

本报讯 中国消费者协会2013年“电子商务企业诚信度调查报告”近日出炉。报告显示,近八成消费者对国内电子商务企业诚信度总体状况表示满意,评价稳中有升。消费者对资金和个人信息安全保障环节规范程度最为满意,对售后服务环节满意度较低。

本次调查共征集有效问卷1768份,调查依据中国电子商务协会诚信中心2007年发布的行业规范,将电子商务企业诚信要素划分为企业资质建设、消费者保障和售后服务3

个环节,由消费者对每个部分进行总体评价。调查结果显示,七成以上消费者对于现有电商企业在资质诚信度方面的现状基本满意,相比2012年的调查结果有所上升。

仅有53.96%的受访者对于电子商务企业在售后服务环节的诚信度表示满意,为各环节最低;26.52%的消费者表示不满,这一数字相比2012年的31.23%有明显下降。影响电子商务企业诚信满意度的售后服务环节因素按重要程度排序依次为,有赔付计划并主动

承担责任兑现承诺、物流投递时间和准确率、顾客能够便捷地联系到客服人员解决问题、客服人员服务态度好能够倾听顾客诉求、顾客能够在签收前验货。调查显示,消费者对于能否便捷地联系到客服人员、客服人员的服务态度和解决问题的能力十分看重,这也是由网购这一特殊的消费模式所决定的。

中消协提醒广大消费者,应当提高网上购物的自我保护意识,认真鉴别各类消费陷阱,积极维护自身合法权益。(任震宇)

服装业: “去库存”≠复苏

本报记者 武姣

日前,多家服装企业公布的半年报显示,增速放缓成普遍现象,服装行业依旧持续低迷。但可喜的是,部分服装企业上半年去库存压力有所缓解,因此,“去库存”再次成为点击率最高的行业关键词,有人断言库存决定服装业命运,库存回归理性代表行业回暖……业内专家认为,对于服装行业的“去库存运动”,不可一概而论。

行业增速放缓 “去库存”成焦点

数据显示,2013年上半年,全国百家重点大型零售企业服装商品零售额较上年同期增长6.90%,其中各类服装零售额较上年同期增长4.30%,增速较上年同期低2.9个百分点。

同时,从单个企业来讲,李宁集团上半年收入为29.06亿元,较去年同期减少24.6%;安踏上半年销售收入同比下跌14.4%,净利润同比下滑18.7%;匹克体育则创上市以来净利最大降幅,上半年利润同比减少62.5%。除运动品牌外,九牧王、七匹狼、利郎等多家企业经营业绩也有不同程度的下滑。

此情况在本土品牌中也有体现。“娅丽达上半年同比增长20%,增幅与去年持平。”娅丽达服饰有限公司企划负责人王普告诉记者,受经济大环境影响,虽然市场容量还在增加,但行业增速已明显放缓。

郑州云顶服饰有限公司董事长刘涛也表示,逸阳上半年业绩增幅与去年基本持平。

鉴于全国大多服装企业上半年表现大致相同,有分析人士认为,这是服装行业仍处于“去库存”状态所拖累,并随之变为业界和媒体等多方高度关注的焦点。

另有消息称,今年多家电商开设大牌特卖区、名品专区以及国内奥特莱斯遍地开花,都与服装行业众多品牌服装高库存有关。也有业内人士认为,未来一段时间内,服装业依然处于被前期快速扩张“后遗症”折磨的阶段。服装行业增速放缓,高库存真的是“毒瘤”?

行业并非 集体陷入“库存危机”

近两年来,服装业掀起了“去库存”运动,且多体现在李宁、安踏等运动品牌上,特别是2011年下半年至2012年间最为严重。数据显示,截至4月17日,纺织服装业已公布的2012年年报的上市公司有50家,库存合计约570亿元。相比2011年,上述50家公司合计533.73亿元的库存增加了36.09亿元。

究其根源还在于“产销不匹配”。河南省服装行业协会执行会长李刚称,饱受高库存困扰的企业大都对市场的判断过于乐观,像李宁、美邦等一般采用订货制模式,这种模式依赖下游分销商而非消费者提供市场信息,导致库存积压多半是必然。

那么,本土企业是否也在消化高库存?记者了解到,本土服装品牌基本不存在高库存的问题,只有个别企业有一定库存压力,但也属于合理库存。李刚说,一方面由于本土自主品牌起步较晚,销售形势灵活,企业家相对谨慎;另一方面,则是梦舒雅、娅丽达、逸阳等企业几乎每月都开订货会,一年8~10次,小批量、多批次订货会减轻代理商压力,同时也降低了库存压力,还能及时根据市场做调整。

“我们采用的是期货加速反应补单模式,非常灵活,当然也有一定的库存压力,但对于每一个服装企业来讲,库存是长期存在的。”刘涛认为,正确看待服装业库存问题是关键。

“不能用运动品牌和部分品牌的高库存压力来映射整个行业。”李刚表示。中国服装协会秘书长王茁也谈到,库存是服装作为季节性终端产品在经营过程中所体现的行业特性。目前,对于一些服装品牌库存量有所增加的状况,并不对这些品牌生产经营造成影响,更不能以此认定是服装全行业的“库存危机”。

库存回归理性 不等于行业复兴

数据显示,截至今年6月30日,安踏的库存额同比减少1.1亿,李宁的库存额同比减少0.6亿。虽然在上半年,诸多服装企业仍处于“去库存”阶段,但实际上已开始改善,订货信心逐渐恢复,批发零售推进有序。

于是,部分声音便开始乐观:“市场已初步回暖,下半年有望看到转机。”“最困难的时期已经过去,库存回归理性,行业或将复兴。”……

专家认为,根据库存的变化单一地决定服装行业是否回暖是不可靠的,全行业深陷疲软,或许在2014年行业增长也难达到预期。

不难发现,近几年服装行业几近“出力不讨好”,设计跟不上潮流,同质化严重,加上国外快时尚品牌和电子商务的冲击,生意更是难做。

业内人士普遍认为,行业进入洗牌期,除解决高库存问题外,服装行业还有多项重点需要突破,像品类、渠道、管理等。具体来讲,不仅要加强产品研发,贴近市场,提高市场反应速度,以便抓住消费者胃口,而且还要扎实内功,做好经营和管理。

据了解,面对困境,诸多企业已经开始积极应对,七匹狼加强门店盈利能力;雅戈尔则将电子商务整体托管给代运营商进行专业化运作,在天猫和京东搭建电商平台,作为传统销售渠道的有力补充;361度则开始细分市场,增加童装零售门店总数。

另据李刚介绍,服协下月将举办“中国女裤全国巡展体验周”活动,在国内10个省会城市进行,向高端女性推广郑州女裤。

显然,除了去库存,企业还有很多事情要做,需循序渐进,逐一攻克。我们有理由相信,服装行业的前景会更加明朗。

消费观察 栏目记者 武姣

高端餐饮转型 将打“持久战”

关注:自去年年底以来,高端餐饮企业营业额大幅度下降,不少企业转战低端市场和团膳市场。在郑州,皇宫大酒店、裕达酒店等多家高端餐饮也纷纷做出调整,面向大众消费,虽然利润减少,但人气较旺。

8月28日,中国烹饪协会常务副会长冯恩援在商务部召开的生活服务业惠民促销发布会上表示,高端餐饮的转型是一个阵痛的过程,一定要有一个持久战的准备。

视点:事实上,高端餐饮企业收入下滑的原因不仅受政策影响,还包括原料上涨、各种税费较多、人力成本增加等原因。

河南省社会科学院副院长刘道兴表示,高端餐饮企业转向平民路线,谁转得早,谁就更快地适应并占领市场。

然而,冯恩援却用“步履维艰”来形容高端餐饮业的转型,他指出,高端餐饮企业正在做大量突围式的努力,比如通过打折优惠、参加团购、推出半价菜品等措施来吸引消费者,但效果却不明显。

中国烹饪协会副会长边疆认为,如果高端企业把主要精力放在降低价格来寻求发展的话,这不是一条活路,餐饮业回升不会很快。

随着高端餐饮企业的转型,大众餐饮市场的竞争或将更加激烈,可应对业绩下滑,并非只是调整那么简单,还要遵守市场规律结合自身定位,探索更多能应对市场变化的策略,尽管目前无法断定转型的时间期限,但对未来还要持之相对乐观的态度。

天猫备战“双十一” 商家和品牌将翻倍

关注:据报道,天猫今年“双十一”招商工作已经结束,共有20000多名商家入围,商家数量和品牌数量均是去年“双十一”的两倍。

天猫表示,今年“双十一”将得到各个渠道的流量支持,并将投放电视广告,活动信息也将覆盖一二线城市的地铁、候车亭等媒体,扩大“双十一”的影响力。

视点:目前,距离“双十一”还有两个多月时间,电商们已铆足了劲准备大干一场,去年“双十一”的惊人业绩史无前例,在尝够了甜头之后,自然不会放过今年“双十一”,而新加入的商家也打算争抢这块蛋糕。

“对于今年‘双十一’的销售形势暂不好估计。”郑州大学电子商务系副教授张建华表示,商家的活跃程度一定会比去年更火,但直接反映到销售上仍要看消费者是否买账。

张建华说,去年电商在风光的同时也遭不少质疑,特别是网络支付拥堵和物流后续不完善问题,将消费者对网购的信赖与喜爱平衡掉了。如果消费者比去年更加理性,今年“双十一”情况或许不会达到预期。

不过,对于2013年的“双十一”,张建华建议商家需提高平台吞吐量,完善支付系统,不可过分追求“眼球经济”,借低价打宣传牌或处理残次品,最重要的是做好服务,提高信誉度。同时,消费者要“实用性”网购,由于市场波动大,选购商品时需前后对比优势,仔细斟酌商品价值,不要一味凑热闹,消费时注意保留凭证,以便维权。

中国四大名酒最后一桶金

陕西西凤集团核心战略产品——凤香经典西凤酒专卖店

隆重招商 · 限量加盟

您开店, 我补贴

三项补贴, 解除您的后顾之忧——
房租补贴+装修补贴+店员工资补贴

您开店, 我支持

多项支持, 让您轻松赚钱——
品鉴酒支持+营销推广支持……



买凤香经典西凤酒1瓶,
即送凤香经典10年(100ml)
1瓶, 多买多送。

活动时间:
即日起至2013年10月19日

活动详情请咨询当地经销商