展示中国烹饪魅力，大力提升餐饮品牌影响力和发展水平。阿五美食坚守品牌发展和诚信经营，被评为“诚信经营先进单位”，这也是社会各界对阿五美食所做工作的认可。

此外，在中国餐饮产业发展大会召开的同时，第二届国际餐饮博览会也在北京开幕。在此次博览会上，“未来餐厅2.0”推出的体验式参与，使其一下子成为国内餐饮业发展的新热点。“未来餐厅2.0”以“社区连锁快餐店”为载体，以“智慧餐饮 节约节能”为主题，重点展示新设备、新技术、新概念、新服务模式与餐饮业的融合链接。“未来餐厅2.0”将突出餐饮未来发展的前瞻性，展现餐饮现代管理理念、现代化节能设备应用、中央厨房建设、标准化建设等方面，感悟传统餐厅通过信息化、标准化、集约化建设带来的发展新灵感。(刘斌)